

Zelcer, Mariano

marianozelcer@yahoo.com.ar

UBA – IUNA

Área de interés: Comunicación, medios, tecnologías.

Palabras claves: Internet – Transposición – Semiótica

NUEVOS SITIOS WEB: VARIACIONES EN LAS INSTANCIAS PRODUCTIVAS

ABSTRACT

Este trabajo da cuenta de un nuevo y heterogéneo conjunto de sitios web que se está desarrollando en la actualidad, que parece marcar una ampliación en los tipos de textos que conforman las condiciones de producción de estos productos digitales. Desde una perspectiva sociosemiótica, se da cuenta de las características de estos sitios, tratando – entre otros aspectos– los nuevos fenómenos transpositivos presentes en Internet, las variaciones del grado cero en las interfases de los sitios y la ampliación y diversificación de las condiciones de producción hacia productos textuales audiovisuales. Asimismo, el trabajo reflexiona acerca de las implicancias que tienen estos cambios en los procesos de producción material de estos sitios.

INTRODUCCIÓN: LOS NUEVOS SITIOS

En los últimos años la producción de sitios web ha evidenciado una gran diversificación. Entre otros fenómenos, se ha observado una presencia creciente y novedosa de sitios con imágenes modeladas en tres dimensiones y con inclusión de video digital. La expansión de estos tipos de sitios ha sido habilitada, entre otros aspectos, por cambios tecnológicos. De hecho, sin el avance y la expansión social de las tecnologías de producción de estos sitios – renderización, modelado 3D, Flash, action script– por un lado y la expansión de las redes de banda ancha que hacen posible el acceso y la transmisión de gran cantidad de información en poco tiempo –por el otro– estos sitios ni siquiera habrían hecho su aparición. Sin embargo, no nos detendremos aquí sobre los aspectos estrictamente

tecnológicos: de hecho, este tipo de cambios son múltiples y constantes, y abarcan una multiplicidad de fenómenos que va más allá de los sitios a los que nos referiremos. Para orientar nuestras observaciones sobre la Web, entonces, realizaremos un doble recorte: focalizaremos nuestra atención en un cierto conjunto de sitios, y dentro de este conjunto, nos detendremos sobre sólo algunos rasgos. Esta doble parcialización la hacemos con el fin de señalar un fenómeno que nos parece relevante: ciertas variaciones y ampliaciones en las instancias productivas de los sitios web.

MATERIAS ESTRUCTURANTES

Comencemos, entonces, por el nivel presemiológico¹, y observemos las materias de la expresión² presentes en estos fenómenos. Enseguida se evidencia una ampliación con respecto a los sitios tradicionales: a la multiplicidad ya observable en los primeros años de la Web (trazados gráficos, ilustraciones, imagen fotográfica, música, etc.) se han agregado algunas otras. Llamaremos la atención sobre dos de ellas: las imágenes de modelado 3D y el video.

El modelado 3D consiste en la generación digital de imágenes tridimensionales (objetos pasibles de ser vistos desde múltiples puntos de vista, espacios virtuales que pueden ser recorridos). En algunos casos se trata de imágenes hiperrealistas y por lo tanto pueden ser confundidas por el “nativo” con imagen de video o fotografía digital. Consideradas como materias significantes (Verón, 1974), podría decirse que aún no hay un funcionamiento social estable de las hipótesis perceptuales relativas a la regla constitutiva de sustitución/contigüidad. Sin embargo, es claro que su *arché* (al decir de Schaeffer, 1990) no es el mismo que el de la fotografía: no hay nada que haya dejado su “huella” en esas imágenes, y por lo tanto no opera la regla de la contigüidad en su generación. Se debe hacer notar que las primeras imágenes de modelado 3D estuvieron presentes en la Web hace ya varios años.

Los videos on line (digitales o digitalizados) hicieron su aparición hace también varios años, bajo la forma de transposiciones puntuales de productos generados para otros medios: así, una nota de televisión o un fragmento de un film podían ser vistos a través de una página web. Más tarde aparecieron producciones originales, por ejemplo, noticias

audiovisuales o videoclips generados especialmente para la Web. Sin embargo, en estos casos el lenguaje de esos fragmentos seguía las reglas propias de lenguaje televisivo o cinematográfico.

La especificidad de los fenómenos que queremos señalar no pasa entonces por la sola presencia de estas materias de la expresión, que ya se podían observar en la Web hace varios años, sino por el modo en el que se articulan en estos sitios: si antes eran un pequeño fragmento dentro de un todo mayor ordenado según otras reglas (un objeto modelado en 3D en una página organizada alrededor del texto, un pequeño video insertado en un diario electrónico), ahora son la *materia estructurante* de estos sitios; entonces todo el sitio se organiza como un espacio tridimensional (ver figura 1) y/o como una sucesión de fragmentos de video (ver figuras 2 y 3). Las materias de la expresión que antes oficiaban de estructurantes (imagen fotográfica, lenguaje verbal escrito, etc.) aquí aparecen como secundarias, dispuestas como “fondo” de esos espacios virtuales o de esos recorridos audiovisuales.

