

“LA REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA EN LA RED”

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES SEDE
ECUADOR**

ÁREA COMUNICACIÓN

**PROGRAMA DE POSTGRADO EN COMUNICACIÓN, SOCIEDAD
Y POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INTERNET**

**Tesis presentada a la Sede Ecuador de la Facultad
Latinoamericana de Ciencias Sociales**

Por

María Belén Albornoz

**Como uno de los requisitos para la obtención del grado
de Maestro en Comunicación**

Profesor: Mauro Cerbino

Febrero 2004

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	5
METODOLOGÍA	11
PRIMERA PARTE		
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO		
1.1 La representación	19
1.2 La mirada	25
1.3 El inconsciente	27
1.4 Lo simbólico	32
1.5 Lo real y lo virtual	35
CAPÍTULO II: LA RED		
2.1 La Internet	45
2.2 Tratamiento simbólico de la información	57
2.3 El texto	63
2.3.1 El macrotexto	64
2.3.2 El hipertexto	64
2.3.3 La metáfora	69
CAPÍTULO III: LOS SÍMBOLOS DE LA RED		
3.1 Semiología de la Red	74
3.1.1 Sistemas de símbolos:		
simbólicos y semi simbólicos	85
3.1.2 Los signos sintéticos	92

3.1.3 Los registros comunicativos	96
3.1.4 Teoría del cartel	97

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO IV: LA REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA EN LOS ‘NO LUGARES’ DE LA WEB

4.1 Tránsito por los ‘no lugares’ de la web	100
4.1.1 Análisis semiológico de dos sitios web	106
4.1.1.1 www.interactive.net.ec	108
4.1.1.2 www.presidencia.gov.ec	114
4.1.1.3 Comparación de los registros de los dos sitios web	121
4.2 La representación simbólica en el ‘no lugar’	132

CAPÍTULO V: LA REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA EN DOS LUGARES DE LA WEB

5.1 El chat	154
5.1.1 El lenguaje del chat	154
5.1.2 El chat un lugar antropológico	158
5.1.3 La configuración del yo	165
5.1.4 Los discursos de las salas de chat	170
5.2 La comunidad virtual de Chasquinet	173
5.2.1 El lazo social	178
5.2.2 La comunidad virtual un lugar antropológico y político	178
5.2.3 La representación simbólica en la Comunidad virtual	183

5.2.4 Los nuevos imaginarios	188
CONCLUSIONES	193
BIBLIOGRAFÍA	203
ANEXOS	208

INTRODUCCIÓN

Hasta hace pocos años los estudios sobre la web han enfatizado sobre temas como: usabilidad, diseño de la web y comunicación en línea; casi siempre desde la perspectiva de quien realiza un *website*¹. Escaso ha sido el interés de analizar qué sucede del otro lado de la interfaz, qué repercusiones tienen las representaciones que en ella toman lugar y los discursos manejados en la misma. En la actualidad la antigua aproximación a la Internet ha cambiado, son varias las disciplinas sociales que encuentran en la web un terreno vasto de estudio y son extensos los trabajos de investigación que se llevan a cabo desde la psicología, la semiología, los estudios culturales, la antropología y la sociología.

Este trabajo tiene por objeto explorar los procesos de representación que se realizan en los distintos entornos de la Internet –*websites*, chats, comunidades virtuales-, cómo estos surgen, cómo se estandarizan, cuáles son las apropiaciones que hacen de ellos los usuarios, cuál es su capacidad de transformar el imaginario de los navegantes una vez que pasan del mundo virtual al mundo real.

En el marco teórico de la investigación, capítulo I, se han buscado los nudos que diferencian a la representación del mundo real con la del mundo virtual, nudos que hemos encontrado vienen entrelazados en la psique del sujeto. La interfaz como pantalla de lo virtual ha puesto en evidencia que era necesario distinguir ciertas categorías como lo imaginario y lo simbólico, el lugar y el “no lugar”², lo real y lo virtual.

¹ Sitio web

² M Agué *Los “no lugares” o espacios del anonimato* 1996 Editorial Gedisa. Barcelona. pg 83

En el segundo capítulo abordamos la Internet como *pantalla*, como la nueva máquina de representar que tiene la cualidad de convertir incluso lo virtual en referente de lo real, de crear nuevas formas de producción de capital simbólico, de movilizar la lengua más que la palabra y de generar necesidades al imaginar nuevos servicios. El espacio hipermedial puede convertirse así en un lugar de violencia simbólica, en una especie de espejo de Narciso que oculta más de lo que muestra. La Internet propicia la cultura de la simulación, favorece a la superficie de la interfaz, representando objetos que desafían a la propia representación por carecer de originales. La pantalla con su estructura de red desbarata todo intento de lectura lineal, de narración tradicional. Por ende, nos hemos ocupado en describir el hipertexto, sus características, sus niveles de abstracción y las figuras de la retórica que intervienen en la lectura hipertextual, para verificar cómo este tipo de lectura afecta las formas de representación.

El tercer capítulo es una aproximación semiológica a la web, hemos considerado importante analizar el lenguaje sintético de la Internet, porque los signos sintéticos sugieren su propia referencia³, al estar anclados en un hipermedio los procesos de significación se dan en dos lugares simultáneamente: frente al texto y detrás de la interfaz (en estructura de datos de referencia). De este modo el proceso de representación se duplica, por una parte, a través del recorrido hipertextual del navegante y por otra, por los trayectos que construye la lógica del computador. Ha sido necesaria la aproximación semiológica porque gracias a ella es posible establecer las formas de relación entre significante y significado tanto en el plano del contenido como en el plano material.

³ La dirección de localización en la memoria del computador.

El marco teórico introduce las premisas desde las que parte la hipótesis de esta investigación: *la web es un lugar de tránsito, un 'no lugar', a través del cual es posible acceder a lugares antropológicos y políticos. Entendiendo a la web como un gran Otro, como un orden simbólico ficcional, encerrado dentro del marco de la pantalla, compuesto por sistemas de símbolos que limitan la visión de la mirada del navegante.*

La representación simbólica es posible en el momento en que el propio orden simbólico interviene en la dialéctica de la visión y la mirada, cuando el marco de la pantalla es enmarcado por parte de su contenido, es decir, cuando la lógica lacaniana⁴ del significante nos revela que el “horizonte de sentido” está vinculado con un punto dentro del campo (la mancha del cuadro), un punto desde el cual el cuadro mismo devuelve la mirada.

La segunda y tercera parte desarrollan la hipótesis dentro de la investigación de campo. Para analizar las distintas formas de representación que tienen lugar en la Internet ha sido necesario agrupar las *interficies*⁵ de la web en tres niveles de investigación: a) *Websites*, b) Chats y c) Comunidades Virtuales.

El capítulo IV se ocupa de los “no lugares” de la web. Entendiendo los *websites* como lugares de tránsito en la Internet que se recorren pero que no se habitan, dentro de los cuales los procesos de representación están determinados por dos sistemas de percepción: las estructuras de memoria –que funcionan a nivel sensorial- y el procesamiento de la información. Los *websites* nos han permitido analizar cómo se maneja el lenguaje sintético en un *homepage*, cuáles son los

⁴ Jaques Lacan *Seminario 11. Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*. 1964. Editorial Paidós. Argentina. pg 112 - 120

⁵ Niveles de profundidad de una superficie.

discursos implícitos y explícitos de quienes crean un sitio web, cuál es la intención del enunciador. De igual modo han puesto en evidencia el énfasis de lo narrativo en el “no lugar” del *homepage*, puesto que el relato recibe un tratamiento implicative que privilegia la velocidad y la ilusión de control del navegante, manteniendo oculto el verdadero discurso del sitio web. Hemos encontrado que ante mayor espectacularización de los contenidos y ante mayor información politemática es más fácil disfrazar el discurso implícito del sitio web.

Los *websites* analizados son dos sitios web ecuatorianos: www.interactive.net.ec es un portal que ofrece noticias, servicios de Internet y novedades con un alto porcentaje de visitas y, www.presidencia.org.ec es la página web de la presidencia ecuatoriana. Ambos sitios nos han permitido estudiar cuáles son los discursos manejados por quienes producen páginas web en el Ecuador, cuáles son las relaciones de poder que se ejercen sobre los usuarios y cuáles son las reacciones ante estos sitios por parte de un número significativo de informantes en esta aproximación investigativa.

En el capítulo V se investiga la representación simbólica en dos lugares de la web: el chat y la comunidad virtual. Con la intención de descifrar si el chat constituye en primera instancia un lugar antropológico, o es un “no lugar” con características más peculiares que otros “no lugares” de la web donde el navegante construye constantemente su identidad sin crear vínculo social. Y, si la comunidad virtual además de ser un lugar antropológico, puede llegar a ser un espacio político para los miembros que la conforman.

Se eligió la comunidad virtual de Chasquinet, por tratarse de una comunidad que trabaja en telecentros, por lo tanto, su experiencia sobre la relación entre las

comunidades de base y la tecnología se ha convertido en una fuente muy importante de información para este trabajo. El chat se desarrolló en distintas salas de chat disponibles en la web, sin privilegiar género, edad o nacionalidad de los informantes.

En el modelo de análisis utilizado en esta investigación intervienen varias disciplinas: a) a través del psicoanálisis hemos explorado el papel de la palabra en la constitución del sujeto y los niveles de la psique en que tienen lugar la percepción y la representación; b) la semiótica nos ha permitido explorar no sólo las palabras sino también las imágenes como signos del lenguaje sintético de la web y, el doble proceso de representación que se efectúa frente a la interfaz en la interpretación de dichos signos; c) la semiología nos permite avanzar un poco más, de los signos pasamos a su producción de sentido dentro del discurso y, en este caso, de los discursos de la web en los *homepages*, chats y comunidades virtuales, y; los estudios culturales –desde la postura de Stuart Hall- nos han permitido ubicar los discursos de la web dentro de la cultura del simulacro y del mundo fuera de la red. He considerado que este modelo era el más óptimo para realizar una aproximación investigativa de la representación simbólica en la web, porque explora los procesos de representación tanto a nivel de los *sistemas representación mental* o mapas conceptuales de los navegantes de la web, como a nivel del lenguaje que estos navegantes comparten.

Esta investigación puede ser relevante en el estudio de las TIC porque al comprender mejor cómo funciona la representación de los lenguajes sintéticos, los procesos de apropiación y uso de las nuevas tecnologías pueden ser abordados lejos de la idealización o la crítica radical. La inclusión de cada vez más personas a los mundos virtuales y su permanencia fascinada en la interfaz está moldeando la *mirada* de los cibernautas, ocasionando que los límites entre realidad y ficción empiecen a

disolverse, a través de la idealización de lo virtual se está intercambiando lo real por lo ficcional. Y son estas producciones ficcionales, tanto de los individuos como de las sociedades, los nuevos regímenes de producción de los discursos sociales de la web y de las lógicas de construcción de la realidad. La representación simbólica dentro del proceso de significación en la web es crucial no sólo a nivel de producción de discursos sino también a nivel de interpretación de los mismos, porque tiene como función apuntalar la traducción entre el signo, su significado y la cultura, sin dejar fuera las diferencias culturales o las diferencias de poder entre quienes participan del mismo circuito cultural.

Las posibles críticas a este modelo parten desde las tendencias apocalípticas y desde el mismo psicoanálisis.

La primera: la pérdida de mediación por argumentación en la representación de la interfaz, puesto que la activación de la racionalidad exige tiempo y en el vértigo de la web sólo nos quedamos atrapados en la seducción que sólo requiere la activación de la emotividad. Se pierde de este modo el tiempo de la historia para dar paso “al tiempo intensivo de una instantaneidad sin historia”⁶, la velocidad se convierte en una alucinación que destruye la cronología en esa experiencia.

La segunda: el consumo de imágenes puede llevar a una mirada fascinada de la imagen que no tenga acceso al significado de modo que el significante sustituya o devenga en significado, de manera que el consumidor de imágenes está

⁶ Paul Virilio *El último vehículo. Videoculturas de fin de siglo*. Editorial Cátedra. Madrid. 2003 pg 45

irremediablemente condenado a quedarse en la concreción del significante,⁷ perdiéndose el espacio entre el objeto y el sujeto.

La tercera: el fenómeno de los *fast thinkers* que pone en controversia las relaciones entre velocidad y pensamiento. Bourdieu se pregunta si se puede pensar atenazado por la velocidad⁸. Pues desde Platón se ha sostenido que no es posible pensar presionados por la urgencia y que se debe desbaratar las *ideas preconcebidas* para demostrar las propias. Los *fast thinkers* en cambio se encargan de desarrollar *ideas preconcebidas* que son la antítesis del pensamiento.

La cuarta: la *realidad virtual* que consiste en imaginar la realidad y reproducir su experiencia en un medio artificial, como idea, es en sí misma miserable, porque dicha experiencia no conlleva efectos ni consecuencias en el sujeto; sólo la realidad de lo virtual es real, posee efectos y consecuencias en el sujeto.⁹

METODOLOGÍA

El modelo utilizado en este trabajo de investigación se basa en tres campos o zonas, para lo cual se ha dividido las *interficies* de la web en *homepages*, chat y comunidad virtual. Este modelo tiene valor explicativo en la medida en que puntualiza los principios de su construcción:¹⁰ las categorías de análisis, las disciplinas desde las cuales estas categorías serán estudiadas, los métodos y las técnicas de investigación escogidas.

⁷ Ideas de los apocalípticos radicales, citados por Joan Ferrés en *Educación en una cultura del espectáculo*. Editorial Paidós. 2000 Barcelona pg 80

⁸ Pierre Bourdieu *Sobre la televisión*. Editorial Anagrama. 1997 Barcelona pg 39

⁹ Slavoj Žižek *The unbearable lightness of the virtual*. www.ifdesign.de/inhalt-icsid2_programm_e.html

¹⁰ Pierre Bourdieu *El oficio de sociólogo*. 1975 Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires. pg 69

Se planteó la web como una situación social particular, y cada situación comunicacional como campos o zonas dentro de las cuales se establecen condensaciones de sentido. Cada campo contiene a su vez potenciales narrativas, situaciones de consenso y de conflicto, que al asumir la forma de acciones se inscriben en instancias de emisión y recepción. Pero que a su vez al convertirse en construcciones subjetivas intervienen en la construcción de la identidad. La construcción del objeto de investigación no pudo ser terminada de antemano, todo lo contrario, los avances del trabajo de campo llevaron a replantear qué disciplinas utilizar en determinados momentos sincrónicos.

Por lo tanto, se trata de una investigación transdisciplinar, un trabajo abordado desde la semiótica, la semiología de la web, el psicoanálisis y los estudios culturales, en la cual se utilizó el siguiente diseño metodológico:

Métodos.-

- Método bibliográfico sintético, en lo referente al desarrollo de la parte conceptual y teórica de la tesis.

En este método se utilizaron fuentes primarias:

- Libros de los autores citados
- Documentos de los autores citados encontrados en páginas web de fuente fidedigna.
- Notas de clase de los autores referidos.

Fuentes secundarias:

- Libros que citan a los autores referidos en el pie de página.
- Sitios web que citan a los autores tomados en cuenta en este trabajo.

- Método analítico- descriptivo, utilizado en todas las fases del proceso para lograr el análisis, interpretación y discusión de la información obtenida.

Técnicas..-

- Observación directa:

De las salas de chat con el objetivo de recolectar datos de primera mano.

De las página web www.tele-centros.org, www.interactive.net.ec, www.presidencia.gov.ec

- Entrevistas con preguntas abiertas y cerradas:

- Realizadas a través de mensajes privados dirigidos a un total de 90 usuarios de salas de chat -yahoo, latinchat, colombia.com, the_manor_chat, terra.es/chat/, elchat.com-, que desearon participar voluntariamente en la investigación; con el objeto de obtener los datos referentes a las variables que se están manejando.

El 30% de los informantes accedió a tener más de una entrevista, a través de las cuales se pudo profundizar temas como lo virtual, lo real, el lenguaje sintético y las relaciones personales en el chat; estas entrevistas partieron de preguntas abiertas. El 70% restante se limitó a colaborar con respuestas a la guía de preguntas cerradas. Obteniendo un total de 181 chats entre el mes de noviembre y diciembre del 2002.

- Entrevistas en profundidad a través de preguntas abiertas:

Se realizaron dos rondas de entrevistas independientes a web master 1, web master 2 y editor general del sitio web www.interactive.net.ec; seguida por una entrevista conjunta a los tres encargados de esta página web.

Se llevó a cabo dos rondas de entrevistas a los ejecutores del proyecto de la página web de la presidencia ecuatoriana –Yague-.

Una ronda de entrevistas conjunta a web master 1 y editor general del sitio web www.presidencia.gov.ec. No fue posible realizar más entrevistas programadas con el personal del sitio, debido a su reticencia a colaborar con esta investigación.

- Encuesta con preguntas cerradas:
 - Realizado personalmente a 35 miembros de la comunidad virtual Chasquinet.
 - Colocado en la lista del sitio web www.tele-centros.org.
 - Enviadas a 48 participantes de los siguientes grupos:
 - msn: simbolosinternet, manorchat.
 - yahoo: teaching & research, thinkwaveUsers, coursefor 04.

- Prueba informal o test de “guerrilla” (adaptación):

El test de “guerrilla” consiste en una prueba heurística de usabilidad –cómo se utiliza el sitio web- que se basa en la observación y análisis de los pasos que dan los informantes en un sitio web. Para llevar a cabo la adaptación se han tomado en cuenta ciertos lineamientos del test que podían ser útiles para los objetivos de esta investigación.

Similitudes	Adaptaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Prueba informal. No se realiza en laboratorio. • Técnicas de registro de las acciones del usuario sobre el interfaz (bloc de notas, grabadora, impresión de la página web para recorrer la travesía del hipertexto). • Se realiza la prueba con cada participante por separado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene lugar en cybercafés de distintas zonas de la ciudad de Quito. • Se escogen los informantes al azar. • Los informantes no se conocen entre sí. • Circunstancias artificiales. Los participantes ingresan al sitio web a pedido del investigador, no son usuarios habituales del sitio. • No tienen perfiles ni características acordes con la audiencia potencial del sitio web. • Sólo en la primera parte de la prueba.

<ul style="list-style-type: none"> • La misión del evaluador es la de observador silencioso. • Guión: identificar de qué trata el sitio web. Su función no es orientativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • El guión contiene las siguientes pautas: <ul style="list-style-type: none"> - Duración de la prueba. - La prueba consiste en dos partes: navegación libre y preguntas referentes a los sitios escogidos una vez terminada la travesía hipertextual.
--	--

Los objetivos de esta prueba son determinar:

- Descubrir si los *homepage* escogidos son ‘no lugares’ -o lugares de tránsito-.
- Señalar la correspondencia entre los registros lingüísticos y gráficos del sitio con los del usuario –prima el interés del usuario por la palabra escrita o por la imagen-.
- Comprobar si el lenguaje sintético se ha vuelto natural para el usuario o es todavía extraño e incomprensible a él.
- Reconocer los tiempos del hipertexto.
- Determinar los niveles de *zapping* en la web.
- Registrar el tipo de mediación: emotiva o por argumentación.
- Comprobar si los discursos que manejan los sitios web son captados por los usuarios. Si es así, qué reacción les provoca.

El test fue llevado a cabo en distintos cybercafés de la ciudad de Quito. Los locales se escogieron con el siguiente criterio: lugares de alto tráfico, que fueran utilizados por personas de distintas edades; de diversa situación socioeconómica, para obtener un mayor abanico de puntos de vista; que no se ubicaran en zonas turísticas, puesto que nuestro objetivo son los informantes ecuatorianos y no los extranjeros.

La aproximación a los usuarios se realizó del siguiente modo: se visitaron 5 cybercafés ubicados en diferentes áreas de Quito –sur, centro, norte, Cumbayá y Tumbaco- en dos horarios diferentes –mañana, tarde-; se observó las personas que estaban menos ocupadas y se les solicitó participar en una investigación sobre la web, indicándoles que se les pagaría el uso de esa hora del computador y se les invitaría un

café una vez concluida la prueba - de las 40 personas que aceptaron ser parte de la investigación, aceptaron el café 24-.

Instrumentos.-

- Formato de registro de la observación.
- Cuestionario de encuesta programada para lograr unificar el manejo de variables e indicadores: guía de preguntas para informantes de chat y guía de preguntas para informantes de comunidad virtual.
- Cuestionario de entrevistas: guía de preguntas abiertas para *web masters*, guía de preguntas abiertas para editores de sitios web y guía de preguntas abiertas para encargados del proyecto del sitio web.

Diseño estadístico.-

- Gráficos de tabulación de frecuencias y porcentajes.
- Representación gráfica de datos: barras y pasteles.
- Análisis e interpretación de gráficos usando normas de investigación cualitativa para la discusión.

Problemas y experiencias de la investigación de campo en los tres niveles de la investigación.-

- Homepage de dos sitios web.

Las citas para las entrevistas se acordaron por teléfono. Los *web masters* de los dos *homepage* no contestaron los *e-mails* en los que se les solicitaba una cita para la entrevista. El equipo de www.interactive.net.ec colaboró repetidamente en varias rondas de entrevistas y en la entrega de información técnica que le fue

requerida. Sin embargo, el equipo de www.presidencia.gov.ec fue más reticente; primero porque debía obtener una autorización para colaborar con esta investigación y, segundo porque no entregaron ningún tipo de información técnica referente al *homepage*. Esta información debió obtenerse a través de la compañía que estuvo encargada del proyecto inicial del *homepage* del vortal y que ahora está desarrollando la segunda fase del mismo.

- Chat.

Los horarios de conexión: de seis a diez de la mañana contacté con informantes de la India, ellos constituyeron el 20% de la muestra; de once a doce de la mañana los informantes que aceptaron fueron de Chile, Uruguay, Argentina y Colombia, constituyeron el 25.6% de la muestra y; el 55.4% restante fueron ecuatorianos que contacté en distintas salas de chat por la tarde y noche [Anexo # 32].

El abordaje a los navegantes fue en especial difícil. Trabajar entrevistas sobre Internet en el chat no es un tema que atraiga a los usuarios. Por tanto, se aplicaron varias estrategias: a) Contactar al azar a un usuario de una sala de chat, conversar con él/ella y pedirle que acceda a una entrevista; no se obtuvo buenos resultados en cuanto a información referente a la guía de preguntas, pero fue muy enriquecedor para conocer cuáles son los discursos que se tratan en línea espontáneamente por parte de los *chateadores* (constituyeron el 36.6% de la muestra). b) Abordar al usuario directamente pidiéndole participar en la investigación; este requerimiento lo aceptó una de cada diez personas contactadas, y fue este grupo (63.4%) de informantes el que estuvo dispuesto a continuar otras sesiones de chat sobre el tema. Del 63.4% aceptó: cuatro entrevistas posteriores el 15.7%, 3 entrevistas el 19.2%, 2 entrevistas 26.3%, 1 entrevista el 8.7% y, 0 entrevistas el 29.8%. En total se llevaron a cabo 194 sesiones de chat con

entrevistas. De las cuales 56 fueron entrevistas cerradas y 138 entrevistas abiertas [Anexos # 33].

- Comunidad virtual.

Las encuestas realizadas a los miembros de la comunidad virtual fueron en un 80% presenciales. A pesar de ser una comunidad mediatizada, la comunicación vía web fue muy difícil de lograr.

PRIMERA PARTE

Capítulo I: MARCO TEÓRICO.

1.1 La representación.

En la historia de la humanidad, según Heidegger, no se puede identificar el momento en que “el hombre se convirtió en el representante del ente, en el sentido de objeto”,¹¹ el instante en que se separa de la cosa y la representa, la hace imagen, la nombra; es decir, cuando empieza la representación. Sin embargo, los griegos ya se planteaban la representación como un problema, los escépticos se cuestionaban la existencia de las cosas y confesaban que no podían resolver lo que son las cosas en sí mismas.

Platón ve en el espejo el espacio vacío, sobre el cual ‘el hombre pasea las cosas’ sin producir algo real, sino su doble.¹² Pero Platón nos sabía encadenados a la representación y lo que él plantea como problema de la esencia de la cosa, da paso al problema de la nominación. El *eídos*, ese igual a sí mismo, es para Platón inteligible, real; no lo produce el espíritu, no lo duplican los sentidos, no tiene sustituto. Su imagen es el *eídolon* (*eídola legómena* la palabra y *eikón* la imagen como copia del modelo) y su simulacro el *phántasma*.

Platón sostiene que la esencia del saber preexiste al lenguaje, “el saber debe pedir palabras a las cosas mismas”, por tanto, la palabra es considerada un signo engañoso que traduce y traiciona la naturaleza de la cosa. Tal es su desconfianza del discurso, de la palabra y por sobre todo, de la escritura que llega a señalar: “Ningún hombre sensato correrá el riesgo de confiarle sus pensamientos, sobre todo bajo la

¹¹ M. Heidegger, *La época de las “concepciones del mundo”*, en *Chemins qui ne mènent nulle part* Gallimard. 1962 pgs 82-83; traducción modificada.

¹² C. Enaudeau *La paradoja de la representación* 1998 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 17.

forma coagulada de los caracteres escritos”.¹³ En todo caso, es más flexible con respecto a la palabra oral, puesto que ésta es capaz de escoger su destinatario, mientras que la palabra escrita ignora a quien habla. Sin embargo, en Homero el *eídolon*, el doble, no es considerado una imagen, una copia de la cosa, sino una realidad que es ‘externa’ al hombre, en la cual se incluye la categoría del sueño.

Es en cambio en el siglo XVII, que la teoría del signo sostiene que la representación contiene tanto a la imagen como al discurso. El *eídolon*, a pesar de continuar siendo una imagen externa deja entrar al sujeto, lleva al hombre a la escena que éste representa. Pues la cosa en sí sólo tiene existencia gracias a la inteligencia que la piensa. Sartre lo dirá del siguiente modo: “la conciencia se fascina a sí misma, se deja cautivar por las imágenes que ha suscitado; espontaneidad hechizada, sin recursos contra el encanto de un mundo que se cierra sobre quien lo ha proyectado”.¹⁴ El *eídolon* empieza a ser suplantado por una serie de suplentes: el nombre (*ónoma*), la definición (*logos*), la imagen (*eídolon*) y la ciencia (*episteme*); todos ellos incompletos, todos ellos dobles de la cosa misma. Entra al código de la perspectiva que delimita lo imaginario representado, “la representación es precisamente eso: cuando nada sale, cuando nada salta fuera del marco, del cuadro, del libro, de la pantalla”.¹⁵ La copia continua siendo el único acceso al modelo, aunque el defecto de la misma sea ser menos que el modelo, y su exceso sea que su apariencia nos lleve al gozo y al engaño.

La representación del *pictograma* es la representación originaria, autorreferencial. En ella, la psique del sujeto sólo recibe información sobre sí misma,

¹³ Platón, *Carta VII*.

¹⁴ J. P. Sartre *Lo imaginario* 1940 Editorial Losada. Buenos Aires. pg 36

¹⁵ Roland Barthes *Le plaisir du texte* 1978 Éditions du seuil (Ed. cast. : *El placer del texto* Editorial Siglo XXI. México. pg 92)

no desarrolla el deseo del Otro, e ignora la exterioridad del objeto. O, como lo describe Merleau-Ponty: “génesis secreta y afiebrada de las cosas en nuestros cuerpos”.¹⁶

En la representación del *phántasma* en cambio, el sujeto se divide, el adentro y el afuera se configuran en dos sujetos corporales y psíquicos (el niño y la madre), pero también un tercero: la ausencia (ausencia de la madre o la presencia del padre). El *phántasma* se convierte en la imagen de la cosa, en objeto. El triángulo visual de la representación que Barthes señala como psíquico, como edípico, que tiene en el ángulo superior al niño y en los ángulos inferiores a la madre y al padre.¹⁷

Esta imagen exige dar un paso más, paso en el que la imagen de la cosa se convierte en la imagen de la palabra, en una exigencia de significación: el problema de la nominación de la que nos hablaba Platón; donde el sentido preexiste a las palabras y, sin embargo, sin ellas no lograríamos darle sentido a nada. A pesar de su ficción, las palabras deben ser aceptadas por verdaderas, ésta es su paradoja.

“Una *red* inexplicable se ha ido tejiendo de este modo, poco a poco. Venimos a un mundo ya *enredados* en ellas [...] nos movemos en medio de generalidades y símbolos [...] en una zona intermedia entre las cosas y nosotros, exteriormente a las cosas, exteriormente también a nosotros”.¹⁸

El lenguaje es una instancia de represión, que se anticipa a lo que se deberá reprimir, el habla significa asumir la transmisión de la prohibición. Pero es por medio de las palabras que buscamos la ‘cosa sin nombre’, el ‘objeto perdido’ del que las palabras

¹⁶ M. Merleau-Ponty *El ojo del espíritu* Gallimard 1964 (Ed. cast.: Editorial Paidós. Barcelona. pg 30)

¹⁷ R. Barthes *Le plaisir du texte* 1978 Éditions du seuil (Ed. cast.: *El placer del texto* Editorial Siglo XXI. México. pg 90)

¹⁸ Henri Bergson *La risa* 1940 (Ed. cast. 1973 Madrid. Espasa Calpe pg 118)

llevan el rastro.¹⁹ A sabiendas de que son sólo signos, a veces falsos y ambiguos, poco fieles al objeto que representan, “es imposible saber nada sin haberlo falseado desde el principio”.²⁰

La transparencia del lenguaje ha sido cuestionada desde el inicio, pero gracias al trabajo filológico del siglo XIX el ser de lo representado cae fuera de la representación.²¹ El lenguaje mismo se convierte en objeto, con sus propias leyes y conceptos.

Es Nietzsche quien sostiene que la representación es por sí sola un objeto, las representaciones empiezan a representarse a sí mismas. Al considerarlas construcciones artificiales que el espíritu fija *a priori*, para simplificar y asimilar lo real. Puesto que no existen ‘estados de hecho en sí’ y es necesario iluminar con un sentido previo el hecho, para que pueda existir un estado de hecho, concluye: “De modo que no hay hechos, sino sólo interpretaciones”²².

A diferencia del paradigma de la metáfora de Nietzsche, Freud sostiene que ‘las cosas ceden el paso a sus representaciones’, a sus medios de representación, que no son sino aquellos paradigmas que las palabras vehiculizan de incógnito.²³ Para Freud, la palabra tiene cuatro representaciones: la palabra recibida, la palabra emitida, la palabra oral y la palabra escrita. Ya que las representaciones de la palabra, por un lado provienen de la percepción sensorial, se enfrentan a un problema: ‘el pensamiento en imágenes’; más cercano a los procesos inconscientes. La imagen mnémica (término

¹⁹ J. B. Pontalis *La melancolía del lenguaje* pg 2.

http://www.educ.ar/educar/servlet/Downloads/S_BD_ZONAEROGENA/ZE3802.PDF

²⁰ Citado por Ennaudeau *La paradoja de la representación* 1998 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 195

²¹ Foucault *Las palabras y las cosas* 1996 Editorial Siglo XXI. México. pg 358

²² F. Nietzsche *La Gaya Ciencia* 1998. Editorial Alba. Barcelona. pg 86

²³ S. Freud *Totem y tabú* 1993 Gallimard (ed. Cast.: 1976 Ed. Amorrortu, Vol. XIII pg 203.)

creado por Wernicke para los “residuos de las estimulaciones pasadas”²⁴) no piensa nada de la cosa, sólo la ilustra, no establece su acción (no establece ninguna relación con las otras cosas) -por ello se le pide al niño explicar sus dibujos, establecer las relaciones entre las imágenes-. La actividad consciente, por otro lado, es la única capaz de conectar las imágenes mnémicas ópticas a través de la palabra, de alcanzar un verdadero pensamiento.²⁵ Sin embargo, Freud plantea que el pensamiento es en su origen inconsciente, porque existen relaciones sin ninguna cualidad sensible, que son más inaccesibles que las imágenes mnémicas, las que le dan origen.

Si para Freud la percepción (vinculada al *afuera*) no logra el estatus de representación (vinculada al *adentro*), ni tampoco el pensamiento inconsciente, la representación es sólo posible gracias a las imágenes inconscientes y a la palabra. Puesto que, por más abstracto que sea el concepto, tiene siempre una figurabilidad, que es el centro de su campo semántico.

Es así que para Freud, el sujeto no debe construir a través de las representaciones un mundo real, como propone Descartes,²⁶ debido a que “el yo-realidad” le permite al sujeto un acceso a la realidad, gracias al recuerdo hereditario de las impresiones del afuera. Según Ennaudeau, el error de Freud fue confundir el paradigma con el objeto, lo representado con el medio de representación.²⁷

²⁴ Citado por Freud en *Contribución a la concepción de las afasias* 1973 Editorial Nueva Visión. Buenos Aires. Pg 53

²⁵ C. Ennaudeau *La paradoja de la representación* 1998 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 147

²⁶ “Sólo gracias a la mediación de las ideas dentro del sujeto es posible conocer lo que está fuera de él”. *Carta de Descartes a Gibieuf* (19 de enero de 1642).

²⁷ C. Ennaudeau *La paradoja de la representación* 1998 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 225

Seguendo las huellas de Wittgenstein, “el inconsciente no es una realidad ni la esencia de la realidad (lo psíquico sí), sino un paradigma”.²⁸ Si se piensa que lo real no nos está dado, que la representación no tiene modelo sino que se re-crea bajo cada mirada, entonces la representación es una ‘creación’.

Quéau sintetiza: “Toda representación es una presencia debilitada, que *carece* de presencia, pero que subsiste porque se repite, se sustituye a sí misma. A pesar de su nombre, la representación no es una *re*-representación sino una *re*-introducción del sentido, un retorno del sentido. La representación es sólo una prestación, una *pre*-estación, una estación *delante* del sentido, *antes* que él. No es una presencia de nuevo, sino un simple *mismo*, un recuerdo a menudo insípido de lo que fue. Sin embargo la representación puede devolvernos el gusto por la *presentación*, el sentido de la presencia. El *presente* es, como su nombre indica, “un don que hay que esforzarse por merecer siempre”.²⁹

El interés de este trabajo es intentar descubrir ¿En qué consiste la representación dentro de la web, cómo ésta funciona dentro del mundo del simulacro? ¿Se puede considerar la representación como un objeto en sí misma, como una construcción artificial que intenta asimilar ‘lo real’ dentro de la interfaz? Porque si la pantalla se ha convertido en el espejo, en el ‘no lugar’, que da a la representación una realidad que no posee, donde la presencia y la ausencia se intercambian, entonces ¿cómo se representa aquí lo que sucede allá?

²⁸ Wittgenstein *Tractatus logico-philosophicus* citado por Ennaudeau *La paradoja de la representación* 1998 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 227

²⁹ P. Quéau *Lo virtual. Virtudes y vértigos* 1995 Editorial Paidós. Barcelona. pg 105

1.2 La mirada.

En vano llega tu imagen a mi encuentro
Y no me entra donde estoy quien sólo la muestro
Tú volviéndote hacia mí solo encuentras
En la pared de mi mirada tu sombra soñada.

Soy ese desdichado comparable a los espejos
Que pueden reflejar pero no pueden ver
Como ellos mi ojo está vacío y como ellos
habitado
Por la ausencia tuya que lo deja cegado.
Aragon³⁰

La mirada del hombre sobre las cosas, sobre los otros, sobre sí mismo, parece haberse vuelto un simulacro, una ficción del sujeto. Desde el argumento lacaniano de que lo imaginario es una ilusión, un desconocimiento narcisista que deriva de la inevitabilidad del otro como “espejo”, una red de espejos que se multiplica sin fin. Lacan sostiene que lo imaginario es ese estadio que pertenece a la organización psíquica formada en y a través de la experiencia edípica; basándose en la idea hegeliana de que el propio ser sólo se puede aprehender por su reflejo en el otro y por el reconocimiento del otro, construye lo imaginario como aquello que se constituye a través de una superficie reflejante, como vehículo de alteridad. Y en la formación misma de lo imaginario, el sujeto deviene en otro que él mismo.

Esta concepción, que lo imaginario se constituye el momento en que el sujeto se *refleja* como un objeto, es criticada por Castoriadis: “Lo imaginario no nace de la imagen especular ni de la mirada del otro. Más bien, el “espejo” mismo y su posibilidad, y el otro como espejo, son la obra de lo imaginario, que es creación *ex nihilo*. Los que hablan de lo ‘imaginario’, y por tal entienden lo ‘especular’, el reflejo de lo ‘ficticio’, no hacen sino repetir, por lo general sin saberlo, la afirmación

³⁰ Citado por Jacques Lacan en el *Seminario 11*, (“*Contracanto*” *Le Fou d’Elsa*, Aragon) 1999 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 25

que desde siempre los encadenó al sótano de la famosa caverna: es necesario que este mundo sea una imagen *de* algo [...] El argumento según el cual el yo se constituye por desconocimiento de su imagen reflejada no hace sino descuidar que en cambio la psique *inviste* el ‘espejo’ con deseo”³¹. El problema lacaniano de lo imaginario se encuentra con un obstáculo: para que el sujeto pueda reconocer su imagen reflejada en el espejo, es necesario que sea capaz de representar e identificar. Lacan no explica cuáles son los procesos psíquicos que logran crear y formar imágenes especulares, esto es, no reconoce lo que Freud llamó la “realidad psíquica”. En la teoría lacaniana, el sujeto no es quien traduce las imágenes en representaciones, sino que las imágenes se le aparecen por detrás y más allá de él; así la imagen especular modula lo imaginario; abandonando de este modo la capacidad originaria de la psique, de producir representaciones e identificaciones.

Para Lacan, la mirada se presenta como “una extraña contingencia simbólica de aquello que encontramos en el horizonte y como tope de nuestra experiencia [...] En nuestra relación con las cosas, tal como la constituye la vía de la visión y la ordena en las figuras de representación, algo se desliza, pasa, se transmite, de peldaño en peldaño, para siempre, en algún grado eludido –eso se llama mirada-”³².

Por una parte, la mirada no puede evadirse de la visión, de la percepción; pero por otra parte, tampoco puede hacerlo de la propia representación, en especial desde que el sujeto cartesiano se concibe a sí mismo como pensamiento, dentro de la cual se instala para siempre la ausencia.

³¹ C. Castoriadis *La institución imaginaria de la sociedad* 2002 Tusquets Editores. Barcelona. pg 3

³² J. Lacan *Seminario 11 Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis* 1999 Editorial Paidós. Buenos Aires pg 81

No sólo la mirada contemplativa, o la mirada *vouyerista*, sino también la mirada de los otros que nos miran sin sabernos mirados. Merleau-Ponty lo traduce como: “somos seres mirados en el espectáculo del mundo”.³³

Ante la pregunta de Berkeley ¿Cómo negar que del mundo nada me aparece sino en mis representaciones? Lacan contesta a este postulado idealista, que su problema es considerar la propiedad de las representaciones, ese *me pertenecen*. Puesto que aquello que ve el sujeto, también le responde con una mirada especular, actuando como señuelo, la mirada tiene un doble efecto: “nunca me miras desde donde yo te veo”, “lo que miro nunca es lo que quiero ver”³⁴.

1.3 El inconsciente

Tratamos el inconsciente en este trabajo porque es de nuestro interés entablar las relaciones que se producen entre los procesos primarios y los procesos secundarios de la psique organizados gracias a la función de la representación. Y queremos conocer de qué manera la pantalla actúa como un nuevo espacio de representación.

Antes de que Freud descubriera los procesos psíquicos del inconsciente, filósofos como Fichte, Schopenhauer y Nietzsche, ya trataban el inconsciente como una “voluntad natural”. Y antes que él, la filosofía ya se ocupaba del sujeto cartesiano y no del alma –mortal o inmortal-, de la sombra o del espectro. Según el mismo Freud, fueron los poetas románticos los que primero hablaron de un deseo inconsciente.

³³ *Ibíd.* pg 82

³⁴ *Ibíd.* pg 109

Para Freud, el inconsciente está constituido esencialmente, no por lo que la conciencia puede evocar, explicitar, detectar, sacar de lo subliminal, sino por aquello que por esencia le es negado a la conciencia: pensamientos.³⁵ El inconsciente no hace otra cosa que desear, no sabe de contradicción, ni de tiempo, ni de conclusividad. El inconsciente no puede estudiarse de forma directa, de hecho Freud lo investiga a través de sus efectos, de aquellas distorsiones que ejerce sobre la conciencia. El inconsciente freudiano primario es un mecanismo psíquico a través del cual los sujetos entablan una relación imaginaria, tanto consigo mismos como con los otros. Los procesos primarios, para Freud, son aquellos dentro de los cuales la energía de la psique fluye libremente de una representación a otra; los pensamientos inconscientes están segregados de la conciencia –la represión consiste justamente en esto: mantener algo a distancia, apartarlo de lo consciente-. Mientras que en los procesos secundarios, que rigen la psique consciente, la energía psíquica está ligada al pensar cognitivo, y el principio del placer es sustituido por el principio de realidad.

Es así como el sujeto cartesiano, el sujeto de la certeza, “cuando duda, está seguro por eso de que en ese lugar hay un pensamiento, que es inconsciente, lo cual quiere decir que se revela como ausente. El sujeto del inconsciente se manifiesta, piensa, antes de entrar en la certeza”.³⁶ Y es esta represión de los deseos libidinales la que es constitutiva de la formación del sujeto humano, pero el proceso de represión no estriba en eliminar o aniquilar la representación de la pulsión, sino en impedirle que se vuelva consciente. El inconsciente, entonces, se presenta como una condición de subjetividad a partir de la cual la conciencia emerge, organizada gracias a la función de la representación. En otras palabras, los impulsos libidinales sólo pueden

³⁵ J. Lacan *Seminario 11 Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis* 1999 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 52

³⁶ *Ibíd.* pg 44

representarse en el inconsciente, el inconsciente es la capacidad de reproducir representación. Y la 'idea', pensamiento consciente, es el producto de este trabajo representativo porque los sujetos no reciben pasivamente las formas simbólicas y culturales, lo hacen a través de un proceso de reinterpretación en el que transforman esas significaciones en representaciones.

Para Freud, el estado entre la percepción y la conciencia –el lugar del Otro, donde se constituye el sujeto- es la sincronía significante. Es decir, un momento espontáneo en donde para que algo pase en la conciencia primero deba borrarse de la percepción y, para que algo pase en la percepción, debe borrarse de la conciencia. Los significantes, gracias a este proceso se han constituido en la simultaneidad a través de una estructura bien definida, gracias a la diacronía constituyente. Es a través de este proceso que Freud funda el sujeto del significante; por lo tanto, no importa cuan engañosos sean los sueños, los signos coinciden dentro de la estructura misma de la red.³⁷

El inconsciente para Lacan es “algo que pertenece al orden de lo *no realizado* que nada tiene de real o de irreal”.³⁸ A diferencia de Freud, Lacan sostiene que no existe un inconsciente –arcaico o instintual- anterior al lenguaje. Las relaciones humanas están constituidas y estructuradas por los significantes que la naturaleza les ha proporcionado y es en el ingreso al lenguaje donde el sujeto ha de reconocerse como tal.

De esta forma, la inauguración del inconsciente por el lenguaje rompe con el imaginario narcisista, cerrado en sí mismo, y lo lleva al orden simbólico; el lenguaje es entendido como un sistema organizado, una estructura que integra a la psique a un

³⁷ Ibíd. pg 54

³⁸ Ibíd pg 30

orden lingüístico; punto en el cual “el deseo empieza a cobrar forma en el margen donde la demanda apenas se separa de la necesidad”.³⁹ El inconsciente se instaura así como una ruptura, como un corte que se inscribe en la falta.

Lacan se apoya en la lingüística para explicar su teoría del inconsciente. Para Saussure, la lengua es un sistema de signos donde el signo une una imagen conceptual (el significado) y una imagen sonora (el significante), de este modo el sentido circula en la estructura de la misma. Saussure sostiene que el signo, por naturaleza, tiene un carácter arbitrario al ligar los objetos con las palabras; las palabras como tales, “no significan” a sus objetos. Por lo tanto, su empresa jamás intentó entrar en la esfera del significado, porque el sentido, según Saussure, se establece por convención y no por un nexo intrínseco entre las palabras y los objetos.⁴⁰

Pero Lacan conviene que el significante tiene primacía sobre el significado dentro de la creación de sentido y que el deseo inconsciente no es sino el deslizamiento infinito del sujeto, de significante en significante. “Los símbolos de hecho envuelven la vida del hombre en una red tan total que unen, antes que venga al mundo, a quienes lo engendrarán “por la carne”; tan total que aportarán a su nacimiento [...] la figura de su destino”.⁴¹ El inconsciente es analizado por Lacan, como un movimiento interminable de significantes, cada uno de los cuales arrastra una cadena entera o un código de significantes.

Lacan sostiene que el inconsciente, como significante, mantiene una relación arbitraria con el sujeto humano como significado, y por la inestabilidad semántica de la relación, del deslizamiento de cada significante debajo de cada significado, el

³⁹ J. Lacan *La subversión del sujeto y la dialéctica del deseo en el inconsciente freudiano*, *Escritos Tomo II* 1960 Editorial Siglo XXI. México. pg 86

⁴⁰ F. Saussure *Curso de lingüística general* 1945 Editorial Losada. Buenos Aires. pg 93

⁴¹ J. Lacan *Escritos I* 1960 Editorial Siglo XXI. México pg 66

sujeto humano aparece sometido a la supremacía del lenguaje. El inconsciente presenta la suma de los efectos de la palabra sobre un sujeto, ahí donde el sujeto se construye a partir de los efectos del significante. Jane Gallop indica que la castración para Lacan, no sólo es sexual sino también lingüística, porque tiene lugar cuando el sujeto se ve despojado de una comprensión plena del lenguaje y, al mismo tiempo, sólo puede significarse a sí mismo gracias a un sistema simbólico que no domina, sino que lo domina.⁴²

El precio que se paga por tener acceso al lenguaje y a la simbolización es un radical descentramiento del sujeto, lo arranca de lo imaginario y lo constituye en sujeto. Ya que el inconsciente está afuera –el espacio exterior que ya no puede ser alcanzado- el sujeto se ve devuelto al estadio de la “falta”.