ESPACIOS VIRTUALES

En los sitios que estamos examinando, estas materias de la expresión tienen implicancias directas en el nivel de la discursividad: de hecho, la organización del sitio como un espacio tridimensional constituye uno de los efectos de sentido más relevantes, y es sobre él que nos queremos detener por un momento. En efecto, los sitios a los que nos referiremos se caracterizan por recrear uno o varios ambientes. En ocasiones son espacios de tres dimensiones, como si se estuviera viendo una videofilmación, un dibujo animado o un videojuego. En otros casos, los espacios son “escenográficos” (operan como fondo inmóvil) que son ocupados por personajes que aparecen en video³. También pueden observarse combinaciones de uno y otro.



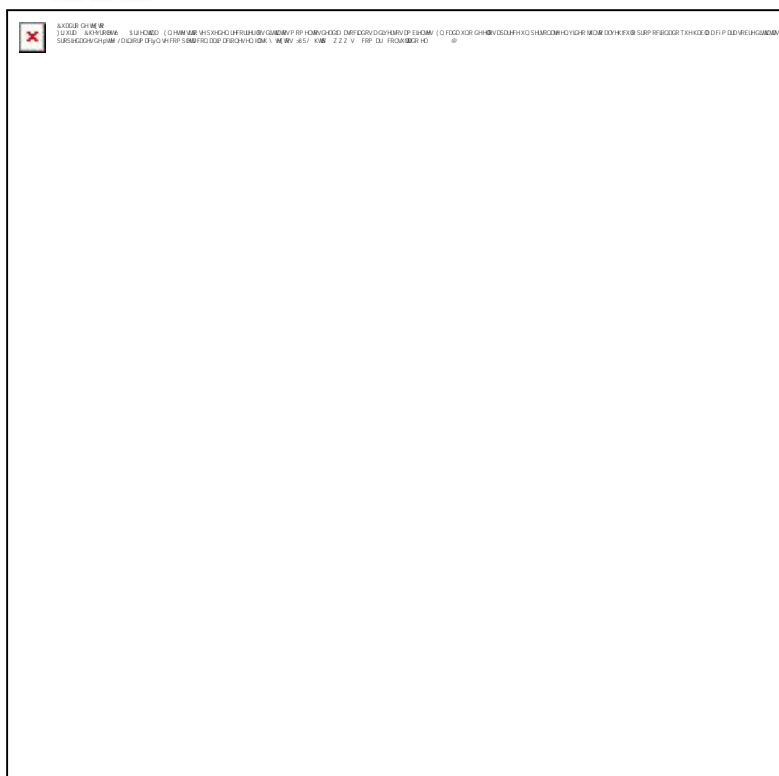
Para el uso de estos sitios se propone un “recorrido” espacial por los distintos

ambientes o escenarios. El recorrido puede incluir la presencia de uno o varios personajes (que pueden estar o no en video), o puede presentar la modalidad de “cámara subjetiva”. Como ya indicamos, en forma complementaria pueden aparecer otros elementos ya conocidos de los sitios web, tales como submenús de opciones, enlaces con hipervínculos o ventanas de texto.

Sobre esta macroestructura pueden encontrarse escenificaciones de lo más variadas: una moderna casa en la cual recorremos sus ambientes, un hombre al que acompañamos a viajar, una casa de campo, un programa de televisión con sus dos conductores en el piso, etc. No nos interesan en este trabajo los efectos de sentido de los sitios particulares, sino aquello que tienen en común: se trata de *sitios* que se pueden *recorrer*. Pero, ¿no veníamos hablando de *sitios* y de *recorridos* desde los inicios mismos de la Web?

METÁFORAS ESPACIALES

Las metáforas de la tridimensionalidad y la espacialidad son características de Internet, sobre todo, cuando se habla de la Web: dan cuenta de ello términos tales como *sitio*, *arquitectura*, *portal*, *navegación*, *ciberespacio*, *red*, etc. Se trata de denominaciones que reconocen un origen metafórico (puesto que son muy anteriores a la existencia de los sitios que recrean espacios tridimensionales como “referente”), pero que forman parte del lenguaje llano para referirse a la Web, en la medida en que son el único modo que existe de denominar a esos fenómenos. Una sola denominación con alta presencia –la de *página*– reconoce su origen en otro universo: el de las publicaciones gráficas.



¿Sobre qué se asentó este funcionamiento metafórico? Un solo término (“red”, asociable al término “web” en el idioma inglés) reconoce su origen claramente en un fenómeno extradiscursivo: las computadoras enlazadas entre sí que han dado nacimiento a Internet “son como” los nodos de una red o de una telaraña (*web*): la comparabilidad da origen a la metáfora⁴.

Sin embargo, esto solo no parece explicar el complejo universo de las metáforas tridimensionales que se desarrolló alrededor de la Web: el modo de interacción que estos textos proponen también parece haber operado en su origen. En efecto, las estructuras hipertextuales propias de los productos de los medios digitales pueden pensarse también como “redes” de nodos. Estos nodos serían puntos del texto en los cuales se puede elegir diversas opciones para continuar las lecturas. Los hipertextos, entonces, ya no propiciarían una lectura lineal⁵, sino que le estarían proponiendo y permitiendo al lector “crear sus propios recorridos”. Esta observación ha sido señalada largamente y por numerosos autores, desde los inicios mismos de la reflexión acerca de los textos de los medios digitales⁶. Observación que, naturalmente, se extendió también a Internet en general y a la Web en particular, a propósito de sus posibilidades de interactividad⁷. Así, aquello que se “recorría” ingresó también en el universo metafórico tridimensional para ser denominado (y experimentado) como un espacio (sitio, portal, etc.).

“Recorremos sitios”, entonces, desde los inicios mismos de la Web. Origen metafórico para estos términos, que enseguida se volvieron la denominación llana de los fenómenos

(catacresis) y que hoy, en los nuevos sitios, se desembarazan de su origen figural para volverse meramente referenciales. Lo que se ve allí no se propone como “comparable” a un espacio, sino que *es la representación de un lugar: un sitio*.

En tanto, es significativo que la metáfora de la “página” –la única que reconocía su origen en los medios gráficos– reduce su presencia en estos fenómenos por su propia naturaleza: los sitios tridimensionales pueden no tener nada que se asemeje a una página web; dicho de otro modo, pueden ser sitios sin páginas.

El par sitio/página se presenta entonces como condensador del fenómeno que estamos señalando: del lado del sitio, una multiplicidad de producciones en la Web, heterogéneas en cuanto a materias de la expresión y de lo más variadas en cuanto a sus efectos de sentido. Entre estas producciones, muchos sitios (la gran mayoría, pero ya no *todos*) son colecciones de páginas web. Algunos, sin embargo, ya no están organizados como conjuntos de páginas; entre ellos suelen encontrarse los sitios a los que nos estamos refiriendo⁸.

LA VARIACIÓN DEL GRADO CERO

La aparición de estos tipos de sitios también puede vincularse con un corrimiento histórico del grado cero en la interfase de los sitios web.

En los inicios de la web y hasta no hace demasiado tiempo, los sitios contenían abundantes indicaciones sobre sus aspectos hipertextuales, ayudas para la navegación y explicitaciones verbales que señalaban los hipervínculos. Esto se hacía evidente, entre otros, en los siguientes aspectos:

La mayor parte de los hipervínculos se encontraban subrayados, habitualmente en color azul.

Los sitios poseían un botón de “home” o “inicio” que permitía regresar a la página principal.

Numerosos enlaces o imágenes con hipervínculos contenían una indicación verbal (del tipo “haga clic aquí”).

Las páginas estaban organizadas indefectiblemente alrededor de una serie de opciones ordenadas conocidas como *menú de navegación*.

Estas propiedades no sólo eran observables en la mayor parte de los sitios, sino que también eran recomendadas en muchos casos como estándares que se debían respetar si se deseaba que un sitio fuera organizado en su información y de fácil empleo para los usuarios.

Con el tiempo, muchas de estas propiedades se fueron perdiendo (en particular, las primeras tres). Respectivamente:

Los hipervínculos no se señalan necesariamente con subrayados; pueden señalarse de múltiples maneras: por ejemplo, cambios de color del texto al pasar el mouse o la simple conversión del puntero en la manito que indica el hipervínculo.

El logo de la empresa, marca o institución suele ocupar el ángulo superior izquierdo; haciendo clic sobre él se regresa a la página principal. El botón de “home” o “inicio” habitualmente está ausente.

Por lo general no se indica “haga clic aquí” en textos ni en imágenes con hipervínculo, que se señalan del mismo modo que se ha indicado más arriba.

Algunos sitios no poseen un menú de navegación. El acceso a las secciones internas puede ser a través de banners o espacios destacados, o de “puntos llamativos” señalados gráficamente en la imagen, conocidos como “hot spots”.