Lacan completa su teoría del inconsciente a través de la fusión de dos tesis distintas: los procesos fundamentales de la operación del inconsciente de Freud y los polos de organización del lenguaje de cada cadena significativa de Jakobson. Relaciona la metáfora con la condensación y la metonimia con el desplazamiento, especifica sus funciones respectivas como significantes: liga la metáfora al discurso del sujeto humano, y la metonimia, a su relación con el objeto. Lacan sostiene que los significados (sentidos estables) son fijados (puntos de capitonado) a procesos metonímicos (desplazamiento) y metafóricos (condensación). Puesto de otro modo, la barrera que separa al significante del significado por momentos logra restablecerse a través de puntos nodales (puntos de capitonado) donde se entretujan significantes y significados. Pero como el sujeto no deja de eclipsarse en el inconsciente, estos sentidos se pierden enseguida en la red inestable de significantes que es el

⁴² Jane Gallop *Reading Lacan* 1985 Cornell University Press. Ithaca pg 20

inconsciente. Así el orden simbólico se impone al sujeto, sin permitirle satisfacer sus deseos, alojándolo en el orden del otro.

1.4 Lo simbólico

La teoría lacaniana del sujeto considera tres centralidades que en este trabajo de investigación son muy importantes: lo imaginario, lo simbólico y lo real. Como ya hemos visto en párrafos anteriores, lo imaginario para Lacan existe antes de que nazca el inconsciente como un mundo de ilusiones distorsionadas que se constituyen a través del espejo. Lo simbólico permite al hombre romper con la imagen especular, el lenguaje inaugura el inconsciente y constituye al niño en sujeto; sin embargo este paso no es tan fácil porque el sujeto está marcado por lo imaginario -por sus ilusiones narcisistas que lo sobrepasan- y por los embates de los efectos del orden real que opone resistencias a los movimientos especulares y a los intentos de simbolización.

El lenguaje preexiste al niño, lo real siempre se vuelve a hallar en el mismo sitio, esté o no esté allí el hombre. Un principio del lenguaje es ser parte de lo real y todo lo que el niño pueda representar irrumpirá en el orden de lo simbólico, de la palabra, y lo que no entre en este espacio de construcción se dará bajo la forma de lo visto, de lo oído, de lo ya contado. El hombre sólo puede pensar con la ayuda de las palabras, la misma palabra encierra en sí misma una función creadora, a través de ella aparece la cosa misma. El significante produce significados, la cosa puede ya no estar ahí y sin embargo, ella ya tiene existencia propia al ser nombrada.

El hecho de que el hombre habite en el lenguaje deja huellas y existen cosas que se inscriben en el inconsciente para siempre, como “un agujero no reconocido”.⁴³ Del mismo modo que Lacan, Lévi-Strauss considera los niveles de lo real, lo simbólico y lo imaginario, para entender que la característica del ser humano es poder construir un segundo nivel de realidad: el mundo de las representaciones, tanto de sus relaciones con la naturaleza, como de sus relaciones sociales y también de evocar a este nivel el sentido de su existencia. Todo eso se construye y se expresa a través del símbolo.

Para Lacan, el orden simbólico “no se puede concebir constituido por el hombre, sino que lo constituye”,⁴⁴ en este sentido, su teoría coincide con el postulado estructuralista de Lévi-Strauss, que indica: no cómo los hombres piensan los mitos, sino cómo los mitos se piensan en la mente de los hombres sin que ellos lo sepan⁴⁵. De esta manera el estadio del Otro es introducido en su teoría: “El lenguaje está constituido de tal modo que nos funda en el Otro, al tiempo que radicalmente nos impide comprenderlo”.⁴⁶ Así, es el Otro quien crea esa distancia en donde tiene lugar la representación, en la que la ausencia y la presencia se intercambian, es otro quien me llama por mi nombre y es otro quien me reclama su nombre.⁴⁷

Es a través del lenguaje, de lo simbólico y de la ley, que el sujeto enfrenta al mundo exterior. Ya que su teoría le concede poca fuerza a lo imaginario, lo simbólico arremete al sujeto ordenando la psique en formas socializadas, así lo simbólico determinará, por tanto, las reacciones psíquicas del sujeto frente a las

⁴³ Claude Lévi-Strauss *Palabra dada* 1984 Ed. Espasa Calpe. Madrid pg . 43

⁴⁴ J. Lacan *La función y el campo de la lengua y el lenguaje en el psicoanálisis Escritos* 1960 Editorial Siglo XXI. México pg 68

⁴⁵ C. Lévi-Strauss *The Raw and the Cooked* 1979 London. Cape. pg 12.

⁴⁶ J. Lacan *La función y el campo de la lengua y el lenguaje en el psicoanálisis Escritos* 1960 Editorial Siglo XXI. México. pg 66

⁴⁷ C. Ennaudeau *La paradoja de la representación* 1998 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 80

instituciones sociales. Pero el orden simbólico para Lacan está relacionado a la ley simbólica: “Es en el Nombre-del-Padre donde tenemos que reconocer el soporte de la función simbólica, que desde los albores de la historia, ha identificado su persona con la figura de la ley”.⁴⁸

Pero a diferencia de la teoría crítica, que reconecta la psique a la sociedad y a la política, Lacan pasa por alto las fuerzas sociales y políticas. La crítica que Elliott realiza de esta posición, es que no abarca las fuerzas sociales y políticas que distinguen entre sí prácticas tan diversas como el lenguaje de las relaciones familiares modernas, el lenguaje de Auschwitz o el de la carrera nuclear armamentista, por ejemplo; su argumento se basa en que una teoría que ve en el inconsciente el resultado de la entrada en el lenguaje, sólo puede proporcionar una inteligencia limitada de los nexos entre realidad psíquica y social⁴⁹.

Más importante para nuestro propósito es definir el símbolo como otro nivel de la realidad. El símbolo aparece así como un lenguaje que transmite un sentido, conduce a la comprensión, lleva a una adhesión. Gracias a su mediación se construye otro mundo, entre lo real y el imaginario, portador de sentido, de emoción, de poética. Es lo que expresa Dominique Jameux en un lenguaje socio-lingüístico: "El enfoque sociológico tiene que desembocar sobre un código tridimensional: paradigmático, sintagmático y simbólico, bajo pena de llevar a la destrucción de toda poesía en el más alto sentido de la palabra".⁵⁰ Las funciones del símbolo son múltiples, en primer lugar, por el hecho de evocar más que definir, lo cual permite comprender cosas

⁴⁸ J. Lacan *Escritos* 1960 Siglo XXI. México pg 67

⁴⁹ A. Elliott *La teoría social y el psicoanálisis en transición* 1995 Amorrortu Editores. Buenos Aires pg 202 y 338

⁵⁰ Encyclopaedia Universalis , Corpus 21, 939.

profundas y complejas de manera simple. Pensamos, por ejemplo, en la riqueza del simbolismo del agua como expresión de la vida, de la limpieza, de la pureza. Siendo abierto, sin ser puramente gratuito, el símbolo no se encuentra en el orden cerrado de las certidumbres, traduce en lo sensible lo que no lo es.

Podemos también redescubrir el símbolo como instrumento de aprensión y de expresión de lo real y como representación de una realidad incierta, sin vincularla a un orden inmutable, sino poniendo boyas que avalan un itinerario desconocido. El símbolo es expresión de valores y fuerza performativa. El símbolo ayudará a no perder los objetivos, a pesar de las incertidumbres, a tener una visión coherente pero abierta y sin dogmatismo, a evocar la unidad sin negar la complejidad, a expresar las utopías sociales, a responder a las aspiraciones de la subjetividad.

1.5 Lo real y lo virtual

¿La categoría de lo virtual se opone como muchos piensan a lo real?

Para responder a esta pregunta, es necesario primero saber qué se entiende por real y por virtual. Quéau sostiene que la realidad es “precisamente aquello que se nos resiste”, que no depende de nosotros; una consistencia y una coherencia de las cuales los sujetos no podemos prescindir.⁵¹ Lo real es lo posible, aquello que se encuentra entre el *automaton* de Aristóteles (red significantes) y la *tyche* (el encuentro con lo real). Es aquello que siempre vuelve al mismo lugar.⁵² Lo real no tiene copia, existe

⁵¹ P. Quéau *Lo virtual. Virtudes y vértigos* 1995 Editorial Paidós. Barcelona. pg 43.

⁵² J. Lacan *Seminario 11 Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis* 1999 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 62

sólo al ser transportado por nosotros, fuera de nuestro alcance; tiene todos los aspectos de sus representaciones.

Pierre Lévy lo deja muy claro, lo virtual no se opone a lo real, se opone a lo actual.⁵³ Lo virtual es el “fuera de ahí”⁵⁴ de Serres, y el hombre ha abandonado el ahí desde mucho antes que la Internet ponga en evidencia a lo virtual. Lo ha abandonado desde el momento en que empezó a imaginar, a recordar, a generar conocimiento, a fundar religiones. La diferencia de lo virtual dentro y fuera de la Internet no es el rompimiento de ejes como espacio y tiempo, no es la atemporalidad o la simultaneidad. Lo virtual produce efectos, no es imaginario. Y ésta puede ser la gran paradoja de los mundos virtuales, el nudo cada vez más fino entre lo virtual y lo real, entre lo actual y lo potencial, entre lo sensible y lo inteligible.

Es justamente la actualización la que se opone a lo virtual, a lo potencial. Si lo virtual se interpreta como un problema, la actualización es la solución del problema según Lévy, esto nos lleva a aclarar un poco más lo que se entiende por virtual.

La palabra virtual viene del latín *virtus*. Si bien las interpretaciones de Lévy y de Quéau son muy parecidas difieren en ciertas apreciaciones importantes para efecto de este trabajo, a pesar de ambos coincidir en traducirla como “fuerza”. Lévy toma una palabra derivada de *virtus*: *virtualis*, que significa potencia, fuerza; para sostener su concepto de lo virtual. Quéau, en cambio, traduce *virtus* como energía, impulso inicial, fuerza; sostiene que lo virtual no es ni potencial ni irreal, sino que lo virtual está en el orden de lo real, porque la *virtus* actúa. Y es justamente en este desacuerdo sobre lo potencial que estriba la diferencia de sus conceptos. Para Lévy lo virtual es lo potencial y la virtualización puede definirse como el movimiento inverso a la

⁵³ P. Lévy *¿Qué es lo virtual?* 1999 Editorial Paidós. Barcelona. pg 14

⁵⁴ Michel Serres *Atlas* 1995 Editorial Cátedra. Madrid. pg 73

actualización; para Quéau es lo actual, lo presente, porque lo potencial implica una posibilidad a futuro que tal vez no se cumpla, mientras lo virtual está realmente en el presente y se actualiza “como causa determinante”⁵⁵ nos propone otra experiencia de lo real.

Para efectos epistemológicos, nos atendremos a la definición de Lévy, que prueba ser más fiel al trabajo de representación, puesto que la virtualización pasa de una solución dada a otro problema, de una representación a otra.

Como anotábamos, lo virtual produce efectos, una especie de anillo de Moebius que intercambia lo objetivo y lo subjetivo, lo público y lo privado, lo propio y lo común, el autor y el lector, el mapa y el territorio. Lo virtual desterritorializa la unidad de lugar a través de la sincronización y la de tiempo por medio de la interconexión. Podemos a través de la virtualización desplazarnos físicamente a otros lugares, soñar, viajar con la imaginación, recrear personajes literarios, o simularlos. Lo virtual existe en tanto representación simbólica, es una realidad alternativa, lo que no está presente se lo puede sustituir por una *representación*, que lejos de recluirse a la copia es recurrencia y no repetición, con virtudes creativas y recreativas; una especie de “preter-real”⁵⁶ (del latín *praeter*, al lado de), una realidad *al lado* de la realidad con ventajas cognoscitivas o lúdicas.

Según Lévy el hombre se ha desarrollado a través de tres procesos de virtualización: el desarrollo de los lenguajes, la abundancia de las técnicas y la creciente complejidad de las instituciones.⁵⁷ El lenguaje fue la primera técnica de virtualización del hombre, a través de ella el presente -“tiempo real”- se abre a la

⁵⁵ P. Quéau *Lo virtual. Virtudes y vértigos* 1995 Editorial Paidós. Barcelona. pg 28

⁵⁶ Expresión que Jacques Maritain aplicaba al ámbito de las matemáticas. Citado por Quéau en *Lo virtual. Virtudes y Vértigos*. 1995 Editorial Paidós. Barcelona. pg 39

⁵⁷ P. Lévy *¿Qué es lo virtual?* 1999 Editorial Paidós. Barcelona. pg 67

posibilidad de recordar el pasado y de imaginar el futuro. Es gracias a los signos que los procesos de representación se sofistican. El arte de la memoria que sirvió para reproducir prácticas culturales es más tarde apoyado por técnicas intelectuales como el glifo, el pictograma, el ideograma. De hecho, como lo señala Grusinski “ la alianza constante entre la imagen y la palabra [...] participaban de manera sistemática en el ordenamiento de una realidad que vinculaba íntimamente la experiencia humana y el mundo de los dioses. Favorecían la representación, la manifestación antes que la comunicación, contribuían a modelar una percepción de las cosas, una relación con la realidad y con la existencia”.⁵⁸ Incluso llega a afirmar que fue el grabado y no la escritura, la “primera guerra de las imágenes” que existió como técnica de dominación en choques culturales como el de la conquista en México. Las pinturas son tanto imágenes como textos. La importancia de los pictogramas no debe darse por descontada, en un momento en que la humanidad está volviendo al mundo de las imágenes como formas de relato substanciales.

Pero la concepción del tiempo se vuelve todavía más compleja a través de la escritura, se pueden pensar tiempos simultáneos en espacios artificiales y esto tiene como resultado el nacimiento de un nuevo tipo de racionalidad. El soporte en papel del lenguaje se vuelve fundamental, en su momento McLuhan afirma que el derrumbe del Imperio Romano en gran medida se da cuando se secan las fuentes de papiro que provenían de Egipto; que gracias a la invención del pergamino, el Imperio Carolingio lo sucede. Pero los soportes que el hombre ha utilizado a lo largo de la historia no han dejado de innovarse, desde la piedra y la arcilla, el papiro y el pergamino, el papel, el celuloide hasta los bits. La pantalla ya se ha convertido ya en un nuevo soporte, en una nueva técnica intelectual.

⁵⁸ Serge Grusinski *La colonización de lo imaginario* 2001 Fondo de Cultura Económica. México. Pg22

Los tipos de racionalidad que inauguran los sistemas de representación y sus soportes, al mismo tiempo, crean vínculos económicos y políticos dentro las sociedades que los utilizan. Así, las tecnologías intelectuales están relacionadas a grandes transformaciones de la humanidad: el nacimiento de la escritura al surgimiento de los primeros Estados burocráticos con jerarquía piramidal y a los primeros esbozos de administración económica centralizada; en la Grecia antigua, la aparición del alfabeto es simultánea al invento de la ciudad, de la moneda y a la creación de la democracia; la imprenta es la primera industria de masas y a través de ella, los periódicos fundan la opinión pública, una de las fuentes de la democracia moderna; los medios audiovisuales en este último siglo dan paso a la aparición de la sociedad del espectáculo.⁵⁹

Aunque en su momento, las tecnologías intelectuales han sido dominadas tan sólo por las élites, esto no ha sido un impedimento para que las transformaciones antes nombradas hayan tenido lugar - en el año 2001 el 43% de la población mundial era analfabeta, y sólo un 6.5% estaba en línea -⁶⁰, ni tampoco significa que cada técnica tenga que desembocar necesariamente en este tipo de cambios de la sociedad. Sino todo lo contrario, los usos que cada sociedad hagan de una nueva tecnología intelectual serán los que condicionen su importancia y su evolución dentro de la misma, son las culturas, las que se van configurando a partir del tipo de herramientas que privilegian, del tipo de instrumentos que convierten en prioritarios, al igual que los tipos de representaciones que prevalecen en ellas (mito, teoría, simulación).

Los procesos de virtualización según Lévy se basan en el Trivium -o triple vía de la enseñanza en la Antigüedad y en la Edad Media-: Gramática, Dialéctica y

⁵⁹ P. Lévy *¿Qué es lo virtual?* 1999 Editorial Paidós. Barcelona. pg 91

⁶⁰ A. Piscitelli *Ciberculturas 2.0 Era de las máquinas inteligentes.* 2002 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 183

Retórica. La *gramática* crea pequeñas unidades significativas con elementos no significativos, y grandes unidades significativas con las unidades pequeñas. La escritura es la gramaticalización de la palabra, la separa de una situación particular y de un cuerpo vivo. La *dialéctica* enlaza un sistema de signos a un mundo objetivo, mantiene una relación con el otro (argumentación) y una relación con el exterior (la referencia, la semántica); la dialéctica funda lo virtual al abrir un ‘segundo mundo’ de una manera diferente, entre dos interlocutores en relación de reciprocidad. Y finalmente la *retórica*, ya no sólo representa sino que modela una realidad que emerge del lenguaje, expone lo virtual como un ‘mundo autónomo’.⁶¹

¿En qué difiere lo virtual antes y después de Internet? En que la Internet es un espacio de *síntesis* creado de antemano matemáticamente. Es el entorno virtual el que ha cambiado, a través de él hemos inaugurado los mundos virtuales. Quéau define los mundos virtuales como “una base de datos gráficos interactivos, explorable y visualizable en el tiempo real en forma de imágenes tridimensionales de síntesis capaces de provocar la sensación de *inmersión en la imagen*. En sus formas más complejas, el entorno virtual es un verdadero “espacio de síntesis”, en el que uno tiene la sensación de moverse “físicamente”.⁶²

Las imágenes de síntesis parecen haberse convertido en la ‘materia prima’ de lo virtual dentro del mundo de las nuevas tecnologías, al modificar nuestros métodos de representación, pueden cambiar nuestras formas de mirar las cosas, nuestros hábitos de trabajo y nuestras maneras de crear, al configurar una relación inédita entre el lenguaje y la imagen y al hacer posibles otros tipos de mediaciones entre las representaciones sensibles y los lenguajes formales. Las imágenes tienen una doble

⁶¹ P. Lévy *¿Qué es lo virtual?* 1999 Editorial Paidós. Barcelona. pg 76 -86

⁶² P. Quéau *Lo virtual. Virtudes y vértigos* 1995 Editorial Paidós. Barcelona. pg. 15

representación, sensible (sentidos) e inteligible (inteligencia). Las imágenes sintéticas en especial contienen esta dualidad representacional de forma más acentuada, si partimos de que para que exista la imagen es necesario que se cree un modelo (concepción formal, programa informático). La imagen plantea una representación visible, el modelo en cambio una representación inteligible. La imagen escapa de esta forma de las *metáforas* e ingresa al mundo de los *modelos*.

La imagen numérica es esencialmente dinámica, de un estatus lexical ha pasado a un estatus sintáctico, ha desarrollado su capacidad de ser un operador gramatical dentro del paradigma digital. La simulación virtual es la verdadera originalidad de estas nuevas formas de representación que rompen la analogía porque parten de modelos lógico-matemáticos, creados enteramente por el hombre, por manipulaciones simbólicas, por modelos y; porque ya no tratamos representaciones sino *simulaciones* simbólicas, que nos dan acceso a lo que Platón llamó el ‘mundo intermedio’ y Aristóteles el ‘universo de seres de razón’.

Philippe Quéau señala que “la mayoría de las imágenes sólo nos proponen ilusiones de mediación”,⁶³ entonces debemos preguntarnos ¿Qué tipo de mediación puede hacerse a través de la pantalla? ¿Puede existir verdadera representación simbólica a partir de ella? Esto dependerá de los usos que se hagan de las imágenes y del tipo de imágenes que se utilicen.

Las imágenes “ídolos” sólo divierten, engañan con falsas mediaciones de representación simbólica. No provocan nada, no generan nada, sólo llenan un espacio vacío con otro vacío. Si lo virtual no se opone a lo real, sino a lo actual, la virtualización es heterogénea, es volverse otro, es un proceso de recepción de la

⁶³ P. Quéau *Lo virtual. Virtudes y vértigos* 1995 Editorial Paidós. Barcelona. pg 22

alteridad. Las imágenes, creaciones sintéticas, no son irreales, tampoco son representaciones, son mas bien simulaciones (hiperrealidades). Decimos que son reales porque no son imaginarias, porque producen efectos y pueden llegar a producir construcciones simbólicas (a través de su forma de “íconos”).⁶⁴ Pero para que este tipo de construcciones se dé es necesario crear una distancia entre el sujeto y la cosa que percibe, entre pensamiento y conciencia, posicionarse desde un punto de vista. Esto es, habitar el espacio de la abstracción.

Ahora bien, el problema de la mediación es que tiene lugar en un espacio inmaterial en el cual los interlocutores no son personas sino sus *simulacros*. Por ende, no sólo la representación presenta nuevos pliegues, también lo hace a su paso la percepción. Desde que nos ubicamos dentro de un espacio y vivimos la ‘realidad’ en otro aparecen nuevos problemas que con los sistemas clásicos de representación se daban por descontado. Como el concepto de espacio o de lugar, si *estoy donde no estoy*.

“El lugar se cumple por la palabra [...] si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar”.⁶⁵

El ‘no lugar’ tiene características propias según Augé, también la palabra está presente pero de modos distintos –los mismos que nos vamos a permitir a manera de metáfora aplicar a la Internet-: de forma prescriptiva (haga *click*, aceptar, etc), de forma prohibitiva (no puede bajar el documento porque no tiene el programa que necesita) y de forma informativa (sitios web relacionados, el menú de contenidos del sitio web, *downloads* gratis). Además entre el ‘no lugar’ y el sujeto siempre existe

⁶⁴ *Ibíd.* pg 22

⁶⁵ M. Augé *Los “no lugares” o espacios del anonimato* 1996 Editorial Gedisa. Barcelona. pg 83

una relación contractual ligado al control de la identidad; en el caso de la Internet es necesario tener un nombre de usuario y una contraseña por lo menos. El ‘no lugar’, a criterio de Augé, no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud, los ‘no lugares’ tientan al sujeto al narcisismo, lo inducen a “hacer como los demás para ser uno mismo”.⁶⁶ Si bien la red cumple con todos los requisitos del ‘no lugar’ de Augé, sería novedoso plantearnos el ‘no lugar’ de la red como un camino a ‘un lugar’, a lugares creados en los últimos años: la comunidad virtual, el foro, el chat, en fin, el lugar antropológico que la Internet puede crear.

Por otra parte, Quéau realiza la siguiente diferencia de los lugares: el lugar real, ligado al cuerpo, a su posición en el espacio real y; el lugar virtual, que no abandona lo real sino de forma imaginaria. El lugar virtual es para Quéau lanzarse al vacío, el “vértigo del abismo”.⁶⁷

Pero ¿cuál es la posición del cuerpo en la constitución de subjetividad del sujeto dentro de la Internet? Si para Lévy “la piel también es el límite entre uno mismo y el exterior”,⁶⁸ en la red este límite se cumple como una desencarnación o como una reencarnación.

Dentro de la desterritorialización de la Internet –abstracción inherente de la modernidad- ¿la piel y el cuerpo pueden ser los caminos para la recuperación del hombre del todo perdido? O es mas bien, el mecanismo para que se cree un espacio de abstracción, entre el sujeto y el objeto donde aparece el lenguaje como un tercero,

⁶⁶ *Ibíd.*, pg 109

⁶⁷ P. Quéau *Lo virtual* 1995 Editorial Paidós. Barcelona. pg 26

⁶⁸ P. Lévy *¿Qué es lo virtual?* 1999 Editorial Paidós. Barcelona. pg 29

entre el objeto perdido y el sujeto moderno. La aparición del “lenguaje que da cabida a la entrada de los individuos al reino de los signos y de la creatividad”⁶⁹

Si el lenguaje está presente sólo para guiar la travesía dentro del ‘no lugar’, entonces no existe la posibilidad de una mediación real para lograr la representación simbólica en la red. Si por el contrario, a través del lenguaje se constituye el espacio donde se construye la subjetividad, el espacio de la abstracción; la representación tiene más posibilidades de funcionar dentro de las relaciones entre el Yo y el Otro, de crear lugares antropológicos. Siempre con el riesgo inherente de funcionar a través de los simulacros, incluso del simulacro del Yo y del simulacro del Otro.

En todo caso, todas las posibilidades de mediación son viables dentro de la red. Nuestro trabajo es descubrir, de forma aproximativa, cómo y hasta qué punto, éstas se cumplen dentro de la Internet.

⁶⁹ J. A. Figueroa *Objetivo militar: la abstracción. La crueldad en la guerra colombiana*. Revista Íconos # 16 pg 118.

CAPÍTULO II: LA RED

2.1 La Internet

Écran, pantalla en francés, en su origen significó ‘protección’, ‘barrera’. Para Platón la pantalla está “hecha de ojos, oídos y del cuerpo en su conjunto”,⁷⁰ Zeus para juzgar al hombre equitativamente, quiere desnudarlo de esta pantalla.

Los ojos han sido, desde la antigüedad la pantalla del hombre, por un lado miran y, por otro esconden lo que no logran ver. Así la presencia se ha teorizado como un acto: ‘ser’, porque la presencia no es evidente en el ‘ver’.

Ahora poseemos la Red, la nueva pantalla, la máquina de representar; que a pesar nuestro, moldea nuestra mirada como jamás lo logró la pintura o la escritura. Una pantalla virtual, cuyo mayor riesgo es convertir lo virtual en referente de lo real, hacernos creer que lo real puede ser una extensión de los mundos virtuales a través de una pura idealización.

Pero de la misma manera en que fomenta la ilusión, puede también convertirse en una herramienta de dominio de la complejidad. La opción está en quien se sumerge en ella. Sin embargo, no podemos pasar por alto la gran fascinación que ejerce en sus usuarios, en especial en los más jóvenes, es la trampa de ‘vivir’ en los mundos virtuales para evadir el mundo ‘real’. Como Quéau lo llama, el nuevo “opio del pueblo”. La gran tentación radica en la posibilidad de vivir virtualmente realidades contradictorias, sin atenernos a la lógica del mundo real.

A diferencia de Augé, Quéau opina que los mundos virtuales sí son lugares de socialización y, por tanto, de maduración simbólica, incluso va más allá y afirma que

⁷⁰ Platón *Georgias* 523

“los mundos virtuales, surgidos de nuestra creación, nos permiten entrever la posibilidad de que lo real sea también una especie de ciberespacio ‘real’ ”.⁷¹

Este ‘no lugar’ de la pantalla de Internet ofrece la posibilidad de crear “puntos de vista simbólicos”, esto es, partiendo de representaciones sintéticas llegar a posicionamientos críticos de la propia representación simbólica, crear el vacío en donde habita la abstracción. La Internet puede ser vista como el nuevo laberinto, en cuyos nudos se entrelazan imágenes y modelos, realidades y apariencias, ilusiones y síntomas.

Los peligros de la Internet no son intrínsecos a la herramienta como tal, son más bien sus aplicaciones. Pero para entenderlos mejor, es necesario analizar las tendencias de su uso.

El tedio se ha vuelto una característica del hombre posmoderno, del sujeto que ya no cree en el futuro, del sujeto que ya no puede ni siquiera pensar el presente, sino olvidarlo. La idea de que en la Internet *todo es posible*, de que el sujeto puede convertirse en lo que más quiere, que puede ser cuantos quiera, frente a otros que también son otro u otros, es en cierto modo la ilusión de la satisfacción del deseo. Lo virtual, tanto dentro como fuera de la Internet, puede convertirse en un refugio para el sujeto, las NTIC's son herramientas que han puesto en evidencia la existencia de los mundos virtuales, a los cuales acceden cada vez más personas. Lo que deberíamos preguntarnos es: ¿recurren a ellos para quedar fascinados o existe una remota posibilidad de poder construir representaciones simbólicas, capaces de transformar la vida de los sujetos y además volverlos responsables de sus ideas y sus acciones?

⁷¹ P. Quéau *Lo virtual* 1995 Editorial Paidós. Barcelona. pg 48

Para ello, es fundamental conocer qué ofrece la Red, qué la vuelve tan atractiva. Y al mismo tiempo analizar qué la convirtió en lo que es hoy en día.

La Internet nace de un proyecto militar norteamericano llamado ARPANET, en 1968 se demuestra la viabilidad de transmitir a través de redes paquetes conmutados, en 1987 el Departamento de Defensa estadounidense lo utiliza de forma exclusiva en la transmisión de datos gracias a la ampliación del ancho de banda logrado para esa época. En 1993 NSFNET la Fundación Nacional de Ciencias (NSF) sucede a ARPANET en el proyecto, que abandona su carácter de seguridad militar. En el mismo año nace la WWW, que viene a completar la necesidad de comunicación inmediata que inició Internet. La red se basa en protocolos técnicos de comunicación y su principal función es la de prestar servicios como IRC, FTP, Usenet y otros similares.

Los contenidos de la red, siguiendo la clasificación de Wolton,⁷² es la siguiente:

- *Aplicaciones de servicios para cualquier información.-* Bolsa de valores, reservas, anuncios, etc.
- *Aplicaciones de tipo ocio.-* video, juegos interactivos.
- *Aplicaciones vinculadas a la información – acontecimiento.-* A través de agencias o periódicos.
- *Aplicaciones de tipo informaciones – conocimiento.-* El conocimiento, cambia las subjetividades de los sujetos, para la obtención del dato, es necesaria una construcción simbólica de la realidad. En el caso de la red, esta aplicación no es la más popular, ni la que ha generado su gran éxito. Sin embargo, tiene una característica importante, la ampliación creciente del

⁷² D. Wolton *Internet y ¿después?. Una teoría de los nuevos medios de comunicación.* 2000 Editorial Gedisa. Barcelona. pgs. 100 - 105

campo de la información. La red es una fuente de datos por excelencia y su preocupación es la de organizar, sistematizar y generar nuevas informaciones, más no la satisfacción de las necesidades de sus usuarios de información.

La red tiene una peculiaridad: imaginar futuros servicios y, por ende, crear nuevas necesidades. Estos servicios que en origen han surgido para satisfacer necesidades de trabajo se desplazan después también fuera de él. El estereotipo del ciudadano moderno, que se mueve en la gran urbe y de un cierto nivel cultural también es una coyuntura que las NTIC ayuda a configurar, es justamente a este segmento de la población al que están destinados los nuevos servicios, generalizando a la gran mayoría de la población desde este reducido número de personas.

Lo nuevo de la Internet es que ha promovido su aplicación fuera del trabajo, vendiéndonos la idea de que la comunicación está al alcance de la mano: una sociedad de comunicación *integrada*. Si existiera un punto de conexión en cada casa, el mundo entero estaría listo para satisfacer todas sus necesidades sin tener que salir de la puerta del jardín terminando por construir una concepción “simplista” de la sociedad. Y a este respecto Wolton⁷³ se pregunta: “¿Qué necesidades? ¿Para quién? ¿Anticipadas por quién?”. Él concluye que este proceso está compuesto por dos constantes distintas: el *cambio tecnológico* y los *comportamientos sociales*, el cambio tecnológico que actúa veinte años por delante de los comportamientos sociales que son más complejos en constituirse.

Pero la red va mucho más allá, parece estar creando un mundo en donde la construcción de sentido social está vaciado de historia; existe porque está en la pantalla, porque está en la red. O, en su defecto, ha generado un mundo en el cual la

⁷³ D. Wolton *Internet y ¿después qué? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. 2000 Editorial Gedisa. Barcelona. pg 103

historia se vive en directo. Nos encontramos frente a unas nuevas formas de producción de capital simbólico en donde los símbolos se resemantizan a través de un proceso de descontextualización que los convierte en imágenes sin historia. Sin referentes colectivos, el otro, *existe por sí mismo*.

El orden secuencial de los fenómenos se ve perturbado por la rapidez con que las nuevas tecnologías imponen el cambio y transforman la noción del tiempo, sacándonos de la esfera de lo real y de la historia. En el ciberespacio la confrontación se da con el *otro simbólico*, la experiencia virtual, tiene la característica que todo se desarrolla en un terreno fundamentalmente simbólico. “La clave se encuentra en el status del ‘gran Otro’ como el orden de la ‘aparición esencial’: si bien los sujetos ‘nunca creyeron realmente en él’, no obstante *actuaron como si creyeran*”.⁷⁴ A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, la red es discriminadora (menor número de personas pueden utilizarla) y sus instrumentos de comunicación se basan en lo particular (cada individuo).

La Internet libre de sus usos militares se configura como un espacio sin precedentes de contracultura, de democracia horizontal y de transparencia. Si bien estas características todavía persisten en los usos de muchos de sus usuarios, es evidente la influencia del mercado y de la ‘industria cultural’ dentro de la Red.

‘Industria cultural’”, llamada así por Adorno y Horkheimer, es la industria que tiene la característica peculiar de producir directamente representaciones. Elaborada por muy pocos (los representantes) para el consumo masivo, destinada a satisfacer necesidades reales o imaginarias. Estos conglomerados mediáticos transnacionales son las nuevas instituciones de socialización, de homologación. Tienen un carácter

⁷⁴ Slavoj Žižek *¡Goza tu síntoma!* 1994 Editorial Nueva Visión. Buenos Aires. pg 59

mundial, por ello pueden producir sentidos a partir de lo global, de lo nacional y de lo local; pueden incluso producir fenómenos de reterritorialización⁷⁵, esto es, interpretaciones propias que cada sujeto realiza, que escapan al proceso de homologación creando sentidos nuevos.

El vínculo del sujeto con su realidad está mediatizado por representaciones simbólicas, el consumo de las mismas de forma cotidiana puede con el tiempo fabricar sujetos que corresponden a estas representaciones.

Si esto es posible, entonces la importancia política de esta industria es potencialmente poderosa. Los medios de comunicación siempre han estado de algún modo al servicio del *poder*. ¿Sería este razonamiento una explicación para entender que una sociedad bombardeada de noticias esté tan desinformada? Que la utopía de un mundo más informado conllevaría a un mundo más ilustrado, más sabio, haya resultado cuestionable.

El sujeto conectado ¿tiene realmente la posibilidad de no convertirse en un producto más de la red? La conformación de su propia subjetividad hasta qué punto es el resultado de la industria cultural (del gran otro dentro y fuera de la red) que lo nutre desde niño, que le ofrece referentes en estos tiempos posmodernos, que le hace creer en la probabilidad del goce. Podemos llegar incluso a hablar de sujetos ilusionados con encontrar los significantes que los representen a sí mismos, o de sujetos inmersos en el tedio, que no les importa transformarse en cualquier cosa con tal de evadirse y evadir al medio en el que están inmersos.

⁷⁵ Armand Mattelart *La mundialización de la comunicación* 1998 Editorial Paidós. Barcelona. pg 106 - 108

Como lo analizamos en el punto anterior, existe una industria de la cultura que responde a la idea de mercado *transparente*, con la etiqueta de responder a una democracia igualmente *transparente*. Esta noción de transparencia es a su vez una construcción más dentro de la web, se convierte en un discurso implícito que sostiene la ilusión del control del usuario, pero que a su vez, encubre los mecanismos y las estéticas hegemónicas de quienes participan en los procesos de configuración de la web.

Pero en realidad ¿qué produce la transparencia? Esta idea de comunicabilidad total, de develamiento de la realidad arrincona al sujeto a un pequeño espacio, desde el cual sólo tiene una salida: el empobrecimiento de la experiencia. Atado a la multiplicación de signos, a un déficit de sentido y de lo simbólico está en línea, (en la red) pero no logra *conectar*, no logra asociar, sólo sumar, aumentar la expansión del yo, carente de certidumbre emocional. Y somos testigos de un empobrecimiento de la palabra, de una disminución de la culpa y de un aumento de la pulsión.⁷⁶ En el ciberespacio sí hay Edipo, sí hay castración, pero No existe la ley simbólica, nadie cumple la función del *no*.

En este mundo de comunicabilidad total, la comunicación se transforma en un mito. Tenemos en cambio que: a mayor información, mayor atomización y mayor fragmentación, por lo tanto, quedamos eximidos de la tarea de interpretar el mundo y de transformarlo. Los sujetos que intentan interpretar problematizan la inmediatez de las ideologías massmediáticas de la transparencia y de la perfecta comunicabilidad, *puesto que* vivimos en un mundo sin secretos en el que la interpretación y la crítica son superfluas ante la ubicuidad de lo inmediatamente visible. Tendríamos entonces la

⁷⁶ Apuntes de clase de “Antropología virtual” del profesor Mauro Cerbino (26 agosto 2002)

aplanadora eliminación del inconsciente y por consiguiente la muerte de la subjetividad crítica?

Pero la ideología massmediática de la comunicabilidad tiene una segunda consecuencia, estrechamente ligada a la anterior, en la que quiero detenerme un momento, y es la disolución de los límites entre la realidad y la ficción.

Ya que ni ficción ni realidad son categorías de definición tan evidentes, debemos apuntar a la idea de que las grandes producciones ficcionales de las sociedades o de los individuos, son regímenes de producción de ciertas verdades operativas, lógicas de construcción de la realidad.

Freud diría “la verdad tiene estructura de ficción”,⁷⁷ pero no todas las construcciones ficcionales tienen el mismo valor crítico, solamente lo tienen aquellas en las que puede encontrarse la marca del conflicto con lo que se llama realidad y que por lo tanto hacen posible descubrir lo no dicho por ella entre sus líneas, lo no representado en los bordes de sus imágenes, lo no comunicado en la dinámica homogénea de la comunicación.

La ideología massmediática de la comunicabilidad total, “con su aspiración a la eliminación del inconsciente en un mundo que fuera pura representación, significaría, en este contexto, la liquidación de esa distancia crítica entre lo real y una ficción que sea “preaparición” o “memoria anticipada” (las expresiones son de Ernst Bloch) de lo que podría ser el sujeto reconciliado con su Deseo, si ese deseo no

⁷⁷ Sigmund Freud *El malestar en la cultura*, Obras Completas tomo III 1997 Editorial Biblioteca Nueva. Madrid. pg 159

estuviera tan enajenadamente reconciliado con las imágenes presentes y actuales del mundo con que lo alimenta la industria cultural”.⁷⁸

Si bien la Internet ha potencializado la cultura del espectáculo hasta los límites que acabamos de indicar, sería muy pobre de nuestra parte, no investigar otros aspectos de la cultura de la imagen, como lo son el relato y el discurso en la red. Ferrés afirma que en la iconosfera –cultura de la imagen- el relato es omnipresente. Lo narrativo no es exclusivo de la red o de la cultura del espectáculo, el relato se desarrolla a la par que el lenguaje formal, tanto en la memoria oral como en los primeros soportes de la escritura. La diferencia de lo narrativo en la Internet estriba en que el relato se ha superpuesto al discurso, a través de relatos más dinámicos e implicativos, adquiriendo más importancia y hegemonía que nunca en la historia de la humanidad. En la cultura del libro “el relato era una posibilidad expresiva más, en convivencia con muchas otras, de carácter más discursivo [...] en la cultura de la imagen, en cambio, el relato es omnipresente”.⁷⁹ La estructura del relato no sólo es adoptada por los noticieros, las teleseries, las transmisiones deportivas, los *reality shows*, sino también por los mismos *spots* publicitarios –los cuentos de hadas modernos de los que nos habla McLuhan-.⁸⁰ A través de este tipo de relato se evade la fórmula del discurso, es decir, no se lo hace explícito; puesto que todo tipo de relato existe sobre un discurso implícito. El problema de este tipo de influencia de narratividad sobre los cibernautas es que ni las ideologías ni las pautas de comportamiento se interiorizan de forma consciente sino inconsciente, complicando aún más la mediación real de la imagen en el proceso de la representación simbólica en la red.

⁷⁸ Eduardo Grüner *El arte, el tedio y más allá...* <http://www.pagina12.com.ar/2001/suple/libros/01-03/01-03-11/nota1.htm>

⁷⁹ J. Ferrés *Educación en una cultura del espectáculo* 2000 Editorial Paidós. Barcelona. pg 27-28

⁸⁰ *Ibíd.* pg 28

Por otra parte, Gubern da un paso todavía más radical sobre la función de la narración en los mundos virtuales. A diferencia del lector de una novela o el espectador de una película el cibernauta no “contempla” la narración, sino que se convierte en un espectador-actor involucrándose en la trama, volviéndose un protagonista de la misma; desapareciendo así la función y la figura del narrador y del público unificado y reconfigurándose en el espectador sus funciones con respecto al espectáculo y al relato. “Después de cien años de cine y de cincuenta de televisión, que han privilegiado e hipostasiado el principio de la narratividad, la realidad virtual se erige en un medio decididamente posnarrativo”.⁸¹

La Internet, por otra parte, ha heredado ciertas dinámicas propias de las nuevas tecnologías que la anteceden. El zapping ya no sólo es sensorial, una técnica necesaria para la navegación, el *zapping* se ha convertido en una metáfora más del hombre contemporáneo. Ha abandonado la pantalla (en principio la televisión y ahora la Internet) para volverse ‘una actitud ante la vida’ que devela nuevas manifestaciones culturales, a las que Ferrés caracteriza como la ‘potenciación de un yo diluido’.⁸² Prueba de ello, según el autor son las conversaciones interpersonales; el ir de bares; las comidas jerarquizadas se convierten en picadas; el cambio de pareja; las variaciones constantes del voto; el culto a la moda; entre otras.

Así, los cambios que las nuevas tecnologías han originado a nivel sensorial y mental se reflejan en una serie de patrones de comportamiento, que no pueden pasar desapercibidos. En la actualidad, la voracidad emotiva no sólo es evidente en los juegos electrónicos, sino también en la generación de los *motions seekers* y, mucho más en el rol que desempeña en las dinámicas culturales, a través de espectadores que

⁸¹ R. Gubern *El eros electrónico* 2000 Editorial Taurus. España. pg 208

⁸² J. Ferrés *Educación en una cultura del espectáculo* 2000 Editorial Paidós. Barcelona. pg 59

habitados a las emociones sin discurso y a lo ‘asombroso’. Ya Virginia Wolf escribió “a la gente le gusta sentir. Sea lo que sea”.⁸³ Y Baudrillard “las masas se resisten escandalosamente a la comunicación racional, quieren espectáculo”.⁸⁴

El *zapping* sensorial fue el producto del uso de ciertas tecnologías, el *zapping* actitudinal en cambio, es una dinámica cultural que no sólo afecta la cotidianeidad sino también la forma en cómo se asimilan ciertas tecnologías, en nuestro caso específico: la red.

La Internet presenta además, otras características importantes que están vinculadas al desarrollo de las nuevas tecnologías del siglo XX. Es por ello que tomaremos prestados los problemas que Bourdieu vincula con la televisión, pero que son plenamente válidos para la red.

La pantalla espejo de Narciso. El hecho de que el cibernauta participe en la red, sin discurso propio, evidencia una necesidad de ver y ser visto. Por un lado, en la pantalla el sujeto cree encontrar la felicidad, el escape a sus propios conflictos a través de una experiencia marcada por el vacío. Por otro lado, tiene la constante tentación de aparecer en ella. Por los datos que confirman los usos que se le da a la Internet, esta premisa es posible, el 80% de sus usuarios utiliza la red como fuente de datos, correo electrónico y chat; por tanto, la pantalla sí tiene probabilidades de ejercer como el espejo de Narciso; de algún modo es posible que en el simulacro el usuario busque paliar su déficit emocional, ejemplo de ello son el anonimato, el cambio de identidades, la multiplicación del yo en tantos espacios y tiempos como sea factible. El restante 20% de los cibernautas le dan usos más interactivos a la red, es el sector que participa de las comunidades virtuales, de los foros, que hace negocios en

⁸³ *Ibíd.* pg 61

⁸⁴ *Ibíd.* pg 73

línea, que crea páginas web (10 millones por día) y, sin embargo, es también un porcentaje que, en gran medida, se esconde tras las imágenes y los textos que produce, que no da la cara, no remite las fuentes de sus sitios web, ocupa un espacio público sin asumir responsabilidades de lo que publica. Es a este sector que le son útiles los cuestionamientos de Bourdieu: “¿Está lo que tengo que decir al alcance de todo el mundo? ¿Estoy dispuesto a hacer lo necesario para que mi discurso, por su forma, pueda ser escuchado por todo el mundo? ¿Merece ser escuchado por todo el mundo? Se puede ir más lejos: ¿Debería ser escuchado por todo el mundo?”.⁸⁵

La violencia simbólica. “Es una violencia que se ejerce con la complicidad tácita de quienes la padecen y también, a menudo, de quienes la practican en la medida en que unos y otros no son conscientes de padecerla o de practicarla”.⁸⁶

Por una parte, la acción simbólica por parte de los noticieros se ejerce desde temas que puedan interesarle a todo el mundo “para todos los gustos”, para lograrlo, se presentan hechos que no tocan nada importante, sino todo lo contrario, que generan consenso, no crean polémica. Lo que la psicología debe descubrir es, por qué minutos valiosos son utilizados en discursos vacíos ¿No será que en realidad estos discursos son importantes, y contienen como el autor las denomina “cosas valiosas”?