Todos estos cambios dan cuenta de una pérdida de un cierto componente pedagógico en la enunciación de los sitios. Dicho de otro modo, los sitios poseen menos marcas acerca de cómo deben ser empleados. Esto estaría dando cuenta de un cambio en la instancia del reconocimiento: puede proponerse que el usuario medio tiene un mayor conocimiento de la Web, sus propiedades y sus usos posibles. Como resultado de estos cambios, se produce – en términos generales– un corrimiento del grado cero de los sitios. Aquellos en los cuales está excesivamente guiada la navegación aparecen ahora como “desviantes”. Del otro lado, se habilitan juegos discursivos en los cuales las indicaciones sobre la navegación s pueden estar sólo sugeridas o apenas insinuadas: se interpela a un usuario que ya conoce el medio, y que puede hacer uso de estos sitios a partir de su historia como consumidor de sitios web. Tal es el caso de los sitios de los que nos estamos ocupando.

Se debe notar que el corrimiento del grado cero es un fenómeno habitual en una multiplicidad de medios y productos textuales. Un ejemplo cercano lo constituyen los mensajes de bienvenida de los contestadores automáticos: allí también se ha observado un primer momento altamente pedagógico, para dar lugar más adelante a un momento de explicaciones breves o sólo sugeridas, acompañadas de una explosión de juegos discursivos sumamente variados (Correa, Gindre, Kirchheimer, Miguel y Zelcer, 2002).

FENÓMENOS INTERTEXTUALES

Nos preguntaremos ahora por las condiciones de producción de estos sitios; es decir, por el conjunto de textos que han restringido su generación y que han dejado sus huellas en ellos.

En sus orígenes, los sitios web fueron grandes deudores de las producciones gráficas. Los primeros sitios (pensamos, típicamente, en los sitios institucionales con información de una empresa) evidenciaban una organización sectorizada que evocaba fuertemente el folleto o la carpeta de presentación institucional. La página de ingreso o home oficiaba de “portada”; luego, el resto del sitio organizaba la información acerca de la institución en “secciones”; cada una de ellas compuesta por una o más páginas. “Portada”, “página” y “sección”: los sitios web se organizaban del mismo al modo que lo habían hecho históricamente las publicaciones gráficas (piénsese en un diario o una revista), y de hecho denominaban a sus partes con los mismos términos. El recorrido por estos sitios ya no era lineal como en aquellos textos de papel: no había “índice” sino un “menú” que permitía acceder a cualquier sección desde cualquier otra. Por el mismo motivo, no había nada como una “contratapa”: los sitios tenían un punto de ingreso, pero no uno de salida. Este primer molde organizador aún persiste con mucha fuerza, incluso en una parte importante de los sitios que se crean actualmente. Se debe tener siempre presente el doble recorte propuesto inicialmente: cuando en este trabajo hablamos de los “nuevos” sitios, sólo nos estamos refiriendo a algunos de ellos, y nos estamos deteniendo sólo en algunas de sus propiedades.

Volvamos entonces a los primeros sitios web: no sólo eran deudores de los medios gráficos en cuanto a su organización, sino también en relación con las materias de la expresión

presentes en ellos: el lenguaje verbal en su forma escrita y las imágenes fijas (fotografías, ilustraciones) fueron las iniciales y primordiales⁹.

Esta fuerte restricción en la producción de los sitios web por parte de las publicaciones gráficas fue disminuyendo progresivamente con el tiempo, dejando lugar a nuevos juegos discursivos, mucho más complejos en cuanto a sus remisiones intertextuales y más ricos en cuanto a sus materias de la expresión; la evolución de los diarios electrónicos es ilustrativa de ello (Cuesta y Zelcer, 2002).

Es evidente que los nuevos sitios de los que nos estamos ocupando en este trabajo reconocen condiciones de producción de un universo mediático mucho más amplio: donde antes operaban con fuerza las producciones gráficas, ahora encontramos una multiplicidad de productos textuales de diversos medios y soportes. En particular, se destacan dos: la *televisión* y los *videojuegos*.

Los sitios organizados alrededor del video suelen tener uno o dos personajes (filmados) que le hablan a cámara a un espectador que está del otro lado de la pantalla. Por sus alocuciones y su interpelación permanente al destinatario, evocan a la figura del conductor televisivo: introducen fragmentos, explican los contenidos, operan como contacto con el destinatario¹⁰. Debido a la naturaleza primordialmente comercial de los sitios estudiados, opera con fuerza el molde discursivo de los canales televisivos de venta: el conductor habla de las bondades de un producto y sus posibles usos, al tiempo que invita (más o menos explícitamente) a su compra. Una forma de contacto ampliamente extendida a través de la televisión (la mirada a cámara) hace entonces su aparición en la Web: lo novedoso aquí no es la operación de gestión del contacto, sino su emplazamiento. Emplazamiento que, a su vez, habilita otro tipo de interacción con los textos: la televisión (al menos en su forma tradicional) no es interactiva, mientras que Internet sí lo es. Así, el encadenamiento de los fragmentos de video no está plenamente determinado desde la producción, sino que se termina de definir en la instancia de consumo de los textos.

Los videojuegos, en cambio, se caracterizaron históricamente por su interactividad. Aquello que se desarrolla en la pantalla dependió siempre del modo de interacción que el usuario tuviera con ellos. Así, el decurso de las historias de combates, los partidos de fútbol o las

carreras de autos que se desarrollan en los monitores de los juegos de video vino dada históricamente por las habilidades y decisiones de quien está jugando con ellos. Estas interfaces de gestión del contacto han dejado sus huellas en los sitios tridimensionales: se trata, al igual que aquellos, de interactuar con los textos seleccionando recorridos en un espacio virtual. Estos sitios no se confunden con los juegos on line, con los que también comparten los elementos señalados, dado que aquí no hay una propuesta lúdica¹¹.

FENÓMENOS INTERTEXTUALES / 3

Hasta ahora hemos revisado una serie de cambios que han tenido lugar en una de las instancias productivas de los sitios: aquella relacionada con la producción social del sentido. Desde esta perspectiva, nos hemos preguntado por los cambios en las llamadas “condiciones de producción” para el tipo de sitios que nos ocupa. Sin embargo, nos interesa ahora ocuparnos de otra instancia productiva: la específicamente material. Es decir, las rutinas y los procesos de trabajo empleados en las agencias que trabajan en la producción de sitios web. La separación entre instancias “sociales” e instancias “materiales” de producción es, en rigor, un tanto forzosa, y podría ser objetada desde un punto de vista estrictamente teórico: de hecho, las condiciones sociales de producción *siempre son materiales*, y las condiciones materiales de producción *siempre son sociales* (Verón, 1996). Sin embargo, en la medida en que estamos abordando dos aspectos diferentes y bien distinguidos entre sí de este fenómeno, optamos por sostener la distinción, con el único fin de organizar nuestras observaciones.

Nos interesa aquí detenernos en un tipo de fenómeno intertextual pocas veces estudiado. Para caracterizarlo, recordaremos ciertas proposiciones de Eliseo Verón, quien señala que existen “por lo menos tres” tipos de vínculos intertextuales. Define a los dos primeros de este modo: “En primer lugar, las operaciones productoras de sentido son siempre intertextuales en el contexto de cierto universo discursivo (...) Así, por ejemplo, los filmes se codeterminan los unos a otros (...) En segundo lugar, el principio de intertextualidad es también válido *entre universos discursivos diferentes*. Se han señalado muchas veces las influencias recíprocas entre el cine y la televisión” (Verón, 1974:27). De acuerdo con esta

división, los señalamientos que hemos hecho hasta ahora corresponden a estos dos tipos de intertextualidad: por un lado, hemos indicado algunas similitudes y diferencias entre los nuevos sitios web y los tradicionales. Por el otro, hemos examinado algunas relaciones entre aquellos sitios y fenómenos asentados en otros medios o soportes, tales como los videojuegos y la televisión. Queremos detenernos ahora, sin embargo, en el tercer tipo de intertextualidad citado por Verón, que corresponde a los textos que él llama “mediadores”. Explica este autor: “existe un vínculo intertextual al que no se le ha prestado tanta atención como a los dos primeros. Se trata del papel que cumplen, dentro del proceso de producción de cierto discurso, *otros* discursos relativamente autónomos, que si bien funcionan como momentos o etapas de la producción, *no aparecen en la superficie del discurso ‘producido’ o ‘terminado’* (...) Un solo ejemplo: que yo sepa [decía Verón hace más de 30 años] nadie ha investigado todavía, desde un punto de vista semiológico, el papel del *guión*” (Verón, 1974:28).

Además del guión cinematográfico podemos incluir en este conjunto, entre otros, los guiones de radionovelas, los planos de arquitectura y las grillas o pautas que planifican el contenido de cada una de las secciones de una publicación gráfica. Se trata, entonces, de una suerte de textos “intermediarios”, organizadores fundamentales de los procesos materiales de producción, cuya circulación social es acotada, en la medida en que habitualmente está restringida a los espacios de producción de los diversos tipos de textos: productoras televisivas, editoriales, emisoras de radio, etc. Los productos finales contienen, previsiblemente, numerosas huellas de estos textos. El tipo de indagación que habitualmente se realiza en el análisis semiótico hace que la relación entre los textos analizados y estos textos intermediarios no sea focalizada: al contrario, por lo general interesa antes el vínculo entre los textos estudiados con una discursividad social más amplia (tal la relación sobre la que nos hemos detenido en la primera parte de este trabajo).