Ocultar mostrando. Empieza indicando que las imágenes están determinadas por el mundo de la palabra. Una misma imagen, utilizada con leyendas distintas, provocará interpretaciones de la imagen directamente vinculadas con la leyenda en cuestión por parte de los espectadores. Bourdieu está convencido que los media nos hacen ver la realidad como la perciben los periodistas, los intereses económicos y

⁸⁵ P. Bourdieu *Sobre la televisión* 1997 Editorial Anagrama. Barcelona. pg 18

⁸⁶ *Ibíd.* pg 22

políticos. En suma, son una herramienta que utiliza el poder dominante para hacernos ver *lo que sea*.⁸⁷

Otros problemas que toma en cuenta Bourdieu y que se tratarán más adelante son: la circulación circular de la información y la urgencia del *fast thinking*.

2.2 Tratamiento simbólico de la información

La web fue no fue diseñada para la recuperación organizada de información (como lo fueron las enciclopedias o las bibliotecas), su intención fue la de constituir una “herramienta de entendimiento entre los hombres” como lo indica su creador Tim Berners-Lee.⁸⁸ Pero para 1993 los computadores habían dado el salto cualitativo, al pasar del cálculo numérico al tratamiento de símbolos. John MacCarthy acuña los términos ‘inteligencia artificial’ y ‘tratamiento simbólico’ de la información; el segundo para indicar “los aspectos cualitativos, del cálculo a la simulación del razonamiento”.⁸⁹

Gracias a las nuevas técnicas intelectuales, a partir de la segunda mitad del siglo XX, los saberes estables (como los oficios y las profesiones) han sido reemplazados por el aprendizaje permanente, convirtiendo al saber en una figura móvil. Los flujos de información y de conocimiento se posicionan como bienes económicos primordiales. Inauguramos la Sociedad de la Información.

⁸⁷ Ibíd. pg 25

⁸⁸ L. Siri *Internet búsquedas y buscadores* 2000 Editorial Norma. Buenos Aires. Pg 32

⁸⁹ R. Gubern *El eros electrónico* 2000 Editorial Taurus. España. pg 81

Lévy sostiene que dichos bienes se rigen por dos leyes: “consumirlos no los destruye y cederlos no significa perderlos”.⁹⁰ Puesto que tratamos con bienes desterritorializados y virtuales, la economía de la información rompe con el postulado clásico de la escasez; porque una información que se cede no se pierde y, si se la utiliza no se destruye (como un bien de consumo destructivo). Pero si la información efectivamente no se pierde, sí puede perderse el control militar o económico sobre la misma, tal podría ser el caso de la patente de un logro científico o de temas de seguridad.

Tanto el conocimiento como la información, para Lévy, no son inmateriales, una información debe subsistir sobre cierto tipo de soporte (papel, celuloide, bits) y un conocimiento necesita de cuerpos que lo posean y lo transmitan. Lévy parte de la teoría matemática de la comunicación y explica la información es un “acontecimiento que reduce la incertidumbre respecto a un entorno dado”, indicando que esta teoría sólo considera un universo de los signos; mientras que el conocimiento es “el fruto de un aprendizaje, es decir, el resultado de una virtualización de la experiencia inmediata”.⁹¹ La información y el conocimiento son potenciales por su naturaleza virtual, están desterritorializados del aquí y del ahora.

Dentro de la red, la información actúa en un contexto diferente al de los medios de comunicación tradicionales, es un medio más inestable: primero, porque la información funciona en todas las direcciones y segundo, porque al igual que aparece y se actualiza, desaparece a cada instante. En Internet el público no está predefinido, no tiene ubicación fija, no importa el lugar donde se encuentre; se está al lado de la emisión, de la capacidad de transmisión sin reflexión previa del receptor.

⁹⁰ P. Lévy *¿Qué es lo virtual?* 1999 Editorial Paidós. Barcelona. pg 52

⁹¹ *Ibíd.* pg 54

La mercantilización de los símbolos en la red no respalda la calidad de los contenidos de la información que en ésta se genera. “Una de las razones de que el material de Internet esté tan desfigurado es que no está sujeto a los rigores de la industria editorial. Esto produce un círculo vicioso de indescriptibilidad. No se ha hecho ningún intento de controlar la mayoría de ese material, debido a que es efímero, o a que está reunido de un modo demasiado pobre como para dar ningún asidero a sus supuestos descriptores”.⁹² Por otra parte, no existe la figura del editor responsable.

Si la información no está catalogada, de algún modo sí está clasificada dentro de la red. Son los buscadores o *search machines* los que realizan en un alto porcentaje esta acción. La encuesta de eMarketer publicada en el 2000, indica que el 46% de los usuarios encuentran nuevos sitios a través de buscadores como Alta Vista, HotBot, Excite, Google, Fast. Los cibernautas que realizan búsquedas a diario –según SRI- alcanza el 57% de la población en línea, ubicándose, después del correo electrónico, como la segunda actividad más popular.⁹³ ¿Pero es posible que el usuario encuentre verdaderamente la información que busca en la red? Según un estudio de Steve Lawrence y Lee Giles en 1999, la información que se publica en la red es inmanejable, incluso para los buscadores más avanzados; para aquel año, el tamaño de los sitios buscables en la red era de 800 millones de páginas –para el 2000, según la misma fuente los sitios web sobrepasaban los 1000 millones-. Los buscadores lograban cubrir los siguientes porcentajes de la red: Northern Light sólo cubría el 16% de la web. Snap el 15.5%, AltaVista el 15.5%, HotBot, el 11.3%, Microsoft MSN el 8.5% Infoseek el 8% Google el 7.8%, Yahoo el 7.4% y Excite el 5.6%. El mismo estudio señalaba los porcentajes en que se distribuía el tipo de

⁹² Judith Brugger *Cataloging The Internet*
<http://wings.buffalo.edu/publications/mcjrnl/v1n2/brugger.html>

⁹³ L. Siri Internet. *Búsquedas y buscadores* . 2000 Editorial Norma. Buenos Aires. Pg 56

información en la red: los sitios comerciales ocupaban el 83% y los contenidos educativos o científicos sólo un 6%.⁹⁴

Pero estos motores de búsqueda clasifican la información de manera jerarquizada, incluso la información que se logra obtener a través de ellos da preferencia a ciertos sitios web -especialmente los generados en el primer mundo- dando como resultado búsquedas que privilegian ciertos aspectos del conocimiento, deformando y ocultando otros -especialmente aquel producido en el tercer mundo-. Produciendo otros problemas en el intercambio de la información de la web relativos a los problemas de su vigencia, a la calidad y expansión de la misma.

La producción de información es colectiva, quienes generan información se nutren de otros que también la crean, según Bourdieu, no existe información que no tenga efectos circulares de circulación, aludiendo en especial al campo de la prensa; sin embargo este efecto también es aplicable a ciertas categorías de la red. Por ejemplo, en un inicio los buscadores se configuraron como vortales -sitios web jerarquizados y con objetivos específicos: buscar información-, pero desde hace varios años, los motores de búsqueda han cambiado su configuración y se han convertido en portales -sitios web horizontales, que ofrecen todo tipo de opciones: búsqueda, juegos, viajes, *e-commerce*, foros, chats y otros- como única alternativa para evitar la bancarrota. El usuario además de buscadores espera más del sitio web, la fórmula del portal se convierte entonces en la solución más idónea. La innovación de uno es considerada fundamental para los otros, quienes diseñan los sitios web están más al tanto de lo que sucede en los sitios de la competencia que cualquier consumidor, una

⁹⁴ L. Siri Internet. *Búsquedas y buscadores* . 2000 Editorial Norma. Buenos Aires. Pg 67

“especie de juegos de espejos que se reflejan mutuamente”.⁹⁵ Esto se traduce en pensar la información en términos de éxito comercial, y que la información que se pone en línea es, en gran medida, producida por otros informadores, teniendo como resultado un círculo de enclaustramiento y de censura a los contenidos externos a él. Si bien en la red, podemos imaginar que esto no es tan categórico, basta analizar los sitios web más visitados por los usuarios, para darnos cuenta de que la gran mayoría de páginas web que no promociona el mercado, además de difíciles de encontrar a través de los buscadores, apenas son leídas por públicos, de algún modo relacionados a ellas.

Por otro lado, la demanda de información por parte de los usuarios marca un ritmo de generación de información extenuante. Se debe informar contra el tiempo, a gran velocidad, sin espacios para la crítica o el comentario, con mensajes cada vez más concisos. Ritmo que además, funciona bajo técnicas de lectura distintas y bajo tiempos también más escasos. Kundera cree que “el grado de velocidad es directamente proporcional al olvido...nuestra época está obsesionada por el deseo de olvidar y, para realizar ese deseo, se entrega al demonio de la velocidad”⁹⁶, ya no somos lectores aristocráticos⁹⁷ nos vamos convirtiendo en una generación de *fast thinkers*, de ideas preconcebidas.

Sin embargo, Internet es un medio interactivo y cuenta con un importante sector de usuarios que no se conforma con “receptar” información. A pesar de la dificultad de localizar sitios de producción de contenidos locales y societales de gran valor, su existencia contradice los defectos y consecuencias que los apocalípticos profesan sobre la red.

⁹⁵ P. Bourdieu *Sobre la televisión* 1997 Editorial Anagrama. Barcelona. pg 32

⁹⁶ M Kundera *La lentitud* 1995 Tusquets Editores. Barcelona. pg 147

⁹⁷ R. Barthes *El placer del texto* 1982 Editorial Siglo XXI. México. pg 23

En la actualidad existen tendencias terceristas que se ocupan de las realidades virtuales y del arte numérico, de acuerdo a Piscitelli, las tres posturas contrastantes son: los continuistas, los transformacionistas y los estructuralistas.⁹⁸

- Continuistas: evalúan los desarrollos recientes de las tecnologías de la información, como una etapa más en un largo proceso de cambios en las tecnologías de procesamientos de la información. Para esta postura, la tasa de difusión es lenta y la sociedad no se ve mayormente afectada por ella.
 - Heréticos: las TIC no sólo no son revolucionarias sino que, además, no hacen más que continuar la opresión capitalista en sus formas más descarnadas.
- Transformacionistas: ven las TIC como manifestaciones revolucionarias acompañadas por cambios no menos revolucionarios en la sociedad.
- Estructuralistas: sostienen una postura intermedia, al afirmar que si bien las TIC son revolucionarias no habrán de transformar la estructura de la sociedad industrial.

Es innegable que la red, como tecnología adoptada por nuestra sociedad, está configurando nuevas dinámicas culturales; a pesar de que todas las sociedades, en alguna medida han sido sociedades de la información, ya que información y comunicación han sido un puntal de la organización de la vida en sociedad. El problema de estas últimas décadas ha sido el apostar al ritmo desenfrenado alcanzado por la información. Por ello, hemos caído en la trampa de creer que, a mayor interactividad, equivalía mayor calidad y mejores usos de la información.

⁹⁸ Alejandro Piscitelli *Ciberculturas 2.0 En la era de las máquinas inteligentes* 2002 Editorial Paidós. Argentina. Pg 87

2.3 El texto.

El texto es un producto cruzado, no sólo es un conjunto de significantes que un autor plasma en un soporte intelectual. El texto, además de constituir un mensaje, es una secuencia fija de constituyentes (principio, medio, final) abierta potencialmente a cuantas interpretaciones sean posibles. Porque las matrices que lo componen (lingüísticas, tecnológicas e históricas) no son susceptibles de reducción final.

El texto está formado por varios elementos clásicos: grafemas (letras), lexemas (palabras) y sintagmas (oraciones y frases). Y a su vez, está compuesto por cadenas de grafemas denominadas *texton* (unidades de sentido) y por secuencias ininterrumpidas de *textones* llamadas *escripton*.⁹⁹ Es necesario aclarar que otros autores utilizan el término *significante* para designar o para referirse al *texton*, y el *significado* para referirse al *escripton*.¹⁰⁰

El texto puede a su vez ser entendido como “un paquete de materia *significante* que circula en el seno de las sociedades. Esta materia *significante* puede ser homogénea en el caso de los textos lingüísticos o mixta en las combinaciones de imagen y sonido con el lenguaje verbal, etc.”¹⁰¹ El texto puede también ser considerado un mensaje, según el modelo lineal funcionalista y, como tal, se entenderá por discurso a todo mensaje situado.

⁹⁹ E. J. Aarseht (1997), *No linealidad y teoría literaria. En Teoría del hipertexto*. Citado por Ana Revilla

<http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/hipertex.html>

¹⁰⁰ Ana C. Revilla *Lectura y escritura en el hipertexto*

<http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/hipertex.html>

¹⁰¹ Néstor Sexe *Diseño.com* 2001 Editorial Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina. pg 79

2.3.1 El macro texto

Un texto implica relaciones intertextuales, es decir vínculos horizontales o verticales con otros textos. El macrotexto está compuesto por microtextos, por ende, es el espacio dentro del cual las relaciones intertextuales son posibles, donde confluyen y se entrecruzan los textos que pueden o no producir un discurso social.

El World Wide Web es aquello que en semiótica se definiría como macrotexto, esto es, un texto que acoge y organiza en su interior textos más pequeños y diversos.

Una página web, como un portal, está compuesta por un sistema de marcos anidados que sirven para definir las partes individuales de las que está compuesta la página (fotos, videos, textos escritos, etc), como si fueran textos individuales que se integran al mismo tiempo en una unidad superior (la propia página).

2.3.2 El hipertexto

En los sesentas Vannevar Bush (1945) inventa un sistema basado en microfichas que permitía almacenar información de forma asociativa, el acceso a la información se lograba rápida e intuitivamente. En 1963 Douglas Engelbart crea el primer sistema hipertextual que consistió en desarrollar un grupo de herramientas que creaban un entorno en el cual se podía mantener información actualizada para personas dedicadas al procesamiento de la información.

Hacia 1981 Theodor H. Nelson acuña la palabra hipertexto, a la que define como “una *escritura no secuencial*, un texto que bifurca, que permite que el lector

elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario”¹⁰².

De acuerdo a Landow, el hipertexto existe mucho antes de la digitalización de la información: “La cultura occidental imaginó entradas casi mágicas a una realidad en forma de red mucho antes de la aparición de las tecnologías informáticas [...] Al igual que el tipo bíblico, que permite a los acontecimientos y fenómenos significativos participar simultáneamente de varias realidades o niveles de realidad, la lexia individual aporta irremediamente un camino en la red de conexiones”.¹⁰³ Pone así en entredicho, no sólo, la noción de hipertexto encerrado en una visión tecnologista, sino también, la conceptualización de los procesos cognitivos.

Hasta hace unas décadas, nuestra experiencia cognitiva fue entendida de modo secuencial. Lo fue, por el hecho de considerar a la escritura ordinaria, como secuencial, en dos sentidos: primero, porque nace de los actos del habla (secuenciales) y segundo, porque los libros se leen secuencialmente. Sin embargo en la actualidad, se sostiene que la estructuración de las ideas no es secuencial y es por ello que el hipertexto ha ganado relevancia. A través de él es posible generar otras descripciones de la realidad y establecer nuevas formas de sentido, al resignificar y activar otras conexiones. Es gracias al hipertexto que desaparece la idea de totalidad propia de la narrativa convencional, que constituye lo narrado a través de una cadena de lazos particulares. El hipertexto se puede entender como el laberinto dentro del cual los textos no quedan reducidos a la obra.

¹⁰² T. H. Nelson (1981), *Literary Machines* (Swathmor, Pa., publicación propia), p. 2.

¹⁰³ George P. Landow *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología* 1992 Editorial Paidós. Hipermedia 2. Barcelona pg 24

Barthes, en su concepción del texto ideal describe lo que ahora entendemos por hipertexto: “En este texto ideal, abundan las redes (*réseaux*) que actúan entre sí sin que ninguna pueda imponerse a las demás; este texto es una galaxia de significantes y no una estructura de significados; no tiene principio, pero sí diversas vías de acceso, sin que ninguna de ellas pueda calificarse de principal; los códigos que moviliza se extienden *hasta donde alcance la vista*; son indeterminables...; los sistemas de significados pueden imponerse a este texto absolutamente plural, pero su número nunca está limitado, ya que está basado en la infinidad del lenguaje”.¹⁰⁴

Por este motivo me parece importante destacar las tres figuras de la retórica que dentro del hipertexto se revisten de particular importancia: la sinécdoque, el asíndeton y la metáfora.

La *sinécdoque* es el tropo que opera para designar un todo con el nombre de sus partes o viceversa a través de una relación de inclusión. La sinécdoque ocurre en el hipertexto, cuando el lector al leer una parte del texto infiere la totalidad del mismo. Al ser infinitos el número de recorridos y las actualizaciones de un hipertexto, su total lectura es imposible. La figura de la sinécdoque, es entonces, más usual de lo que podríamos imaginar en la lectura de un hipertexto.

El *asíndeton* es la figura que tiene por objeto suprimir los términos de conexión entre dos preposiciones, para dar mayor energía o viveza al concepto. El hipertexto se caracteriza por la falta de términos de conexión entre un texto y otro. Los saltos de lectura se realizan sin este tipo de figuras conectivas (conjunciones, adverbios, etc), facilitando los distintos recorridos de la lectura hipertextual y sorprendiendo al lector con el nuevo texto, cuyo contenido no puede anticipar.

¹⁰⁴ Roland Barthes *S/Z* citado por Landow *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología* 1992 Editorial Paidós. Hipermedia 2. Barcelona. pg 15

La *metáfora* será tratada en el próximo apartado.

La diferencia entre los textos no lineales o hipertextos y los textos lineales reside en que en el texto no lineal, los *escriptones* no se presentan en una secuencia fijada ni temporal ni espacialmente, sino a través de secuencias arbitrarias. Al ser el hipertexto un texto dinámico, el contenido de sus *escriptones* y el número de sus *textones* puede cambiar. Por otra parte, en el texto no lineal, los *textones* adyacentes a cada *escripton* no son siempre los mismos.

Según Lévy, es importante distinguir dos tipos de memoria en el hipertexto: la reserva textual (los datos) y el conjunto de recorridos posibles.¹⁰⁵ A su vez sostiene que en la digitalización se han perdido: la distinción entre la copia y el original, la noción de unidad, la noción de localización y la noción de identidad.

El hipertexto se distingue por:

- El contenido adopta una organización modular y reticular.
- Los módulos textuales se conectan a través de links (enlaces).
- La lectura carece de una dirección única y obligatoria.
- La lectura es interactiva (el navegante opta por los recorridos a tomar).

Scolari propone tres espacios hipertextuales¹⁰⁶:

- Espacio lógico: se ocupa de la arquitectura de la información, es decir de la estructura conceptual de los contenidos en forma reticular. El valor principal de este espacio es el semántico.

¹⁰⁵ Pierre Lévy *¿Qué es lo virtual?* 1999 Editorial Paidós. Barcelona. Pg 45

¹⁰⁶ <http://dialogica.com.ar/clicsmodernos/archives/000199.html>

- Espacio visible: tiene la función de presentar en la interfaz los contenidos. Su mayor valor es de orden sintáctico.
- Espacio actuado: es un espacio topológico, ubica al navegante en sus recorridos, evitando no solamente que el navegante se pierda, sino, que maximice sus opciones.

Para ejemplificar la digitalización del hipertexto tomaremos en cuenta el modelo de referencia hipertexto o “r-model”. Este modelo divide el hipertexto en varios niveles de abstracción.

Nivel abstracto.- Trabaja sobre las formas de los nodos, sin tomar en cuenta sus contenidos ni su presentación final en la interfaz.

Nivel concreto.- Desarrolla las representaciones y las características de visualización física del hipertexto. Esto es, se especifican los contenidos que se contendrá en cada ventana.

Nivel visible.- Se efectúa al *layout* o la presentación de la red hipertexto en un visualizador físico. Para una mejor comprensión de este modelo, ver el Anexo # 1.

El hipertexto puede ser concebido como un nuevo agente de percepción. En la web confluyen distintas voces, se mezclan medios y nodos. Existe una tendencia a emparejar lo verbal y lo visual. Es necesario desarrollar nuevas formas de leer, nuevas habilidades y destrezas.

Por otra parte el hipertexto en la web pone en entredicho la concepción aristotélica de la trama o hilo narrativo (principio, medio y fin). Si hasta ahora se ha considerado a la narración como el metacódigo a través del cual la humanidad

transmite mensajes transculturales ¿El hipertexto implica la desaparición de la narratividad? Landow afirma que el hipertexto crea otro tipo de narración: una trama multidimensional dentro de la cual no desaparece del todo la linealidad en el ejercicio de la lectura, en la que el lector es también escritor de su propio recorrido hipertextual, por tanto, “puede interferir con la historia, introducir nuevos elementos, nuevas estrategias narrativas, abrir nuevos caminos, interactuar con personajes e incluso con el autor... o autores [...] muchas obras de nuestro siglo demuestran que hace ya tiempo que los escritores y los lectores han aprendido a convivir (y a leer) con un final abierto mucho mejor de lo que sugieren los debates de la narrativa”.¹⁰⁷

2.3.3 La metáfora.

Se ha incluido esta referencia a la metáfora dentro del texto, por considerarla necesaria para el análisis semiológico que se llevará a cabo de los *homepage* de dos sitios web.

La metáfora, según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, es: “Alegoría en que unas palabras se toman en sentido recto y otras en sentido figurado”¹⁰⁸. Pero esta definición no es del todo exacta, puesto que la metáfora existe efectivamente sólo en ciertos casos y no en otros, como lo demuestra el ejemplo dado por Paolo Fabbri de “yo soy mis lunes”.¹⁰⁹ Por ende, la metáfora es posible gracias a dos principios: las *reglas de conversación* y el *principio de cooperación*. De acuerdo

¹⁰⁷ George P. Landow *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología* 1992 Editorial Paidós. Hipermedia 2. Barcelona. pg 135, 143

¹⁰⁸ *Diccionario de la Real Academia de la Lengua* Tomo 7

¹⁰⁹ Paolo Fabbri *El giro semiótico* 2000 Gedisa Editorial. Barcelona. pg 86

a Grice ¹¹⁰ las reglas de conversación se verifican cuando “en cada cambio lingüístico los participantes no intervienen casualmente, irrespetuosos de cualquier concesión lógica, de lo que ha sido dicho precedentemente, sino que parecen seguir una serie de reglas bien precisas que respetan el principio de cooperación”.¹¹¹

Aristóteles trata la metáfora dentro de la Poética y no dentro de la Retórica y la define como “la imposición de una palabra extraña, de género a especie, de especie a género, de especie a especie o por analogía”.¹¹² Es a partir de este concepto que los estudios sobre la metáfora han sido desarrollados.

En consecuencia, existe metáfora cuando se intercambian dos términos en base a una cierta similitud. Esta similitud depende del hecho de que los dos términos pertenezcan al mismo género. Incluso esta similitud dependerá de la enciclopedia de cada individuo y de los valores culturales de la comunidad a la que se pertenece. Las frases idiomáticas o ‘frases hechas’ sólo pueden entenderse dentro de este contexto y el proceso metafórico es factible a través de reducciones que tengan sentido para todos los miembros de esa comunidad lingüística. En otras palabras, el mecanismo de la metáfora se basa en la similitud, entendida como la presencia del mismo sema. Para entender el funcionamiento de la metáfora debemos descomponer el significado del sema en sememas.

Umberto Eco precisa que la hipótesis de la metáfora se basa en el intercambio entre dos sememas que contienen, en su definición enciclopédica, el mismo sema: “La conexión entre dos semas iguales que subsisten dentro de dos sememas diferentes (o

¹¹⁰ Citado por Piero Polidoro en *La metáfora en la semiótica de Umberto Eco* pg 25
<http://web.tiscali.it/pieropolidoro/fb/spot.htm>

¹¹¹ Piero Polidoro *La metáfora en los textos visivos* pg 25
<http://web.tiscali.it/pieropolidoro/fb/spot.htm>

¹¹² Aristóteles *Poética* 1457b

de dos sentidos del mismo semema) permite la substitución de un semema por otro (METÁFORA)”.¹¹³

No sólo se debe hablar de metáfora en referencia a los signos, se puede hablar de metáfora más allá de la enunciación, más allá del léxico. Es posible plantear la *metáfora narrativa* (las parábolas). Hasta ahora las tendencias semióticas se han dividido en dos grupos: Pierce (Eco) ‘un signo remite a otro signo a través de inferencias’ (semiótica de la injerencia y la cognición) y, Greimas ‘lo hace por relato o metáfora’ (semiótica de la narratividad). Fabbri propone que es posible juntar las dos semióticas a través de una “inversión recíproca” en la que los elementos parabólicos son susceptibles de extensión cognitiva y los elementos inferenciales son susceptibles de extensión figurativa, puesto que la cultura científica no avanza sólo por inferencias lógicas, lo hace más bien a través de extensiones laterales del conocimiento debidas a fenómenos parabólicos o metafóricos.¹¹⁴

La metáfora de los textos visuales.-

El proceso metafórico no se limita solamente al lenguaje verbal. Las definiciones conceptuales, las imágenes, las experiencias, son elementos que contribuyen a definir el significado. Para establecer una metáfora visiva, se procederá con el mismo mecanismo propuesto para la metáfora verbal: el intercambio de dos sememas que tienen semas en común.

La semiótica visiva introduce una diferenciación entre lenguaje figurativo y lenguaje plástico. De una parte, las imágenes pueden ser analizadas a *nivel figurativo*, cuando se desea comprender cómo determinadas configuraciones de líneas y colores

¹¹³ Umberto Eco *Tratado de semiótica general* 2000 Editorial Lumen. Barcelona. pg 395

¹¹⁴ Paolo Fabbri *El giro semiótico* 2000 Gedisa Editorial. Barcelona. pg 88-91

pueden ser reconocidas como signos de objetos del mundo real. Y, a *nivel plástico*, cuando esas líneas y colores se estudian por lo que significan.

El proceso de representación se referirá tanto al grado percibido como al grado concebido. En un texto el grado percibido está siempre presente, mientras el grado concebido puede existir en presencia o en ausencia.

Para poder estudiar una metáfora visiva es necesario recurrir al sistema semi simbólico. Un sistema semi simbólico acopla una categoría del plano de la expresión a una categoría del plano del contenido. En una imagen, el plano de la expresión plástica: claro/oscura puede corresponder al plano del contenido: bien/mal, por ejemplo.

En la fotografía que representa una esposa cubierta por un velo, al pasar junto a un automóvil cubierto por un forro, Geninasca hace hincapié en que se trata de una imagen metafórica. El elemento de conexión entre la esposa y el auto es el hecho de que ambos están cubiertos, protegidos por la tela. El efecto que se deriva de esta imagen es una reflexión irónica: “la esposa es un objeto precioso que debe ser protegido; incluso: el matrimonio resguarda a la mujer como el forro al automóvil”¹¹⁵.

La innovación tecnológica y la metáfora.-

Como ya hemos analizado con anterioridad, la importancia de una nueva tecnología es el uso potencial de sus nuevos usuarios. Por ello, a menudo, una nueva tecnología debe presentarse como amigable y familiar. Debe mantener una continuidad con el pasado y un paralelismo con otras tecnologías ya existentes.

¹¹⁵ Jacques Geninasca 1992. Citado por Julian Key pg 31 <http://www.digilander.iol.it/pieropolidoro>

El mecanismo que se utiliza como base de este proceso es la “metáfora”. De hecho la metáfora sostiene la sustitución de un elemento por otro que tiene algo en común. Desde el punto de vista cognitivo es metafórico el proceso a través del cual extendemos los conocimientos adquiridos en un determinado campo dentro de otro campo, que tiene algo en común con el primero. De este modo, nos comportamos frente a una cosa nueva “como si” estuviéramos frente a otra que ya nos es conocida y con la cual, la novedad tiene algún ‘punto de contacto’.

CAPÍTULO III: LOS SÍMBOLOS DE LA RED

3.1 Semiología de la Red

La semiología de la red es una materia nueva dentro de las disciplinas que estudian el mundo de la web. La semiología de la red, no es sólo una semiología aplicada a la web, sino que es una disciplina que nace sobre la base de estudios realizados en el campo de la semiótica del diseño de la web y de la usabilidad.

Esta materia trata sobre los signos comunicativos utilizados en la Internet. Se ocupa de los registros comunicativos que componen un sitio web: textuales, gráficos, de navegación y de acceso a la información. Estudia también los aspectos lingüísticos, pragmáticos, visivos y relacionales de un sitio web. Igualmente analiza los momentos en los que se articula la comunicación dentro de la web.

“Todos los signos utilizados por cualquiera de las modalidades comunicativas son los instrumentos que posee el emisor para realizar una comunicación eficaz, que intenta transmitir, sin temor de equivocarse, su mensaje el destinatario, interesándolo y persuadiéndolo”¹¹⁶. Según Crepaldi, la comunicación se articula en tres momentos “coherentes, coordinados y sucesivos”.¹¹⁷

- Transmisión del mensaje correcto.
- Provocación del interés del destinatario.
- Persuasión para que realice determinadas acciones.

¹¹⁶ Fausto Crepaldi *Semiología de la Red: comunicar bien en Internet*
<http://www.netsemiology.com/english%20version/IndirizziCrepaldi.htm>

¹¹⁷ *Ibíd.*

Semiología.-

Utilizaremos en este trabajo la definición triádica del signo realizada por Pierce. La definición pierciana de signo se basa en un proceso de semiosis ilimitada. Para Pierce el signo “*representa algo para la idea que produce o modifica... Aquello que representa se llama su objeto; aquello que transmite, su significado; y la idea a que da origen es su interpretante*”.¹¹⁸

Al ser el signo *algo* que se encuentra para *alguien* en lugar de *algo*, el signo está siempre en lugar de una *ausencia*. Es decir, “un signo es un Primero que se encuentra en lugar de un Segundo según cierta relación con un Tercero”.¹¹⁹

- El Primero constituye el *representamen*, como algo percibido por los sentidos y la mente. El instante de la *representación*. Para Lacan el *representamen* está en el orden de lo *simbólico*.
- El Segundo es el *objeto* del signo, así el objeto se vincula con el *representamen* que está en la mente. Es la instancia de lo *referencial*. Para Lacan el objeto pertenece al orden de lo *real*.
- El Tercero es el *interpretante* en tanto está aquí y ahora, como otra representación del mismo objeto. Es la instancia de lo *imaginario*. Para Lacan el interpretante está igualmente en el orden de lo imaginario.

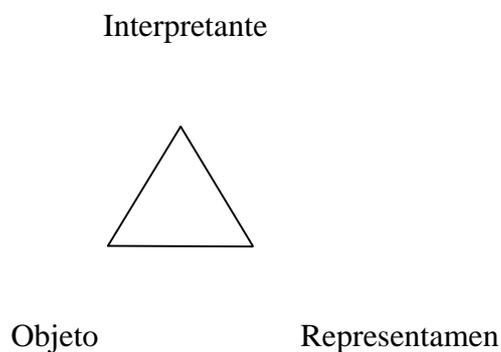
Por otra parte, esta definición se convierte en una semiosis infinita, como lo decíamos anteriormente, porque el interpretante se convierte a su vez en un signo, y así hasta el infinito; como bien lo indica Eco: “el Signo y la Explicación constituyen otro Signo,

¹¹⁸ Charles Pierce *Collected Papers* 1939. Citado por Umberto Eco en *Tratado de Semiótica General* 2000 Editorial Lumen. Barcelona. pg 115

¹¹⁹ Néstor Sexe *Diseño.com* 2001 Editorial Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina. pg 43

y, puesto que la Explicación será un signo, éste requerirá probablemente una explicación adicional, que tomada con el Signo ya ampliado dará origen a un Signo mayor...”.¹²⁰

La novedad de esta definición de signo es la producción de sentido: semiosis, como su etimología lo indica significa: *semio* = signo, *sis* = proceso, acción, actividad.



Pierce, a su vez, establece otras relaciones triples, una del *representamen*, otra del objeto y otra del interpretante. La relación triádica del *representamen* es la siguiente:

- En relación con sí mismo.
- En relación con el objeto.
- En relación con el interpretante.

Desarrollaremos la relación del *representamen* con su objeto, por considerarla la más útil a nuestro trabajo de investigación sobre la representación simbólica en la red.

En esta relación Peirce define tres tipos de signo: *ícono*, *índice* y *símbolo*.

Ícono.- Su raíz etimológica viene del griego *eikón* = imagen.

¹²⁰ Umberto Eco en *Tratado de Semiótica General* 2000 Editorial Lumen. Barcelona. pg 117

Los íconos son los signos semejantes a su objeto. Pierce a su vez los clasifica en:

- Imagen: El *representamen* es bastante similar al objeto; ej. una fotografía.
- Diagrama: El *representamen* mantiene relaciones de proporcionalidad análogas con las del objeto; ej. un molde, un mapa.
- Metáfora: Cuando el *representamen* mantiene alguna propiedad representada en paralelo con el objeto; ej. la escritura ideográfica.

Para Pierce, lo icónico también entra en el plano de la lengua, como es el caso de las exclamaciones y las onomatopeyas, porque éstas están constituidas por un alto grado de imitatividad.

Índice.- Este tipo de signo está determinado por la convención. El índice es un tipo de signo ligado a su objeto directamente, sea física como causalmente, esto es, coexiste con su objeto. No existen signos índice completamente puros según Pierce. Este tipo de signos deben presentarse necesariamente dentro de un entorno o un contexto en el que puedan ‘significar’.

Ejemplos de estos signos son:

Los termómetros y las temperaturas.

El humo del cigarrillo y la persona que fuma.

Las pisadas y la persona.

El humo y el fuego.

Los signos índice se deben relacionar con indicio y no con indicar, porque *todos* los signos indican algo.¹²¹ Estos signos se relacionan con su objeto con un vínculo de contigüidad.

Símbolo.- Viene de la palabra griega *symbalein* = hacer contrato, o convención. Los símbolos son signos artificiales, están relacionados arbitrariamente con su objeto y esta relación debe ser ‘aprendida’.

Pierce indica que “todo razonamiento mental se hace con símbolos”¹²². Por tanto, la relación del *representamen* con su objeto no es ni indexical ni icónica. Pero la relación arbitraria que se establece entre el *representamen* y su objeto no podría subsistir sin una relación de convención, es decir, cuando el reconocimiento entre significante y significado existe gracias a que su uso es habitual.

Ejemplos de signos simbólicos son:

La luz verde del semáforo.

La cruz para los cristianos.

Los colores de un equipo de fútbol.

Los números.

Con respecto a la palabra símbolo, es importante aclarar que desde Saussure, para los lingüistas símbolo ha servido para designar el signo lingüístico, o más exactamente, al significante. El símbolo tiene por carácter no ser nunca completamente arbitrario; no está vacío: hay un rudimento de vehicula natural entre el significante y el significado.

¹²¹ Néstor Sexe *Diseño.com* 2001 Editorial Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina. pg 50

¹²² Charles Pierce *La ciencia de la semiótica*. 1986. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires. pg 46

El símbolo de la justicia, la balanza, no podría reemplazarse por otro objeto cualquiera, un carro, por ejemplo.¹²³

De los ejemplos indicados con anterioridad, es necesario hacer algunas aclaraciones. El mismo Pierce pensaba que la fotografía era más de tipo indexical que icónico, porque en la semejanza con su objeto además del objeto son también parte: la luz, el papel, el ángulo, etc; lo que equivalía a no representar una verdad estática, sino una interpretación de dicho objeto. Con esto concluía que un mismo signo podía ser un ícono, un símbolo, un índice o una combinación de ellos. Es decir, estas categorías de signos no son excluyentes las unas de las otras, no lo son porque las convenciones culturales son fundamentales en los procesos de semiosis. Un signo “verdaderamente icónico debería ser transparente para alguien que jamás lo haya visto, caso muy improbable, ya que al parecer tendemos a ver semejanzas cuando ya conocemos el significado dentro de un código”.¹²⁴

Umberto Eco realiza una serie de objeciones a esta clasificación de los signos realizada por Pierce. La primera objeción es que se utiliza la presencia del referente como parámetro discriminador. Segundo porque la correlación entre los signos se plantea por convención (vínculo cultural) y no arbitrariamente como lo hace Pierce.

Lo que queda claro es que un signo no puede existir sin un medio.

En especial en el mundo de la web donde no tratamos de un medio, sino de un hipermedio (sonido, video, imagen, palabra escrita). Los sistemas de códigos son transportados por un medio material que tiene una estructura propia. Puesto que el

¹²³ Ferdinand Saussure *Curso de lingüística general* 1945 Editorial Losada. Buenos Aires. pg 94.

¹²⁴ Jorge Peña *Hacia el contenido de la comunicación de masas: la semiótica* pg 13
http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntes/pena_2.html

medio no es nunca neutral, será relevante analizar las reglas que condicionan la semiosis debido a “la carga de significación cultural” de dicho medio.

Por ejemplo Barthes señalaba con respecto a los medios fotográficos que “ellos sirven a una función ideológica al ser representaciones y no realidades, que son más aún solapadas al parecer que retratan algo más que transformarlo o significarlo”.¹²⁵

Diseño de la web.-

Tanto la comunicación como la semiótica, la semiología y el diseño tratan de signos. Por ende explicaremos por qué la semiótica de la red se basa en la semiótica del diseño de la web. Empezaremos por indicar que la etimología de la palabra diseño es *di segno* = de signos. Este campo está estrechamente vinculado y entrecruzado con el de la comunicación, sin que ello signifique que hablamos de lo mismo, sino de nociones que no son intercambiables. Los sitios web tienen por objeto comunicar a través de la Internet basándose en una relación bipolar, en un intercambio circular y paritético entre sus dos polos: emisor y destinatario, en el que cada uno tiene necesidad del otro. El emisor tiene de sí mismo una idea, una imagen que desea transmitir a su destinatario. Los signos comunicativos que utilice lograrán que el destinatario reciba esa idea, esa imagen y no otra. En este punto el destinatario debe asumir un comportamiento y cumplir ciertos actos, ya que no sólo las palabras, sino también las imágenes, los colores, las formas, las animaciones, la música y el sonido comprometen al destinatario a realizar tales actos. La forma en cómo el sitio web (emisor) logre o no transmitir la intención del texto, está basada en el diseño que su

¹²⁵ Jorge Peña *Hacia el contenido de la comunicación de masas: la semiótica* pg 12
http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntes/pena_2.html

sitio web haya desarrollado. Por esta razón, analizaremos las formas en cómo el diseño ha sido concebido por sus teóricos.

El diseño ha sido teorizado a partir de tres corrientes:

- Teoría instrumental.- la función del diseño es comunicar, tanto virtudes del producto como modos de uso etc.
- Proyectual.- el diseño está ligado inmediatamente al concepto del producto, a la apropiación simbólica del mismo y al consumo.
- Conductista.- el diseño es una estética de la posmodernidad, por una parte objetos que nos seducen y nos fascinan y por otra, sujetos demandantes de esos objetos.

La versión semiológica, en cambio, explica el diseño a partir de los discursos ‘que lo habitan’. Para Sexe el diseño es en sí mismo un discurso, uno más, puesto que una situación diseñal puede pensarse como una situación discursiva, la cual no puede ser abordada desde la comunicación, porque diseño y comunicación comparten el signo y comparten las relaciones que los signos establecen entre sí.¹²⁶ Incluso señala que una configuración de diseños, o lo que es lo mismo, de discursos, se convierte en un discurso social;¹²⁷ porque para que exista un discurso social es necesario que se den dos premisas: a) toda producción de sentido es, necesariamente, social; b) todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido.

Esto nos lleva a cuestionarnos si la realidad en la que vivimos es una realidad diseñada, parte de otra mucho más extensa, ‘esa realidad que no transitamos, que no

¹²⁶ Néstor Sexe *Diseño.com* 2001 Editorial Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina pg 17.

¹²⁷ *Ibid* pg 85

recorremos’. Hojman lo dice abiertamente: “A veces se dice, con sorpresa, con alarma, que da la impresión de que en ciertos círculos de poder se vive en un país distinto al que vivimos los demás. Todos somos más o menos conscientes de que hay ‘un país que no miramos’. Es, entonces, posible pensar que viven, vivimos en un mundo diseñado, en una realidad *prêt-à-porter*. A veces la otra realidad irrumpe violentamente, intempestivamente; el orden se quiebra, el diseño muestra sus fisuras”.¹²⁸

Los sitios web diseñan un espacio virtual específico donde ciertas cosas son posibles y otras no, de este espacio virtual se excluyen otros espacios virtuales. El navegante sin darse cuenta está compelido a explorar sólo lo que el sitio web le permite. Esto nos lleva a analizar que el diseño de la web maneja discursos que incluyen al usuario dentro de una realidad virtual y lo excluyen de otras. Y, es justamente este diseño que a su vez es un discurso el que nos interesa investigar en este trabajo.

Dentro de la red existen millones de sitios web sobre los que no se ha realizado ningún estudio sobre la comunicación, sobre sus códigos gráficos, textuales, visivos, cromáticos y de navegabilidad. Los signos comunicativos como la forma, el color, las palabras, los elementos de comunicación, la metáfora y la relación entre emisor y destinatario, se proponen evitar que el mensaje que el emisor desea vehicular en la red sea mal entendido por el navegante.

La comunicación no puede ser entendida sólo como un instrumento para enviar un texto, desde un emisor a un destinatario, es necesario replantearse la comunicación como una situación de producción de sentido. Al no existir ni emisores ni

¹²⁸ Eduardo Hojman *Prólogo* del libro de Néstor Sexe *Diseño.com* 2001 Editorial Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina. pg 12

destinatarios neutros, es preferible hablar de instancias de emisión y de instancias de recepción. Este planteamiento cambia el concepto de mensaje por el concepto de discurso dentro de la comunicación.

Así, en la instancia de emisión nos referimos a las condiciones de producción de un discurso y, en la instancia de recepción, a las condiciones de reconocimiento. Este proceso logra, de este modo, incluir las subjetividades, las características subjetivas (tanto de emisores como de destinatarios), las condiciones culturales, simbólicas, emotivas, tecnológicas, materiales, implícitas y explícitas dentro del proceso de producción y de reconocimiento del discurso; o en otras palabras, de un texto situado entre las condiciones de producción y reconocimiento.

Usabilidad.-

La usabilidad de un sitio web es la materia que estudia la forma de diseñar sitios web para que los usuarios puedan interactuar con ellos de la forma más fácil, cómoda e intuitiva posible¹²⁹. La usabilidad se centra en el usuario, está diseñada para y por él.

Cuando hablamos de usabilidad no debemos confundirla con otros criterios utilizados en la web que están vinculados a ella, como los de “encontrabilidad” (*findability*) y utilidad, que pueden crear una confusión semántica.



Fuente:
http://www.nosolousabilidad.com/articulos/introduccion_usabilidad.htm

¹²⁹Yusef Hassan Montero *Introducción a la usabilidad*
http://www.nosolousabilidad.com/articulos/introduccion_usabili

La *findability* consiste en la facilidad con la que los motores de búsqueda puedan recuperar el sitio web. Esta recuperación es posible gracias al buen uso de los *meta tags*, o palabras clave, que se posicionan en el *homepage*, para que el buscador las encuentre y posicione la página web en los primeros lugares de la lista que el buscador ofrece al usuario.

La utilidad trata sobre la satisfacción del usuario al navegar la página. ¿Ha logrado encontrar lo que busca? ¿Lo ha hecho con facilidad?

La usabilidad de un sitio web está determinada por los siguientes elementos:

- Rapidez para encontrar la información (un sitio web donde se deben realizar más de tres clicks para llegar al contenido deseado, no tiene un buen nivel de usabilidad).
- Cromática y tipografía para distinguir la información.
- Utilizar la menor cantidad de información posible en las páginas principales.
- Señales de usuario. Para cada acción que el usuario realice, el sistema debe dar una respuesta.
- Peso de los archivos. Una página con archivos muy pesados, que no se desplieguen rápidamente a una velocidad (en Ecuador) de 28.8 o 31.2 kbps aburrirá al navegante, haciéndolo desistir de su búsqueda.
- El *tip* más importante de la usabilidad es lograr que el usuario tenga la sensación de ‘control’, esto es, que es él o ella quien decide, que sabe lo que hace y hacia donde va.

Como podemos apreciar, la usabilidad es una parte del diseño de una página web y, en tal razón, es considerada importante dentro de la semiología de la web. En el caso específico de esta investigación, la usabilidad tiene valor porque es parte implícita de los usos y representaciones simbólicas que los navegantes hacen dentro de un sitio web.

3.1.1 Sistemas de símbolos: simbólicos y semi simbólicos

Lo semiótico versus lo simbólico.

Louis Hjelmslev distingue entre sistemas semióticos y sistemas simbólicos. Un sistema *semiótico* se caracteriza, sobre todo, por la presencia de un plano de la expresión (significante) y un plano del contenido (significado). El primer paso que da la semiótica frente a un sistema semiótico es el describir los dos planos del sistema que acabamos de indicar.

Dentro del plano de la expresión el significante se indica entre barras dobles (/.../). Por ejemplo el significante /gato/. Se procede a continuación a descomponer el significante en los elementos más pequeños de sonido, que se denominan **fonemas**: /g/ + /a/ + /t/ + /o/.

Dentro del plano del contenido el significante se describe entre comillas (“...”): “gato”. Igualmente, este significante puede ser descompuesto en otros significantes más elementales llamados **semas**: “animal” + “mamífero” + “cuadrúpedo” etc.

Tanto a los fonemas como a los semas se los denomina *figuras*, tanto en el plano de la expresión como en el plano del contenido.

Existe una consecuencia muy importante que se deriva de la diferencia entre significado y significante. La cual explicaremos a través del siguiente ejemplo:

1. /El gato juega con Luis/
2. /El gato juega con la pelota/

Las dos frases varían de significado sólo porque se ha cambiado un significante. Por una parte, no varía el hecho de que es el gato el que juega, pero sí, que una vez juega con Luis y otra con la pelota. Y esto depende de que los significantes tienen siempre un respectivo en el plano del contenido.