¿Cuáles son los “textos intermediarios” que operan en la producción de los sitios web? Al igual que otros textos de este tipo, no suelen encontrarse en la circulación social ampliada, por lo que se hace necesario “ir a buscarlos” a los lugares donde se producen los sitios: las llamadas “agencias interactivas”. En estos ámbitos se encuentra habitualmente un cierto tipo de documento con pautas para la realización de los sitios al que se llama –por analogía con la

denominación de sus textos equivalentes en las agencias de publicidad tradicionales— *brief*. Los *brief* no siguen un molde único, y de hecho pueden encontrarse distintos modelos según la agencia o el operador, pero algunos rasgos generales pueden encontrarse en casi todos ellos, y sirven para caracterizar estos tipos de textos.

Observemos primero los *brief* correspondientes a los sitios que hemos llamado “tradicionales”, típicamente, sitios de presentación institucional. La planificación y organización de la producción de estos sitios web se hizo históricamente con modelos provenientes de la planificación editorial: los llamados *brief* de las agencias eran herederos de las grillas de planificación de las publicaciones. Donde la grilla o pauta planificaba el contenido de la sección de una revista, el *brief* indicaba el contenido de la sección de un sitio. Allí donde se pautaba el contenido de cada página (de papel), el *brief* señalaba qué debía poseer cada página (web). Una estructura pensada análogamente (*sitio/secciones/páginas* como *revista/secciones/páginas*) reclamaba análogos textos intermediarios en su planificación. El contenido, además, tanto en uno como otro tipo de productos textuales, era de naturaleza fundamentalmente verbal, al igual que sus correspondientes textos de planificación.

Previsiblemente, este modelo de *brief* entró en crisis con los nuevos sitios: mientras que pudo mantenerse para desarrollar sitios con el molde tradicional, resultó inapropiado para la planificación y el desarrollo de sitios que modelaran espacios en tres dimensiones, o que tuvieran imágenes de video. Dicho de otro modo: un *brief* dividido en “páginas” y “secciones” no podía dar cuenta adecuadamente de una determinada ambientación, de los parlamentos de un actor o de sus acciones y recorridos en el espacio. Era necesario trabajar con nuevos modelos que pudieran servir de pauta para este tipo de producciones. Ahora bien: no había por qué empezar desde cero. De hecho, ya existían socialmente moldes de “textos intermediarios” para producciones audiovisuales: tal el caso del guión televisivo, las fotografías de referencia para la creación de espacios escenográficos y el *story board*¹². En efecto, las agencias interactivas reciclaron estos moldes de textos mediadores, que —según el caso— complementaron o desplazaron al modelo de *brief* tradicionalmente empleado para la producción de sitios web. Naturalmente, este cambio se produjo paralelamente con la modificación de los procesos de producción de los sitios, que pasaron a incorporar

instancias propias de la producción audiovisual, tales como la búsqueda de locaciones, la selección de actores (casting) o la grabación en estudios. Instancias que se sumaron a las ya existentes (diseño, armado y programación web), con las cuales se combinaron de múltiples maneras.

Obsérvese que estos nuevos tipos de textos intermediarios se corresponden justamente con aquellos propios de las nuevas condiciones de producción de los sitios: guiones, *story boards* y referencias de ambientaciones son propios de los procesos de producción televisiva y de generación de videojuegos.

CONCLUSIONES

Desde los inicios de la Web se hizo patente su capacidad de albergar una multiplicidad de materias significantes. Esta capacidad hizo que pronto se volviera un espacio privilegiado para la transposición de producciones originarias de otros medios. Así lo señalábamos en un viejo trabajo:

Internet se caracteriza por reunir una amplia variedad de materias significantes, que prácticamente cubren todas las formas posibles en que la imagen y el sonido (simples materias sensoriales) pueden organizarse al ser investidas por diferentes reglas constitutivas. Esta red alberga materias significantes tales como la lengua (escrita y hablada), la música (tonal y atonal), la fotografía (única y múltiple), el dibujo y otras (Verón, 1973). Por estos motivos suele decirse que Internet es el medio de todos los medios.

Por su parte, la World Wide Web (WWW) es un sector del ciberespacio, pero a la vez también da lugar a un nuevo y multifacético lenguaje que fagocita formas discursivas preexistentes. En este sentido, puede afirmarse que la WWW, a la vez que crea un universo simbólico propio, se convierte en un festín de transposiciones. (Cuesta y Zelcer, 1988:2)

Estas transposiciones han tenido diversas formas, más o menos “llanas”. Inicialmente se trató de “poner en Internet lo que estaba en otro lado”: así, hicieron su aparición videos originalmente televisivos, fragmentos de películas creadas para el cine o noticias generadas para la prensa gráfica. El “festín de transposiciones” al que se refiere la cita fue y sigue

siendo sumamente amplio y variado, y de hecho hace años ya era previsible que estos cambios de medio, soporte o lenguaje tendrían lugar desde otros medios hacia la Web.