C:

animal	cuadrúpedo	mamífero	
“gato”			
/gato/			
/g/	/a/	/t/	/o/

E:

Un sistema simbólico contiene sólo significantes y significados, está desprovisto de *figuras*. Por tanto, dentro de este sistema, es posible distinguir una simetría entre el plano de la expresión y el plano del contenido. El ejemplo que Hjelmslev utilizaba era el del semáforo:

C:

“partir”	“atención”	“parar”
/verde/	/amarillo/	/rojo/

E:

Al tratarse de un sistema más simple, el análisis no se realiza a través de figuras y por ello es posible lograr una perfecta correspondencia en ambos planos.

Al igual que los sistemas simbólicos, los sistemas semi simbólicos se caracterizan por la conformidad; pero una conformidad con respecto a la categoría de la expresión y del contenido y no solamente a los elementos particulares de dichos planos. En otras palabras, dentro de un sistema simbólico la unidad particular de la expresión corresponde a la unidad particular del contenido. En cambio, en un sistema semi simbólico, se crea una correspondencia entre una categoría de la expresión y una del contenido. Por ejemplo, en el sistema gestual del *sí* y del *no*, para decir que *sí*, se mueve verticalmente la cabeza y para decir que *no*, se la mueve de forma horizontal. Entonces, desde la perspectiva de la expresión tenemos la categoría verticalidad/horizontalidad y; desde el punto de vista del contenido encontramos la categoría afirmación/negación.

Así, la fórmula	verticalidad : horizontalidad : : afirmación : negación
Se lee	“verticalidad” es a “horizontalidad” lo que “afirmación” es a “negación”

Esta fórmula se denomina: fórmula de la homologación,¹³⁰ Por lo cual, el sistema del sí/no es un sistema semi simbólico.

Este sistema del sí/no lo encontramos en la web. Cada vez que un navegador está frente al interfaz de la pantalla, se encontrará frente a links, ante los cuales deberá

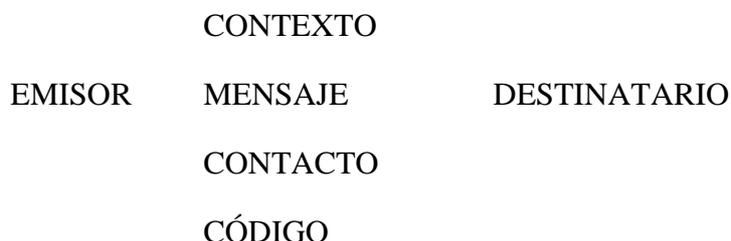
¹³⁰ Pierlo Polidoro *Los sistemas semisimbólicos*. <http://digilander.libero.it/pieropolidoro/lezioni.htm>

realizar la fórmula de hacer/no hacer click, con lo cual accede/o no accede a lo que le invita el interfaz.

Los sistemas semi simbólicos dentro del plano de la expresión pueden ser: sistemas semi simbólicos visivos o sistemas semi simbólicos sonoros.

Para entender mejor por qué es importante tratar los sistemas semi simbólicos, para hablar del lenguaje plástico, es necesario analizar cuáles son las funciones que puede alcanzar el lenguaje, en especial, la función poética.

Según Jakobson,¹³¹ los *factores* del lenguaje de un proceso lingüístico para que se lleve a cabo cualquier actividad sígnica son los que exponemos a continuación. En el esquema, es necesario tener en cuenta que contexto se refiere al ‘referente’ y contacto al ‘canal’).



El *emisor* envía un *mensaje* al *destinatario*, para que el mensaje sea operante es necesario que se encuentre dentro de un *contexto* o ‘referente’ (dependiendo de la terminología que se desee utilizar) y, que utilice un *código* común entre el emisor y el destinatario. Finalmente, debe existir un *contacto*, un canal físico y una conexión psicológica entre el emisor y el destinatario que permita establecer y mantener la comunicación entre ambos.

¹³¹ Roman Jakobson Lingüística y Poética 1988 Edición Cátedra. Madrid. Pg 27 - 40

Las relaciones entre los factores mencionados, Jakobson las denominó *funciones del lenguaje*. Las cuales examinamos a continuación:

Funciones más objetivas:

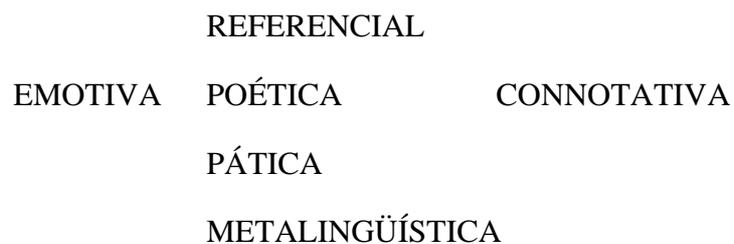
- La función *referencial*: es la función principal del lenguaje; se orienta con respecto al contexto. Es la función más utilizada en la web. El mensaje enviado por el emisor denota una realidad física o social. Es la situación que una comunicación lingüística dada explica.
- La función *metalingüística*: se da cuando el discurso se concentra en el código sin dejar de lado el mensaje. Tiene como objeto definir los signos que pueden no ser entendidos por el destinatario. Razón por la cual se utiliza cuando el mensaje tiene por objeto otro lenguaje. En el caso de la web, un ejemplo de esta función es un sitio que trata sobre la comunicación en la Internet
- La función *fática*: verifica el funcionamiento del canal, es decir, establece la comunicación, es la relación entre el canal y el emisor. Sirve para constatar que el canal permanece abierto. El término fático se deriva del griego *phatós*, que significa: *qué se puede decir*. En una conversación telefónica la expresión ‘has entendido?’ demuestra cómo se puede utilizar esta función. En un sitio web, las palabras escritas en primer plano en el *homepage*, parecieran decir ‘atención’, este es un mensaje importante.

Funciones más subjetivas:

- La función *emotiva* o *expresiva*: tiende a suscitar la impresión de una determinada emoción; se concentra en el emisor. En la web, esta función es utilizada cuando se intenta acentuar el valor emotivo de un sitio.

- La función *conativa* o *apelativa*: se orienta al destinatario; encuentra su expresión en el vocativo o en el imperativo. Esta función se denomina conativa y no connotativa porque co-nace y no connota. La función conativa se verifica en la web cuando el mensaje intenta dar una orden al destinatario, motivándolo a realizar una acción determinada, por ejemplo ‘haz click aquí’, ‘regístrate’, ‘llena tus datos’.
- La función *poética*: cuyo acento se pone sobre el mensaje, tanto a nivel estético, retórico, etc. Permite que el mensaje aparezca como más natural o lógico. Por otra parte, intenta llamar la atención sobre su forma más que sobre su contenido. Un ejemplo de esta función en la web es el caso de un sitio realizado en flash, cuyo objetivo es utilizar efectos especiales, sin ninguna función comunicativa

El siguiente esquema representa la correspondencia entre los factores y las funciones del lenguaje.



Greimas parte de las funciones de Jakobson para señalar que la poeticidad se obtiene sobre todo a través de la presencia de los contrastes. Dos elementos opuestos que pertenecen a la misma categoría son el resorte principal que devela la poeticidad de un texto. Es decir, el contraste atrae la atención del destinatario sobre el mensaje. Y, es esta unión particular entre expresión y contenido existente en el lenguaje poético la

que logra que al contraste de la expresión le corresponda un contraste del contenido. Así, nos encontramos frente a un sistema semi simbólico.

Dentro de la web esta función poética no sólo se verifica dentro de los textos verbales, sino también dentro de los textos visivos.

La imagen no está compuesta de fonemas, no existe algo que pueda llamarse fonología plástica. Por ello, para descomponer la imagen en distintos elementos nos basaremos en la semántica, esto es, en elementos de significación.

Las categorías plásticas se utilizan para identificar aquellos elementos denominados 'tratados distintivos'. Estos tratados consisten en las categorías elementales, que al unirse, dan origen a una unidad mínima de la expresión plástica, esto es: una figura plástica. Si tomamos como ejemplo las líneas, podremos distinguir algunas características fundamentales: rectilíneo/curvilíneo, corto/largo, continuo/discontinuo, etc. Así, una línea es una figura plástica (unidad mínima sin significado), pero, sus características son sus tratados distintivos. Sólo cuando una figura, o un grupo de figuras pueden asumir un significado hablamos de 'formas plásticas'.

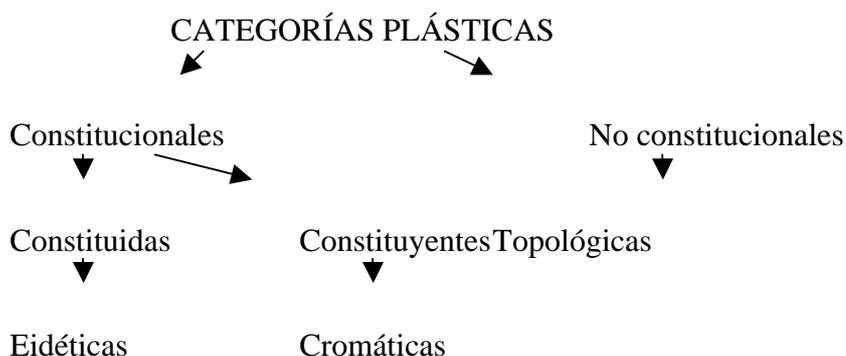
Las categorías plásticas se dividen en dos: constitucionales y no constitucionales. Las constitucionales describen las características y los elementos propios de la figura.

Los no constitucionales, en cambio, tratan la topología de la figura dentro de un contexto. Por ejemplo, en el logo de Interactive las características constitucionales son el rectángulo azul, el tipo de letra que se utiliza en blanco, etc; las

características no constitucionales serán su posición dentro del sitio web: parte superior izquierda.

A su vez, la categoría constitucional se divide en: constituyente (colores de la figura) y constituida (las líneas de contorno de la figura). La subcategoría constituida se describe a través de la categoría eidética.

La categoría eidética se basa en la oposición: rectilíneo/curvilíneo, continuo/discontinuo etc. Al cambiar una sola vez el valor de una categoría, obtenemos figuras eidéticas diferentes.



3.1.2 Los signos sintéticos

Los signos creados sintéticamente para la programación de la web, son signos que pueden ser matemáticos, verbales o pictóricos. La primera cuestión a tomar en cuenta, con respecto a los signos electrónicos o sintéticos, es la diferencia entre el *signo* y su *referencia*. Vale decir, entre la dirección de localización en la memoria del computador y el valor almacenado en esa misma dirección. A pesar de que la lectura tradicional es posible en el hipertexto, la novedad de la lectura hipertextual; es que el propio computador ayuda a definir los trayectos a seguir. Las palabras en un texto

electrónico sugieren su propia referencia, por el hecho de estar contenidas en unidades de tópicos relacionadas con otras unidades de tópicos de múltiples maneras. Por esta razón, los tópicos en sí mismos se convierten en signos; signos definidos no sólo por las palabras que contienen sino por su relación con otros signos de tópicos. “El computador hace explícita y operativa esta relación mientras el escritor crea y el lector lee”.¹³²

Por otra parte, los signos dependen del medio en que están anclados, dependen de la superficie y de los instrumentos que los afectan. El hipermedio de la web es más complejo que cualquier otro medio porque se convierte a la vez en superficie e instrumento de un tipo único de escritura. Esto se debe a que el proceso de semiosis actúa de un modo distinto: el movimiento de un signo a otro en el acto de referencia dentro de un texto electrónico no sólo se refiere potencialmente a otros signos, porque no sólo las palabras sino cada tópico y los enlaces que los conectan son parte del proceso de significación.

En otras palabras, partimos de la teoría de Pierce que sostiene que: entre el signo y lo que éste representa debe existir un puente llamado *interpretante*.¹³³ El interpretante es el proceso a través del cual el signo es definido y por tanto se convierte en otro grupo de signos: “Ahora bien, el Signo y la Explicación constituyen otro Signo, y, puesto que la Explicación será un signo, éste requerirá probablemente

¹³² Jay David Bolter *Electronic signs* pg 3
<http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/BolterSigns.html>

¹³³ Pierce, citado por Umberto Eco en *Tratado de semiótica general* 2000 Editorial Lumen. Barcelona. pg 114

de una explicación adicional, que tomada con el Signo ya ampliado dará origen a un Signo mayor...”¹³⁴

En el lenguaje sintético de la interfaz, los signos no sólo los constituyen las palabras del texto, sino los menús, las flechas, la base de datos que el computador registra *detrás* de la imagen de la pantalla. La diferencia con los otros medios reside en que el proceso de interpretación ya no tiene lugar *frente* al texto, sino, a través de interacciones entre la mente del lector y la estructura de datos detrás de la interficie del texto.

De este modo la interfaz duplica el proceso de interpretación. Según Bolter, “los enlaces en un hipertexto son los actos de representación que mueven al lector desde un signo a otro [...] el escritor crea un espacio electrónico de modo que un signo apunta a otro o a muchos otros signos. Los lectores seguimos esas conexiones y nos movemos sobre un espacio con trayectorias de interpretación predeterminadas, o, creamos nuestras propias trayectorias. En términos Piercianos, el sistema del propio computador se convierte en el interpretante de cada signo, y la interpretación deviene el proceso de seguir los enlaces de acuerdo a los de la lógica de la computadora”¹³⁵. Así, la interfaz interviene en el proceso de interpretación duplicando tanto al autor como al lector, interpretando o mal interpretando el uno al otro.

Los tipos de signos en la web según la clasificación Pierciana:

Símbolos.- Los símbolos son signos artificiales, están relacionados arbitrariamente con su objeto donde esta relación debe ser ‘aprendida’. Las marcas de

¹³⁴ Ibid. pg 115

¹³⁵ Jay David Bolter *Electronic signs* pg 4

<http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/BolterSigns.html>

los productos, sus logotipos y sus *slogans* son signos de orden simbólico. Por ejemplo, el logotipo del *homepage*:



Por otra parte, son también símbolos: “@” “.com”

Íconos.- Los íconos en la web dan acceso a un tipo de información. Las imágenes utilizadas en los menús que pueden ser identificadas sin un texto son ejemplo de íconos. Por ejemplo:  Los íconos en la web por lo general van

acompañados de texto, tal es el caso de:  . Por ello, en los *homepage* los íconos son los signos menos puros.

Índices.- Se pueden considerar índices a las barras de navegación -cuadros de contenidos, menús- los cuales sirven como mapas de ubicación dentro de los sitios como marcos. Por otra parte, las fotografías presentadas en la web son de tipo indexical; están relacionadas con su objeto a través del texto que las complementa.



El presidente Lucio Gutiérrez durante la inauguración del centro de desarrollo infantil.

Tanto los índices y barras se complementan con íconos y enlaces en las diferentes páginas para formar la interfaz del usuario.

3.1.3 Los registros comunicativos

Los registros comunicativos permiten individuar y clasificar los distintos aspectos comunicativos de un sitio: cuál es su estructura; el tipo de identidad; la opción del sonido. Los elementos de semiótica como los de usabilidad y de diseño de web sugieren la capacidad de comunicación, incluso en relación a los contenidos (como el texto o los gráficos), o las formas en las cuales son presentados (facilidad de la navegación).

Se trata de una estructura completa que une conjuntamente a la arquitectura y al contenido, para garantizar el éxito de la página web.

Proyectar un sitio web significa trabajar en la arquitectura de la información, señalar si se trata de un portal o de un vortal. Esta arquitectura no basta para construir un sitio web eficaz desde el punto de vista comunicativo. Los registros comunicativos de la Semiología de la red trazan el recorrido lógico-estructural a seguir en la puesta a punto de un sitio web. Indican los elementos concretos necesarios para que un sitio funcione desde el punto de vista de sus contenidos, del mismo modo que un texto escrito, no sólo necesita de una buena trama o de la construcción de personajes bien caracterizados, sino también de un léxico apropiado, de ilustraciones pertinentes (en casos necesarios como: las historias para niños, libros de arte, etc) y de una especie de acuerdo entre narrador y lector.

Los registros comunicativos que se tomarán en cuenta en el análisis de los sitios web propuestos en este trabajo www.interactive.net.ec, www.presidencia.org.ec y www.chasquinet.org son los siguientes:

- Clasificación del sitio.
- Registro identificativo.
- Registro comunicativo estructural.
- Registro comunicativo de la relación.
- Registro comunicativo de la navegabilidad.
- Registro del acceso a la información.
- Registro comunicativo del texto.
- Registro comunicativo de la animación.
- Registro comunicativo del sonido.
- Registro comunicativo de la funcionalidad.

3.1.4 Teoría del cartel

Norberto Chaves formula su ‘pequeña teoría del cartel’, basándose en la propuesta de Jakobson sobre las funciones del lenguaje.¹³⁶ Su aporte puede resumirse del siguiente modo:

El *contacto* equivale a la función fática. Este nivel debe lograr contactar al emisor con el destinatario, primero llamando su atención y luego interesándolo en el texto. Recordemos que en la teoría del cartel, el emisor ofrece una información que nadie ha solicitado.

¹³⁶ Néstor Sexe *Diseño.com* Editorial Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina. pg 97 - 98

La *información* está en lugar de la función referencial. Es en esta instancia que puede producirse o no la representación simbólica. Dentro de la teoría del cartel, ésta es la función más importante, puesto que la misma sostiene que el texto equivale a lo que narra.

La *persuasión* se refiere a la función conativa. La posibilidad de adquisición de capital simbólico estará determinada por la persuasión, a través de la seducción o de la coacción.

La *identificación* se equipara con la función expresiva. Se alcanza cuando el texto se asimila por parte del destinatario como capital simbólico y el canal entre emisor y destinatario permanece abierto.

La *convencionalidad* está vinculada a la función metalingüística. La comunicación asegura dentro de sus claves de codificación las claves de decodificación del mensaje.

La *estética* equivale a la función poética. El texto no sólo es decodificado por el destinatario, sino que también es considerado un producto estético, con un valor preformativo mayor.

Este trabajo no se interesa por una teoría de la emisión del texto, sino por una teoría de los discursos. Por esta razón, no se analizan situaciones comunicacionales generales sino particulares. Así, los textos se definirán como discursos, una vez que el enunciador y el destinatario se convierten en un emisor y un receptor *situados*. Por ello es importante tomar en cuenta: a) cómo ante el mismo mensaje el discurso se modifica frente a un destinatario diferente; b) cuáles son los códigos que el emisor utiliza una vez que define la identidad del destinatario (código lingüístico, de género,

cultural, generacional, ideológico, etc); c) cuál es la carga denotativa (lo que quiere decir) y connotativa (expresiva, emocional) del discurso; d) qué tipo de poder ejerce la situación comunicacional sobre el destinatario, si tomamos en cuenta que no existe situación comunicacional neutra o desinteresada, y; e) cuáles son las funciones de anclaje y de relevo que ejecuta el texto sobre las imágenes dentro de la narración.

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO IV:

LA REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA EN LOS ‘NO LUGARES’ DE LA WEB

4.1 Tránsito por los ‘no lugares’ de la web

Los elementos del lenguaje sintético como: las palabras, las imágenes, el sonido, el video, no son importantes por lo que *son*, sino por lo que *hacen*. Su función de signos y lo que éstos *significan* dentro del sistema de la web, es lo que vuelve a la representación simbólica crucial dentro del proceso de significación, tanto a nivel de producción como a nivel de interpretación. Es justamente este proceso de traducción el que facilita la comunicación, que no deja fuera las diferencias culturales ni las diferencias de poder entre los sujetos que participan del mismo circuito cultural. De esta manera, la representación conecta tanto lenguaje como significado a la cultura.

Este trabajo tratará la representación simbólica en los lugares y no lugares de la web desde una aproximación semiótica, porque esta disciplina se encarga de *cómo* el lenguaje produce significado, y; desde una aproximación del discurso, porque es en el discurso, donde se encuentran los *efectos y las consecuencias* de la representación.

El homepage de un sitio web puede originar la travesía por la red. En este trabajo lo hemos considerado un ‘no lugar’ por ser un lugar de tránsito, un lugar no habitado antropológicamente. La navegación por el ‘no lugar’ usualmente se realiza en solitario, sin sentido de pertenencia a una comunidad virtual. En este sentido los homepage escogidos son relevantes para esta investigación; primero, por tratarse de dos sitios web ecuatorianos; segundo, porque en un caso tratamos de un portal:

www.interactive.net.ec –sitio web politemático, de arquitectura horizontal-, y en el otro caso de un vortal: www.presidencia.gov.ec –sitio web monotemático de arquitectura vertical- y; tercero, porque abordan al navegante desde dos perspectivas distintas: Interactive es un sitio web cultural y la Presidencia es un vortal político.

Para comprender mejor el análisis que se hará de los dos sitios web escogidos es necesario explicar la importancia de los portales dentro de la web. Los portales nacieron en la segunda mitad de los noventa, intentando poner un poco de “orden” dentro de la red. Su función principal era la de desarrollar un motor de búsqueda y de organizar una serie de índices y categorías que sirvieran al usuario para encontrar los sitios web más interesantes, sin perderse en el laberinto de la Internet. Con el tiempo los portales se volvieron cada vez más importantes y, actualmente, su función ha cambiado en parte. Ahora el portal se utiliza para describir el modelo de negocios de muchos sitios web que comenzaron como motores de búsqueda. El concepto que se utiliza es que sean el paso inicial para la navegación en la red, por ello, además de buscadores ofrecen: juegos, concursos, conferencias, chat, correo electrónico, subastas, noticias, deportes, etc.

Según el estudio publicado en 1998 por Yankee Group, el 80% del tráfico hacia un *search engine* estaba en 1997 destinado a la búsqueda. En 1998 este porcentaje ha bajado al 30%. Lo cual indica que los portales ya no se posicionan en la web como puntos de partida para la búsqueda sino como lugares para quedarse.¹³⁷ Por otra parte, la sociedad Booz-Allen & Hamilton condujo recientemente una investigación en la que señala que: el 98% de los usuarios de la Internet han visitado por lo menos una vez un portal. Que a la semana, la navegación sobre la página de

¹³⁷ www.yankee-group.com/public/home/research_showcase.jsp?ID=11258

portales tiene un promedio de cuatro horas y treinta y cinco minutos semanales, contra una hora y cuarenta y un minutos de navegación en otros sitios de servicios de Internet y, una hora y treinta y dos minutos en sitios de entretenimiento.¹³⁸ Por tanto, los portales han perdido su función de ser simples puntos de acceso y se han convertido en el verdadero centro de la red.

La opacidad del portal.- La opacidad de la Internet es una consecuencia de la cultura de la simulación. En la modernidad se entendía algo como transparente, cuando era posible ver con facilidad cómo hacerlo funcionar, esto es, los mecanismos y los procesos para que aquello funcione. Esto estaba vinculado a asumir la responsabilidad de que la máquina funcione correctamente.

En la posmodernidad, en cambio, se da preferencia a la superficie, se trabaja sobre la simulación por encima de lo real. Según Jameson, a la era posmoderna le faltan objetos para poder representarla, mientras la modernidad ha tenido objetos ‘poderosos’ con los cuales ha imaginado la naturaleza de la modernidad industrial, imágenes que han representado las relaciones mecánicas entre el cuerpo y la mente, el tiempo y el espacio. La era posmoderna no ha tenido tales objetos, según el autor “el posmodernismo mina las epistemologías de la profundidad que había tras la representación tradicional”.¹³⁹ Así, lo manifiesto no hace referencia a lo latente, la existencia no hace referencia a la esencia, el significado no se refiere al significante. En otras palabras, el posmodernismo sólo se puede representar por objetos que desafían a la propia representación. Por ello, él propone como necesario construir una

¹³⁸ Booz/ Allen/ Hamilton

<http://www.bah.com/bahng/SilverDemo?PID=Home.html&NGPgID=HOME&contType=TABLE&dis pType=HTML>

¹³⁹ Citado por Sherry Turkle *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet* 2001 Editorial Paidós. Barcelona. pg 58

“nueva estética de los mapas cognitivos, una nueva forma del pensamiento espacial que nos permitiera al menos registrar las complejidades de nuestro mundo”.¹⁴⁰

El mundo actual es un reto para la mente humana, ya no es posible descifrarlo en términos de principios primarios. Por ello, la tecnología a través de la simulación, es una ventana abierta para que el hombre se apropie del mundo real, ya no desde abajo, como en la época moderna, sino desde una negociación más inteligente.¹⁴¹ La opacidad de la sociedad se reflejará entonces en la opacidad de la web y aprender a navegar en esta opacidad implica navegar en sus contornos. Los ‘placeres de la opacidad’ a los que Baudrillard hace referencia, tratan sobre las posibilidades de penetrar y negociar lo posmoderno a través de la seducción de la tecnología.¹⁴²

En la web los objetos no tienen un referente físico simple, es decir, sólo existen signos tomados desde la realidad que sustituyen a lo real. Por tanto, el simulacro es el tipo de representación que carece de originales, porque en el mundo posmoderno sólo trabajamos las *interficies* (distintos planos dentro de una superficie) y no la profundidad.

La estructura del portal es una exaltación de la reflexividad, de la opacidad. El sistema de marcos anidados que posee el portal es el *débrayage*, que sirve para reconocer un texto como tal, para abrirlo y para cerrarlo. La situación de la enunciación fue definida por Greimas y Courtés como “yo aquí y ahora”, de ahí que, en la comunicación oral, la situación de la enunciación siempre puede ser identificada. Pero en un texto escrito, según estos autores, la situación de la enunciación se pierde;

¹⁴⁰ Fredric Jameson *El posmodernismo o la lógica del capitalismo avanzado* 1992 Editorial Paidós. Barcelona. pg 113

¹⁴¹ Sherry Turkle *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet* 1995 Editorial Paidós. Barcelona. pg 60

¹⁴² Jean Baudrillard *Simulations* 1983

<http://65.161.65.84/frownland/text/simulations/simulations.html>

porque la lectura de un texto cancela el “aquí y ahora”. Dicha lectura sólo puede suscitar un simulacro (un tiempo diferente del que fue escrito, un espacio diferente al que se encontraba el emisor cuando lo escribió). El *débrayage* es la negación de la instancia de la enunciación, el *débrayage* es tanto temporal como espacial. Se produce de manera automática frente a un texto escrito.¹⁴³

El portal al igual que un periódico es un soporte de noticias. Por ello es tan importante que estas noticias y la información que contienen sean consideradas objetivas, creíbles. Es a través del *débrayage* que se aleja el enunciado del emisor y, con ello, también su influencia, su propia subjetividad.

La estrategia comunicativa (información).- El portal desarrolla dos discursos diferentes:

- El portal suministra enunciados (noticias), dentro de los cuales el *débrayage* sirve para distanciar al enunciadador y ofrecer la sensación de seriedad.
- El portal tiene una naturaleza reflexiva y es, en sí mismo, un acto de enunciación. El enunciadador recalca que es él quien organiza y selecciona la información (no nosotros), es él quien propone *el* discurso. Enfatizando que se trata de un discurso *objetivo*.

La estrategia comunicativa (interacción).- La estructura visiva utilizada por el portal debe ser funcional a su estrategia comunicativa. El portal, a diferencia de otros sitios web, no intenta construir dentro de la página el simulacro de un espacio real. A pesar de utilizar espacios de interacción (foros, concursos, etc), la estructura visiva está diseñada para ofrecer información. Es y será un espacio artificial al servicio del

¹⁴³ <http://digilander.libero.it/pieropolidoro/lezioni.htm>

navegante, donde el *débrayage* es utilizado intencionalmente. Así el portal mantiene las siguientes características:

- Dimensión de la representación: reflexividad - opacidad.
- Estrategia comunicativa: objetiva - información.
- Categorías topológicas: rectilíneas.
- Categorías eidéticas: rectas.
- Categorías cromáticas: radicales – llenos de saturación.
- Fondo: blanco.
- Texto verbal: escrito - *débrayage*

Ciertos espacios dentro del portal, están destinados a intentar contactar al usuario de forma personal. Lo cual conlleva otro tipo de configuración, otras formas de abordar el simulacro. El mecanismo que se utiliza en los espacios de interacción es el *embrayage*. El *embrayage* tiene como finalidad sugerir las situaciones de la enunciación (ya que nunca podrá ‘resucitarlas’), crear una ilusión efectiva de la presencia y contemporaneidad de una situación de la enunciación, que no existe en realidad. Esto se logra a través del uso de: pronombres de primera o segunda persona; tiempo presente; o frases como ahora, aquí.

El tránsito por estos no lugares será abordado desde la semiología de la web y desde un test heurístico de usabilidad, adaptado para los objetivos de esta investigación.

4.1.1 Análisis semiológico de dos sitios web.

Cada entidad comunicativa -una novela, una obra de teatro o un sitio web- no son otra cosa que un conjunto de signos comunicativos, un texto compuesto por significantes determinados, una sucesión coherente de enunciados.

He considerado la semiótica como una herramienta válida en el análisis de un sitio web porque, aunque sea inicialmente, permite ver la imagen, la escritura, el sonido y el video como representaciones de otras cosas. A través de ella es posible descubrir las representaciones figurativas del discurso sin entrar en la realidad de un objeto, de un espacio; basta utilizar el fondo y los elementos que constituyen la página web para encontrar los mismos valores utilizados en la realidad.

Por lo antes indicado, el diseño de un sitio web se vuelve relevante en los procesos de representación simbólica y de comunicación. El valor del diseño radica no sólo en todo aquello que le ofrece al usuario, sino también, en todo aquello que excluye del usuario. En Internet 'el diseño *es* el discurso'. Tan importante es aquello que se incluye en un sitio, como todo aquello que se excluye del mismo. “*Si diseñar es designar, entonces diseñar es excluir. Del diseño queda afuera todo lo que no está designado*”¹⁴⁴.

Es así como quienes construyen proyectos sobre páginas web opinan que es importante resaltar aquello que se va a incluir en el proyecto, pero tal vez más

¹⁴⁴ Eduardo Hojman *Prólogo* de Néstor Sexe *Diseño. com* 2001 Editorial Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina. pg 13

importante es especificar qué es lo que se *excluirá* (lo que se considera fuera de los objetivos) del proyecto¹⁴⁵.

Si bien Saussure rompió de una vez por todas el sentido nominalista de la palabra al otorgar sentido representacional al signo en la noción del significante, este trabajo no está orientado ni a los significados ni a los significantes, sino a la relación que los vincula tanto en el plano del contenido (concepto) como en el plano material. Por ello hemos partido para el análisis de los sitios web desde la semiología. Por ser ésta una ciencia relacional, que aplicada al diseño de la web, nos permite distinguir que un diseño sólo es comunicable cuando su signo es relacional, es decir, cuando ni la entidad del emisor o del destinatario, ni el contenido del texto son decisivos, sino las formas de relación entre ellos.

He escogido el portal de www.interactive.net.ec por considerarlo uno de los sitios web más populares para los usuarios ecuatorianos. Su diversidad permitirá analizar por qué el navegante lo utiliza, cuáles son los usos que hace del portal y, finalmente, qué tipo de representación simbólica es posible.

Por otra parte, el portal www.presidencia.gov.ec ha sido tomado en cuenta por su carácter jerárquico y político. A través de esta página web podemos descubrir qué tipo de discursos están en juego desde el poder en el Ecuador, qué capital simbólico se transfiere y qué tipo de representación simbólica produce.

¹⁴⁵ Eduardo Hojman *Prólogo* de: Néstor Sexe *Diseño. com* 2001 Editorial Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina pg 12

4.1.1.1 www.interactive.net.ec

Interactive es un sitio web presente en la web desde 1998, se describe a sí mismo como un portal de información, pero en realidad es un portal que además de ofrecer varias categorías de información se dedica a la promoción de servicios de Internet. Tienen gran preponderancia de los colores azul, rojo, blanco, amarillo y celeste. Siendo los colores distintivos del logo el azul, el blanco y el rojo. El *homepage* aparece muy colorido y atractivo para personas de cualquier edad, sin embargo, el uso de los espacios lo vuelve un tanto confuso y pesado al navegante.

El sitio tiene los objetivos específicos: a) vender servicios de y en Internet; b) información.

El sitio web de Interactive se dirige a un público de consumidores de servicios de Internet y de noticias, por lo cual, la población infantil queda bastante excluida del *target* de usuarios.

Al escoger a un público tan variado, el sitio web transmite cierta confusión a los usuarios que lo utilizan por primera vez, puesto que junto al aspecto comercial Interactive intenta desarrollar una función informativa de novedades y actualidad.

El *homepage* está construido sobre una estructura compleja: dos menús verticales, dos menús horizontales y un espacio central -que a su vez está dividido en ocho áreas con distintas categorías de información-.

De modo que las opciones para el usuario, al encontrarse en distintos puntos de la página al mismo tiempo, vuelven la navegación confusa y repetitiva.

Homepage

- La capacidad explicativa del argumento tratado es buena: desde un inicio se entiende que el navegante ha ingresado a un portal de noticias y de servicios de Internet. Los colores que se utilizan en el logo, se repiten adecuadamente en el resto del la página integrando sus espacios. Sin embargo, la incorporación de otros colores y *banners* publicitarios tienden a perder la intención identitaria inicial. El símbolo de Interactive no divide los espacios de navegación, está ubicado en la parte superior como una etiqueta o un título más. Sólo la barra de menús vertical del lado izquierdo mantiene el azul del logo, permitiendo la irrupción de espacios desarticulados tanto del símbolo de la página como de sus colores representativos.

- Capacidad denotativa del sujeto de la enunciación, emisor:

Para determinar la capacidad denotativa del emisor se ha realizado un análisis de los títulos de los mensajes, tomando en cuenta: regularidad, diferenciación y sistematicidad de los mensajes del *homepage* -recomendada por Eliseo Veron-.¹⁴⁶ Igualmente se han tomado en cuenta los tipos de enunciadores y el contrato de las imágenes en el texto, siguiendo el esquema del *Contrato de Lectura* del mismo autor.¹⁴⁷

Los títulos que se analizan a continuación fueron publicados en el *homepage* de www.interactive.net.ec el día doce de diciembre del 2003.

Enunciador Objetivo: Este tipo de enunciador utiliza un recurso de autoridad externa, lo que dice es presentado como una verdad objetiva. El grado de

¹⁴⁶ Eliseo Veron *El análisis del “Contrato de Lectura”* pg 5

http://www.acilbuper.com.ar/losclasicos_u.htm#V

¹⁴⁷ Ibid pg 6

compromiso sobre lo que enuncia es mínimo porque se distancia de su propia enunciación.

Títulos amplios:

Segmento: Noticia del día. Título: ‘Gutiérrez espera que el 2004 sea excelente’.

Segmento: Deportes. Título: ‘Barcelona despidió el año goleando a Liga’.

Segmento: Nutrición. Título: ‘¿Es posible evitar el cáncer!’.

Forma interrogativa en tercera persona: Tiene dos objetivos: primero, enunciar un problema universal y segundo, el mensaje tiene la clave para resolver la pregunta del título.

Segmento: Consejos empresariales. Título: ‘¿Un líder nace o se hace?’

Enunciador pedagógico: El enunciador pedagógico tiene la función de enseñar, de explicar. Por una parte, puede marcar al destinatario o marcarse como enunciador, y por otra, puede utilizar recursos de cuantificación. Se ha visitado a diario el portal de www.interactive.net.ec. el mes de diciembre y no ha sido posible encontrar ningún título de enunciador pedagógico.

Casos de acercamiento o complicidad entre enunciador y destinatario: Estos casos de enunciados presentan un mayor grado de compromiso entre enunciador y destinatario, el uso de tiempos verbales y de persona lo confirman.

- *Interpelación al destinatario*: utiliza el modo imperativo. El enunciador da una orden de placer al destinatario.

Segmento: Bajativos. Título: ‘¡Protéjete del software espía!’

Segmento: Editorial. Título: ‘Lee la historia de...’

- *Diálogo fingido*: el título pretende iniciar un diálogo con el destinatario.

Segmento: La voz.

Título: ‘¿Cree usted que el ex dictador Saddam Hussein debe ser enjuiciado en Irak y no en EE.UU.?’.

La capacidad enunciativa de cada mensaje se expresa por otra parte, por la tipografía utilizada. La parte central del portal tiene fondo blanco: los nombres de los segmentos están en mayúsculas y en color gris; los títulos de los artículos están en minúsculas, color negro y en negrita; el fondo blanco resalta la importancia de los textos ahí publicados, no es necesario recurrir al color para señalar que estos contenidos son relevantes.

La columna derecha: el fondo del nombre del segmento es amarillo y el título está en mayúsculas, negro y en negrita. Los títulos de los artículos tienen fondo azul y letra minúscula blanca, los fondos de colores vuelven atractiva esta parte del *homepage* le dan un carácter más relajado, invita a la interacción. Ese es el verdadero objetivo de la mayor parte de los mensajes ahí ubicados.

El contrato de la enunciación también afecta a la imagen. Las fotografías que acompañan a los títulos pertenecen a los dos tipos de imagen de la clasificación de

Veron, en el uso de las imágenes en las coberturas de *News*: foto ‘pose’ y ‘retórica de las pasiones’.

Retórica de las pasiones.- Son fotografías tomadas a personajes en actitudes naturales. El gesto del rostro del personaje enfatiza la coyuntura política, económica, etc. que el mensaje puntualiza. Este tipo de imágenes se traduce como distancia objetiva del enunciador. –yo no lo digo, él lo dice con su expresión facial-.

Por ejemplo, en el segmento ‘Noticia del día’ –Gutiérrez espera que el 2004 sea excelente’ la foto que acompaña al texto es la siguiente:



El presidente Gutiérrez es fotografiado mientras dice “algo”. Este “algo” implica al mensaje en cuestión.

Fotos pose.- El personaje desea explícitamente expresar algo. La complicitad se construye entre enunciador y personaje. Este es el caso del segmento ‘El foro con Marissa’



El personaje posa en una actitud amigable, familiar, invita al navegante a ponerse en contacto con ella, a expresar su opinión.

De las nueve fotografías presentadas el día doce de diciembre, seis pertenecen al grupo de retórica de las pasiones y tres al tipo pose. De la observación del *homepage* en el transcurso del mes de diciembre del 2003 se puede recalcar, que el 72% de las fotografías publicadas son del tipo de retórica de las pasiones y el 28% del tipo de pose. Estos resultados nos proporcionan otro tipo de conclusiones. El enunciador desea ser 'objetivo', no comprometerse en mayor grado con el mensaje y, así, mantener la imagen de portal de información. Y por otra parte, las fotos pose son parte de la imagen corporativa del sitio web: la foto de Marissa y la del Dr. Marco Martínez en el segmento 'Cirugía plástica' son íconos de sus segmentos respectivos.

Todas las imágenes del sitio web, excepto las de publicidad en línea, están acompañadas de texto. Y esto se debe a que el texto tiene dos funciones con respecto a la imagen:

- . Función de anclaje: determinar uno sólo de los sentidos posibles de la imagen.
- . Función de relevo: el texto ayuda a que el sentido de la imagen aumente, se vuelva más evidente o importante.

La capacidad denotativa de un sitio web puede ser también evaluada por la facilidad o dificultad que tiene el navegante de identificarse con el portal. Por ello, podemos señalar que el sitio web www.interactive.net.ec no tiene gran capacidad denotativa, en parte debido a que la empresa, como tal, no tiene una metáfora detrás del concepto del sitio. El logo de Interactive no dice nada (no expresa un concepto), motivo por el cual, no se distingue de otros logos empresariales a nivel nacional o internacional. Y

su *slogan* “Interactive, sí responde” no aparece en ningún espacio del *homepage*, es visible únicamente en el título del sitio web.

- Capacidad de atracción: el sitio no tiene impactos emotivos, sus colores alegres sobre fondo blanco se dispersan creando un ambiente caótico, que no identifica al usuario con el producto. No existen imágenes frescas y alegres que emocionen al navegante. No es posible encontrar íconos que identifiquen al usuario con el sitio web, de tal modo, que da igual estar en éste sitio específico como en cualquier otro, sin lograr un sentido de pertenencia o de comunidad con el producto. La ausencia de metáfora se vuelve un problema, ya que el sitio web no implica ni un estilo de vida, a pesar de que el producto no es lo suficientemente preponderante para desistir de ella.

4.1.1.2 www.presidencia.gov.ec

El sitio www.presidencia.gov.ec se crea, en primer término, por la tendencia mundial de las presidencias de otros países de estar presentes en la web a través de una página específica. Pero como sucede con muchas empresas o instituciones cuando se plantean desarrollar un sitio web, no tenía muy claro los objetivos que se debía manejar. Esta motivación inicial llevó a la contratación de un proyecto de página web desarrollado por Yagé.

El objetivo principal de la página fue convertir al portal de la presidencia en el canal de información oficial que transparentara la información desde la propia institución. A partir de él se implementaron otros objetivos:¹⁴⁸

- Aumentar la cobertura de la información, evitando su centralización por parte de los medios de información de las principales ciudades del país.
- Transparentar la información desde la presidencia hacia medios de comunicación alternos (cadenas radiales), sumamente importantes en términos de acceso de la población.
- Comunicar los planes y lineamientos del gobierno sin pasar por los filtros de la prensa.
- Fomentar una comunicación más directa desde la presidencia a la ciudadanía.

Al no contar la presidencia con un equipo editorial, un equipo de investigación, un equipo de redacción se utilizó la sala de prensa para monitorear y sintetizar la información emitida por los medios de comunicación, procesarla y publicarla. De este modo, el sitio web se convirtió en un periódico digital que presenta la información generada en los medios de comunicación, con un muy bajo porcentaje de información generada por la Presidencia. Este periódico digital está organizado en módulos fijos:

- Periódico digital.
- Gobierno.
- Estado.

¹⁴⁸ Fuente: Entrevista a Xavier Torres YAGUE. (24 octubre del 2003)

- Comunidad.
- Ecuador.
- Presidencia.

A diferencia de otros sitios web similares, www.presidencia.gov.ec es un vortal con escasas posibilidades de interacción. No existen foros de opinión o chats. No es posible contactar con el *web master* o con la persona encargada del correo electrónico. El motivo de esta ausencia es la falta de infraestructura, de personal calificado y un componente generacional que todavía no entiende las posibilidades comunicacionales de la tecnología. Los íconos a través de los cuales el usuario puede comunicarse con el sitio son: “sugerencias” y “encuestas”.

Por otra parte, el sitio www.presidencia.gov.ec no forma parte de ninguna política pública que promueva el sitio web en bibliotecas públicas, escuelas o universidades. Lo cual nos conduce a la siguiente pregunta: ¿a quién está destinado el vortal?, ¿a algún tipo de usuario en particular?

Si desestimamos los medios alternos de comunicación como usuarios posibles del vortal de la presidencia ecuatoriana, el usuario al cual está destinado se convierte en una incógnita. Mi propuesta es que este vortal sugiere la teoría lacaniana de la carta que “siempre llega a su destino, en especial cuando nos topamos ante el caso límite de una *sin destinatario*”¹⁴⁹. Porque el verdadero destinatario es el gran Otro, la Web, el propio orden simbólico en ella contenido. Una vez que los textos emitidos por el vortal son publicados en la web, llegan a su destino, que desde el principio es el propio remitente. La presidencia no se reconoce a sí misma como el destinatario de

¹⁴⁹ Slavoj Zizek *¿Goza tu síntoma!* 1994 Editorial Nueva Visión. Buenos Aires. pg 23

sus textos, pero se convierte en destinatario el momento en que se reconoce dentro del orden simbólico (la web). Cuando la web le devuelve el mensaje invertido (bien a través de los usuarios –espacio de sugerencias-, o de los medios de comunicación que citan los textos generados por el vortal) el emisor se reconoce como destinatario. La carta llega a su destino, en el caso del vortal, a través de la dialéctica de la visión y la mirada, en el preciso momento en que al mirar la pantalla existe un punto en que no se ve nada, que no tiene sentido: la mancha. Desde este punto, desde lo no dicho, la mirada es devuelta al emisor, el mensaje llega a su destinatario. Lo real se hace presente dentro del orden simbólico.

Encuentro este punto importante para explicar por qué un sitio de relevancia política como el vortal de la presidencia ecuatoriana sólo mantiene dos pequeñas ventanas de interacción con el usuario. Y el por qué genera tan poca información desde la institución (14% de la información que se publica en el sitio web es creada desde la presidencia).

Al igual que el sitio de www.interactive.net.ec, el vortal www.presidencia.gov.ec, está estructurado de acuerdo a las características de un portal: un reducido menú en la parte superior, dos menús verticales colocados al lado derecho e izquierdo de la página y una sección central.

Homepage

- La capacidad explicativa del argumento tratado es regular: el navegante adquiere rápida conciencia de que ha ingresado en un vortal del gobierno ecuatoriano desde el cual puede acceder a las principales estructuras gubernamentales del Ejecutivo. Sin embargo, carece de espacios de interés contenidos dentro del sitio web: cultura,

sociedad, niños, comunicación en línea con el Presidente, que sí son considerados en otros portales presidenciales, por ejemplo el mexicano: <http://www.presidencia.gob.mx/> .

El Logo utiliza los colores de la Bandera Nacional, el Escudo Ecuatoriano y tiene como fondo una imagen del Palacio de Carondelet, ícono de la presidencia ecuatoriana. Es un logo poco imaginativo que no se integra dentro del sitio a través del uso de colores más alegres que lo vuelvan más amigable. El uso del azul, rojo y blanco, como colores predominantes del *homepage* nos indican que se trata de un sitio institucional y sin embargo, la economía de los mismos, convierte a la página en un sitio desarticulado sin centro focal ni movimiento.

Los *banners* de los Ministerios ocupan un lugar innecesario en el espacio del *homepage* del sitio: debieron reunirse dentro de un enlace dentro del menú principal que los compile. El área ocupada por este tipo de *banners* debería estar dedicado a otro tipo de enlaces (citas cumbres, comunicación en línea con la institución, *e-government*, Ecuador para los niños, etc).

El color predominante es el blanco, dando la impresión de un sitio inconcluso, con espacio desocupado. La pobreza de la cantidad de contenidos favorece a esta impresión inicial.

- Capacidad denotativa del sujeto de la enunciación, emisor:

A través de los parámetros de regularidad, diferenciación y sistematicidad de los títulos de los textos publicados se determina la capacidad denotativa del emisor.

Podemos observar, que por tratarse de un sitio de información gubernamental, existe un sólo tipo de enunciador: el *enunciador objetivo*.¹⁵⁰

Los títulos analizados se toman del *homepage* publicado el 20 de noviembre del 2003.

Títulos amplios:

Segmento:	Política.	Título:	‘Gobierno quiere transparentar la verdad’.
Segmento:	Política.	Título:	‘Ministro de Gobierno aún no renuncia’.
Segmento:	Más titulares.	Título:	‘El incremento de sueldos para el magisterio representa 97.654.000 dólares al Estado’.

No ha sido posible encontrar títulos con enunciador pedagógico, casos de acercamiento o complicidad entre enunciador y destinatario, o forma interrogativa en tercera persona, en las visitas diarias realizadas al vortal en el mes de noviembre y diciembre del 2003.

Con respecto a las imágenes representadas en el sitio sólo es posible analizar una fotografía, puesto que el sitio no presenta más de una foto diaria en su *homepage*.

No existen fotos ‘pose’ en la página, todas las fotografías publicadas en el transcurso de dos meses (noviembre y diciembre 2003) corresponden al tipo de foto de ‘retórica de las pasiones’.

¹⁵⁰ Eliseo Veron *El análisis del “Contrato de Lectura”* pg 6
http://www.acilbuper.com.ar/losclasicos_u.htm#V



El Secretario de Comunicación, Marcelo Cevallos¹⁵¹

Los *banners* corresponden al resto de imágenes publicadas en el sitio, por ejemplo:



Como podemos apreciar, las fotografías llevan un texto que las explica, incluso los logos desplegados en los *banners* mantienen el nombre de la institución a la que pertenecen. Esto responde a las dos funciones antes mencionadas del texto: a) la función de anclaje, que apunta a un solo sentido en que debe ser interpretada la imagen y, b) la función de relevo, en la que el texto colabora a que la imagen se vuelva más importante o incuestionable.

El título de la página corresponde al URL de la misma. El navegante reconoce el vortal apenas despliega el sitio. Puesto que la capacidad denotativa también es evaluada por la posibilidad de identificarse con el portal se puede concluir que, en este sentido, el vortal tiene buena capacidad denotativa. El sitio web www.presidencia.gov.ec mantiene una débil metáfora: el palacio de Carondelet y carece de un slogan que apoye la metáfora visiva

- Capacidad de atracción:

¹⁵¹ <http://www.presidencia.gov.ec/default.asp> (visitado el 20 de noviembre del 2003)

El sitio no tiene impactos emotivos. Las características cromáticas del vortal demuestran su identidad institucional, no se utilizan colores de fondo en los menús, excepto en los títulos de los mismos que mantienen un fondo azul. En general predominan el blanco y el azul que no logran ningún apego emocional al sitio web o ningún sentido de pertenencia o de comunidad con la institución.

4.1.1.3 Comparación de los registros de los sitios web www.interactive.net.ec y www.presidencia.gov.ec

Registro comunicativo de la clasificación	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
Sitio informativo y comercial, de género politemático. Su valor radica en distinguirse de otros sitios web como informativo y comercial.	Sitio informativo y de enlace a otras estructuras institucionales del gobierno. Al tratarse de un vortal, la página es de género monotemático: político institucional. Se distingue de otros sitios web al proveer información sobre un solo tema: gobierno ecuatoriano

Registro comunicativo estructural	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec

<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Arquitectura estructural</i>: estructura de árbol. ▪ Opción adecuada para este tipo de portal. Sin embargo, el ancho del árbol es demasiado amplio con respecto a su profundidad, los contenidos están incluidos simultáneamente en varios links principales correspondientes a los distintos menús. Esto podía evitarse al realizarse un mejor trabajo de jerarquización más sencillo y compacto, evitando así la recarga memorística del sitio web. ▪ Desde el punto de vista eidético prevalecen las formas rectilíneas (rectángulos, cuadrados, etc.) ▪ Desde el punto de vista topológico predomina la organización rectilínea (arriba/ abajo, derecha/izquierda). Se reconoce un fuerte paralelismo entre los textos, puesto que cada uno es sujeto de segmentación del mismo tipo. ▪ En la parte superior: al lado izquierdo se encuentra el logo del sitio y, al lado derecho un anuncio publicitario, llamado <i>banner master</i>, seguido por un menú de links por categorías. ▪ La parte central: contiene la información más relevante. Esta es la <i>zona de alta jerarquía informativa</i> utilizada dentro de la página para los contenidos de mayor relevancia. ▪ La parte inferior: está dedicada a un pequeño menú sobre la empresa. ▪ <i>Clasificaciones de los links</i>: Links singulares (desde una palabra a una página) y links plurales (más links que dirigen a la misma página). Por ejemplo el link singular Más... desde el mensaje ¡Protégete del software espía! y, link  plural Tecnología que remita a la misma página. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Arquitectura estructural</i>: estructura de árbol. ▪ Apropiaada para este tipo de página web. Divide la información en módulos jerarquizados a través de menús y de información relevante para el día en su espacio central. Puesto que no se trata de un sitio web amigable, el árbol desarrolla profundidad sin ser muy amplio horizontalmente. Los menús están bien organizados y no existen links que relacionen las mismas páginas sucesivamente de forma repetitiva ▪ Desde el punto de vista eidético prevalecen las formas rectilíneas (rectángulos, cuadrados, etc.) ▪ Desde el punto de vista topológico predomina la organización rectilínea (arriba/ abajo, derecha/izquierda). No existe mucho paralelismo entre los textos, porque los textos no son sujetos de continua segmentación. ▪ En la parte superior: se encuentra el logo del sitio. A continuación en orden descendente encontramos: la fecha actualizada y un menú con las siguientes opciones:  ('cambiar de fecha') éste es un ícono que está presente en muy pocas páginas web; 'Sugerencias'; 'Suscripción'; 'Mapa del sitio'; 'Buscar'. ▪ La parte central: Contiene dos menús colocados a la derecha y a la izquierda del sitio y un espacio central con la información más importante del día. ▪ La parte inferior: a diferencia de otros vortales, no contiene ningún tipo de menú, está en blanco. ▪ <i>Clasificaciones de los links</i>: Los links son de tipo <i>roll over</i>. Los títulos de los menús, de las noticias y de los <i>banners</i> se constituyen en enlaces para ampliar la información. Existe sólo un link en tinta azul: Más titulares en el segundo espacio central del sitio. Diez links en forma de flechas ( <i>bullet</i>) seguidos por el título de la noticia en el mismo espacio, a continuación de más titulares.
--	---

<p><i>Combo box</i> (menú que se despliega en forma vertical), <i>roll over</i> (cambian de color o se resaltan cuando se pasa el ratón sobre ellos), tradicionales (en color azul, o en color azul subrayados).</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Valor cromático de los links:</i> las reglas cromáticas de la usabilidad de la web son respetadas en el sitio web Interactive. Son de color azul; están colocados debajo del ícono al que se hace el link, debajo de la información que se desea ampliar, en la parte inferior de la página a modo de menú secundario y, en los menús principales tanto verticales como horizontales. De igual forma se respetan las reglas cromáticas de usabilidad de la web en los links activos, los cuales cambian de azul a rojo al pasar el ratón sobre ellos 	<p>Contiene igualmente combo box, rollo ver y links tradicionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Valor cromático de los links:</i> En este vortal se han seguido las reglas cromáticas de la usabilidad de la web. Color azul, negritas en azul. Pero existe una falta notoria de íconos en los enlaces. Probablemente debido al tipo de contenido desplegado en el sitio web. Los links activos están escritos en color azul y se subrayan al pasar el ratón sobre ellos.
--	---

Registro comunicativo de la identidad	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
<p><i>URL del sitio:</i> www.interactive.net.ec</p> <p>El nombre indica que se trata de un sitio relacionado con interacción; la palabra “net” nos permite deducir que se trata de interacción en la web; las siglas “ec”, que se trata de un sitio web ecuatoriano. Es un URL fácil de intuir y de memorizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Perspectiva del sitio:</i> portal, sitio web de tipo horizontal, ofrece variedad de servicios, gran cantidad de información, dirigido a diferentes perfiles de usuarios. El sitio intenta ofrecer al navegante variedad de noticias que no se concentran dentro de la página. Permite al usuario salir a otras páginas de interés desde el sitio web sin arrinconarlo dentro de la información ofrecida en el portal. Conformar su comunidad de usuarios a través de suscripciones en línea. 	<p><i>URL del sitio:</i> www.presidencia.gov.ec</p> <p>La nominación del sitio permite al usuario identificar que se trata de un sitio gubernamental: ‘gov’. Y, que se trata del gobierno ecuatoriano: ‘ec’. Además es un URL sencillo y fácil de recordar.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Perspectiva del sitio:</i> vortal, sitio web de tipo jerárquico. Ofrece información referente al gobierno ecuatoriano y enlaces a las instituciones más importantes del mismo. No brinda servicios en línea, por lo tanto, no es posible hablar de un sitio de <i>e-government</i>. La información publicada está dirigida a un perfil de usuarios muy reducido (medios de comunicación, investigadores, navegantes que buscan información muy específica). Los contenidos que ofrece en comparación con otros sitios web similares son reducidos en cantidad. Se concentra en noticias del día y en información básica referente a la República del Ecuador (símbolos patrios, Palacio de Carondelet, etc). No están

	<p>presentes en el sitio web ni indicadores económicos ni de desarrollo social. Las probabilidades de conformar su propia comunidad de usuarios son muy bajas debido a los pocos espacios de interacción: sugerencias y encuestas.</p>
--	--

Registro comunicativo de la relación	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Identidad del emisor:</i> adulto, amigable y con secciones institucionalizadas. La página web se dirige a un público real, que es importante en tanto en cuanto, ingresa al sitio web. Su empeño social no intenta configurar una comunidad ideal. La relación que se logra entre emisor y navegante es distante y sin vínculos emotivos. Su carácter institucional se pone en evidencia en los espacios dedicados a la empresa, a los clientes que hacen publicidad en línea, al correo electrónico, a los aspectos técnicos de la Internet, a la forma de presentar las noticias. Convirtiendo en formal la relación entre emisor y navegante. Pocas secciones invitan al usuario a vincularse al sitio web: los concursos, foros, encuestas, recetas entre otras. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Identidad del emisor:</i> adulto, institucional. La identidad del emisor es la de una institución gubernamental que tiene el objetivo de informar sobre las actividades del Ejecutivo ecuatoriano. Los espacios de interacción son dirigidos por la institución, por ejemplo, en el espacio de encuestas el tema de consulta no proviene de las inquietudes de la ciudadanía, sino de un interés generado desde la presidencia. Las preguntas de la encuesta no son semanales ni mensuales, se mantienen las mismas por más de dos meses, desmotivando al usuario regular del sitio a participar. Al tratarse de un sitio de emisor objetivo sus contenidos pretenden ser leídos e interpretados con seriedad, a pesar de que títulos como: “El gobierno quiere transparentar la verdad” pueden ser interpretados de la siguiente manera por los informantes que participaron en la investigación: a) la verdad hasta ahora no ha sido transparente, b) ¿a qué verdad se refiere el gobierno? o c) ¿se transparenta la verdad o se manipulan los hechos al intentar transparentarla? El sitio web www.presidencia.gov.ec no intenta configurar una comunidad ideal, tampoco intenta establecer un vínculo amigable entre emisor y destinatario, sino todo lo contrario, su objetivo es establecer

<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>La identidad del destinatario:</i> es variada, el destinatario es considerado un usuario que desee estar conectado a través de un servicio y, que ese servicio, lo lleve al uso del sitio web: usuarios de Internet, empresas que desean publicitarse en línea en ese portal específico. Incluso el lenguaje utilizado en las secciones institucionalizadas es más formal y convencional que en el resto de la página, a pesar de que los colores vivos se mantienen en estas áreas. ▪ <i>Estilo de enunciación:</i> es mixto porque cambia de acuerdo a la sección en que se ingresa. Se vuelve más simple y claro ahí en donde los jóvenes ingresan para solicitar canciones o concursar. Es más formal en las secciones principales dedicadas a la información y a los servicios que el sitio ofrece. ▪ <i>Tipología de la cooperación comunicativa:</i> En las secciones dedicadas a los jóvenes el navegante que visita el sitio de Interactive no debe tener ninguna preparación específica, sólo debe estar interesado en un determinado tema e ingresar. Pero, en otras secciones, el contenido se vuelve más técnico y se dirige más a un público adulto, entonces, los niveles de preparación cambian y se vuelven más exigentes. 	<p>una relación formal entre ambos. Los contenidos no se centran en la ciudadanía sino en la Función Ejecutiva Ecuatoriana.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>La identidad del destinatario:</i> es variada, la página de la presidencia es visitada por consultores, investigadores, medios de comunicación y turistas. Al tratarse de un vortal específico, información gubernamental, sus destinatarios son mayoritariamente adultos. Incluso el lenguaje utilizado es formal y convencional sin recursos de navegación ni contenidos que lo vuelvan atractivo para adolescentes y niños. ▪ <i>Estilo de enunciación:</i> es formal porque no cambia de acuerdo a la sección a la que se ingresa ni siquiera en el espacio de interacción ‘encuestas’. ▪ <i>Tipología de la cooperación comunicativa:</i> al ser el usuario un navegante adulto, ciertas páginas que el <i>homepage</i> despliega requieren un nivel de preparación específica, por ejemplo: economía, documentos, la Constitución. Es decir, no todos los adultos que ingresan al vortal están en capacidad de interpretar los contenidos en él publicados. Lo cual reduce aún más el porcentaje de navegantes que lo pueden visitar.
--	--

Registro comunicativo de la navegación	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Los instrumentos de navegación:</i> las páginas se han construido a través de una estructuración de marcos, cada sección tiene un <i>scrolling</i> vertical que dirige la navegación. Dentro del área virtual de algunas secciones los links se repiten y vuelven confusa la navegación. En otras no se utilizan conceptos de usabilidad de la web, por una parte se profundiza mucho, obligando al navegante a realizar muchos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Los instrumentos de navegación:</i> las páginas se han construido a través de una estructuración de marcos con menús que dirigen la navegación a las páginas deseadas. Sólo las noticias del día remiten a varios espacios especificados en el menú, dependiendo el tipo de contenidos de la noticia (social, internacionales, política, economía, etc). Por tanto, los conceptos de usabilidad están bien manejados, puesto que la navegación es fácil, los enlaces no son

<p>más clicks hasta llegar a la información deseada, lo cual además de cansar al usuario y quitarle la sensación de control de la navegación, le aburre y lo incita a desistir y; por otra parte, las opciones para llegar a la misma información se multiplican en exceso. Esto significa que no se ha logrado jerarquizar la información en las capas necesarias para ser usables.</p> <p>La cantidad de información que contiene el <i>homepage</i> vuelve al sitio web pesado de navegar. Los íconos que representan las categorías principales de información repiten sus contenidos en el espacio central de la página, perdiendo la posibilidad de presentar contenidos novedosos, acabando con la curiosidad del usuario.</p> <p>No se hace uso de las llamadas <i>sticky applications</i>, o espacios en donde el usuario tiene la tentación de entrar y permanecer, cautivado por una experiencia de navegación más intensa</p>	<p>reiterativos y los contenidos están bien jerarquizados. No ha sido posible encontrar <i>sticky applications</i>, que sí han sido utilizadas por otros portales presidenciales latinoamericanos.</p>
---	--

Barra de navegación	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
<p>El navegador principal es el instrumento de “búsqueda” que debería estar presente en el <i>homepage</i> para dirigir la búsqueda dentro del sitio. Este tipo de barra de navegación permite al usuario moverse con facilidad dentro del sitio, orientarse mejor y acceder a la información a mayor velocidad. En cambio, lo que se ha utilizado en esta página web es un “buscador de google” de la web, que es otro instrumento de navegación que no favorece la navegación dentro del sitio, aunque sí lo haga fuera de él.</p>	<p>El portal posee un instrumento de “búsqueda” para el sitio web y un mapa del sitio. Estos instrumentos permiten que la navegación sea más fluida puesto que ayudan al navegante a ubicarse en las páginas que desea encontrar sin ninguna dificultad y con mayor rapidez.</p> <p>El registro de la navegación alcanza la finalidad comunicativa mínima requerida, no se logra una óptima navegación porque no es posible ingresar al sitio web desde su URL oficial: www.presidencia.gov.ec sino a través de www.presidencia.gov.ec/default.asp. Por otra parte, no es posible desplegar la página web todos los días. En los dos meses de visitas, 12 de los 60 días la página no ha estado activa en la web.</p>

Registro de la usabilidad de la información	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Velocidad de descarga de la página:</i> el <i>download</i> de la página es lo suficientemente rápido, incluso para una conexión a 28.8 Kbps. ▪ <i>Totalidad:</i> la información contenida en el sitio es bastante amplia pero no es muy ordenada a pesar de que el acceso a los contenidos puede ser en varios casos bastante rápido. El navegante puede acceder a gran cantidad de información con varios tópicos de interés. ▪ <i>Fidelidad de la información:</i> la fidelidad de la información del sitio está garantizada por la empresa. La información aparece dentro de un marco de seriedad, tanto a nivel informativo como en lo referente a los contenidos dirigidos a la comunidad, la atención al cliente y a la venta de servicios de Internet. La referencia a la fuente de la información consta en la página lo cual acentúa el concepto de fidelidad dentro del sitio. ▪ <i>Pertinencia:</i> los contenidos del sitio web son pertinentes al tipo de portal. Cada sección ofrece información que corresponde al tipo de contenido ofrecido. Tanto íconos de la parte superior de la página como los links de los menús facilitan esta correspondencia. ▪ <i>Claridad de los contenidos:</i> la información que se presenta en el sitio es concisa. Muy característica de los portales. Los contenidos pueden resultar muy largos o también pueden desplegarse en páginas aparte a través de muchos clicks. Los títulos presentes en el 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Velocidad de descarga de la página:</i> el <i>download</i> de la página es lo suficientemente rápido, incluso para una conexión a 28.8 Kbps. ▪ <i>Totalidad:</i> la información contenida en el sitio es monotemática: información sobre el gobierno ecuatoriano. El acceso a los contenidos es ordenado y rápido. Pero la página web no contiene todas las categorías de información a las que debería aspirar. El sitio de la presidencia ecuatoriana es bastante limitado, en parte por la falta de infraestructura en el equipo de comunicación de la institución, que limita la producción de contenidos desde la presidencia; en parte por limitar el sitio al modelo de periódico digital y enlace a otros organismos estatales. ▪ <i>Fidelidad de la información:</i> la fidelidad de la información del sitio está garantizada por la institución al tratarse de un vortal gubernamental, las noticias no citan su fuente al pie de página por lo cual es necesario acceder al espacio de síntesis informativa para determinar la fuente de cada texto, la misma que está detallada en un documento <i>pdf</i>. De este modo es más difícil conocer cuál información es efectivamente generada desde la institución. ▪ <i>Pertinencia:</i> los contenidos del sitio web son pertinentes al tipo de vortal. Cada sección ofrece información que corresponde al tipo de contenido ofrecido. Tanto los íconos de la parte superior de la página como los links de los menús facilitan esta correspondencia. ▪ <i>Claridad de los contenidos:</i> la información que se presenta en el sitio es concisa, muy característico de los portales. La lectura de los títulos de los textos del área superior del espacio central es fácil porque están dispuestos en párrafos de líneas cortas. Pero los títulos del área inferior del mismo

<p>navegador o los títulos de los respectivos párrafos están presentes en cada página. A primera vista, la lectura de los artículos puede resultar un poco cansada. Primero se trata de un sistema de marcos anidados, los marcos son los <i>débrayage</i> y, por lo tanto, sirven para cerrar un texto o para hacerlo reconocible como tal. Segundo prevalece el lenguaje escrito, que entre los distintos lenguajes, puede llegar a ser el más arbitrario, el más artificial y convencional. Tercero, el fondo blanco no es otra cosa que el “residuo” de la enunciación, esto es, aquello que sirve de soporte al enunciado. El portal tiene una función comunicativa opaca, su objetivo es informar y no tanto interactuar, su aspecto gráfico favorece este tipo de estrategia comunicativa. En este sentido, este tipo de función es muy relevante desde el punto de vista semiótico, porque determina el tipo de disfrute que proporciona el sitio web.</p>	<p>espacio central son difíciles de leer porque están escritos en líneas muy largas, que incluso pasan a un segundo renglón. Los contenidos de los textos se hacen explícitos a través de sus títulos y de pequeñas síntesis, esto facilita la lectura en hipertexto. La sinécdoque y el asíndeton son bien utilizados facilitando la ubicación del navegante en el sitio web. El <i>débrayage</i> caracteriza la relación entre emisor y destinatario.</p>
--	---

Registro comunicativo del texto	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec

<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Léxico y sintaxis:</i> por el hecho de que el sitio web www.interactive.net.ec se dirige a un público diverso, el léxico y la sintaxis utilizados cambia de una sección a otra. La búsqueda de palabras simples y de una sintaxis fluida y familiar caracterizan las páginas dirigidas al público más joven o en aquellas que se espera la interacción de los adultos. En las secciones informativas o técnicas, entonces los códigos del lenguaje cambian volviéndose más formales y académicos. ▪ <i>Modalidad expositiva:</i> en el sitio web de www.interactive.net.ec no se utiliza la fábula, es decir, no existe una exposición coherente y ordenada dentro del tiempo de los conceptos y de los eventos propuestos. ▪ <i>El discurso digital:</i> se utiliza un discurso directo en las secciones dedicadas a un público joven y más participativo. El discurso indirecto se usa en las áreas destinadas a un público que busca información y servicios en línea, donde se vuelve más institucional y formal 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Léxico y sintaxis:</i> al tratarse de un sitio web monotemático no existen cambios léxicos o sintácticos entre una sección y otra del <i>homepage</i>. Los registros lingüísticos se mantienen en un tono formal sin llegar a ser académicos pero tampoco fluidos. Aunque pueden llegar a ser más técnicos dependiendo la página a la que se desee ingresar, por ejemplo economía. ▪ <i>Modalidad expositiva:</i> al tratarse de un vortal informativo no hay espacio para la fábula. La información se publica sin coherencia hipertextual. Es decir, no existen enlaces que puedan guiar al navegante a otros artículos sobre el mismo tema. Se priorizan las noticias del día sin relacionarlas en el tiempo. ▪ <i>El discurso digital:</i> se utiliza el discurso indirecto incluso en los espacios de interacción: ‘Sugerencias’, ‘Encuestas’ con la finalidad de crear distancia entre el emisor y el destinatario. Así, se enfatiza en el carácter institucional del sitio
---	--

Registro comunicativo de lo gráfico	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El sitio www.interactive.net.ec está construido en una arquitectura de marco. No existe <i>pre-homepage</i>¹⁵² ni un concepto. El <i>homepage</i> utiliza un corte horizontal, aislado gráficamente y cromáticamente (el color blanco de fondo contribuye a este aislamiento). No existe un espacio interactivo específico, la interactividad está repartida en distintas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El vortal www.presidencia.gov.ec mantiene la arquitectura de marco del portal que estructura jerárquicamente sus contenidos. El sitio carece de un <i>pre-homepage</i>. El fondo blanco de la página web aísla gráficamente los espacios. No contiene presentaciones en flash ni imágenes atractivas para el navegante. Se trata por lo tanto, de un sitio austero en densidad gráfica

¹⁵² Ventana previa al *homepage*, usualmente contiene opciones sobre idioma en que se desea desplegar el sitio web.

<p>áreas del <i>homepage</i>. El logo no es sobredimensionado y no se repite como elemento de fondo, lo cual ayuda a una mejor lectura de los textos. Manteniéndose en todas las páginas que se despliegan a través de los links. De igual modo, todos los tipos de menús presentados en el <i>homepage</i> se repiten en todas las otras páginas, facilitando la ubicación del navegante dentro del sitio y permitiéndole continuar su lectura en la dirección que prefiera. Sin embargo, la densidad gráfica de la página no deja de disturbar a la lectura. Los gráficos se basan en colores recurrentes (azul, blanco, rojo, celeste y amarillo) manteniendo un sentido de homogeneidad dentro del sitio, sin que esto contribuya a la comodidad del usuario, por el abuso de menús que bien podrían simplificarse. Desde el punto de vista cromático se utilizan radicales cromáticos¹⁵³ y se satura el espacio con mucha tinta. Los colores utilizados siempre tienen un significado subjetivo dependiente de la cultura y el entorno, y por lo tanto diferente para cada usuario, ciertas combinaciones de colores ofrecen una imagen más o menos formal, seria o profesional, como pueden ser los tonos de azules con el blanco que transmiten una imagen corporativista</p>	<p>y desprovisto de invitaciones a la interacción. El logo es pesado aunque no sobredimensionado, su ventaja es no repetirse como fondo de página, lo cual beneficia la lectura en el vortal. Por otra parte, el logo y los menús del <i>homepage</i> se repiten en las páginas a las que llevan sus enlaces, ayudando la lectura hipertextual - siempre y cuando el enlace no haga referencia a un sitio web diferente, por ejemplo, el ministerio de agricultura-. Si bien el vortal no abusa de los colores, encontramos que los <i>banners</i> que enlazan a los distintos ministerios carecen de coherencia cromática con los colores escogidos para el sitio. La única fotografía que contiene el sitio web prioriza la información.</p>
Registro comunicativo de la animación	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
<ul style="list-style-type: none"> ▪ En el <i>homepage</i>, la animación está sólo presente en la publicidad a través de <i>banners</i>. No ha sido utilizada para promover la interacción con el navegante o identificar ciertos espacios del sitio como más interactivos. Por lo tanto, no es fundamental en la estructura del sitio. A pesar de ello, la animación es utilizada en otros espacios a los que se accede mediante links, como Alcine, modelos y humor. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El vortal de la presidencia ecuatoriana no contiene animación, ni en su <i>homepage</i> ni en los enlaces relacionados con el URL del sitio.

¹⁵³ Las categorías cromáticas son sustancialmente tres: a) los radicales cromáticos, que otra terminología son denominados ‘tonos’; b) la saturación y; c) el valor, la luminosidad del color. Ver <http://www.digilander.libero.it/pieropolidoro/lezioni.htm>

Registro comunicativo del sonido	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los efectos sonoros están presentes en la sección música, radio <i>on line</i>, televisión <i>on line</i>, <i>sound traks</i> de películas. Tampoco es un recurso relevante en el <i>homepage</i>. Sino que es utilizado en las áreas en que es absolutamente indispensable. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No se ha considerado fundamental en la construcción del portal diseñar elementos sonoros. Simplemente, carece de un recurso muy importante en los registros de comunicación de un sitio web.

Registro comunicativo de la funcionalidad	
www.interactive.net.ec	www.presidencia.gov.ec
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Coherencia compleja</i>: el sitio resulta complejo y poco homogéneo por las siguientes razones. El uso de varios registros comunicativos, aunque parecen coordinarse entre sí, no están bien integrados debido a su heterogeneidad. ▪ <i>Metas y suprametas</i>: el objetivo del sitio www.interactive.net.ec es informar y promocionar sus servicios de Internet. Es una invitación al consumo de conexión, al uso de informarse en red, y a la necesidad de publicitarse en línea. Su suprameta es vender servicios y productos de Internet en línea. ▪ <i>Capacidad de construcción de la idea de comunidad</i>: La comunidad en la que piensa www.interactive.net.ec es una comunidad real, no virtual. No existe un área de comunidad que se realice dentro del sitio, a pesar de utilizar espacios de opinión y sugerencias, los usuarios no se sienten vinculados con los otros miembros de la comunidad. La relación del navegante con el sitio es totalmente individual. La comunidad a la que se pretende llegar vive fuera de la web, no trabaja en ella, no se contacta con sus amigos en línea a través del sitio, no participa en foros si no más bien en encuestas y correos electrónicos. ▪ <i>Validez emotiva del sitio</i>: El sitio web de 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Coherente</i>: las deficiencias de este sitio web son grandes. Su diseño es incompleto y no se han potenciado los instrumentos que la web ofrece, sin embargo, el uso de los escasos recursos comunicativos está bien integrado y no confunde al usuario. ▪ <i>Metas y suprametas</i>: El objetivo del sitio www.presidencia.gov.ec es informar sobre la gestión del Ejecutivo ecuatoriano. Está destinado a todo aquel que quiera conocer lo más relevante del quehacer presidencial. Su suprameta es ofrecer información desde la perspectiva de la Presidencia de la República. ▪ <i>Capacidad de construcción de la idea de comunidad</i>: No es posible hablar de una comunidad virtual que mantenga lazo social en el caso de la página de la Presidencia. A lo sumo, podemos considerar un grupo de usuarios que contactan el sitio por razones de trabajo, investigación o curiosidad. La distancia que se ha creado entre emisor y destinatario en el diseño de la página demuestra el poco interés de mantener contacto con los destinatarios. Por otro lado, no es posible que los navegantes tengan contacto entre sí dentro del vortal porque no existe un espacio destinado a este propósito. ▪ <i>Validez emotiva del sitio</i>: Este vortal tiene

<p>www.interactive.net.ec tiene poca validez emotiva. Es un lugar de paso, en donde se satisfacen necesidades puntuales. A pesar del uso de colores alegres, los puntos de contacto con sus navegantes son muy limitados. La diversidad de la información tampoco logra enganchar por mucho tiempo a sus navegantes. Prueba de ello es el porcentaje promedio de tiempo que el usuario pasa dentro del sitio web, en el año 2003 es de 23.33 minutos.¹⁵⁴ Los recursos gráficos y comunicativos utilizados (léxico, colores fuertes, imágenes) no son excepcionales y no estimulan de forma particular la implicación emocional. Son amigables y directos, pero nada más.</p>	<p>las características de un ‘no lugar’. Su falta de validez emotiva es una de ellas. Realizar la travesía por este sitio web implica seguir las señales propuestas por el emisor, sin detenerse, hasta cumplir con un objetivo específico: informarse. Las estadísticas de permanencia del usuario lo prueban, 12.5 minutos por visita. No se trata de un sitio web amigable que enganche al usuario y suscite su curiosidad.</p>
---	--

4.2 La representación simbólica en el ‘no lugar’

Los no lugares no se habitan, se usan. No importa cuan amigable pueda ser un portal o un vortal no deja de ser un lugar de paso en el que se ejecutan determinadas acciones, se cumplen intereses específicos. La travesía del hipertexto es siempre única y personal, pero responde siempre al tipo de señales que se le ofrecen al navegante para llevarla a cabo. Estas señales son diseñadas por otros –autor, *web master* del sitio, etc-. El sujeto sólo puede realizar las opciones que le son permitidas dentro del sitio, lo cual indica que las opciones no son ilimitadas.

Esto lo prueba el “test de guerrilla adaptado” realizado a cuarenta personas. Veinte que visitaron el vortal www.presidencia.gov.ec y veinte que ingresaron al portal www.interactive.net.ec.

Los navegantes no leen las páginas web, las recorren.

¹⁵⁴ <http://www.interactive.net.ec/visitantes.htm>

La travesía empieza por identificar la *barra de título* de la página que les indicará a qué tipo de sitio han ingresado.

Interactive. sí responde -Microsoft Internet Explorer

Seguidamente ojean los títulos, los epígrafes, las figuras, los gráficos, las imágenes. Buscan el recorrido a realizar. El tiempo promedio que toma a los usuarios empezar la navegación es de dos minutos [Anexo # 10]. Es importante tomar en cuenta que de las veinte personas que visitaron www.interactive.net.ec, 4 conocían el portal -por utilizar sus servicios de Internet-, los 16 restantes entraron en el sitio por primera vez. En el caso del vortal www.presidencia.gov.ec los 20 informantes que ingresaron a él no conocían su existencia. [Anexo # 9]

El primer click es el punto de inicio de la lectura hipertextual, es el momento en el que se identifican las señales conocidas y se exploran las menos familiares o desconocidas. Es importante anotar que el uso de los íconos de navegación de los *homepages* observados –menús superiores, formatos de los links- ya eran parte del capital simbólico de los usuarios. Excepto el ícono  (calendario del vortal www.presidencia.gov.ec), al cual accedieron 15 de los 20 participantes para saber de qué se trataba y jugar un momento con él.

Los resultados de la prueba señalan que la representación simbólica en el ‘no lugar’, empieza en el reconocimiento de los íconos de navegación. Los navegantes desean identificar las herramientas del interfaz antes de adentrarse en las *interficies* de la pantalla. En cierta forma, ello está justificado por varias razones: a) desean saber dónde están, cómo avanzar o retroceder, cómo acceder a otros espacios si optan por ellos; b) desarrollar habilidades de navegación; c) satisfacer su curiosidad.

En el ‘no lugar’ se hace uso del capital simbólico adquirido con anterioridad, de ahí el interés de los navegantes en los íconos de navegación. Esto equivale a conocer que la luz roja del semáforo indica que hay que detenerse, caso contrario, se corre el riesgo de un accidente. Los navegantes evitan estos “accidentes” en la web si conocen mejor las señales de navegación. La importancia del lenguaje sintético para el usuario se vuelve evidente, es un lenguaje aprendido a través de la navegación. La apropiación de los signos sintéticos es personal, pero su uso no, ya que cada usuario utiliza estos signos del mismo modo al ingresar en la web. El interfaz no le permite personalizar nada que no sea el tipo de lectura hipertextual que llevará a cabo. Un [link](#) es un [link](#), forma parte de un sistema de semi símbolos. La fórmula de la homologación se aplica entonces:

Los signos sintéticos participan así en el proceso de la representación en la web porque son a su vez signos y referentes, porque son parte de la estructura interactiva de la interpretación que se realiza frente y detrás del texto. Son parte constitutiva de la opacidad de la interfaz y de su *débrayage*.

Los pasos siguientes de la navegación son más diferenciados entre un usuario y otro. El orden del recorrido fue diverso cada vez. Sin embargo señalaré a continuación

Accesar	hacer click sobre un link :: no accesar : no hacer click sobre un link
se lee	“accesar” es a “no accesar” lo que “hacer click” es a “no hacer click”

los puntos de coincidencia:

- Dirección de la mirada sobre el interfaz. El 80% de los navegantes empieza por observar la parte superior izquierda de la pantalla y recorrer el interfaz de forma

oblicua hacia la parte inferior derecha. Sólo un 20% recorre el interfaz de arriba hacia debajo de forma vertical. [Anexo # 15]

- En los casos de los usuarios que se interesaron por un texto en particular, empezaron su lectura pero no la finalizaron. Esto se debe a que la gente odia leer en la pantalla, es una actitud normal en la lectura hipertextual y, porque han desarrollado destrezas para desechar automáticamente lo que ya no les interesa. [Anexos # 16 y # 27]
- Muchos textos fueron sólo revisados (no leídos) –título, síntesis, imágenes-. Y la lectura no fue lineal, varios informantes leyeron parte del final, otros ciertos fragmentos de la mitad. La explicación a esta conducta es que los navegantes intentan obtener la mayor cantidad de información que les interesa con un mínimo esfuerzo. [Anexos # 18 y # 19]
- A partir del cuarto click hasta la finalización de la navegación, el promedio de ventanas abiertas por los usuarios varió entre el portal y el vortal. En el caso de www.interactive.net.ec el promedio fue de 3.75 ventanas y, en el vortal www.presidencia.gov.ec el promedio fue de 3.2 ventanas [Anexo # 20]. Como podemos ver, el portal resultó contener más enlaces que merecían tomarse en cuenta una y otra vez que el vortal. El *zapping* en este caso estuvo condicionado por los intereses de cada usuario, pero también por los niveles de atención que se prestan a cada ventana. Hemos podido observar que el *zapping* depende de las habilidades del usuario para navegar, por ejemplo: cómo abrir una nueva ventana?, éste fue el caso de la informante # 10 del portal de Interactive que al final de la prueba confesó que no sabía abrir ventanas paralelas y por ello no logró entrar a más sitios que le interesaban en el tiempo de la navegación.

- Ante un registro lingüístico o gráfico de la web utilizado por el usuario la posibilidad de representación simbólica aumenta. El navegante se siente más cómodo, ingresa a estos enlaces porque su comprensión no es puesta a prueba. Ante un registro que no comparte el bagaje enciclopédico del navegante esta posibilidad disminuye o se anula. En primer lugar porque la información almacenada en su memoria permanente difícilmente puede procesar la nueva información sensorial adquirida, y porque ante un entorno de signos desconocidos, total o parcialmente, el informante desecha sus percepciones iniciales para buscar otros espacios de la web en dónde disfrutar de la experiencia virtual. Por ejemplo, el informante # 20 del vortal www.presidencia.gov.ec respondió lo siguiente a la pregunta “Qué te pareció el lenguaje del sitio?”: “Es casi como entender inglés. Muy complicado para la gente de mi edad”. A la misma pregunta el informante # 1 del portal www.interactive.net.ec contestó: “En general es fácil de entender, pero hay zonas donde mejor es no meterse porque no se entiende nada” [Anexo # 26].
- Los tiempos de navegación sobre un enlace tienden a ser cortos en el ‘no lugar’ del *homepage*, bien porque no responden a los intereses de los usuarios y realizan clicks en nuevas ventanas por simple curiosidad, o porque la lectura hipertextual no implica necesariamente una lectura lineal completa de un texto –aunque tampoco la anula-. Esta tendencia se acentúa porque los programas de los *homepages* -sistemas de marcos anidados del portal y del vortal- y el uso del ratón de la computadora facilitan las entradas y las salidas de los textos con gran rapidez. Operaciones complejas que sin embargo, parecen haberse convertido en mecánicas y naturales para los usuarios.

Cada nueva representación simbólica en el ‘no lugar’ está condicionada por dos sistemas de percepción: las estructuras de memoria y el procesamiento de la información. Las estructuras de memoria funcionan primero a nivel sensorial, produciendo lo que Moreno denomina *almacenamiento sensorial*, de corta duración. Es decir, el sujeto mantiene por décimas de segundo una *imagen virtual* no interpretada,¹⁵⁵ vinculada *al afuera* como lo señalaba Freud.¹⁵⁶ Una vez en el cerebro es codificada a través de la información de la memoria permanente, de este modo, la *imagen virtual* es interpretada y alcanza el nivel consciente.

Así, un nuevo ícono de navegación puede ser representado simbólicamente de manera más efectiva si el sujeto posee capital simbólico sobre otros íconos del mismo tipo. Sin embargo, no se puede cometer el error de simplificar el proceso de representación de este modo. La metáfora, la sinécdoque o el asíndeton son figuras que pueden conducir a facilitar representaciones simbólicas de manera muy particular. Ciertos íconos de los sitios web pueden ser identificados incluso sin que aparezca su



leyenda, por ejemplo: Por ende, la dimensión cognitiva de cada navegante intervendrá en el proceso de representación simbólica de forma única e independiente. A pesar de que las interpretaciones puedan ser muy similares, este trabajo no puede medir o diferenciar este tipo de similitud, sólo puede limitarse a investigar de qué hacen representación simbólica los usuarios que han participado en la navegación de los dos sitios web presentados en esta tesis.

¹⁵⁵ Antonio Moreno Muñoz *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*. 2000 Editorial Paidós. Barcelona. pg 58

¹⁵⁶ Remitirse a la página 17 de este trabajo.

A continuación se expone un resumen de los resultados obtenidos sobre qué puntos del *homepage* han generado representación simbólica y qué tipo de mediación se ha efectuado en el proceso.

- Los logotipos de los homepage.-

Las personas que ingresaron al portal de www.interactive.net.ec recordaban en un ciento por ciento que el sitio tenía un logotipo en azul y blanco. Sólo un 20% señalaron que también tenía algo de rojo. Así los navegantes eran capaces de identificar el sitio a través de su logo.

De los navegantes que accedieron al vortal www.presidencia.gov.ec, sólo un 30% estaba seguro que el vortal tenía un logotipo que contenía la bandera del Ecuador y el palacio de Carondelet. El 70% restante no recordaba que el vortal se identificara a través de un logo, pero creían haber visto el escudo nacional.

- Los íconos de navegación.-

Llamamos íconos de navegación a los componentes de entrada (destinados a grabación en introducción de datos en el ordenador), los cursores (o apuntadores, que pueden cambiar de aspecto según el proceso que están realizando), los menús de íconos que varían de un sitio web a otro. En el caso de www.interactive.net.ec tenemos los siguientes ejemplos:

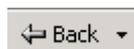


En el vortal de la presidencia ecuatoriana sólo contamos con el siguiente ícono . 

Si no se toma en cuenta la importancia de su representación simbólica podrían pasar desapercibidos, en especial por tratarse de semi símbolos. Pero de hecho, no podría existir navegación si no se lograra identificarlos e interpretarlos.

Los menús en texto también son íconos de navegación. En este caso en cambio, tratamos con sistemas de símbolos, es decir, con conjuntos de reglas que se ocupan de elementos relacionados entre sí; las reglas son arbitrarias y el sistema que generan se contiene a sí mismo, no es posible ‘salir’ del sistema hacia el mundo representado, porque al igual que en un diccionario, los signos sólo guían hacia cualquier parte del mismo sistema. Por otra parte, cada categoría del menú se convierte en signo ‘tópico’, “definido no sólo por las palabras que contiene, sino también por su relación con otros tópicos”¹⁵⁷.

El 70% de los navegantes del sitio www.presidencia.gov.ec hizo su primer click de navegación en este tipo de menú [Anexo # 13]. El 50% de los informantes del sitio www.interactive.net.ec hizo lo propio. Ello implicó que los navegantes por lo menos los ojearan los menús y escogieran una opción. Ahora bien, ¿lograron en esta visualización de los menús representación de cada una de sus categorías? no lo creo, porque al final de la prueba el 90% de los navegantes apenas recordaba los tópicos que contenían; tampoco fueron capaces de recordar el primer click realizado en el *homepage* ni el orden de sus siguientes enlaces. La importancia de estas barras de navegación radica en que constituyen señales que pueden seguirse incluso distraídamente para llegar de un punto a otro de la web. Digo distraídamente, porque hacer un click equivocado siempre puede ser remediado, a través de la opción



Esta forma de iniciar la navegación no es sorprendente porque el navegante realiza su travesía dentro de un programa y es la computadora le mediadora entre el autor y el lector, es ella la que realiza el acto de explícita referencia entre un signo y otro. La

¹⁵⁷ Jay David Bolter *Electronic signs* en *Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing* (Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1991)
<http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/BolterSigns.html>

representación simbólica difícilmente se realiza en estos espacios, lo hace, en otros puntos de la interfaz.

- Los banners.-

En el caso del portal de www.interactive.net.ec. Se los ha dividido en dos categorías:

- Identificados previamente fuera de la web a través de otros medios de comunicación o consumo de los productos. El 100% identificó los *banners* de Cinemark, Multicines, Shumir, Ecuacolor. [Anexo # 22]
- Identificados dentro del sitio por primera vez. El orden de registro fue el siguiente: Foro con Marissa (80%), Horóscopo (50%), Concursos (40%) y El producto estrella (20%). [Anexo # 23]

Ninguno de los participantes mencionó los *banners*: Editorial, Lee la historia, Agenda cultural y Cirugía plástica.

Es interesante anotar que, ninguno de los navegantes hizo click sobre los *banners* identificados fuera de la web, lo cual corrobora los resultados del estudio realizado por Kim Doyle, Anastasia Minor y Carolyn Weyrich en 1997 -Universidad de Michigan- sobre el *click-through*.

Los navegantes sí hicieron click en los *banners* identificados por primera vez dentro del sitio. Los porcentajes de *click-through* variaron de *banner* a *banner*. [Anexo # 24]

En el caso del vortal www.presidencia.gov.ec. Los *banners* de los Ministerios del Ecuador no fueron identificados de forma particular. Ante la pregunta “¿Qué *banners* recuerda haber visto por primera vez en el sitio web?”, varias de las respuestas fueron las siguientes: “creo que se trataba de instituciones del gobierno”,

“me parece que vi el nombre de varios Ministerios, pero no recuerdo cuáles”, “no me fijé”.

Estos resultados indican que cierto tipo de *banners* ya son capital simbólico de los usuarios, en especial los referentes a publicidad de productos fuera y dentro de la web, tal es el caso del enlace al buscador *Google* –que fue identificado por todos los informantes que navegaron en el sitio www.interactive.net.ec-. Y, que ciertos *banners* que son vistos por primera vez en el sitio pueden ser identificados y recordados por los usuarios, esto es, pueden pasar a ser almacenados en la memoria permanente del navegante.

- Las imágenes.-

Es importante anotar que los informantes respondieron que preferían las imágenes al texto en un 70% [Anexo # 25]. Y sin embargo, sólo dos imágenes de los respectivos *homepage* de los sitios fueron identificadas por los informantes: un 65% de los usuarios recordó la foto de Marissa y, un ciento por ciento identificó la foto del presidente Gutiérrez -posiblemente por ser la única imagen desplegada en el *homepage* del vortal-.

Ello puede responder a que ambas fotografías estaban cargadas de diversos significados para los navegantes, por tratarse de personajes conocidos; la primera en el mundo de la televisión y, el segundo, en el orden político ecuatoriano. El problema de estas imágenes es que difícilmente contienen mensaje alguno para personas que desconocen a los personajes. Para probar esta suposición, se presentó el sitio web a 20 informantes extranjeros por el lapso de 20 minutos, ninguno de ellos fue capaz de recordarlas o identificar los personajes de las fotografías.

Fuera del *homepage* el 70 % de los navegantes del sitio www.presidencia.gov.ec ingresó a tres enlaces de imágenes –visita virtual al palacio de Carondelet, galería de fotos viaje presidencial y mapas-.