Un tiempo después observábamos una creciente complejidad discursiva en estas transposiciones y la aparición de moldes textuales que hacían un aprovechamiento mayor de las posibilidades técnicas de los dispositivos técnicos propios de la Web (Cuesta y Zelcer, 2002). En el caso particular de los diarios digitales, señalábamos que habían pasado a informar (también) a través de fragmentos audiovisuales, o que actualizaban sus noticias en tiempo real, cosa que no podían hacer en su versión impresa. Decíamos entonces:

La regularidad que aquí nos interesa subrayar es que en las primeras producciones discursivas de los nuevos medios, aun existiendo la posibilidad de ampliar o variar ciertos rasgos textuales, se registra una insistencia de "moldes" culturales anteriores. Evidentemente, la primera etapa de producción discursiva sobre nuevos soportes implica la permanencia de gramáticas de producción y reconocimiento previas. Se trata de condicionamientos de naturaleza discursiva y por lo tanto culturales, que en un primer momento operan restringiendo la producción textual de una manera mucho mayor que el mismo dispositivo técnico. En un segundo momento, en cambio, comienzan a desarrollarse gramáticas propias que explotan de una manera más rica las posibilidades que ofrece el dispositivo. (Cuesta y Zelcer, 2002:18)

Hace ocho años, entonces, nos referíamos a la creación de un "universo simbólico propio" y a un "nuevo y multifacético lenguaje", aunque no podíamos definir qué formas discursivas tendría. Cuatro años después observábamos cómo las trasposiciones se complejizaban, dando lugar a fenómenos más específicamente digitales, en la medida en que explotaban las posibilidades discursivas habilitadas por los nuevos dispositivos técnicos.

El presente trabajo puede situarse como un tercer eslabón en esta secuencia de observaciones. Actualmente hacen su aparición en la Web fenómenos que explotan una multiplicidad de materias significantes que históricamente se hicieron presentes en otros medios; sin embargo, esta vez no se trata ya de fenómenos transpositivos: los sitios 3D y con video no existían como tales en ningún otro lugar. Reconocemos, como se ha visto, una

multiplicidad de condiciones de producción que remiten a medios audiovisuales (videojuegos, televisión), pero lo que hallamos ya no son programas de TV transpuestos a Internet, o videjuegos on line: son producciones originales de la Web, que inauguran juegos de lenguaje que –aunque pletóricos de remisiones intertextuales– son propios y específicos del nuevo medio. Se trata, entonces, de una ampliación de las posibilidades discursivas del medio en relación con sus materias y las reglas que las organizan. En este nivel no hablamos ya de fenómenos transpositivos: se trata una expansión en el nivel de los *lenguajes* que soporta la Web. En una perspectiva histórica, partiendo de un inicio de lenguaje verbal e “imágenes” (ilustraciones, fotografías), hemos recorrido una progresiva diversificación de las materias de la expresión (sonido, música, ruidos, imagen digital en movimiento, ilustraciones animadas, etc.). La incorporación de estas materias, que originalmente se hizo patente a través de diversos modos de transposición, hoy encuentra algunas formas de articularse que son específicas del nuevo medio, y que por lo tanto amplían los juegos de lenguaje presentes en él. Encontramos de este modo algunas de las formas que adquiere actualmente el “universo simbólico propio” de Internet por el que nos preguntábamos hace años. Son sólo *algunas*, son las que focalizamos *hoy*: se trata de un eslabón más en esta secuencia histórica que venimos observando, no el único ni el último.