El enlace ‘visita virtual al palacio de Carondelet’ causó gran frustración en los usuarios por varias razones, pues esperaban algún tipo de animación y sólo obtuvieron fotografías, al hacer click sobre cada una de ellas para ampliar la información no se encontró la página respectiva y, porque todas las fotografías publicadas no eran novedosas y no les llevaban a sitios del palacio que satisficieran su curiosidad. Una de las informantes indicó: “me hubiera gustado ver la cocina del palacio, las habitaciones de los huéspedes por ejemplo, las fotos que vi puedo encontrarlas en cualquier postal del Ecuador”.

Sobre la galería de fotos de viajes presidenciales, el 90% de los usuarios sólo era capaz de reconocer al presidente pero no a sus acompañantes -el caso de la fotografía con George Bush fue la excepción-. Esto responde a que las fotografías no iban acompañadas de texto que explicara la fecha, el lugar, el motivo del viaje y, los personajes fotografiados.

Finalmente, los gráficos de los mapas no fueron de interés. Los usuarios no los ampliaron y no se fijaron con detalle en ellos. Ninguno pudo responder si se trataba de los antiguos o de los nuevos mapas territoriales del país.

En el caso del sitio www.interactive.net.ec nadie ingresó a la foto del día del portal.

- *Los textos*.-

Los textos recibieron otro tratamiento que las imágenes en los sitios web, en parte, porque los enlaces a textos fueron mayores a los de imágenes –no debemos olvidar que los enlaces a textos son mayoritarios en ambos sitios-. Lo cual nos indica que la palabra escrita es todavía la materia prima de la web, bien porque se utiliza de forma única en muchos espacios del portal y del vortal, o bien porque en general acompaña a las imágenes como leyenda.

Los resultados del “test de guerrilla adaptado” señalan que el tipo de textos publicados en sitios web diferentes puede conllevar a apropiaciones y usos de los mismos muy particulares en cada caso por parte de los navegantes. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el tamaño de la muestra que participó en el test no es lo suficientemente significativa, de modo que es necesario ser muy cuidadoso con la información conseguida.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

TEXTO COMPLETO			
www.interactive.net.ec		www.presidencia.gov.ec	
Informantes	90 %	Informantes	80 %
# de lecturas promedio	1.5	# de lecturas promedio	1.1

TEXTO INCOMPLETO			
www.interactive.net.ec		www.presidencia.gov.ec	
Informantes	80 %	Informantes	65 %
# de lecturas promedio	1.5	# de lecturas promedio	0.95
Empezando por la mitad		Empezando por la mitad	
Informantes	85 %	Informantes	95%
# de lecturas promedio	1.8	# de lecturas promedio	1.1
Empezando por el final		Empezando por el final	
Informantes	75 %	Informantes	35 %
# de lecturas promedio	1.2	# de lecturas promedio	0.8

Más informantes leyeron un texto completo en el portal de Interactive que en el vortal de la Presidencia. El promedio de este tipo lectura por informante también fue mayor en el portal de Interactive.

Con respecto a la lectura incompleta los resultados señalan lo siguiente: más informantes iniciaron su lectura hacia la mitad del texto en el vortal de la Presidencia que en el portal de Interactive. Y menos informantes empezaron su lectura a final del texto en el vortal de la Presidencia, que en el vortal de Interactive. El porcentaje de este tipo de lectura por informante fue siempre superior en el caso del portal de Interactive.

La síntesis de los textos leídos tanto total como parcialmente obtuvo los resultados que se señalan a continuación: del total de informantes que participaron en el test, sólo un 20% logró sintetizar con detalle lo más importante del texto, un 45% indicó de qué trataba el texto y, un 35% confundió fragmentos de este texto con el de otras lecturas realizadas en la prueba o no coordinó las ideas desarrolladas en esa lectura. [Anexo #28]

Para entender el tipo de lectura hipertextual desarrollada por los informantes de la prueba es necesario tomar en cuenta que ésta ha sido desarrollada en circunstancias artificiales. Primero, porque ninguno de los informantes ingresó en los *homepage* de los sitios web intencionalmente –lo hicieron forzados por participar en este test-. Segundo, porque los navegantes estaban obligados a permanecer en cada sitio web por un lapso de tiempo determinado. Por lo anterior podemos deducir que, el tiempo y el espacio en los que se desarrolló la prueba condicionaron las actitudes de lectura de los informantes.

A pesar de lo anotado, el test cumplió con su misión: no sólo comprobar que la representación simbólica es posible en el no lugar de la web, sino también identificar qué tipo de mediación se efectúa en estos lugares de tránsito; a través del análisis de los tipos de lectura hipertextual posibles y la capacidad de los navegantes de realizar síntesis de los textos leídos en la pantalla.

- Los tipos de mediación.-

La web es un hipermedio saturada de estímulos audiovisuales y sonoros que se caracteriza por la capacidad de llamar la atención, de despertar el interés de sus navegantes. En muchos casos la interfaz, como una herramienta de la cultura del espectáculo, puede hacer prevalecer lo emotivo sobre lo abstracto. Pero el espacio del no lugar, a pesar de todos los signos visuales que contiene, está imposibilitado de abstenerse del texto escrito. Las señales que inician o acompañan el recorrido no logran independizarse de la palabra. Razón por la cual, ni las imágenes ni los íconos del *homepage* dejan de estar acompañados de leyendas, bien explícitamente como el



siguiente ejemplo:  o bien, a través de otros mecanismos como el *roll over* sobre ciertos links, por ejemplo:  (Calendario). Por ende, en el caso de los *homepage* observados, el uso de la imagen como significante no ha sido desarrollado al punto de impedir el acceso a su significado, o de convertirse ella misma en significado. Pero sí ha logrado promover la proliferación de actitudes impulsivas, como lo demuestran los recorridos hipertextuales de los informantes –cambios de un tópico a otro sin estar atravesados por un relato, *zapping* hipertextual, número de ventanas abiertas simultáneamente, la obsesión por lo inmediato-.

Para explicar qué tipo de mediación de la representación simbólica han realizado los informantes en el ‘no lugar’ del *homepage*, es importante primero hacer ciertas aclaraciones.

- El ‘no lugar’ es un espacio simbólico.- Su navegación no resulta ser tan natural como muchos piensan, está impregnado de símbolos que deben ser conocidos y apropiados por sus navegantes.
- Se privilegia lo narrativo sobre lo discursivo.- “En todo relato existe un discurso más o menos latente”¹⁵⁸. Pero el ‘no lugar’ no enfatiza el discurso, más bien exalta un tipo de relato dinámico e implicativo, más acorde a las características de nuestros tiempos: prisa y velocidad. El relato del ‘no lugar’ se interioriza de forma inconsciente, ni las ideologías o las pautas de comportamiento que comportan le son comunicadas al navegante de forma explícita. De ahí la sensación ilusoria del usuario de mantener el control en el ‘no lugar’.
- La espectacularización de la presentación de los contenidos.- La forma en cómo se presenta un contenido está vinculada a la capacidad de atracción que represente para el navegante. Los títulos y las imágenes que acompañan al enlace de un texto deben ser atractivos, caso contrario, corren el riesgo de no ser leídos. Los significantes no son abstractos, son el signo de una *realidad* autónoma –incluso si no hacen referencia a realidad alguna-, razón por la cual, en el ‘no lugar’ el flujo de impresiones momentáneas es incesante y fugaz.

¹⁵⁸ Joan Ferrés *Educación en una cultura del espectáculo* 2000. Editorial Paidós. Barcelona. pg 29

- No es posible identificar ningún tipo de mediación simbólica en los casos en que el propio orden simbólico no interviene en la dialéctica de la visión y la mirada por no existir un horizonte de sentido entre la interfaz y el navegante.

La mediación en el *homepage* puede ser de dos tipos: mediación emotiva y mediación por argumentación.

- *Mediación emotiva.* Las emociones que median la representación no provienen de los significados -no son el resultado de un proceso de abstracción- sino de los significantes. No hay necesidad de comprender para emocionarse. El significante en sí mismo es portador de emoción directa, utilizando estímulos que provocan en el navegante la exaltación de los mecanismos psicológicos de su implicación emotiva. Corresponden a la imagen *mnémica* que no piensa nada de la cosa, que sólo la ilustra a través de los “residuos de estimulaciones pasadas”.¹⁵⁹

Los signos que originan este tipo de mediación pueden ser diversos, motivan al usuario a realizar opciones impulsivas que garantizan un placer inmediato.

En el ‘no lugar’, el signo de mediación emotiva por excelencia es el [link](#). El asíndeton que vincula la lectura hipertextual mecánica y compulsivamente.

Los títulos de los textos también pueden provocar este tipo de mediación, evidentemente no todos, pero sí aquellos que explotan el sensacionalismo, el vértigo sensorial y la novedad: “Concursa y gana”, “¡¡Que viva la farra!!”.

¹⁵⁹ Ver página 17 de este trabajo. Wernicke, citado por Freud en *Contribución a la concepción de las afasias* 1973 Editorial Nueva Visión. Buenos Aires. Pg 53



Ciertos íconos de navegación como  del portal de Interactive son un pasaporte a la ilusión de goce. Sólo las notas musicales del signo crean expectativas de carácter emocional en los navegantes.

Las imágenes son también signos de mediación emotiva, su carácter evocativo favorece este tipo de mediación; pueden provocar proyecciones de sentimientos: emulación, identificación, repulsión, etc. que no se interiorizan necesariamente a través de un proceso de abstracción. Las fotografías del presidente Gutiérrez y de Marissa están cargadas de contenidos emotivos para los informantes de esta investigación

Los *banners* publicitarios como los de Cinemark y Multicines fueron signos de mediación emotiva. Los clicks realizados en ellos respondieron a la necesidad de satisfacer un deseo: ver una película –potencialmente-.

- Mediación por argumentación.- Comporta ir más allá del significante, entraña un proceso de abstracción –de conceptualización- que debe el significado. La mediación por argumentación debe “pagar un peaje: el paso previo por el intelecto”,¹⁶⁰ capaz de crear un espacio entre el sujeto y la cosa representada. Este tipo de mediación tiene lugar a nivel consciente del navegante, la mediación por argumentación implica la modificación de las estructuras cognitivas del sujeto, que de acuerdo a Piaget, es el resultado de “la interacción entre el sujeto y el ambiente: la asimilación y la acomodación”¹⁶¹. Por una parte, en la asimilación el usuario adquiere información del medio y la ubica dentro de un esquema mental

¹⁶⁰ Joan Ferrés *Educar en una cultura del espectáculo* 2000. Editorial Paidós. Barcelona. pg 32

¹⁶¹ *Ibíd.* Pg 102

posible de aplicar al medio; por otra parte, la acomodación consiste en adaptar el esquema mental a una situación en particular.

Los espacios del 'no lugar' donde la mediación simbólica es argumentada son los siguientes:

Los íconos de navegación.- Corresponden a este tipo de mediación, en tanto en cuanto, la representación simbólica de cada uno de ellos ha implicado que el navegante produzca un esquema mental de los mismos y lo adapte al medio cada vez que se encuentra con un tropiezo, tal es el caso del ícono  del vortal www.presidencia.gov.ec. Una vez que los íconos han sido identificados como signos que ejercen una función determinada, un ícono desconocido debe ser aprehendido y adaptado al esquema para que pueda ejercer su función, por ende la mediación no es de tipo emotivo sino argumentativo.

Los textos que han podido ser sintetizados por sus lectores, bien total o parcialmente, han sufrido un proceso de interpretación que implicaba procesar lo percibido por la memoria permanente. Convertirse a nivel consciente en nuevo capital simbólico de carácter racional.

- Los discursos del 'no lugar'.-

Los discursos del 'no lugar' no son explícitos como lo vimos con antelación. Es necesario triangular los relatos que contiene el *homepage* para deducir cuáles están presentes regularmente y cuáles de éstos devienen, por su importancia, en discursos sociales o *formaciones discursivas*.

Partimos de que los discursos de la web no son abstractos, todo lo contrario, son textos situados entre un emisor y un destinatario. Según Foucault un discurso jamás consiste en un texto, en una acción o en una fuente; el discurso es un sistema de representación que construye un tópico que define y produce los objetos de nuestro conocimiento.¹⁶² Los discursos de la web están enmarcados dentro de un diseño desarrollado -ya sea, para enmascarar o para hacer explícitos los discursos del sitio web- a través de la sintaxis, la semántica, la metáfora y la organización sistemática de los textos dentro de cada tópico; con dimensiones cognitivas, prácticas y sociales.

Los formatos de la página web condicionan el tipo de discurso a desarrollarse. Cuanto más politemático es el sitio, más difícil es lograr descubrir los discursos que maneja; cuanto más cargado en información sobre un mismo tema, su capacidad de disfrazar el discurso aumenta.; ante mayor espectacularización de los textos, menor revelación del discurso.

Por esta razón, el diseño de un sitio web es relevante con respecto a los discursos que enfatiza; porque al privilegiarlos, excluye del espacio virtual todos aquellos que no designa.

En el caso del portal www.interactive.net.ec se manejan dos tipos de discursos:

Discursos explícitos.-

- Discursos pedagógicos.- El sitio *enseña* a sus usuarios temas de interés a nivel legal, tecnológico, viajes y salud.

¹⁶² Michel Foucault citado por Stuart Hall en *Representation. Cultural representations and signifying practices*. The Open University. 2003 pg 44

- Discursos publicitarios.- A través de *banners*, suscripciones en espacios como Culturactive, Música y otros.
- Discursos de otros medios de comunicación.- CNN publica la noticia que considere más relevante sobre Ecuador una vez al día en el portal -el editor del *homepage* no puede oponer ninguna objeción al tipo de noticia que esta cadena de noticias decida, por estar obligado a ello por contrato- Los otros medios de comunicación están presentes dentro del portal en los siguientes segmentos: Política, Economía, Editoriales, Televisión *on line*, Radio *on line*. Las noticias no son emitidas por el portal, ubicándolo como un emisor objetivo, lo cual lo libera de su responsabilidad sobre los contenidos de las mismas.
- Discursos sobre tecnología y servicios.- El sitio tiene como uno de sus objetivos la venta de servicios de Internet y publicidad *on line*.
- Discursos sobre moda.- En el segmento 'música' el navegante puede mantenerse al día sobre los grupos y canciones de vanguardia. En las categorías: Sus artistas preferidos (entrevistas, concursos, conciertos, topten), Piercing, Tatuaje, Vestuario y Cine.
- Discursos enfocados en la comunidad.- Para ellos se destinan espacios de foros, encuestas y opinión en enlaces como negocios, viajes, gastronomía, lector.
- Discursos culturales.- Enfocados a las artes, deporte, astrología.

Discurso implícito:

- El portal de Interactive ofrece todas las opciones que sean de interés del usuario, es una especie de revista en línea para todo público: “tú puedes estar en todo a través de nuestro portal, puedes informarte, divertirte, aprender”.

Los usuarios no ponen en entredicho los discursos de este portal, en general se sienten cómodos, libres de escoger sus opciones sin ningún tipo de presión. A pesar de que su voz en los foros o espacios de opinión está limitada a contestar preguntas elaboradas por “otro”, el espacio público del sitio web no está construido *por* el ciudadano y los intereses que se comparten no son generados por los navegantes. Existe una manipulación de lo público que no es visible para el usuario, esto se debe en parte, a que la estructura abierta del portal –posibilidad de salir del sitio web a través de *Google*- fundamenta una sensación de autonomía que impide el nivel de conciencia necesario para descubrirla. Es muy probable que el diseño de la página de Interactive haya colaborado a mantener ocupados a los navegantes y, por lo tanto, menos atentos del discurso implícito.

El vortal www.presidencia.gov.ec igualmente maneja dos tipos de discurso:

Discursos explícitos.- Lo dicho.

- Discurso oficial: Información sobre la gestión del Ejecutivo enfocada desde el gobierno ecuatoriano.
- Discurso institucional: No sólo se ofrece información sobre la presidencia, sino también desde cada uno de los Ministerios ecuatorianos.

Discursos implícitos.- Lo no dicho.

- La información que ofrece es *transparente*. El ecuatoriano puede informarse de la *verdad* a través de este sitio web. Uno de los títulos de sus notas de prensa es el siguiente: “Gobierno quiere transparentar la verdad”.
- Unilateral. No le interesa el diálogo con la comunidad, su interés es ofrecer información filtrada por la sala de prensa de la presidencia hacia sus posibles usuarios.

Los informantes fueron capaces de descifrar el discurso implícito del sitio y sus comentarios son reveladores: “Informar lo que ellos quieren.; no les interesa saber lo que nosotros pensamos; no se alimentan de la comunidad; no quieren ser criticados”, “Manipular la información”, “Hacer creer al pueblo lo que ellos quieren”.

El diseño del vortal –aburrido, sin enlaces interactivos- no ha potenciado altos niveles de distracción en los navegantes, y como resultado, ellos se han visto un tanto forzados a prestar más atención a los discursos implícitos. Por otra parte, la reacción de los informantes se debe en gran medida al desprestigio de la institución como tal, la presidencia ecuatoriana ya no es una fuente confiable de información para el ciudadano, en especial si se sitúa como el emisor de la misma.

CAPÍTULO V:

LA REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA EN DOS LUGARES DE LA WEB

5.1 Chat

¿Las salas de chat son lugares o ‘no lugares’ de la web?. Al ser el chat un espacio de mayor interactividad para el navegante, sujeto a menores controles de la web y con mayor capacidad de situar el discurso propio de sus usuarios, mis prenociones me llevaron a clasificarlo como un lugar habitado antropológicamente por los internautas. Sin embargo, la investigación de campo realizada en estos meses me llevó a descubrir que el chat es mucho más complejo, en realidad estamos frente a un espacio de la web que ha elaborado sus propios discursos, con registros y tiempos que no pueden ser improvisados sino aprendidos, que no implica necesariamente lazo social y, que se presenta como el mejor escenario para la configuración del *yo* de un navegante que se escuda en el anonimato.

El chat se constituye en una de las *interficies* más profundas de la web por ser uno de los espacios más habitados por la *palabra* de los navegantes, no necesariamente para crear vínculo social, sino por la simple facultad de ocupar un espacio que la posibilita.

5.1.1 El lenguaje del chat

Para tratar el lenguaje que maneja el chat es necesario conocer el lenguaje del *homepage* del sitio web a través del cual se ingresa a una sala de chat. El navegante debe primero encontrar el URL de un servicio de chat en el idioma de su elección, debe registrarse en él, y para ello debe escoger un apoyo o *nickname*, optar por el

nombre de una sala de chat y finalmente empezar a chatear. Como vemos, debe cumplir con una serie de instrucciones y tomar ciertas decisiones para lograr chatear con otras personas, que no es otra cosa que atravesar un ‘no lugar’ con la esperanza de llegar a un lugar de la web.

No trataremos el lenguaje del ‘no lugar’ del *homepage* en el chat por ya haberlo desarrollado con anterioridad, pero sí nos concentraremos en el lenguaje que los navegantes utilizan una vez dentro de una sala determinada, sin tomar en cuenta los mensajes de voz ni las video conversaciones.

El lenguaje del chat es novedoso no sólo por el medio en que está anclado sino por los nuevos registros que utiliza,¹⁶³ tanto a nivel de la palabra escrita como de los íconos que están a su disposición llamados *emoticons*. El chat ha fusionado el lenguaje escrito con el lenguaje hablado utilizando para ello estrategias antes inexistentes, ha fomentado tácticas lingüísticas basadas en la economía de las palabras y las frases para emular una conversación cara a cara.

- Toma préstamos de otras lenguas. Por ejemplo: “nos vemos bye”. El 40% de los noventa informantes de chat que participaron en la investigación. [Anexo # 31]
- Experimenta con nuevas formas de expresión al escribir las palabras de un modo original deformándolas de diversas maneras:
 - Palabras incompletas, por ej: “pa q lo haces”. El 78% de los participantes de la muestra.

¹⁶³ “Los lingüistas han demostrado que nuestra manera de emplear el lenguaje está muy relacionada con el contexto social, característica que designan con el término *registro* [...] y han concluido que el empleo del lenguaje en unos contextos sociales concretos está muy influido por las normas y convenciones sociales y por el medio de expresión”. Patricia Wallace *La psicología de Internet* 2001 Editorial Paidós. Barcelona. pg 26

- Unión de dos palabras, por ej: “ktal”. El 35% de los informantes.
- Referencias fonéticas, por ej: “x q t da mas confianza”. El 49% de los informantes.
- Reemplazando palabras por emoticons dentro de las frases, por ej: “t mand un  c tod mi  ”. El 69% de los informantes.
- Y finalmente, utilizando distintos tipos y colores de fuente o mayúsculas para denotar mayor o menor intensidad de emoción dentro del texto (ME ENTIENDES HA). Uso de mayúsculas el 37%, uso de negritas el 23% y uso de colores el 82% (color azul 71%, color rojo 29%). [Anexo # 31]

Los recursos antes mencionados tienen como objetivo un tipo de comunicación más directa, más informal, donde todo es posible y mucho está por inventarse realzando el carácter lúdico de este espacio virtual, a través de una palabra que puede ser desfigurada y reinventada sin prejuicios. Un confín entre lo escrito y lo hablado cuyos límites se encuentran en la imaginación de los navegantes y en lo que el programa les permita realizar. El principio de comodidad ha universalizado estas nuevas formas de escritura, un navegante novato debe adquirir los mismos registros del grupo, caso contrario, corre el riesgo de no lograr mantener los contactos realizados.

Decimos que los *chateadores* hablan mientras escriben porque su escritura presenta características típicas del habla: la distribución de las *formas morfológicas* indica una fuerte preponderancia de los verbos sobre los sustantivos y los adjetivos, la *estructura sintáctica* está llena de abreviaciones, formas implícitas, anticipaciones y reanudaciones de parte del discurso y la *elección del léxico* a través de la abolición de las fórmulas de cortesía.

Sin embargo, me llamó mucho la atención la respuesta del siguiente texto:

belen38: tell me Raja, do you think that you use words more then any other language on the web
male24chennai: no dear
male24chennai: i use expression more than words
male24chennai: for instance
male24chennai: if i want to wish my fd
male24chennai: i would rather send him a greeting rather typing a mail

Raja sostiene que él no se comunica con palabras sino con frases, las frases y no las palabras son la base de la comunicación en la web, son las frases a través de su adquisición socio cognitiva las que vehiculizan las representaciones sociales –que se tienen en común con otras personas- de los navegantes.

La conversación escrita del chat difiere de la conversación cara a cara, no sólo por utilizar registros de comunicación novedosos, sino también, porque los ritmos del chat son más lentos que en una conversación presencial o telefónica. Estos ritmos están determinados por el interés en la conversación, las habilidades mecanográficas, la velocidad de conexión y la simultaneidad de conversaciones en ventanas distintas.

Lo representado en el chat es posible en primera instancia a gracias a los nuevos significantes que están a disposición del navegante, bien a nivel del lenguaje sintético –*emoticons*, fuente y color de las palabras- y bien a nivel morfológico de los nuevos vocablos y, en segunda instancia, por las estructuras sintácticas creadas por los usuarios de este espacio de la web.

Pero ¿qué significan los *emoticons* y cómo actúan en la significación de un texto?. Los *emoticons* son íconos que representan emociones y objetos con la finalidad de agregar calidez a la comunicación en la red, su diseño respondió a las exigencias de los navegantes de incluir imágenes en los textos escritos, no sólo para expresar mejor sus sentimientos, sino también para economizar la descripción textual

de los mismos. La tendencia a la economía del lenguaje y al valor simbólico potencial de la imagen en el chat se evidencia en las respuestas de los informantes:

male24chennai: yo siento que las imágenes pueden ser más descriptivas que las palabras

nicelookingfriend1981: en ellas todo luce bien

nicelookingfriend1981: una imagen vale por 1000 caracteres 😊

vie: prefiero enviar una carita triste que describir mi tristeza ... es más fácil, no aburro a mis amigos con palabras

Los *emoticons* no sólo son signos denotativos sino también connotativos, viabilizan un tipo de comunicación donde están presentes no sólo los contenidos de los textos, sino también los estados de ánimo de sus interlocutores. A través de ellos el navegante intenta llegar al otro de forma más personal, expresar sus sensaciones y sentimientos y reforzar el sentido de una frase.

ELVIS PRESLEY: q teng un lind d 🌹🌹🌹

COMO ESAS NUBES.: p q' ya no contestas 😞

5.1.2 El chat un lugar antropológico

Para determinar si el chat es un lugar antropológico se llevaron a cabo noventa entrevistas abiertas con desconocidos en la web partiendo de una guía de preguntas cerrada. El 44.4% de los informantes accedió a tener más de una entrevista, a través

de las cuales se pudo profundizar temas como lo virtual, lo real y las relaciones personales en el chat. El 55.6% restante se limitó a colaborar con respuestas a la guía de preguntas inicial. A través de estas entrevistas se intentó determinar si los *chateadores* buscan y encuentran vínculos sociales con las otras personas de la sala de chat.

El chat es un espacio de la web del cual resulta muy fácil entrar y salir, un espacio marcado por el anonimato. Son estas condiciones las que promueven formas de contacto distintas a las de la conversación cara a cara, en el chat los desconocidos se contactan sin necesidad de un tercero que los introduzca, basta que les llame la atención el *nickname* de otro *chateador* para que decidan iniciar una conversación privada y con esta misma naturalidad, pueden abandonarlo sin que intervengan emociones como la *culpa* o la *vergüenza*. La libertad de empezar o finalizar un contacto sin que nadie pueda identificar personalmente a otro ha generado una forma muy particular de relaciones personales sin parangón en el mundo fuera de la web, porque en el mundo virtual, el *otro* está representado inicialmente por una ventana y un *nickname* y no por un rostro real. Por otra parte, los *chateadores* realizan más de un contacto simultáneamente, lo cual implica un nivel de atención parcializada que influye en el ritmo del chat: a mayor número de ventanas abiertas más lento es el ritmo de cada conversación, a menor número de ventanas más rápido es el ritmo del chat.

No obstante ¿qué buscan los *chateadores* en la web, por qué eligen una determinada sala de chat y qué obtienen a corto y largo plazo de los otros?. He visitado cada categoría de sala de chat intentando descifrar si los temas que se tratan corresponden al nombre que las clasifica. Para mi sorpresa no es así, por ejemplo, en

la categoría *schools & educating*, sala *study group 5* que a simple vista parece ser muy específica, no se tratan temas vinculados a la educación, los intereses de los *chateadores* son conocer gente, hacer amigos si es posible y entablar relaciones eróticas con desconocidos. Los mismos temas que apasionan a los *chateadores* del resto de salas de otras categorías igualmente específicas.

Por otra parte, he identificado navegantes que no intervienen jamás en un chat privado y si se los contacta no responden. Al cabo de veinte intentos, en distintos días, uno me respondió que ingresa al chat a “mirar”. Cada contacto puede ser una experiencia única, puede no durar más de diez minutos, como puede dar origen a múltiples formas de relaciones personales. El chat a menudo se inicia a través de frases que implican un cierto nivel de intimidad:

belen_al: hola Piloso

piloso: hola amor

belen_al: cómo estás esta mañana de Navidad

piloso: en mi trabajo y tu

belen_al: no te creo, estás trabajando?

piloso: si nena

Seguidas por preguntas muy personales (algo que no sucedería cara a cara), qué edad tienes, eres chica o chico, en dónde vives, eres casado/a:

dulce veneno: hola

dulce veneno: de donde eres

beln9: de Quito y tú

dulce veneno: que edad tienes

dulce veneno: manta

Si las respuestas complacen a los *chateadores* la conversación continúa pues se han sentado las bases sobre las que se pueden plantear otros temas de conversación. Generalmente, uno de los dos participantes plantea el primer tema de interés –no importa si es quien inicia el contacto o quien lo acepta-, en base a esta iniciativa la

conversación puede continuar o ser abandonada. A menudo, se parte de preguntas particulares sobre un tema específico:

bisex 27: qué opinas del sexo entre hombres

belen38: me caen super bien los gays

bisex: mirá vos

Otras veces se responde con recelo a preguntas específicas:

belen38: disculpa que te pregunte, estoy haciendo una investigación sobre la web, puedes contestarme unas preguntas, y así pasas un poco el tiempo

COMO ESAS NUBES: OK

COMO ESAS NUBES: PERO NO ERES POLICIA VERDAD

Pero, en general las relaciones del chat se rigen por un principio: *creer lo que te dice el otro*. El juego de roles en la web es aceptado como algo natural, no importa que el otro se invente una identidad o experiencias, lo importante es *lo que te dice* en la pantalla. Las fantasías en la web son tomadas como algo objetivo.

anilkumarpatnam: too but if i trust them i will make them as

anilkumarpatnam: a close friend

La importancia de la máscara es la ‘distancia interior’ entre la máscara y el sujeto, el proceso a través del cual ésta adquiere eficiencia simbólica, “el usar una nos hace realmente lo que fingimos ser”¹⁶⁴. Y de esto se trata el simulacro del chat, no sólo actuar *como si* estuviésemos cara a cara con el otro, sino *como si* fuésemos “otro”. La representación simbólica no se limita a cómo representamos los signos de nuestra comunicación web, va más allá, trata cómo nos representamos a nosotros mismos frente a los otros y al juego de representaciones simbólicas entre sujetos simulados. Por ende la máscara se duplica en la simulación, primero a través de los signos con los cuales se representa en la pantalla (*avatares, emoticons*) y segundo, a través la identidad que estos signos encarnan.

¹⁶⁴ Slajov Zizek *¡Goza tu síntoma!* 1994 Editorial Nueva Visión. Argentina. pg 50

Un usuario de MUD (*Multi Users Domain*) señala “¿por qué darle este estatus superior al yo que tiene el cuerpo, cuando los yos que no tienen cuerpo pueden tener diferentes clases de experiencias?”¹⁶⁵. Para comprender el tipo de relaciones que pueden suscitarse entre *chateadores* es necesario entender que ellos comparten mapas conceptuales y sistemas de lenguaje propios, por esta razón la representación simbólica juega un papel crítico en el estudio de la cultura de la web y en la distinción entre sus lugares y ‘no lugares’.

En el chat los navegantes no sólo asumen máscaras, también buscan suplir sus deficiencias para relacionarse personalmente. Hay quienes no pueden hacer amigos con facilidad en el mundo real, la web para ellos, se convierte en una puerta de entrada a relaciones personales de distinta índole: [Anexo # 35]

- Tipo I: Relaciones virtuales donde no se intercambian datos que puedan revelar su identidad en el mundo real, en este tipo de relación el simulacro es muy fuerte porque el anonimato desinhibe a los *chateadores* y, la posibilidad de aparecer o desaparecer del campo visual del otro siempre es factible –basta con cambiar el *nickname* y el otro jamás podrá encontrarlo-. Su única forma de comunicación es a través de las salas de chat. Estas relaciones pueden ser increíblemente duraderas, porque están asociadas a un sentido de libertad muy fuerte.
- Tipo II: Relaciones virtuales con intercambios de datos personales – direcciones electrónicas, contactos en msn o yahoo- que se mantienen dentro del mundo virtual. En este tipo de relación los sujetos pierden privacidad, pueden ser ‘invadidos’ por el otro con más facilidad. Es decir, se vuelven

¹⁶⁵ Sherry Turkle *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. 1997 Editorial Paidós. Buenos Aires. pg 22

visibles para el otro cada vez que ingresan a su correo o a una sesión de msn o yahoo, sincrónica o asincrónicamente. Este tipo de relaciones tiene dos efectos: la alegría de encontrar al otro cuando coinciden en línea o reciben mensajes y tarjetas que consolidan la relación o malestar por ser abordados sin desearlo, en especial cuando el contacto ya no es considerado bienvenido. En este tipo de relación se pierde la magia del encuentro, la búsqueda del otro, con frecuencia se vuelve un peso para el sujeto que termina eliminando de su lista de contactos al otro para recuperar su libertad.

- Tipo III: Relaciones virtuales que involucran elementos del mundo real. Es muy común solicitar fotos, chat con video cámaras, números de teléfonos, casilleros postales. Normalmente los sujetos se toman un tiempo para conocerse mejor antes de aceptar una relación de esta naturaleza, pero la tentación de transgredir lo virtual es muy fuerte en la web. Estas relaciones son muy populares, ver y ser visto es más emocionante que imaginar y ser imaginado. En este sentido, estas relaciones son más hijas de nuestros tiempos, de la cultura del espectáculo en que vivimos, pero eso no significa que genere relaciones más duraderas.
- Tipo IV: Relaciones que se inician en la web y terminan en el mundo real. Pueden dividirse en dos tipos:
 - Nuevos contactos a los que se proponen citas reales, estas invitaciones son muy precisas y sólo se realizan a personas que viven en la misma ciudad. Del grupo de informantes que participaron en esta investigación sólo un 5% ha participado de este tipo de relaciones.
 - Relaciones virtuales anteriores que toman este nuevo giro, por ejemplo uno de los informantes de este trabajo conoció personalmente a un

amigo virtual de Venezuela, cuando por cuestiones de negocios debió viajar a dicho país.

Pero el caso más interesante fue el de un informante quiteño (entrevista personal, no a través del chat) que mantuvo una relación virtual amorosa con una chica de Guayaquil, luego de un año de chat en el que no se intercambiaron fotografías, deciden conocerse y se citan en el Mall del Sol –un sábado en el Patio de comidas-, sin darse indicaciones de cómo vestirían. No se explica cómo se reconocieron, ahora están casados y tienen dos hijos. Ya no chatean con desconocidos.

El chat que no es instrumento de comunicación de los miembros de una comunidad virtual no genera relaciones personales a nivel grupal, sino todo lo contrario, es un espacio en que el sujeto concentra su individualismo y su fractalidad, porque sólo a través de las sesiones de chat privadas los sujetos se vinculan personalmente. Los mensajes públicos en la sala de chat tienen un ritmo muy rápido, los textos desaparecen de la pantalla en cuestión de segundos. Este espacio público no tiene restricciones de lenguaje, cada sujeto puede decir lo que quiere sin controles de un moderador. Por ello, se trata de un espacio crudo, donde los sujetos se seducen o descuartizan, sin término medio. Cada participante en su ingreso desea ser identificado por algo particular –un *nickname* llamativo, *emoticons* personalizados, frases fuera de lo común-. Es por tanto, un espacio preformativo por excelencia que nos puede decir más sobre los discursos que maneja el chat que sobre las relaciones personales que se pueden construir en él.

Como podemos observar, el chat no es *necesariamente* un lugar antropológico ni es del todo un espacio de simulacro, pero puede serlo en muchos sentidos; es un

espacio habitado por seres humanos que construyen lazo social con otros, habitado por *voyeuristas* o habitado por personas que construyen identidades simuladas gracias al principio de no ser cuestionadas por el otro.

Las “amistades” en la web son efímeras, bien porque los contactos desaparecen o bien porque el interés en el otro decae; la duración de las relaciones de los informantes que participaron en la investigación, de acuerdo al tipo de relación, es la siguiente:

Duración	Tipo I	Tipo II	Tipo III	Tipo IV
1 a 2 meses	26%	77%	82%	56%
3 a 6 meses	41%	19%	15%	14%
7 meses a 1 año	33%	4%	3%	30%

En este trabajo no fue posible encontrar relaciones que hayan durado más de un año en la web, sin embargo, las relaciones de tipo III son las que duran menos en el transcurso del tiempo y las de tipo I las que más se prolongan a través de los meses.

5.1.3 La configuración del yo

En el chat cada sujeto debe buscar una forma de expresar quién es, el primer paso es encontrar un *nickname* que lo represente. El *nickname* debe reflejar *algo* del sujeto – real o imaginario-, es un signo que representa al sujeto ante otros en la pantalla, su *phántasma*. En la figura del *phántasma*, el representante se confunde con el representado, comienza el juego de la seducción y de la imagen, el *phántasma* se convierte en la cosa, en el objeto, el ‘adentro’ del sujeto se vuelve puro deseo de *tenerse* y el ‘afuera’ en la imagen que intenta *aferrarse*. A través del *nickname*, la

imagen de la cosa se transforma en imagen de la palabra con una exigencia de significación. Es por ello, la primera máscara.

De los noventa *nicknames* utilizados por los informantes de esta investigación el 37% de escogió apodos relacionados de alguna forma con ellos (chico tierno, piloso), el 28% se limitó a emplear su verdadero nombre (luisid, javi, marco), el 15% hacía alusión a personajes de la música, del cine o de la literatura (elvis presley, angra, satriani) y, el 20% frases (como esas nubes, stay just one step ahead!, brindo por eso).

Sólo el 12% de los usuarios cambia su *nickname* más de una vez, el 88% no lo cambia desde que lo creó. El 77% de los informantes utiliza más de un *nickname* para ingresar a distintas salas de chat. [Anexo # 34]

El hecho de que los informantes en su mayoría no cambien su *nickname* es un síntoma de que entre la máscara y el sujeto se crea un vínculo al que es difícil renunciar –aunque resulta muy fácil hacerlo en la web-. Porque la construcción de la máscara implica al mismo tiempo parte de la construcción de la identidad del sujeto en la red. ”Tenemos muy pocas pertenencias en el mundo virtual, pero parece que las apreciamos muchísimo”¹⁶⁶.

Las máscaras se construyen para seducir, la primera impresión que un *chateador* causa en otro puede ser decisiva, puesto que al no contar con otros elementos de juicio para descifrarlo –gestos, mirada, entonación de voz-, debemos imaginarlo por las representaciones que hace de sí mismo a través del lenguaje sintético. Como ya hemos visto, la primera es el *nickname*, la segunda es su discurso.

¹⁶⁶ Patricia Wallace *La psicología en Internet* 2001 Editorial Paidós. Barcelona. pg 51

Los registros lingüísticos a utilizarse serán las ‘marcas’¹⁶⁷ del texto que permitirán entrar en sintonía a dos *chateadores*. Si los navegantes no comparten el mismo registro, no existe producción de sentido y la seducción se evapora. Las marcas que sí son descubiertas por el destinatario se convierten en las ‘huellas’¹⁶⁸ del discurso. A partir de ellas, el *chateador* puede seducir al otro gracias a la construcción de sentido, del o los discursos que se manejen en el chat. Compartir registros lingüísticos no garantiza el vínculo personal, en especial en las relaciones que se mantienen a nivel exclusivamente virtual. Es en las salas de chat públicas donde las ‘marcas’ y las ‘huellas’ del texto se vuelven más evidentes, se puede reconocer con facilidad a los *chateadores* novatos, a los *chateadores* de otras generaciones y a los *chateadores* que no comparten los intereses de la sala. La respuesta del resto de *chateadores* no se hace esperar, empieza la tomadura de pelo en el caso de los novatos, y en rechazo a los “viejos” por medio de la indiferencia o de las exigencias para que abandonen la sala.

La segunda fuente de la seducción es la descripción que hace de sí mismo el sujeto. Es aquí, donde la construcción del yo virtual se pone en escena.

Al no existir en la Internet el no simbólico -la figura del padre-, el navegante se construye virtualmente desde sus pulsiones narcisistas a sabiendas de que sus fantasías difícilmente serán realizadas en el mundo virtual. Por ello, imaginar una posible gratificación del deseo equivale a su gratificación real, un goce distorsionado que primariamente es el goce en el significante. El *chateador* construye su

¹⁶⁷ “están inscriptas en la superficie del texto [...] propiedades significantes cuya relación con las condiciones de producción y reconocimiento no se encuentra especificada. Por ejemplo, palabras, números, letras, que están “ahí” en la semiosis social”.

Néstor Sexe *Diseño.com* 2001 Editorial Paidós. Argentina. pg 84

¹⁶⁸ “... cuando sí resulta establecida la relación entre una propiedad significativa y sus condiciones de producción o de reconocimiento”

Néstor Sexe *Diseño.com* 2001 Editorial Paidós. Argentina. pg 84

personalidad sobre el ‘objeto a’ lacaniano, es decir, sobre el plus de gozar.¹⁶⁹ Razón por la cual, creer en lo que dice el otro significa que el otro crea en lo que él dice.

Así el chat, se basa sobre cinco marcos identificados en los juegos de rol de los preescolares: 1) la vida real; 2) vamos a chatear –ganas de hablar, responsabilidad reducida-; 3) montar la fiesta –cuyo metamensaje es divertirse-; 4) hacer comedia –empieza la simulación con las primeras máscaras-; 5) actuación –ser fiel al yo construido.¹⁷⁰

La identidad simbólica del *chateador* está inscrita dentro de un orden simbólico todavía poco explorado: la web. El orden simbólico le confiere al navegante identidad simbólica basada en una serie de valores –todo es posible, libertad, transparencia-. Estos valores son ficciones que no tienen consistencia ontológica sustancial, por ende el navegante es gobernado por ficciones simbólicas establecidas por el Gran Otro. En este orden simbólico no se renuncia al “principio del placer” para dar paso al “principio de realidad”, se renuncia a él a favor del “placer en el dolor” –goce-. “... el *objeto a* sirve como sostén a la realidad: el acceso a lo que llamamos “realidad” se abre al sujeto a través de la hendidura en el circuito cerrado del “principio del placer” a través del molesto intruso en su medio [...] la realidad no es algo dado de antemano, sino algo cuyo status ontológico es, en cierta

¹⁶⁹ La analogía utilizada para entender qué es el ‘objeto a’ es la noción del *fotón* en física. “Cuando los físicos se refieren a la masa de una partícula, habitualmente se refieren a su masa cuando está en reposo. Todas las otras masas son denominadas masas relativas; como la masa de una partícula aumenta con la velocidad, la misma puede tener cualquier número de masas relativas, cuyos tamaños dependen de su velocidad. La masa total se compone, así, de la masa en reposo más el excedente agregado por la velocidad de su movimiento. La paradoja de los fotones consiste, sin embargo, en que *no tienen ninguna masa en reposo*: la misma equivale a cero. El fotón es, de este modo, un objeto que sólo existe como plus, como la aceleración debida a su velocidad; en cierto modo, es “sin sustancia” –si sustraemos la masa relativa que depende de su velocidad, es decir, si “lo aquietamos” e intentamos medirlo en su estado de reposo “tal como realmente es” se disuelve. Y ocurre lo mismo con el objeto a como plus de gozar: sólo existe en su estado distorsionado.”

Slajov Zizek *¡Goza tu síntoma!* 1999 Editorial Nueva Visión. Argentina. pg 45

¹⁷⁰ Patricia Wallace *La psicología de Internet* 2001 Editorial Paidós. Barcelona pgs 66-67.

forma, secundario, en otras palabras: algo *constituido*”¹⁷¹. Pero, si la realidad es un postulado del sujeto, si la realidad es el intruso en el circuito del placer, ella es también una construcción del sujeto.

Por ello, la dimensión performativa de la máscara no es una novedad para el navegante y puede ser fácilmente asumida, porque su eficiencia simbólica está cimentada en el aprendizaje de otras ficciones simbólicas del Gran Otro –entendido como el lenguaje, la patria, el orden jurídico, etc-.

Las máscaras en el chat también son *voyeuristas*, en las salas de chat existen usuarios que no interactúan, navegantes que pueden acceder a un chat privado siempre y cuando su función esté limitada a “mirar”. Ellos aceptan mensajes privados que tienen títulos como los siguientes: “¿quieres vernos desnudas? ”; “si quieres conocerme mejor baja mi video”. El *voyeur* o *flâneur* fue concebido en primer lugar, como un hombre que se entretenía observando la vida de la ciudad a finales del siglo XIX. Para Baudelaire, el *flâneur* era “un observador itinerante, que contemplaba sin participar, el espectacular desarrollo de la ciudad”¹⁷². Era por principio una figura anónima que inmersa en la multitud observaba sin ser observado. Los estudios que posteriormente se realizaron sobre el *voyeur* determinaron que se trataba de un sujeto sexualmente inseguro, en los casos patológicos, para el *voyeur* el placer de mirar en vez de ser preparatorio al acto sexual lo sustituía del todo.

Pero en la Internet el fenómeno del *voyeurismo* mediático se refiere al consumo de información o de imágenes reveladoras sobre la vida de otras personas, aparentemente reales, y no robadas de la mirada a los otros. En las salas de chat el

¹⁷¹ Slavoj Zizek *¿Goza tu síntoma!* 1999 Editorial Nueva Visión. Argentina. pg 68

¹⁷² Linda McDowell *Género, Identidad y Lugar. Un estudio de las geografías feministas.* 2000 Ediciones Cátedra. Madrid. Pg 227

voyeurismo sexual no es muy común, mensajes como los indicados anteriormente son muy inusuales, pero existe una creciente tendencia a la presentación de videos y fotos a través del chat con contenidos sexuales, que ha llevado a que Msn elimine sus salas de chat desde octubre del 2003 para proteger de este tipo de mensajes a los menores de edad.

No es posible analizar más a fondo la figura del *voyeur* en el chat, porque los *voyeuristas* se niegan a chatear.

5.1.4 Los discursos de las salas de chat

El discurso que invade las salas de chat por excelencia es el de la “amistad”, los *chateadores* buscan amigos. La necesidad de mirarse y ser mirado, de contactar a otro desde un yo construido *ad hoc*, parece ser la dinámica que rige las estructuras sociales de este espacio virtual. Pero, la amistad del *chateador* es una categoría que ha sido reterritorializada al medio de la web, la amistad virtual es otra cosa que la amistad del mundo real:

male24chennai: U have to believe everything what others say
male24chennai: if u feel that ur fd is true,,,,,,,,,u have to believe him
male24chennai: it's like GOD's faith
male24chennai: if u think GOD is there.....he is there for u
male24chennai: if u think it is imaginary.....he is virtual then
male24chennai: if u beleive something that is real ,,,,,,,,,,u will be really afraid
of doing wrong things
male24chennai: if u feel it virtual,,,,,,,,,u will do whatever u want
belen38: what means for you to do whatever you want
male24chennai: u will feel like as if there is no 1 to question u
male24chennai: or punish u

La amistad se basa en creer en lo que te dice el otro, comparable a la fe en dios: “si tú piensas que DIOS está ahí ...él está ahí para ti; si tú piensas que es

imaginario ... entonces él es virtual; si tú crees que algo es real ... tendrías verdadero miedo de hacer mal las cosas; si tú lo sientes virtual ... tú harás lo que quieras; sientes que no hay nadie que te cuestione, que te castigue.”

Por ende, la posibilidad de actuar desde el anonimato en un espacio que privilegia la mascarada sin consecuencias reales genera un tipo de relación personal que, por no tener todavía otra nominación, es llamada “amistad”. La amistad virtual se basa por sobre todo en la fe en el otro, es una relación más desinhibida donde todo sucede *como si* fuese cierto. Es en cierta manera, una forma de huir de la incertidumbre que se plasma sobre el mundo real a través de la búsqueda del goce, de la gratificación inmediata.

Es posible que el carácter temporal de la amistad virtual sea uno de sus mayores atractivos porque no implica compromisos en el tiempo. Es en sí misma una forma de distracción y, para que sea atractiva, debe durar poco, por responder a deseos cambiantes que pueden saturarse con facilidad. Los *chateadores* exploran todo aquello que es gratificante, profundizar en conceptos o emociones puede llevarles a experiencias dolorosas y esto es justamente lo que ellos quieren evitar. Por ello, las amistades virtuales terminan tal cual se inician: sin previo aviso.

Pero el chat también puede ser una válvula de escape para los *chateadores*, se pueden abordar temas que son impensables en la realidad fuera de la web. Las máscaras develan más de lo que los sujetos puedan imaginar.

El *cambio de sexo en los juegos de rol*. Tanto hombres como mujeres utilizan *nicknames* de los cuales no se puede deducir su sexo. Siete de los informantes que fueron contactados desde *nicknames* distintos, unas veces contestaron como chicas y otras veces como chicos. Al ser descubiertos indicaron que con ello pretenden

conocer cómo piensa el género opuesto. Los descubrimientos que han realizado les han ayudado en su vida personal, en muchos casos, lo que empezó como un juego terminó convirtiéndose en una verdadera escuela sobre las relaciones entre hombres y mujeres. Cada vez abordan temas diferentes y no se cansan de experimentar.

Otras veces las máscaras que abordan la sexualidad son más complejas. X es un ama de casa con problemas matrimoniales (su *nickname* es confidencial), en la web se presenta como una chica de quince años que busca *cybersexo*. Sus propuestas son muy atrevidas y es muy popular, cuando al fin accedió a conversar conmigo confesó que era frígida y que sólo a través de sus admiradores virtuales logra tener algún tipo de satisfacción sexual. Como no ingresa a páginas pornográficas, su esposo no tiene idea del tipo de chat al que se dedica. Sus contactos son cortos, una o dos veces, le excita la gente nueva porque para relaciones a largo plazo ya tiene su propio matrimonio.

El *sexo* es otro discurso del chat, ni bien se ingresa al espacio público compartido por los usuarios las *frases* que se siguen unas a otras tienen contenidos sexuales explícitos.

badbull: 🍆 quieres ser una chica mala??? me puedes probar.... te va a gustar.... el sexo conmigo es INCREIBLE

sexygirl: 😬 no quiero dejame en pas

badbull: 🍆🍆🍆🍆 claro que quieres ... no te hagas la difícil sexygirl

Como vemos el discurso sexual se entrecruza en tres niveles:

- En el cambio de sexo en el juego de rol.
- Al utilizar máscaras que personifican un yo ideal. (vidas paralelas)
- En las expresiones que se leen, y son contestadas por otros, en la pantalla pública de la sala de chat.

Implícitamente el espacio del chat es considerado propiedad de los jóvenes, los adultos deben buscar salas más específicas, de hecho, los *homepages* de chats brindan opciones de acuerdo a las edades de los *chateadores* a los que se quiere contactar. De modo que el tema *generacional* es otro discurso de este espacio de la web. Los registros lingüísticos y los temas que se comparten en el espacio público del chat lo hacen evidente.

Uno de los informantes opina lo siguiente:

MARCO ANDRE dice:

No soporto las salas de chat, hay cada clase de gente

MARCO ANDRE dice:

cobardes mas que todo

MARCO ANDRE dice:

ofenden sin sentido

MARCO ANDRE dice:

estupidos diria yo, la mayoría son jovensuelos de 15 a 20 años

A menos que utilicen salas de chat menos generales los navegantes mayores de 25 o treinta años encuentran sumamente difícil participar de los espacios públicos de salas como *Ecuador* en yahoo.com. Para ello recurren al área de edades que contiene las siguientes opciones: de 15 a 20, de 20 a 30, de 30 a 40, más de 40. Una vez en estas salas, los discursos como la amistad, el amor y el sexo se repiten bajo un registro distinto.

5.2 La Comunidad virtual de ChasquiNet coordinadora de somos@telecentros

Las comunidades virtuales surgieron en el mundo real mucho antes que en la Internet. En 1669 en Inglaterra, Robert Boyle inventa el “*paper académico*”, una tecnología intelectual que permitió a un público determinado, no sólo comunicarse en el mismo lenguaje, sino también convertirse en testigo ‘a distancia’ de los acontecimientos que

tenían lugar dentro de su círculo intelectual. Es por este tipo de tecnologías que el cuerpo tenderá a volverse más físico y el sujeto más textual.

El telégrafo y el fonógrafo también dan lugar a otros espacios virtuales, con públicos más amplios, como medio entre lugares físicos y realidades intangibles. Poco después otras tecnologías del entretenimiento, como el cine y la televisión serían instrumentos aglutinantes sobre comunidades virtuales (*fans*) de mundos potenciales.

Finalmente la Internet, hace evidente el fenómeno de lo virtual como representación simbólica, la distancia que existe entre la mirada y la pantalla se vuelve infinita y rompe con todas las convenciones escénicas precedentes; los espacios simbólicos colectivos se replantean sin cesar a través de los objetos que circulan por ellos. Pero a diferencia de la naturaleza real, la naturaleza virtual no permite distinguir claramente las fronteras entre el sujeto y su entorno. Por lo que, es necesario analizar los sistemas de símbolos que se utilizan; las formas de representación que Internet ofrece y si intervienen elementos pasionales en la construcción de contenidos, puesto que ciertos simulacros pierden la posibilidad de producir apariencias, de tener representación simbólica.

Las comunidades virtuales de la web, al igual que las primeras comunidades virtuales fuera de ella, fueron creadas dentro del mundo académico. La Internet funcionó en su inicio del mismo modo que el *paper académico*, fue utilizada por investigadores que se conocían entre sí y, que a través de ella, podían mantenerse en contacto de forma más estrecha y actualizada. Este tipo de comunidad virtual todavía existe hoy en día en la red, está conformada por personas que tienen intereses comunes, que intercambian no sólo información, sino conocimiento, que mantienen un lazo social que se alimenta dentro y fuera de la red constantemente. Estos

navegantes jamás se comunican con alguien a quien no conozcan personalmente, sus vínculos virtuales surgen o se acentúan sólo después del contacto presencial.

Estos antecedentes son importantes porque fueron los integrantes de las primeras comunidades virtuales de la red, los que desarrollaron las herramientas de la web que se han universalizado y estandarizado. La cultura textual de los académicos de la web determinó el tipo de herramientas que se privilegiaron y se excluyeron, por ejemplo, las herramientas más gráficas que no se adecuaron a sus propósitos, por ende los programas y los tipos de comunicación utilizados en la Internet antes del nacimiento de la World Wide Web sentaron los precedentes de lo que hoy en día se conoce como la comunicación en la web. La WWW es en sí misma una forma de control, una manera de ejercer el poder; su tendencia a homologar y a designar *qué* es estandarizable ha destruido la posibilidad de sus usuarios de comunicarse a través de herramientas más creativas, aplastando a los sistemas informáticos gráficos más novedosos, que han tenido que reducirse a ser utilizados por usuarios especializados que todavía se interesan por desarrollarlos. Este es el caso del grupo *The manor chat* que reúne a una comunidad virtual de internautas con intereses específicos.¹⁷³

En la web actualmente existen varios tipos de comunidades virtuales:

1. Las comunidades virtuales de académicos investigadores (parte de ellas pioneras de la web).
2. Las comunidades virtuales formadas por personas que se han conocido en la vida real.

¹⁷³ www.palace4all.de/download.php3

3. Las comunidades virtuales compuestas por personas que no se conocen, pero que tienen la esperanza de verse cara a cara algún día.
4. Y las comunidades virtuales cuyos miembros no tienen expectativas de encontrarse en el mundo real.

Esta clasificación como veremos más adelante, no es del todo fidedigna, puesto que la comunidad virtual de ChasquiNet –que incluye a los actores de la Red de Telecentros de América Latina y el Caribe- está compuesta por miembros que podrían corresponder a cada uno de los tipos de comunidad virtual antes mencionadas.

- La mayoría de las personas que integran ChasquiNet han debido conocerse personalmente antes de ser parte de la comunidad virtual. ChasquiNet es una organización que apoya el desarrollo de proyectos de telecentros en distintas regiones del Ecuador a través de un proceso muy particular. Cada comunidad de base se acerca a ChasquiNet y no viceversa, una vez que la comunidad decide la implementación del telecentro, la organización les asesora sobre sus posibilidades. El desarrollo, uso y apropiación del telecentro parten desde la misma comunidad y no desde ChasquiNet, por esta razón gran parte de los miembros de la comunidad virtual se conocen antes de ingresar a la web.

- Un muy reducido porcentaje de los miembros de esta comunidad virtual han sido parte del mundo académico que utilizó la Internet antes de la WWW, por esta razón continúan con la dinámica de no comunicarse con nadie a quien no identifiquen personalmente.

- Quienes trabajan en línea organizando los contenidos de la página web, coordinando los sistemas de listas y la documentación de los temas que trata la

comunidad a través de la Internet conocen a gran parte de los miembros a través del correo electrónico.

- Y finalmente, encontramos a los miembros de la comunidad virtual que no tienen expectativas de conocerse personalmente, generalmente se trata de investigadores o de personal de agencias internacionales de desarrollo y de conectividad que son considerados *miembros espectadores* de la comunidad virtual.

Pero ¿cuál es el concepto de comunidad virtual que ChasquiNet y somos@telecentros divulga? ¿Este define verdaderamente lo que sus miembros consideran *es* su comunidad virtual? En el *web site* www.chasquinet.org se publica:

La **Comunidad Virtual ChasquiNet** es un lugar de reunión de instituciones e individuos que trabajan en línea en la gestión de proyectos de avance social. La Comunidad ChasquiNet es el sitio ideal para que usted comparta sus actividades en: desarrollo internacional, políticas sociales y de servicio social, medio ambiente, género, educación y juventud, derechos humanos, legislación y muchos otros temas relacionados con la justicia social y la dignidad humana.

Y, en el *web site* www.tele-centros.org se lee:

La **Comunidad Virtual somos@telecentros** es un espacio colectivo e integrador, creado para facilitar la cooperación e interacción de los **telecentros en Latinoamérica y el Caribe**.

La **Comunidad busca animar un proceso de democratización y acceso a las TICs** a fin de que los actores involucrados en el desarrollo de procesos y proyectos de Telecentros sean apoyados en sus iniciativas.

En este Proyecto, un Telecentro, en términos generales, se define como un espacio físico, con recursos técnicos y tecnológicos, que provee a individuos, comunidades e instituciones el acceso público a las TICs para el desarrollo personal, comunitario y social, que incidan en la transformación social.

Las descripciones de comunidad virtual con las que la organización se presenta dentro de la Internet no reflejan las verdaderas características que la configuran. Esto responde a que la organización utiliza las distintas *interficies* de la web de diversa manera, cada *interficie* adopta un tratamiento de contenidos y un lenguaje particular. El *front end*¹⁷⁴ de la página web sirve para: a) publicitar la organización; b) detallar sus objetivos y proyectos; c) hacerse conocer a nivel internacional y d) captar la atención de las agencias internacionales financiadoras. El *back end*¹⁷⁵ del sitio web es el espacio habitado por la comunidad virtual donde se realiza el verdadero intercambio de información y conocimientos entre sus miembros. Por ello, sólo podemos encontrar el verdadero concepto de comunidad virtual al interior del *back end* de la página web. Uno de los informantes que dirigen la organización nos comenta: “La web es el espacio menos transparente de todos, porque estamos altamente controlados [...] no confío para nada en este medio. No puedo comunicar libremente la información que generamos sin sentir que alguien pueda ‘cosecharla’ y usarla en mi contra”.¹⁷⁶

5.2.1 El lazo social desde la perspectiva de los miembros de ChasquiNet

La comunidad virtual de ChasquiNet construye su lazo social no sólo a partir de los intereses específicos o valores compartidos por quienes la conforman, lo hace desde la confianza y la solidaridad que surgen de trabajar desde las comunidades de base, por ello el componente presencial de su relación es tan importante.

¹⁷⁴ El espacio del sitio web al que ingresa cualquier navegante de la web sin ninguna restricción.

¹⁷⁵ Espacio de la página web al cual se accede a través de una contraseña.

¹⁷⁶ Informante # 5.

Su presidenta ejecutiva señala: “Yo no creo solamente en lo virtual, eso es una mentira, la gente te pide estar cara a cara y eso responde a sus propias necesidades, a sus propias dinámicas. De ahí que yo insisto en que las comunidades virtuales han surgido y se han desarrollado en función de una necesidad de comunicación que ha existido antes.”¹⁷⁷

Del mismo modo, su director ejecutivo indica: “La comunidad virtual, cuando es posible, es un lugar puramente humano. Me comunico con cinco continentes, con alrededor de 30 a 40 personas al día. Pero, ¿sabes qué? Conozco a cada una de ellas. En mi trabajo no confío en quien no conozco, ni en las organizaciones que no conozco personalmente. Sin los encuentros no existiría comunidad, cada año hay encuentros regionales donde nos conocemos, la confianza se crea sólo personalmente. El intercambio de conocimientos y de información se da después de que conoces a las personas y no antes [...] hace quince años hubiese pensado que todo podía desarrollarse virtualmente, ahora no.”¹⁷⁸

Para los miembros de la comunidad virtual de ChasquiNet el lazo social se consolida compartiendo las experiencias y no canalizando los problemas, porque el canalizar un problema no conlleva un proceso de apropiación personal; en cambio las experiencias tienen una dinámica diferente: en primer lugar, parten de los sueños de las personas y de las comunidades y en segundo lugar, implican una participación personal que convierten a la comunidad en un espacio humano donde la web funciona como un instrumento entre otros. Por esta razón los contenidos que la comunidad genera se tratan dentro de un marco de confianza que no podría ser alcanzado sólo a nivel virtual -debe tener antecedentes de orden oral, gestual,

¹⁷⁷ Karin Delgadillo. Presidenta Ejecutiva de ChasquiNet. Entrevista del 24 de noviembre del 2003.

¹⁷⁸ Klaus Stoll. Director Ejecutivo de ChasquiNet. Entrevista del 24 de noviembre del 2003.

emotivo- que la Internet no posibilita, en este sentido el lazo social de la comunidad transparenta el espacio virtual que utiliza dentro de la web al estar basado en el ser humano y no en el instrumento como tal. La Internet es vista así como una herramienta y no como un fin en sí misma.

5.2.2 ¿La comunidad virtual es para sus miembros un espacio antropológico y político?

Las respuestas obtenidas de los informantes que participaron en esta investigación, nos obligan a plantear este apéndice en forma de pregunta. El 90% de los informantes consideran que su comunidad virtual sí es un lugar antropológico y sólo el 25% la consideran un espacio político. [Anexo # 39]

Las personas que consideran a la comunidad virtual como un lugar antropológico sostienen que la producción de sentido de las experiencias individuales y presenciales en cada proyecto, dentro de la comunidad virtual, da paso a un nivel de producción de sentido grupal. Uno de los informantes señala: “Por eso para nosotros ha trascendido tanto la red, porque para nosotros las relaciones son más humanas que técnicas. El instrumento como tal es un pretexto porque la idea es que encuentras problemas comunes y la manera de resolverlos”.¹⁷⁹ Otros informantes indican: “En nuestra comunidad virtual existe un lazo que va más allá de la comunicación en línea, existe una interrelación humana que prevalece por sobre todas las cosas.”¹⁸⁰ “Es un lugar antropológico porque en él me juego parte de mi vida, lo que experimentamos dentro de la comunidad de base también lo experimentamos con los amigos de la

¹⁷⁹ Informante # 28

¹⁸⁰ Informante # 53

comunidad virtual. No sólo se trata de trabajo, se trata de amigos en los que confío y con los que cuento”.¹⁸¹ Por tanto, en la web los lazos sociales creados fuera o dentro de ella se fortalecen. Lula comenta: “...cuando yo empecé a trabajar con la red no conocía a nadie, aparte de la gente del equipo de ChasquiNet., pero los lazos que he hecho en línea son increíbles, son lazos basados en valores similares, en cosas en común. Para mí es lo básico y principal porque cuando no existe eso te puedes quedar sólo en un nivel de intercambio de conocimientos o de cuestiones teóricas. Lo otro va mucho más allá, es una cuestión de amistad.”¹⁸²

La comunidad virtual no es considerada un espacio antropológico por otros miembros, por las siguientes razones: “La web sirve para los organismos internacionales, para los organismos de cooperación, para los estudiantes, la web no es un organismo de comunicación. Nosotros trabajamos con campesinos cuyo lenguaje es el oral, el alto número de visitas de la página se debe al uso que hacen de ella los organismos internacionales o a otro tipo de organizaciones que están interesados en el movimiento de la red. Pero eso no significa que los campesinos estén utilizando la red.”¹⁸³ “Nuestro espacio antropológico está en las comunidades de base, ahí es donde compartimos quienes somos, nuestros gustos, nuestras emociones, nuestro trabajo. La comunidad virtual es un espacio chévere, pero ni todas las personas con las que me comunico me son cercanas, ni todo lo que comparto es vital. Lo que sí sucede en la comunidad en la que trabajo personalmente. Internet es una herramienta como cualquier otra: la radio, el teléfono, etc.”¹⁸⁴

¹⁸¹ Informante # 47

¹⁸² María de Lourdes Acosta, encargada del área Comunicación para el desarrollo de ChasquiNet. Entrevista 25 de noviembre del 2003.

¹⁸³ Karin Delgadillo. Presidenta Ejecutiva de ChasquiNet. Entrevista 28 de noviembre del 2003.

¹⁸⁴ Informante # 14

Por tanto, quienes más utilizan la web en su trabajo y contactan a otros diariamente en línea sí consideran a la comunidad virtual como un lugar antropológico, pero para quienes trabajan en las comunidades de base, la comunidad virtual no alcanza los niveles de intercambio personal que les permita considerarla antropológica.

Quienes no consideran la comunidad virtual de ChasquiNet como un lugar político sostienen: “En nuestra comunidad virtual recién estamos pasando por un proceso de institucionalización porque la gente ha visto que es importante que se incida en políticas y se convierta en un actor de incidencia política. Pero desde mi experiencia personal, la incidencia en políticas es algo muy complejo, yo no creo que la red pueda incidir en cambios de políticas, yo creo que es la suma de diferentes actores que comparten los mismos valores que te ayuda al proceso de incidencias políticas, y no solamente la red como tal.”¹⁸⁵ “La web sí permite visibilizar a los nuevos actores políticos, no creo que nuestra comunidad virtual sea todavía un espacio político ... ese es el sueño!. Sólo que nuestra organización está concentrada en resolver problemas más básicos, ojalá con el tiempo logremos que nuestros esfuerzos de incidencia política a nivel local se extienda también a nivel virtual.”¹⁸⁶

Los miembros que en cambio consideran que la comunidad virtual sí es un espacio político responden: “Todo el esfuerzo que estamos haciendo en el movimiento somos@telecentros es generar una posición política, por ejemplo, hablamos de derechos a la comunicación, que es lo que prima, digamos dentro de la red. O el tema de políticas que hemos trabajado, tanto de políticas públicas y privadas sobre los derechos a la información y a la comunicación. Entonces eses espacio como tal, se

¹⁸⁵ Informante # 36

¹⁸⁶ Informante # 7

convierte en una trinchera política.”¹⁸⁷ “De hecho consideramos nuestra comunidad virtual como un espacio político, desde que nos ponemos de acuerdo, por ejemplo, en los términos que debemos utilizar. No todo el mundo está claro de las diferencias entre políticas y regulaciones, entonces cómo puedes hacer influencia de políticas?. La red ha servido en una primera etapa para identificar estas ideas con aquellas personas claves, o con aquellas que han demostrado un interés en participar en los procesos de influencias de políticas.”¹⁸⁸

En el interior de la comunidad virtual de ChasquiNet existe la conciencia de que la comunidad como tal, está madurando para convertirse en un lugar de incidencia política, por esta razón se está trabajando, tanto dentro de las comunidades de base como a nivel virtual, el tema de políticas públicas y privadas. Los criterios divididos sobre si la comunidad virtual es o no un espacio político reflejan los espacios que ocupan los informantes dentro de la estructura de la propia comunidad. En todo caso, la intención de llegar a configurarse como espacio político es clara, siempre considerando la web como una herramienta y nunca como un fin en sí mismo [Anexo # 40].

5.2.3 La representación simbólica en la comunidad virtual

La representación simbólica en la web -por parte de los miembros de la comunidad virtual- puede analizarse a través del medio que se escoge, los registros del lenguaje utilizados y los sistemas de signos que se privilegian.

¹⁸⁷ Informante # 60

¹⁸⁸ Informante # 44

La comunidad virtual se comunica a través de la página web, las *interficies* que utiliza son diversas: sistema de listas electrónicas (foros), correo electrónico, chat.

a) las *listas electrónicas* son los distintos escenarios donde se generan los equipos de trabajo que se van formando alrededor de un tema específico. En la red no se establecen comunicaciones individuales, la idea es que no existan equipos que trabajen aisladamente, las personas se inscriben en la lista o listas de su interés y cada e-mail se envía a todos los miembros de la lista, así no se crean espacios individuales que destruyen la estructura de la comunidad; b) el *correo electrónico* es la herramienta más utilizada por los participantes dentro de la web, a partir de un correo electrónico puede surgir una nueva lista. Se plantea una pregunta, si es de interés para otros, se estructura la lista y empieza el intercambio de información y de conocimientos; c) el chat es utilizado con propósitos específicos, los miembros de la comunidad virtual son libres de escoger el medio que les sea más útil. El inconveniente del chat es que no lo pueden utilizar las personas que no están conectadas todo el tiempo, un ejemplo del uso del chat es el del equipo de educación rural a distancia, los participantes se comunican cada dos domingos a una hora determinada.

El *medio* a través del cual se comunica la comunidad virtual es opaco y carece de transparencia. Para Klaus Stoll “la web es el espacio menos transparente de todos, porque es altamente controlado y censurado por los países del norte”.¹⁸⁹ Su presidenta ejecutiva opina que “la transparencia está basada en ti, no en el instrumento. Si para alguien de la comunidad es importante transparentar algo lo hace a través del sitio web. Ciertas organizaciones de base han tenido muy mala experiencia con las organizaciones internacionales, entonces dicen, no queremos

¹⁸⁹ Klaus Stoll. Director Ejecutivo de ChasquiNet. Entrevista del 24 de noviembre del 2003

transparentar lo que estamos discutiendo y se utilizan espacios de la página que no aparecen en las listas de discusión. Entonces la página somos@telecentros es más allá que la página web, eso es lo que no entienden los organismos internacionales.”¹⁹⁰

La comunidad virtual de ChasquiNet si bien no cree en la transparencia de la web, sí cree en la transparencia de su propio espacio virtual [Anexo # 41]. Uno de los informantes dice: “la transparencia para mí se basa en la confianza, y sólo tengo confianza en quien conozco.

Por ello que la web es transparente sólo en ciertos espacios, como por ejemplo, somos@telecentros. Pero fuera de este espacio, esta idea de transparencia desaparece”.¹⁹¹

La transparencia del medio es importante porque favorece el *embrayage*, porque crea la ilusión de resucitar completamente la situación de la enunciación que se ha perdido en el texto. Es lo que se conoce como el simulacro del texto.¹⁹²

El siguiente texto publicado en www.tele-centros.org :

¿Qué te pareció la historia? Siempre es bueno decir lo que sentimos y para nosotr@s es importante contar con tus opiniones, tus críticas o tus preguntas. Lo que nos quieras compartir va directito al responsable del telecentro y a la responsable de las historias. Estamos totalmente disponibles para ti.

El uso de pronombres en primera y segunda persona y el tiempo presente de los verbos crean la ilusión de contemporaneidad de una situación de la enunciación que de hecho ya no existe. La figura del enunciador no es anónima ni desconocida. Los

¹⁹⁰ Karin Delgadillo. Presidenta Ejecutiva de ChasquiNet. Entrevista 28 de noviembre del 2003

¹⁹¹ Informante # 22

¹⁹² Piero Polidoro <http://digilander.libero.it/pieropolidoro/lezioni.htm>

miembros de la comunidad virtual relacionan el texto directamente con la *persona* que lo escribió, esta situación es todavía más evidente dentro de las listas electrónicas:

Hola Lula me intersaria participar en el FORO.... Eloisa.....

Lula reconoce quién es Eloisa cuando lee el texto, porque se conocen personal o virtualmente desde hace tiempo. El enunciador no es un extraño.

Los registros de comunicación no sólo permiten a los participantes entenderse de forma óptima, también determinan el grado de relación entre unos y otros. Lo ejemplifica del siguiente modo uno de los informantes: “Mis amigos del norte me bombardean con *emoticons*, pero mis amigos latinoamericanos no los utilizan. Las palabras son símbolos, por ejemplo, *estimado* me da una pauta de qué tipo de relación tengo con esa persona, si alguien se despide diciéndome *abrazos*, significa que lo conoces pero que no es un verdadero amigo. Estos códigos son muy utilizados en la comunidad virtual, cada uno se comunica de forma diferente. Ellos han desarrollado formas de darte a entender quién es un miembro y quién no lo es; o quién será expulsado. Cómo empieza y termina mi mensaje le dice al otro qué tipo de relación existe entre ambos”.¹⁹³

En la comunidad virtual la representación simbólica se da en primer término a nivel del enunciador, cómo el *otro* es representado. Hemos visto que el *otro* casi nunca es un extraño, cada participante es en sí mismo un significante dentro del sistema de signos. Y así, cada sujeto asume su identidad simbólica dentro del orden simbólico de la comunidad.

¹⁹³ Informante # 31

El siguiente paso de la representación consiste en cómo cada sujeto representa las experiencias vividas fuera de la web dentro de la comunidad virtual. En esta comunidad virtual la palabra escrita es la materia prima de la comunicación. [Anexo # 45] Uno de sus miembros comenta: “La palabra es trascendental dentro de nuestra comunidad virtual porque la gente empieza a quitarse todos los miedos de lo que está diciendo, de lo que puede decir mal o de lo que puede decir bien y lo empieza a escribir. Lo que estamos viendo ahorita es una avalancha de historias y eso es lo que queríamos generar, pero la propia concepción la ha dado la gente”.¹⁹⁴

Para Klaus Stoll en la comunidad virtual se utiliza el lenguaje escrito porque no hay otro remedio, puesto que desde que surgió el *html* las personas dejaron de hacer sus propios programas y los protocolos se unificaron. Y a pesar de estas camisas de fuerza, los miembros de la comunidad virtual pueden utilizar el lenguaje escrito sin convencionalismos. Esto lo comprueba el siguiente testimonio: “el lenguaje de las comunidades de base, es un lenguaje diferente, nuestro valor es que si tú quieres escribir treinta páginas, escíbete las treinta páginas. Si tú le preguntas a una persona que tiene cultura informática te va a decir que treinta páginas nadie te las lee [...] pero aquí sí hay quien está interesado en el trabajo comunitario y cómo la gente de base está utilizando el Internet, porque les interesa la manera de comunicarse, no les interesa que cambien esa manera de comunicarse”.¹⁹⁵

Pero a nivel de los telecentros se utiliza mucho la grabación de las historias orales y las imágenes captadas por la propia comunidad. Se reveló la importancia de la oralidad de las comunidades de base a través del programa de radio en línea instalado en varios telecentros, por otra parte, para las comunidades indígenas una

¹⁹⁴ Informante # 58

¹⁹⁵ Informante # 35

imagen es más valiosa que muchas palabras porque el trasfondo cultural carga de valor simbólico a lo gráfico. Un indígena empieza el diseño de un sitio web con un gran gráfico que representa lo que es verdaderamente importante, no hay necesidad del texto en la mayoría de los casos, ya que el sentido se produce a través de la reinterpretación de los símbolos (gráficos). Se parte de lo visual por medio de las imágenes captadas por la cámara digital y luego se continúa con los textos, lo interesante es que estas comunidades no tienen ningún problema en realizar la parte gráfica, mientras que la parte textual casi nunca logran concluirla solos.¹⁹⁶

5.2.4. Los nuevos imaginarios

La Internet no sólo está configurando nuevos imaginarios dentro de la comunidad virtual, los está creando también en las comunidades de base. Las nuevas subjetividades de la web son tema de discusión de los miembros de ChasquiNet y somos@telecentros. Bien porque favorecen las apropiaciones que las personas hacen de la web, o bien, porque están causando reacciones adversas.

Los imaginarios de las personas empiezan a cambiar apenas el sujeto ingresa a la web, lo que la Internet favorece causa curiosidad y la sensación de ingresar a un mundo donde todo es posible. Esta reacción inicial no siempre se conserva, sin embargo, marca al sujeto desde que descubre las novedosas maneras en que la red representa al mundo y las desconocidas maneras de representarse a sí mismo.

Los entornos hipermediales son fuente de fascinación entre los más jóvenes, justamente porque están enfocados para provocar emoción. El sonido, el video y en

¹⁹⁶ Información referida por Klaus Stoll. Entrevista del 28 de noviembre del 2003.

especial la imagen otorgan la impresión de penetrar en un espacio donde se puede acceder a lo que se quiere. Klaus Stoll comenta: “Los jóvenes no quieren salir de la web porque empiezan a considerarla su mundo, el lugar donde quieren estar.”¹⁹⁷ Una vez dentro de la red, las posibilidades de ver y ser visto se agigantan. En las comunidades indígenas los jóvenes se conectan a las salas de chat cambiando su identidad, se presentan como chicos blancos y norteamericanos. Un informante amplía: “Pretender ser otro es una respuesta al colonialismo, porque desde la escuela se les enseña a los indígenas que son basura. Ser otro es una forma de luchar contra eso”.¹⁹⁸ Por tanto, el uso de la Internet tiene repercusiones sociales y emocionales relevantes, su uso y apropiación ha logrado que salgan a la luz este tipo de problemas.

El cambio en el imaginario de las comunidades indígenas no radica en el hecho de reconocerse *diferentes* de los otros, más bien se basa en la ficción de *ser* otro por primera vez. La web les ha otorgado un anonimato que imaginaban imposible, y desde el ser anónimo la representación simbólica de su entorno y de sí mismos se vuelve otra.

Los miembros de la comunidad virtual consideran este cambio de imaginario un verdadero problema, puesto que son ellos quienes han apoyado la implementación de telecentros, deben también encontrar soluciones para que la apropiación y uso de la web no atomice las comunidades de base.

Con este propósito se buscan alternativas que surjan desde la comunidad, la construcción de páginas web ha sido una de ellas; al crear un sitio web es necesario encontrar símbolos que representen al grupo: símbolos identitarios, del mismo modo se debe encontrar la manera de plasmar los lenguajes de la comunidad a través del

¹⁹⁷ Klaus Stoll. Director Ejecutivo de ChasquiNet. Entrevista 25 de noviembre 2003

¹⁹⁸ Informante # 18

lenguaje sintético de la red. La hipermedia facilita la transmisión de la cultura oral y de la cultura visual, porque los programas informáticos contienen herramientas fácilmente apropiables por los nuevos navegantes para la producción de contenidos locales.

La web por otra parte, ha estimulado, en este caso, la narratividad. Las comunidades de base intercambian historias, no textos. Estas historias se editan a través de la imagen y de la voz. Las imágenes que se utilizan no tienen valor por sí solas, adquieren significado dentro de un contexto, representan dinámicas culturales que logran hacerse visibles gracias a un medio que permite intercambiarlas con otros que viven experiencias similares.

Los nuevos imaginarios incluyen representaciones de otros no tan *diferentes*. Esta es la cualidad de la web más apreciada por la comunidad virtual: la de compartir los mismos registros de lenguaje a pesar de las diferencias culturales. La imagen y la voz tienen esta capacidad.

No obstante, la Internet es un medio textual, el simbolismo y el lenguaje no dependen del usuario sino del programa informático. El lenguaje sintético originalmente utilizó la palabra escrita –a nivel académico–, mucho más tarde se volvió más simbólico, prueba de ello son los *emoticons*, los logos, los *banners*, por ejemplo. En la actualidad dentro de la web, el texto todavía se basa en la palabra escrita, no importa cuantas historias se graben o se fotografíen, las culturas de base están obligadas a traducir sus experiencias en textos escritos, incluso al inglés.

La crisis, lo cotidiano, debe representarse en un nuevo medio. Este proceso obliga a conjugar las antiguas y las nuevas subjetividades, la percepción de lo local está enmarcada dentro de una percepción más global, los miembros de la comunidad

somos@telecentros participan de lo real y de lo virtual simultáneamente. Los problemas del mundo real pueden alcanzar fórmulas y soluciones a través de los intercambios de conocimiento realizados en la interfaz. En la virtualización, se intercambia lo propio y lo común, lo privado y lo público, el mapa y el territorio. El imaginario de la pantalla repercute en nuevos imaginarios de lo real. Los miembros de la comunidad intercambian el *ahí* y el *fuera de ahí* diariamente.

El simulacro del otro en la pantalla no sólo ha cautivado la subjetividad de los sujetos sobre el mundo exterior, también les ha permitido explorar el imaginario de sí mismos. Este es el caso de un proyecto en el telecentro de Esmeraldas dirigido a los niños de la calle, al introducir la cámara digital se les pidió que se tomaran una foto de sí mismos, con la idea de que se retrataran de forma espontánea; la idea era utilizar esas imágenes para un programa de transformación social y humana. El resultado fue totalmente inesperado porque las imágenes resultaron terriblemente poderosas, sólo un niño se tomó la foto de su rostro, los demás se representaron en piedras, huecos de arañas, excrementos. A través de un medio tecnológico, los niños lograron decir con imágenes lo que eran incapaces de expresar con palabras, sus fotos sacaron a relucir lo que sentían como seres humanos, los significantes que los representaban.

Estas imágenes no se pueden olvidar porque nos afectan directamente, nos devuelven la mirada, en ellas está inscrita la mancha, ese punto del cuadro que vuelve a mirarme, lo real que nos asalta y nos mira. Es el nudo que condensa lo que olvidamos para vivir en la certidumbre, por esta razón el imaginario de los niños de la calle no necesita texto alguno. Los niños encontraron en la cámara un medio que les permitiera eludir la palabra, al plasmarse en los objetos que nadie quiere mirar evidenciaron el imaginario de los otros sobre ellos, de tal forma que fuese imposible

negarse a aceptar que de la misma manera en que se evita ver algo desagradable, se evita mirar lo que ellos representan. Más allá de cómo se conciben a sí mismos, reflejaron cómo son concebidos por los demás. Las fotos de este proyecto son importantes porque desde su espontaneidad lograron retratar un doble imaginario: el propio y el de los otros.

La potencia de la imagen es innegable como instrumento de emotividad, por ello su uso en la web se ha vuelto indiscriminado por parte de la industria cultural. La reticencia de los miembros de la comunidad virtual a que los jóvenes utilicen los telecentros fuera de un proyecto comunal, se debe primordialmente, al riesgo de promover *usuarios* que se alienen de necesidades ficticias. Los estereotipos culturales conmocionan a los nuevos navegantes, son una fuente de deseo que les atrae a la interfaz y los aleja de la realidad. Se puede acceder al objeto que promete gratificación inmediata con sólo hacer un click.

Este es de hecho, el mayor reclamo de los adultos de las comunidades indígenas. “El Internet los está pervirtiendo, estamos perdiendo nuestros conocimientos, en vez de estar en casa conversando con ellos”¹⁹⁹. El colonialismo a través de la web es atractivo pero no deja de ser una forma de ejercer la violencia, la violencia más sutil, donde la ilusión de libertad sólo sirve para conquistar más efectivamente.

¹⁹⁹ Informante # 15

CONCLUSIONES.

La web es un espacio de creación, pero también es un espacio de consumo. En este caso, tratamos específicamente de los consumos culturales, es decir, el consumo de *signos* y no de cosas. Sin embargo, para poder consumir productos culturales es necesario que exista antes una representación simbólica de los mismos, que los navegantes inviertan en capital simbólico.

Las representaciones en la red son de tipo simbólico, el simulacro de la hiperrealidad no hace referencia a la realidad “real” sino a los fantasmas de la misma, lo que se representa ya no son cosas sino símbolos. La ausencia de un anclaje en tiempo y lugar real no es un impedimento para la representación simbólica, no lo son tampoco la lectura en hipertexto, la velocidad de la imagen ni la cantidad de información que la web nos ofrece. Los navegantes, como hemos comprobado en este trabajo -sin importar su experticia-, se adaptan a los contornos de la web a través de distintas aproximaciones. Lo realizan dependiendo del entorno en el que se encuentran, de su capacidad de *zapping* (número de ventanas abiertas), del discurso al que se adhieren y de la manera en cómo construyen su identidad en la red.

Por estas razones se consideró vital establecer tres categorías de análisis: los *homepages*, el chat y una comunidad virtual. Y, abordar la representación desde distintas disciplinas: la semiótica, para analizar las cadenas de interpretantes que hacen posible la representación simbólica; la semiología, para determinar qué discursos incluye y cuáles excluye el diseño de un sitio web y cómo esos discursos son entendidos y apropiados por los navegantes; el psicoanálisis, para explorar en qué niveles de la conciencia actúa el simulacro y las funciones del lenguaje en la configuración del yo, y finalmente; los estudios culturales, para comprender cómo la

representación deviene el proceso a través del cual los miembros de una cultura utilizan el lenguaje para producir significado.²⁰⁰

Desde los estudios culturales, Hall analiza dos procesos de representación: las “*representaciones mentales*” y el “sistema de representación”. Las representaciones mentales o mapas conceptuales permiten a las personas interpretar con sentido el mundo –desde las cosas físicas hasta conceptos abstractos y oscuros-, el concepto de cultura incluso ha llegado a ser definido como *mapas conceptuales compartidos*, formas parecidas de representar el mundo por un grupo de personas. Los sistemas de representación en cambio establecen relaciones complejas entre conceptos clasificándolos a través de varios principios como similitud/diferenciación, natural/artificial, etc., organizando el mundo en distintas categorías significativas.²⁰¹

Además de compartir mapas conceptuales y sistemas de representación es necesario participar de un mismo *lenguaje*, los signos de la interfaz que forman parte de los nuevos mapas conceptuales de los navegantes son creados de antemano, la apropiación de estos signos puede parecer natural a simple vista pero en realidad es un proceso mucho más complejo. A pesar de que la web intenta reproducir el mundo real e introducir al usuario en un lenguaje nuevo lleno de metáforas para asegurar la funcionalidad del sistema simbólico, la Internet ha diseñado *una* forma de representar el mundo que se ha universalizado a través de protocolos. Por ende, se tiende a producir sentido a través de un proceso que liga las cosas, los conceptos y los signos generando novedosos mapas conceptuales y sistemas de representación apoyados en una interpretación compartida de los signos del lenguaje. Esto lo hemos podido

²⁰⁰ Stuart Hall *Representation. Cultural representations and signifying practices*. The Open University. 2003 pg 1- 63

²⁰¹ Stuart Hall *Representation. Cultural representations and signifying practices*. The Open University. 2003 pgs 17 – 19.

comprobar en la necesidad de los cibernautas de apoderarse de los íconos de navegación de los *homepages* estudiados, un ícono nuevo no pasa desapercibido, su apropiación y uso se vuelven preponderantes dentro de la navegación. Los íconos sintéticos no poseen significado en sí mismos, su significado se construye gracias a códigos que correlacionan los sistemas conceptuales y los sistemas lingüísticos, es el resultado de prácticas de significación que deben ser aprendidas a través de convenciones sociales. El significado no depende de las cualidades materiales de los signos sino de sus funciones simbólicas.

Desde la perspectiva semiótica, los signos de la web forman parte de un sistema semiótico, en el cual un signo refiere a otro dentro del sistema y no fuera de él, el simulacro de los signos sintéticos posibilita al navegante recorrer la web con la ilusión de poseer el control, cuando en realidad, está *limitado* a lo que es ‘posible’ dentro del *sistema*. De este modo, la web ejerce controles sutiles que pasan desapercibidos para el usuario.

Los signos del lenguaje sintético son el *reflexio ad phantasmata* del Objeto Dinámico (el Objeto tal cual es, independiente de sí mismo), es decir, no correlacionan un signo con su objeto porque previamente es necesario haber experimentado el objeto; por tanto, sólo nos indican la manera de realizar contacto con el objeto. Este contacto es posible a través del objeto ‘interno’, que consiste en una construcción semiótica: un conjunto de interpretantes *–organizados según un espectro componencial estructurado de modo operativo–* que nos posibilitan algún tipo de experiencia de los objetos del mundo externo.²⁰²

²⁰² Umberto Eco *Lector in fábula* 1999. Editorial Lumen. Barcelona. pg 62-64

La representación simbólica en la web sólo es posible a través de representaciones de ‘representaciones’, la apropiación de los signos sintéticos estará determinada por la enciclopedia de cada navegante como lo hemos podido comprobar en el “test adaptado de guerrilla” en el estudio de los *homepages* de www.interactive.net.ec y www.presidencia.gov.ec .

Del mismo modo en que los signos sintéticos intentan reproducir el mundo real dentro de la web a través de la metáfora, los contenidos –tópicos- de los *homepages* pueden ser estudiados como signos en sí mismos, como funciones de significación. A través del mito estos signos devienen un signo global, un *sistema semiológico de segundo orden*. Barthes señala que en el mito existen dos sistemas semiológicos: el sistema lingüístico o *lenguaje- objeto* del cual se apropia el mito para construir su propio sistema y el propio mito o *metalenguaje*, un segundo lenguaje que habla del primero –escritura o imágenes-.²⁰³

Tanto en el caso de www.interactive.net.ec y www.presidencia.gov.ec el *lenguaje-objeto* está compuesto por palabras, imágenes y colores pero su *metalenguaje* es distinto. El *metalenguaje* global del portal de Interactive es “entérate, diviértete y participa” -considerando que cada sección del *homepage* posee su propio *metalenguaje*-, el de la Presidencia ecuatoriana es “infórmese desde las fuentes gubernamentales con transparencia en la sociedad de la información”.

Los *metalenguajes* a su vez nos permiten identificar las formaciones discursivas en los *homepages*, cuáles son las relaciones entre conocimiento y poder, pero más aún, explorar el *régimen de verdad* que las sustentan. Foucault sostiene que cada discurso tiene un régimen de verdad, es decir, que desarrolla mecanismos dentro

²⁰³ Roland Barthes citado por Stuart Hall en *Representation. Cultural representations and signifying practices*. The Open University. 2003 pg 68.

de un período histórico determinado para fundamentar un *episteme* a través de instituciones, tácticas y circuitos localizados a distintos niveles del poder. De modo que el poder, y por ende la verdad, circulan a través de *rituales meticulosos* produciendo formas de conocimiento y discursos.²⁰⁴

Los discursos de la Sociedad de la información como conectividad, información en línea, Internet para todos, transparencia se reflejan en los discursos de los *homepages* analizados, pero no en los discursos tratados en el Chat o en la comunidad virtual de ChasquiNet. Los diseños de los *homepages* www.interactive.net.ec y www.presidencia.gov.ec que son discursos en sí mismos, son una adaptación de portales y vortales de su tipo, no contienen ningún concepto nuevo que nos haga pensar en ellos como sitios web originales. Lo cual nos indica el grado de homologación al que llegan los *homepages* mundiales, especialmente a nivel institucional. En ellos se refleja con claridad quién es el sujeto del discurso y su poder sobre los navegantes, todo aquello que aparece en el portal y vortal es considerado verdadero, objetivo e incuestionable; sus diferentes *interficies* no hacen más que corroborar el régimen de verdad del conocimiento publicado en espacios de opinión, de información o de consultas. Así los diseños de la web designan unos discursos y excluyen a otros del alcance de los usuarios, privilegian uno tipo de capital simbólico sobre otros.

Pero no todas las *interficies* de la red son susceptibles de la hegemonía del diseño web, los entornos virtuales del Chat y la comunidad virtual son construidos por los navegantes, los discursos que se entrecruzan en estos espacios son producción simbólica de quienes están frente a la interfaz. Puesto que a pesar de contar con un

²⁰⁴ Michel Foucault citado por Stuar Hall en *Representation. Cultural representations and signifying practices*. The Open University. 2003 pg 46 – 51.

diseño predeterminado, es la interactividad de sus usuarios el factor que posibilita la producción discursiva. Lo cual nos lleva al análisis de la hipótesis de este trabajo investigativo: la red es un lugar de tránsito, un ‘no lugar’, a través del cual es posible acceder a *lugares* antropológicos y políticos.