NOTAS

1. La noción de “presemiológico” la estamos tomando de Eliseo Verón (1974), quien se refiere de este modo a la instancia analítica previa al estudio de la producción de sentido, que se focaliza centralmente en el estudio de las materias significantes.
2. Entendemos por “materia de la expresión” la “naturaleza física del significante”. Estamos tomando una noción de Hjelmslev, empleándola del mismo modo que lo hace Metz (1974).
3. Como ejemplo del primer tipo de sitios (organizados como un espacio tridimensional) puede verse Sony Style Lounge, de Sony México (www.sonystyle.com.mx/lounge - consultado el 9/9/2006). Dos casos de sitios organizados alrededor del video son Fibersure (www.fibersure.com – consultado el 9/9/2006) y Chevrolet S10 (www.s10.com.ar – consultado el 9/9/2006). Obsérvese que se trata en todos los casos de sitios comerciales de firmas multinacionales. Al igual que en otras áreas, es habitual que sea la inversión de las grandes empresas la que permite desarrollos novedosos en la Web.
4. En el argot de los informáticos, “red” tampoco constituye una metáfora: es el modo llano de denominar a los conjuntos de computadoras enlazadas entre sí.
5. Como señalamos en otro trabajo a propósito de los periódicos, los medios impresos también tienen dispositivos que bien podrían ser llamados “hipertextuales”, en la medida en que propician una la lectura no lineal que también permite diferentes “recorridos”. De todos modos, no se trataría de una hipertextualidad del mismo tipo. Ver Cuesta y Zelcer, 2002.
6. Es un tópico habitual, entre los teóricos de los nuevos medios, referirse al “mayor poder del lector”, que lo transforma también en un “productor” de ese texto. Por ejemplo, Burbules y Callister (2000: 81) señalan: “el lector ya no se limita a consumir el texto, sino que contribuye a él de modo activo: la distinción entre autor y lector (...) comienza a desvanecerse”. Cuesta y Zelcer (1998) también lo señalábamos hace varios años desde una perspectiva de la enunciación: “El hipertexto como forma discursiva no hace sino construir un enunciatario más activo, que cumple un papel protagónico en la determinación final del sentido dado”.
7. Sobre la noción de interactividad, recomendamos leer en nuestro medio el trabajo de Alejandro Rost (2004), quien la define como “la capacidad gradual y variable que tiene un

medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa)” (Rost, 2004:5).

8. Decimos “entre ellos”, puesto que no son todos: hay sitios en Internet que no se organizan como conjuntos de páginas, y que tampoco trabajan sobre construcciones espaciales. Entre ellos se encuentran diversas producciones de arte digital, pero también algunos sitios realizados con nuevas tecnologías que prescinden de las páginas. Como adelantamos al inicio, estamos trabajando sobre un doble recorte, por lo que los fenómenos recién mencionados quedan fuera de nuestro objeto de indagación.

9. Se debe anotar que enseguida se fueron sumando otras materias de la expresión, habilitadas por los nuevos dispositivos (imagen móvil animada, audio por sintetizador tipo midi, etc.).

10. Acerca de la función de contacto de la mirada a cámara en los conductores televisivos puede consultarse Verón, E. (1983) “Esta ahí, lo veo, me habla”, en *Revista Comunicativa* n° 38, *Enonciation et cinéma*, Seuil.

11. Sin embargo, ya se vislumbran algunas formas mixtas cuya clasificación puede dar lugar a discusiones.

12. Un *story board* consiste en una secuencia historietística que muestra en cuadros ilustrados las acciones de una escena que se filmará, con sus correspondientes encuadres de cámara.

BIBLIOGRAFÍA

Correa, Luis; Gindre, Verónica; Kirchheimer, Mónica; Miguel y Zelcer, Mariano, “Aproximaciones a los mensajes de bienvenida de los contestadores telefónicos”. Trabajo presentado en el V Congreso Internacional de la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS) “Semióticas de la Vida Cotidiana”, Buenos Aires, Argentina, 2002.

Cuesta, Andrés y Zelcer, Mariano, “El diario en la pantalla: la transposición de los periódicos a Internet”. Trabajo presentado en las Cuartas Jornadas de Investigadores de la Cultura, Buenos Aires, Argentina, 1998.

Publicado en Internet en

<http://www.fsoc.uba.ar/invest/eventos/cultura4/Mesa%2014/14zelcer.doc>

Cuesta, Andrés y Zelcer, Mariano, “Acerca de la conformación de gramáticas en los nuevos medios: el caso de los diarios electrónicos”. Trabajo presentado en las Jornadas de Formación en el Periodismo y la Comunicación Social en la Convergencia Digital, Buenos Aires, Argentina, 2002 y en las VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Córdoba, Argentina, 2002.

Publicado en Internet en

<http://www.redcom.org/jornadas2002/ponencias/cuestazelcser.htm>

Metz, Christian “El estudio semiológico del lenguaje cinematográfico”, revista *Lenguajes nro.2*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1974.

Rost, Alejandro, “Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad?”. Trabajo presentado en los Congresos ALAIC/IBERCOM, La Plata, Argentina, 2004.

Schaeffer, Jean-Marie, *La imagen precaria del dispositivo fotográfico*, Cátedra, Madrid, 1990.

Verón, Eliseo: “Para una semiología de las operaciones translingüísticas”, revista *Lenguajes nro.2*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1974. (Reeditado en Verón, Eliseo: *Conducta, estructura y comunicación. Escritos teóricos 1959-1973*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1996).

Verón, Eliseo (1996) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Gedisa, Barcelona.