Como hemos visto en el trabajo de campo la trayectoria hipertextual se inicia siempre en un ‘no lugar’, un lugar de paso que se recorre pero que no se habita antropológicamente, por lo general un *homepage*; el ‘no lugar’ es un espacio simbólico que privilegia lo narrativo -generalmente los discursos del ‘no lugar’ no son explícitos y pueden pasar desapercibidos al navegante- donde el flujo de impresiones momentáneas es incesante y fugaz. A través de la trayectoria hipertextual en el ‘no lugar’ los cibernautas pueden acceder en un determinado momento a un *lugar* de la web.

En el estudio de la comunidad virtual de ChasquiNet, la primera preñación de la investigación que se derrumbó fue que la comunidad se construye en la web, los vínculos entre los miembros de la comunidad –en su gran mayoría- se establecen previamente en el mundo real. La segunda preñación a ponerse a prueba fue que todos los miembros de la comunidad virtual construyen lazo social, basada en el concepto de comunidad virtual publicado en el *website* www.chasquinet.org : “un lugar de reunión de instituciones e individuos que trabajan en línea en la gestión de proyectos de avance social”; de hecho, el lazo social se conforma a partir de la confianza y la solidaridad que se generan personalmente desde el trabajo en las comunidades de base y se desconfía de otros miembros como los investigadores, los organismos internacionales y los estudiantes.

Se ha considerado la comunidad virtual un *lugar* de la web por ser un espacio en el que existe vínculo social entre muchos de sus miembros y donde las relaciones son más humanas que técnicas. Sin embargo, varias de las respuestas de los miembros de la comunidad señalan que esta comunidad virtual no es considerada un espacio antropológico en la medida en que no es posible que tal espacio exista dentro de la red, “nuestro espacio antropológico está en las comunidades de base [...] la comunidad virtual es un espacio chévere, pero, ni todas las personas con las que me comunico me son cercanas, ni todo lo que comparto es vital”²⁰⁵ porque la web “es el espacio menos transparente de todos, porque es altamente controlado y censurado por los países del norte”²⁰⁶, “la web sirve para los organismos internacionales, para los organismos de cooperación y para los estudiantes”.²⁰⁷

Los discursos que circulan dentro esta comunidad virtual se contraponen a los discursos homologadores de la web: transparencia, conectividad, Internet para todos. Ya que la transparencia se construye dentro de la comunidad virtual y no dentro del hipermedio, la conectividad es sólo una herramienta como cualquier otra –teléfono, radio, etc-, y la Internet no es para todos -las comunidades campesinas no tienen en su mayoría acceso a la web y esto no varía el trabajo social que se desarrolla en cada una de ellas-.

Debemos aclarar que las *formaciones discursivas* de ChasquiNet no son necesariamente las *formaciones discursivas* de otras comunidades virtuales de la web, hemos encontrado que su posición es reveladora, si tomamos en cuenta que se trata de una organización que colabora –entre otros proyectos- en la planificación e

²⁰⁵ Ma de Lourdes Acosta. Encargada del área de Comunicación para el desarrollo de ChasquiNet. Entrevista del 25 de noviembre del 2003.

²⁰⁶ Klaus Stoll. Director Ejecutivo de ChasquiNet. Entrevista del 24 de noviembre del 2003.

²⁰⁷ Karin Delgadillo. Presidenta Ejecutiva de ChasquiNet. Entrevista del 28 de noviembre del 2003.

implementación de telecentros en comunidades de base ecuatorianas. Su posición es desvirtuar los imaginarios extendidos a nivel mundial sobre la web al interior de sus miembros: no todo es posible en la interfaz y no todo es ficcional. De hecho, negar la capacidad de transparencia de la web no se contrapone a sostener que su propio espacio virtual sí puede ser transparente, su experiencia le ha permitido desarrollar destrezas que le permiten usar las distintas *interficies* de la pantalla con propósitos específicos; así se utiliza el *front end* para exponer sus objetivos y proyectos, publicitar a la organización, darse a conocer a nivel internacional y captar fondos de organismos financiadores y; el *back end* para ser habitado por los discursos y prácticas significativas de la comunidad virtual.

Los elementos que diferencian este *lugar* de la web del chat son: en la comunidad virtual no existe el anonimato, el enunciador no es un extraño, no se comparten experiencias ficcionales –sino del mundo real-, no se establecen relaciones individuales sino grupales, los registros de lenguaje son menos arbitrarios –dentro de las listas de correo electrónico-, existe la intención de consolidarse como un lugar político y se lucha contra la alienación y el colonialismo que la web produce en los miembros de las comunidades de base que utilizan la red fuera de los proyectos comunales. Sin embargo, ChasquiNet en su espacio virtual experimenta el simulacro del otro cotidianamente, en la virtualización se intercambia lo público y lo privado, lo propio y lo común dentro de un orden simbólico ficcional confinado al marco de la pantalla donde la representación se pone en juego día a día.

A través del psicoanálisis hemos explorado el papel de la palabra en la constitución del sujeto y los niveles de la psique en que tienen lugar la percepción y la representación, los niveles de lo real, lo simbólico y lo imaginario que permiten al

hombre construir un segundo nivel de realidad: el mundo de las representaciones a través de los símbolos como expresión de valores y fuerza performativa. En el ciberespacio la confrontación se da con el *otro simbólico*, la experiencia virtual tiene la característica de desarrollarlo todo en un terreno fundamentalmente simbólico donde nadie cumple la función del *no*; en especial en las *interficies* del Chat.

Se ha considerado al chat como un lugar antropológico en términos de Augé: un lugar de identidad que se cumple por la palabra.²⁰⁸ Las salas de chat son un espacio habitado por la *palabra* de los navegantes con registros muy novedosos en el que se preferencia la construcción de la identidad por sobre la generación de vínculo social. En primer lugar, el chat posee su propio lenguaje, ha fusionado el lenguaje escrito, el lenguaje hablado y el uso de *emoticons* para emular una conversación cara a cara a través de tácticas lingüísticas basadas en la economía de las palabras, las frases y en el valor simbólico de la imagen, por lo cual los signos utilizados en el chat tienen la finalidad de alcanzar al otro de forma más personal, transmitir sensaciones y sentimientos. En segundo lugar, el anonimato es pieza fundamental del simulacro en el chat, no sólo se empieza por asumir una máscara *-nickname-* sino por construir una identidad o identidades ficcionales, así no sólo se pretende estar cara a cara con el otro, sino como si se *fuese* otro. En tercer lugar, el juego de roles adoptado por los *chateadores* es aceptado como natural, se parte de la premisa: *creer en lo que el otro dice* como si fuese verdadero, no hay cabida para la duda ni para la interpelación; se trata de construir relaciones para seducir entre sujetos simulados. Y finalmente, la pérdida de la noción entre realidad y ficción asumiendo la posibilidad de construir una realidad virtual marginal al mundo real elaborada sobre discursos como la amistad, el sexo y la juventud. Términos como la amistad son resemantizados dentro del

²⁰⁸ Marc Augé *Los "no lugares" o espacios del anonimato*. 1996 Editorial Gedisa. Barcelona. pg 83

simulacro, se llama amistad a la relación basada en la fe en el otro con estéticas desinhibidas sin consecuencias en el mundo real, donde se busca la gratificación inmediata del goce; por ello, las *amistades* del chat tienden a durar poco y a terminar del mismo modo en que se inician: intempestivamente. Razón por la cual, para comprender la naturaleza del chat es necesario explorar los mapas conceptuales y los sistemas de signos propios de los *chateadores* que desvelan la importancia de la representación simbólica dentro del estudio de la cultura de la web.

La pantalla de este modo, intercambia la presencia y la ausencia tanto en los ‘no lugares’ como en los *lugares* de la web, crea la distancia en donde tiene lugar la representación, el *phántasma* que se convierte en la imagen de la cosa.

BIBLIOGRAFÍA

Augé, Marc 1996	<i>Los “no lugares” o espacios del anonimato.</i> Editorial Gedisa. Barcelona.
Aristóteles	<i>Poética</i> 1457b
Barthes, Roland 1982	<i>El placer del texto.</i> Editorial Siglo XXI México.
Baudrillard, Jean 1983	<i>Simulations.</i> http://65.161.65.84/frownland/text/simulations/simulations.html
Baudrillard, Jean 1989	<i>Videosfera y Sujeto Fractal en Videoculturas de fin de siglo.</i> Ediciones Cátedra. Madrid.
Benjamin, Walter	<i>La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica.</i> http://www.acilbuper.com.ar/losclasicos_a.htm#B
Booz / Allen / Hamilton	http://www.bah.com/bahng/SilverDemo?PID=Home.html &NGPgID=HOME&contType=TABLE&dispType=HTML
Bourdieu, Pierre 1997	<i>Sobre la televisión.</i> Editorial Anagrama. Barcelona.
Bergson, Henri 1940	<i>La risa.</i> Editorial Espasa Calpe. Madrid.
Bolter, Jay Davis	<i>Electronic signs.</i> http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/BolterSigns.html
Castoriadis, Cornelius 2002	<i>La institución imaginaria de la sociedad</i> Tusquets Editores. Barcelona.
Cerbino, Mauro 2002	Apuntes de clase del curso de Antropología virtual (26 agosto 2002)
Crepaldi, Fausto	<i>Semiología de la Red: comunicar bien en Internet</i> http://www.netsemiology.com/english%20version /IndirizziCrepaldi.htm
Descartes	<i>Carta de Descartes a Gibieuf.</i> (19 de enero de 1642).
Eco, Umberto 2000	<i>Tratado de semiótica genera.l</i> Editorial Lumen. Barcelona.
Eco, Umberto 1999	<i>Kant y el Ornitorrinco.</i> Editorial Lumen. España.
Eco, Umberto 1999	<i>Lector in Fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo.</i> Editorial Lumen. España.
Elliott, Anthony 1995	<i>Teoría social y psicoanálisis en transición.</i> Amorrortu Editores. Buenos Aires.

Enaudeau, Corinne 1998	<i>La paradoja de la representación.</i> Editorial Paidós. Buenos Aires.
Fabbri, Paolo 2000	<i>El giro semiótico.</i> Gedisa Editorial. Barcelona
Ferrés, Joan 2000	<i>Educación en una cultura del espectáculo.</i> Editorial Paidós. Barcelona.
Figuroa, José Antonio 2003	<i>Objetivo militar: la abstracción. La crueldad en la guerra colombiana.</i> Revista Íconos # 16
Foucault, Michel 1996	<i>Las palabras y las cosas.</i> Editorial Siglo XXI. México
Freud, Sigmund 1976	<i>Totem y tabú. Obras Completas Vol. XIII</i> Amorrortu Editores, Buenos Aires
Freud, Sigmund 1997	<i>El malestar en la cultura. Obras Completas tomo III</i> Editorial Biblioteca Nueva. Madrid.
Freud, Sigmund 1973	<i>Contribución a la concepción de las afasias</i> Editorial Nueva Visión. Buenos Aires.
Gallop, Jane 1985	<i>Reading Lacan.</i> Cornell University Press. Ithaca
Geertz, Clifford 1996	<i>Los usos de la diversidad.</i> Ediciones Paidós Iberoamérica. Barcelona.
González Requena, Jesús	El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad Ediciones Cátedra Signo e Imagen. Madrid.
Greimas, Algirdas y Fontanille, Jacques 1994.	<i>Semiótica de las Pasiones (de los estados de cosas a los estados de ánimo).</i> Siglo veintiuno Editores. México.
Grüner, Eduardo	<i>El arte, el tedio y más allá...</i> http://www.pagina12.com.ar/2001/suple/libros/01-03/01-03-11/nota1.htm
Grusinski, Serge 2001	<i>La colonización de lo imaginario. Sociedades indígenas y occidentalización en el México español. Siglos XVI-XVIII</i> Editorial Fondo de Cultura Económica. México
Gubern, Roland 2000	<i>El eros electrónico.</i> Editorial Taurus. España
Hassan M. Yusef	<i>Introducción a la usabilidad.</i> http://www.nosolousabilidad.com/articulos/introduccion_usabilidad.htm
Hall, Stuart 1997	<i>Representation. Cultural representations and signifying practices</i> The open university. Great Britain
Heidegger, Martin 1962	<i>La época de las "concepciones del mundo", en Chemins qui ne mènent nulle part</i> Edit. Gallimard. Francia.
Jakobson, Roman 1988	<i>Lingüística y Poética.</i> Edición Cátedra. Madrid.
Jameson, Fredric 1992	<i>El posmodernismo o la lógica del capitalismo avanzado.</i> Editorial Paidós. Barcelona.
Kundera, Milan	<i>La lentitud.</i>

1995	Tusquets Editores. Barcelona.
Lacan, Jacques 1999	<i>Semirario II Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis.</i> Editorial Paidós. Buenos Aires.
Lacan, Jacques 1960	<i>La subversión del sujeto y la dialéctica del deseo en el inconsciente freudiano, Escritos Tomo II</i> Editorial Siglo XXI. México.
Landow, George P. 1992	<i>Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología.</i> Editorial Paidós. Hipermedia 2. Barcelona.
Lévi-Strauss, Claude 1984	<i>Palabra dada.</i> Editorial Espasa Calpe. Madrid
Lévi-Strauss, Claude 1979	<i>The Raw and the Cooked</i> London
Lévy, Pierre 1999	<i>¿Qué es lo virtual?</i> Editorial Paidós. Barcelona.
McDowell, Linda 2000	<i>Género, Identidad y Lugar. Un estudio de las geografías feministas.</i> Ediciones Cátedra. Madrid.
Mattelart, Armand 1998	<i>La mundialización de la comunicación.</i> Editorial Paidós. Barcelona.
Merleau-Ponty 1964	<i>El ojo y el espíritu.</i> Editorial Paidós. Barcelona.
Moreno Muñoz, Antonio 200	<i>Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia.</i> 2000 Editorial Paidós. Barcelona.
Nelson, T. H. 1981	<i>Literary Machines.</i> Swathmor, Pa., publicación propia
Nietzsche, Friedrich 1998	<i>La Gaya Ciencia</i> Editorial Alba. Barcelona.
Peña, Jorge	<i>Hacia el contenido de la comunicación de masas: la semiótica</i> http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntes/pena_2.html
Peirce, Charles 1939	<i>Collected Papers</i> Citado por Umberto Eco en <i>Tratado de Semiótica General</i> 2000 Editorial Lumen. Barcelona
Peirce, Charles 1986	<i>La ciencia de la semiótica.</i> Editorial Nueva Visión. Buenos Aires.
Platón	<i>Georgias 523</i>
Piscitelli, Alejandro 2002	<i>Ciberculturas 2.0 En la era de las máquinas inteligentes.</i> Editorial Paidós. Argentina.
Polidoro, Piero	http://web.tiscali.it/pieropolidoro/fb/spot.htm
Quéau, Philippe 1995	<i>Lo virtual. Virtudes y vertigos.</i> Editorial Paidós. Barcelona.
Renaud, Alain 1996	<i>Comprender la imagen de hoy. En Videoculturas de fin de siglo.</i> Ediciones Cátedra. Madrid.
Revilla, Ana C.	<i>Lectura y escritura en el hipertexto</i>

	http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/hipertex.html
Sartre, Jean Paul 1940	<i>Lo imaginario</i> Editorial Losada. Buenos Aires.
Saussure, Ferdinand 1945	<i>Curso de lingüística general.</i> Editorial Losada. Buenos Aires.
Serres, Michel 1995	<i>Atlas.</i> Editorial Cátedra. Madrid
Sexe, Néstor 2001	<i>Diseño.com.</i> Editorial Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina.
Siri, Laura 2000	<i>Internet: búsquedas y buscadores.</i> Editorial Norma. Buenos Aires.
Turkle, Sherry 1995	<i>La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet.</i> Editorial Paidós. Barcelona.
Veron, Eliseo	<i>El análisis del "Contrato de Lectura".</i> http://www.acilbuper.com.ar/losclasicos_u.htm#V
Virilio, Paul 1989	<i>El último vehículo. Videoculturas de fin de siglo.</i> Editorial Cátedra. Madrid
Virno, Paolo 2003	<i>Grammatica della moltitudine</i> Per un analisi delle forme di vita contemporanee. DeriveApprodi Fuorifuoco. Roma.
Wallace, Patricia 2001	<i>La psicología de Internet</i> Editorial Paidós. Barcelona
Wolton, Dominique 2000	<i>D. Internet y ¿después?. Una teoría de los nuevos medios de comunicación.</i> Editorial Gedisa. Barcelona.
Zizek, Slavoj 1994	<i>¡Goza tu síntoma!</i> Editorial Nueva Visión, Buenos Aires.

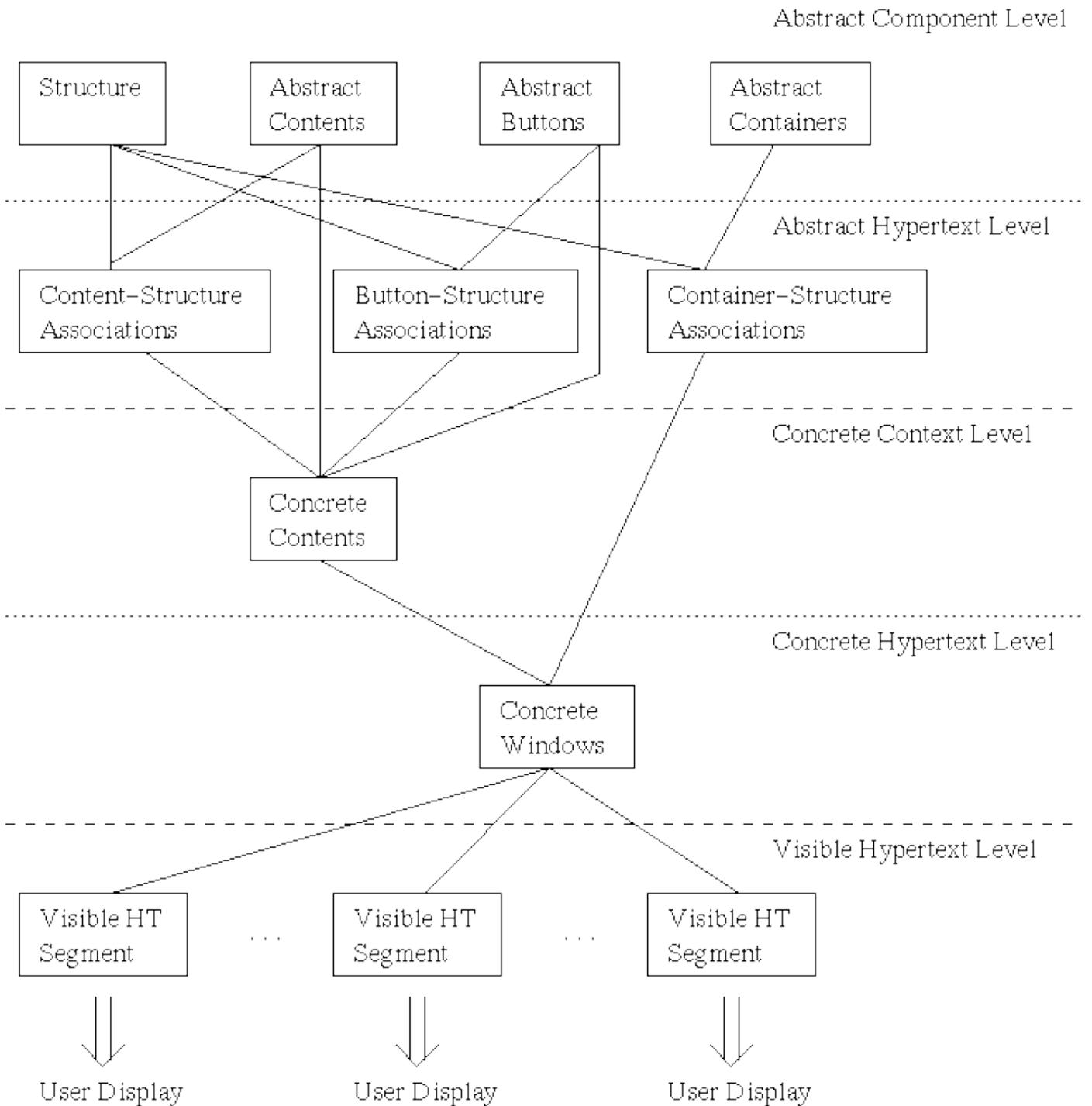
Sitios web visitados:

Sitio web:	Presidencia de la República del Ecuador http://www.presidencia.gov.ec/default.asp
Fecha:	meses de noviembre y diciembre 2003.
Sitio web:	Interactive. http://www.interactive.net.ec
Fecha:	meses de noviembre y diciembre 2003
Sitio web:	Chasquinet http://www.somos-telecentros.org

Fecha:	http://www.chasquinet.org meses de noviembre y diciembre 2003
Sitio web:	Presidencia de México http://www.presidencia.gob.mx/
Fecha:	mes de diciembre 2003
Sitio web:	The Manor Chat www.palace4all.de/download.php3
Fecha:	meses de noviembre y diciembre 2003

Anexo # 1

“r – model”



Anexo # 2

The image shows a screenshot of the 'interactiva' website. At the top, there is a navigation bar with the 'interactiva' logo on the left and the slogan '¡ Llegamos donde nadie ha llegado !' on the right. Below the navigation bar is a horizontal menu with various icons representing different content categories. The main content area is divided into several vertical columns:

- Left Column:** Contains a section for 'Ecuador' with a sub-section 'Ahora puedes comprar en USA y Europa'. Below this is a 'Participe y Gane' banner. Further down are sections for 'SERVICIOS AL CLIENTE' and 'SERVICIOS DE INTERNET'.
- Middle Column:** Features a large article titled 'Celeberrimo programa televisivo "Plan Business" la embajadora de Colombia en Ecuador, Maria Paula Bogarín, anunció recientemente su apoyo al programa "Plan Business" para solucionar los problemas de salida de turistas y de flujo migratorio. **México**'. Below this are smaller articles under the heading 'VIRALIZACIÓN'.
- Right Column:** Contains a section for 'MÉXICO EL WEB' with a '3rd interactiva' logo and 'EDITORIAL' text. Below this is a section for 'LEE LA HISTORIA DE...' featuring a photo of a couple and the text 'Pareja y niños, un amor eterno'. Further down is a 'CERDO CULTURAL' section with a photo of a pig and the text '¡ Llegamos donde nadie ha llegado !'.

The bottom of the page features a 'COMERCIO' section with a photo of a man and the text '¡ Llegamos donde nadie ha llegado !'.

Anexo # 3
Tráfico usuarios interactive

TRÁFICO

	Aciertos exitosos	Impresiones de página	T. conexión del usuario (medio)
Septiembre	8,081,468	511,780	00:15:00
Agosto	6,196,653	396,637	00:15:00
Julio	7,229,357	491,410	00:15:00
Junio	6,483,840	433,252	00:30:00
Mayo	9,361,274	650,886	00:30:00
Abril	9,314,256	695,077	00:30:00
Marzo	9,939,186	623,310	00:30:00
Febrero	8,727,702	472,239	00:15:00
Enero	9,055,896	482,601	00:30:00

	Aciertos exitosos	Impresiones de página	T. conexión del usuario (medio)
Diciembre	7,638,920	398,942	00:10:15
Noviembre	8,000,212	501,112	00:10:11
Octubre	7,959,343	490,726	00:10:08
Septiembre	7.876.688	499.861	00:10:20
Agosto	7.825.311	477.734	00:10:25
Julio	8.013.060	472.528	00:10:16
Junio	8.079.899	462.704	00:10:18
Mayo	8.459.875	479.594	00:10:13
Abril	8.171.054	452.719	00:10:17
Marzo	7.509.532	406.821	00:10:16
Febrero	6.950.934	375.959	00:10:17
Enero	7.127.415	359.488	00:10:23

**PAGINAS MAS FRECUENTEMENTE SOLICITADAS
AÑO 2002**

	Aciertos exitosos	Impresiones de página	T. conexión del usuario (medio)
--	--------------------------	------------------------------	--

Diciembre	6.906.628	358.272	00:10:15
Noviembre	8.347.464	423.954	00:10:37
Octubre	8.133.192	395.533	00:10:57
Junio	7.964.200	459,571	00:11:33
Mayo	7.790.399	439,524	00:11:24
Abril	7.049.822	439,524	00:11:27
Marzo	7.527.792	418,159	00:11:22
Febrero	4.163.585	257,885	00:11:02
Enero	6.177.500	315,741	00:11:11

**PAGINAS MAS FRECUENTEMENTE SOLICITADAS
AÑO 2001**

Anexo # 5

Mapa del sitio presidencia.gov.ec

Mapa del Sitio

Periódico digital

- [Actividades de Gobierno](#)
- [Agenda Presidencial](#)
- [Cartas al Presidente](#)
- [Documentos](#)
- [Economía](#)
- [Grupo de Trabajo Viceministros](#)
- [Internacionales](#)
- [Listado Deudores](#)
- [Política](#)
- [Síntesis Informativa](#)
- [Social](#)

Módulos

- [Directorio](#)
 - [Fuerzas Armadas](#)
 - [Función Judicial](#)
 - [Gobiernos Seccionales](#)
 - [Organismos de Control](#)
 - [Organismos de Recaudaciones](#)
 - [Organismos Financieros](#)
 - [Programas](#)
 - [Sistemas de Información](#)
 - [Varios](#)
- [Galeria de fotos viaje Presidencial](#)
- [Historia Constitucional](#)
- [Historia de los Presidentes](#)
 - [Abdala Bucaram Ortiz](#)
 - [Abelardo Montalvo](#)
 - [Agustín Guerrero](#)
 - [Alberto Enríquez](#)
 - [Alfredo Baquerizo Moreno](#)
 - [Alfredo Guerrero Martínez](#)
 - [Alfredo Poveda Burbano](#)
 - [Andrés F. Córdova](#)
 - [Antonio Borrero Cortázar](#)
 - [Antonio Flores Jijón](#)
 - [Antonio Pons](#)
 - [Aurelio Mosquera Narváez](#)
 - [Camilo Gallegos Toledo](#)
 - [Camilo Ponce Enríquez](#)
 - [Carlos Arroyo del Río](#)
 - [Carlos Freile Larrea](#)
 - [Carlos Freile Zaldumbide](#)
 - [Carlos Julio Arosemena Monroy](#)
 - [Carlos Julio Arosemena Tola](#)
 - [Carlos Mancheno](#)
 - [Clemente Yerovi Indaburu](#)
 - [Diego Noboa](#)
 - [Eloy Alfaro](#)
 - [Emilio Estrada](#)
 - [Fabián Alarcón Rivera](#)
 - [Federico Páez](#)
 - [Francisco Andrade Marín](#)
 - [Francisco Javier León](#)
 - [Francisco Robles](#)

- Gabriel García Moreno
- Galo Plaza Lasso
- Gonzalo S. Córdova
- Guillermo Durán Arcentales
- Guillermo Franco
- Guillermo Freile Posso
- Guillermo Rodríguez Lara
- Gustavo Noboa Bejarano
- Ignacio de Veintimilla
- Isidro Ayora
- Jaime Roldós Aguilera
- Jamil Mahuad
- Javier Espinosa
- Jerónimo Carrión
- José Félix Valdivieso
- José Joaquín de Olmedo
- José Luis Tamayo
- José María Plácido Caamaño
- José María Urbina
- José María Velasco Ibarra
- Juan de Dios Martínez Mera
- Juan José Flores
- Julio E. Moreno
- León Febres Cordero
- Leonidas Plaza Gutiérrez
- Lizardo García
- Luis Cabrera Sevilla
- Luis Cordero
- Luis Cordero Crespo
- Luis Larrea Alba
- Luis Leoro Franco
- Manuel de Ascáubi
- Manuel María Borrero
- Marcos Gándara Enríquez
- Mariano Suárez Veintimilla
- Osvaldo Hurtado Larrea
- Otto Arosemena Gómez
- Pablo Herrera
- Pacífico Chiriboga
- Pedro Carbo
- Pedro José Cevallos
- Pedro José de Arteta
- Pedro Lizarzaburu
- Rafael Pérez Pareja
- Ramón Castro Jijón
- Rodrigo Borja Cevallos
- Rosalía Arteaga Serrano
- Sixto Durán Ballén
- Vicente Lucio Salazar
- Vicente Ramón Roca
- Vicente Rocafuerte
- La Constitución
 - DISPOSICIONES TRANSITORIAS
 - TÍTULO I - DE LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES
 - TÍTULO II - DE LOS HABITANTES
 - TÍTULO III - DE LOS DERECHOS, GARANTÍAS Y DEBERES
 - TÍTULO IV - DE LA PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA
 - TÍTULO IX - DE LA ORGANIZACIÓN ELECTORAL
 - TÍTULO V - DE LAS INSTITUCIONES DEL ESTADO Y LA FUNCIÓN PÚBLICA
 - TÍTULO VI - DE LA FUNCIÓN LEGISLATIVA
 - TÍTULO VII - DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA
 - TÍTULO VIII - DE LA FUNCIÓN JUDICIAL
 - TÍTULO X - DE LOS ORGANISMOS DE CONTROL
 - TÍTULO XI - DE LA ORGANIZACIÓN TERRITORIAL Y DESCENTRALIZACIÓN
 - TÍTULO XII - DEL SISTEMA ECONÓMICO
 - TÍTULO XIII - DE LA SUPREMACÍA, DEL CONTROL Y DE LA REFORMA DE LA CONSTITUCIÓN

- Mapas
 - Mapa de Climas
 - Mapa de Parques Nacionales y Áreas de Reserva
 - Mapa Físico
 - Mapa Político
- Ministerios
 - Ministerio de Agricultura y Ganadería
 - Ministerio de Bienestar Social
 - Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad
 - Ministerios
 - Ministerio de Defensa Nacional
 - Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda
 - Ministerio de Economía y Finanzas
 - Ministerio de Educación y Culturas
 - Ministerio de Energía y Minas
 - Ministerio de Gobierno y Policía
 - Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones
 - Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador
 - Ministerio de Salud Pública
 - Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos
 - Ministerio de Turismo
 - Ministerio del Ambiente
- Palacio de Carondelet
- Presidente
- Primera Dama
- Secretarías
 - Secretaría de Diálogo Social y Planificación
 - Secretaría General de Comunicación y Ciudadanía
 - Secretaría General de la Administración Pública
 - Secretaría Nacional del Deporte, Educación Física y Recreación
 - Secretaría para la Producción
- Símbolos Patrios
 - Bandera Nacional del Ecuador
 - Escudo Nacional
 - Himno Nacional
- Vicepresidente
- Visita Virtual al Palacio de Carondelet
 - Atrio
 - Hall Central
 - Presidencia
 - Salón de Banquetes
 - Salón de Gabinete
 - Salón de los Presidentes
 - Vicepresidencia

Anexo # 6

Prueba informal o test de “guerrilla” para usuarios de los sitios interactive.net.ec y presidencia.gov.ec

Datos.-

1. Cybercafé..
 - Nombre:
 - Dirección:
2. Informante.
 - Nombre:
 - Edad:
 - Sexo:

Indicaciones.-

- Guión:

La prueba consta de dos partes: navegación libre (40 minutos) guía de preguntas (20 minutos). El usuario no debe salir del sitio web a través de *Google* u otros enlaces que lo lleven a otras páginas web.

Navegación libre:

El usuario se sienta frente a la pantalla que tiene desplegado el homepage del sitio a navegar. Se le solicita que se tome unos minutos para identificar el sitio, observar sus contenidos y su estructura; con la finalidad de que logre ubicarse dentro de la página web, esto es: el *grado de entendimiento* que se hace del sitio.

- Realizar una sola ronda de preguntas: (el informante debe contestarlas sin mirar la pantalla)
3. De qué cree que se trata el sitio web?
 4. Tiene el sitio un slogan o un logo que lo identifique?
 5. Cuáles son sus objetivos?

Pedir que realice un primer click a su elección y continúe la navegación libremente.

6. Anotar cuál fue el primer enlace.
7. Tomar nota de los enlaces escogidos.
8. Registrar el tiempo que se detiene en cada uno de ellos.
9. Diseñar un cuadro de las posiciones de los enlaces dentro la página web, por ejemplo:



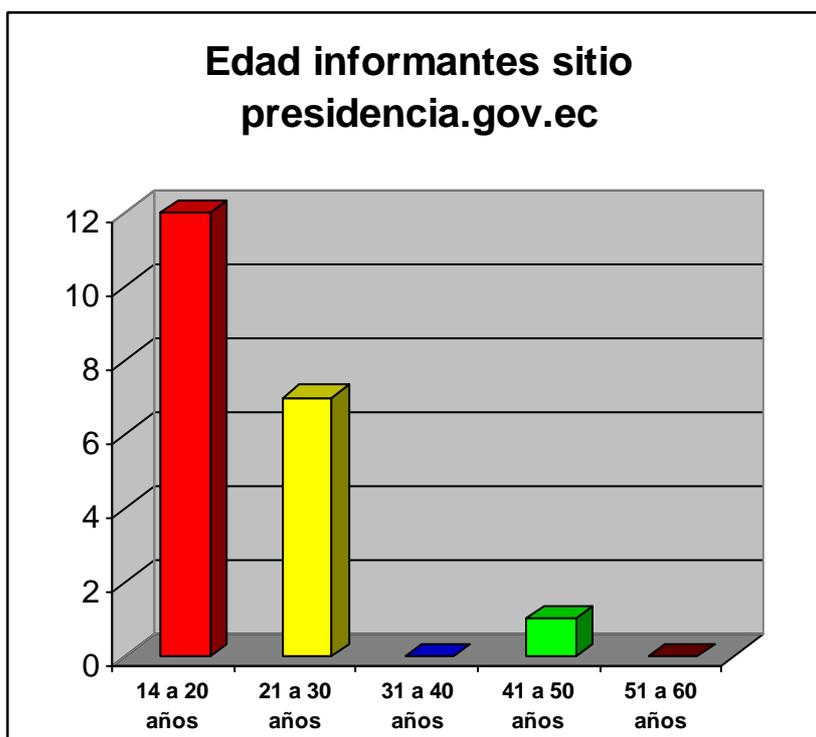
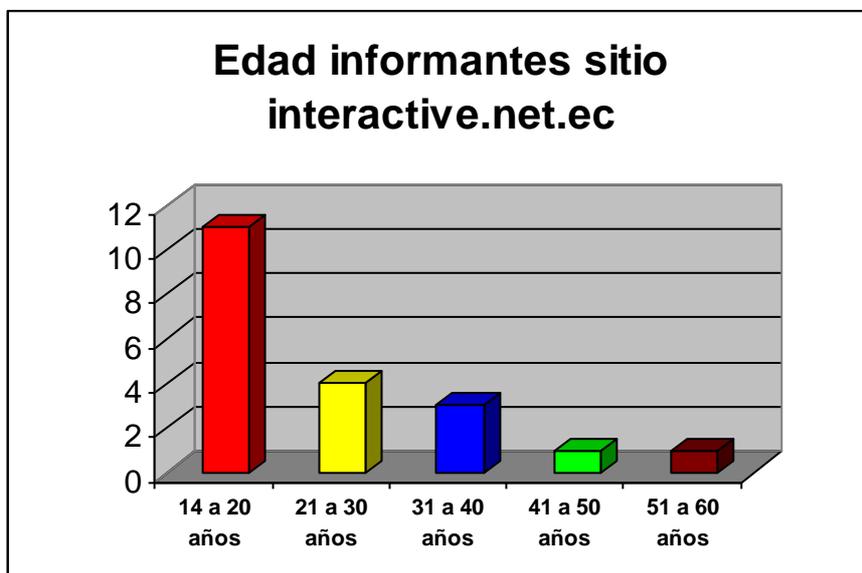
10. Anotar qué tipo de lectura hace de los textos leídos:
 - Todo el texto.
 - Parte del texto. (orden de lectura –empieza desde el principio, empieza por el final, empieza por un párrafo intermedio)
 - (nota para el investigador.- Registrar el tiempo que se detiene en cada uno de ellos).
11. Número de ventanas abiertas simultáneamente.

Guía de preguntas.

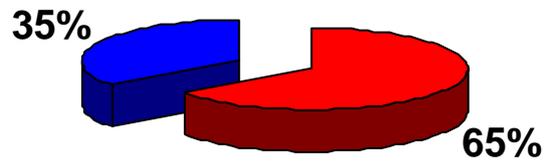
12. Qué íconos le resultan más familiares? Señálelos e indique por qué.
 - Dónde y hace cuánto tiempo los identificó por primera vez?
 13. Qué publicidad le era conocida antes de verla en el sitio web?
 - La identificó fuera o a través de la web?
 - (nota para el investigador.- Registrar en qué banners hizo click)
 14. Qué banners recuerda haber visto por primera vez en el sitio web?
 - (nota para el investigador.- Registrar los banner y en cuáles se hizo click).
 15. Le gustan más las imágenes o los textos?
 16. Qué imágenes le llamaron la atención?
 - Qué cree que representaba?
 - Recuerda la leyenda de la imagen?
 - Entendería la imagen sin la leyenda?
 17. Qué le pareció el lenguaje del sitio?
 - Le pareció amigable.
 - Difícil de entender.
 - En qué partes de la página el lenguaje era más claro y se sintió más cómodo.
 18. Le gusta leer en la pantalla?
 19. Recuerda los textos que leyó?
 - Puede hacer un resumen de ellos? (nota para el investigador. Registrar el nivel de información recordada: buena, mediocre, mala).
 20. Cuáles fueron los espacios que más le gustaron de la navegación?
 21. Tuvo que pensar mucho en esos espacios?
- Por qué? (nota para el investigador.- registrar niveles de transferencia emotiva o por argumentación).

Anexo # 7

Edad y sexo de los participantes en El test de “guerrilla” adaptado

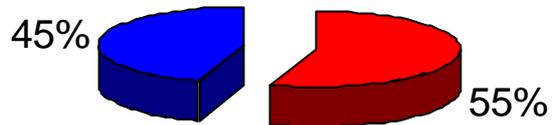


Sexo de usuarios interactive.net.ec



■ hombres ■ mujeres

Sexo usuarios presidencia.gov.ec



■ hombres ■ mujeres

Anexo # 8

Zonas de Quito en que se aplicó el Test de “guerrilla” adaptado



Anexo # 9

Tabla de % de ingreso a interactive.net.ec y presidencia.gov.ec por primera vez

interactive.net.ec					
Informantes	Edad	Zona- Quito	Sexo	Primera vez	Ya lo conocían
Informante # 1	17 años	Sur	M	1	0
Informante # 2	35 años	Sur	M	1	0
Informante # 3	22 años	Sur	F	1	0
Informante # 4	19 años	Sur	M	1	0
Informante # 5	17 años	Centro	F	1	0
Informante # 6	46 años	Centro	M	0	1
Informante # 7	20 años	Centro	M	1	0
Informante # 8	16 años	Centro	M	1	0
Informante # 9	14 años	Norte	F	1	0
Informante # 10	28 años	Norte	F	1	0
Informante # 11	34 años	Norte	M	0	1
Informante # 12	18 años	Norte	M	1	0
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	1	0
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	0	1
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	1	0
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	1	0
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	1	0
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	0	1
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	1	0
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	1	0
Total				16	4
presidencia.gov.ec					
Informantes	Edad	Zona- Quito	Sexo	Primera vez	Ya lo conocían
Informante # 1	20 años	Sur	F	1	0
Informante # 2	14 años	Sur	F	1	0
Informante # 3	18 años	Sur	M	1	0
Informante # 4	26 años	Sur	F	1	0
Informante # 5	19 años	Centro	M	1	0
Informante # 6	23 años	Centro	M	1	0
Informante # 7	30 años	Centro	M	1	0
Informante # 8	15 años	Centro	F	1	0
Informante # 9	22 años	Norte	F	1	0
Informante # 10	29 años	Norte	M	1	0
Informante # 11	17 años	Norte	M	1	0
Informante # 12	20 años	Norte	F	1	0
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	1	0
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	1	0
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	1	0
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	1	0
Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	1	0
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	1	0
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	1	0
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	1	0
Total				20	0
Total				3	4

Anexo # 10

Tabla del tiempo de inicio de navegación.
Test usuarios de interactive.net.ec y presidencia.gov.ec

interactive.net.ec				
Informantes	Edad	Zona- Quito	Sexo	Tiempo
Informante # 1	17 años	Sur	M	1 minuto
Informante # 2	35 años	Sur	M	3 minutos
Informante # 3	22 años	Sur	F	2 minutos
Informante # 4	19 años	Sur	M	2 minutos
Informante # 5	17 años	Centro	F	1 minuto
Informante # 6	46 años	Centro	M	3 minutos
Informante # 7	20 años	Centro	M	2 minutos
Informante # 8	16 años	Centro	M	1 minuto
Informante # 9	14 años	Norte	F	1 minuto
Informante # 10	28 años	Norte	F	3 minutos
Informante # 11	34 años	Norte	M	2 minutos
Informante # 12	18 años	Norte	M	2 minutos
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	1 minuto
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	4 minutos
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	1 minuto
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	2 minutos
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	1 minuto
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	2 minutos
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	1 minuto
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	2 minutos
Total				1.85 minutos
presidencia.gov.ec				
Informantes	Edad	Zona- Quito	Sexo	Tiempo
Informante # 1	20 años	Sur	F	2 minutos
Informante # 2	14 años	Sur	F	1 minuto
Informante # 3	18 años	Sur	M	1 minuto
Informante # 4	26 años	Sur	F	3 minutos
Informante # 5	19 años	Centro	M	2 minutos
Informante # 6	23 años	Centro	M	2 minutos
Informante # 7	30 años	Centro	M	3 minutos
Informante # 8	15 años	Centro	F	3 minutos
Informante # 9	22 años	Norte	F	2 minutos
Informante # 10	29 años	Norte	M	1 minuto
Informante # 11	17 años	Norte	M	2 minutos
Informante # 12	20 años	Norte	F	1 minuto
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	4 minutos
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	2 minutos
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	2 minutos
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	1 minuto
Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	3 minutos
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	3 minutos
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	4 minutos
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	2 minutos
Total promedio				2.2 minutos
Total promedio				2.025 minutos

Anexo # 11

De qué se tratan los sitios web interactive.net.ec y presidencia.gov.ec

interactive.net.ec				
Informantes	Edad	Zona de Quito	Sexo	De qué cree que trata el sitio?
Informante # 1	17 años	Sur	M	Música, noticias y deportes.
Informante # 2	35 años	Sur	M	Noticias y comunidad.
Informante # 3	22 años	Sur	F	Farándula, música y deporte.
Informante # 4	19 años	Sur	M	Noticias, música e Internet.
Informante # 5	17 años	Centro	F	Farra, música y concursos.
Informante # 6	46 años	Centro	M	Noticias y servicios de Internet.
Informante # 7	20 años	Centro	M	Publicidad y música.
Informante # 8	16 años	Centro	M	Hacer downloads de música y entretenimiento.
Informante # 9	14 años	Norte	F	Ver las carteleras de cine, bajar música e información sobre el país.
Informante # 10	28 años	Norte	F	Es un sitio cultural, trata de todo.
Informante # 11	34 años	Norte	M	Tips a la comunidad y noticias.
Informante # 12	18 años	Norte	M	Ayuda informática y diversión.
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	Farra y música, un poco de noticias también.
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	Cultura y noticias
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	Downloads, tips sobre 'compus' y noticias.
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	Productos, publicidad y tips para todo (cine, cultura, cocina, farra, música).
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	Música, deportes y noticias.
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	Tiene de todo, es un sitio cultural, que lo pone a uno al día.
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	Diversión y noticias.
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	Es un sitio para la comunidad.
presidencia.gov.ec				
Informantes	Edad	Zona-Quito	Sexo	De qué cree que trata el sitio?
Informante # 1	20 años	Sur	F	De los puntos de vista del gobierno sobre la realidad ecuatoriana.
Informante # 2	14 años	Sur	F	De mentiras, se inventan el sentido de todo.
Informante # 3	18 años	Sur	M	Información sobre el presidente.
Informante # 4	26 años	Sur	F	De lo que el poder quiere que sepamos.
Informante # 5	19 años	Centro	M	De ocultarnos la verdad, es aburrido.
Informante # 6	23 años	Centro	M	Noticias diarias sobre el presidente.
Informante # 7	30 años	Centro	M	Del país inventado por Gutiérrez.
Informante # 8	15 años	Centro	F	De noticias sobre el presidente.
Informante # 9	22 años	Norte	F	Es un sitio oficial, por eso no hay como creer mucho lo que dicen.
Informante # 10	29 años	Norte	M	De información sobre la gestión del ejecutivo.
Informante # 11	17 años	Norte	M	Publicidad sobre el Ecuador, visita virtual al Palacio de Carondelet, mapas, etc.
Informante # 12	20 años	Norte	F	De política.
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	De propaganda a los Ministerios y a Gutiérrez.
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	De las noticias del día en que figura el presidente.

Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	Es un pequeño periódico del gobierno.
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	Es una burla, no se dirigen a la comunidad. Toda la información es oficial y los ciudadanos no participan en nada. No entiendo por qué está en la web.
Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	Publicidad para el gobierno y el presidente.
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	Parece un periódico, sólo que de mentira. No creo nada de lo que viene del gobierno.
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	De la presidencia.
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	Noticias sobre el gobierno.

Anexo # 12

Cuáles son los objetivos de los sitios interactive.net.ec y presidencia.gov.ec

Interactive.net.ec				
Informantes	Edad	Zona de Quito	Sexo	Objetivos del sitio
Informante # 1	17 años	Sur	M	Distracción.
Informante # 2	35 años	Sur	M	Informar.
Informante # 3	22 años	Sur	F	Relajar e informar.
Informante # 4	19 años	Sur	M	Informar sobre el país, el mundo e Internet.
Informante # 5	17 años	Centro	F	Hacer participar a la gente en diferentes actividades: concursos y nuevas canciones.
Informante # 6	46 años	Centro	M	Informar y dar servicios de Internet.
Informante # 7	20 años	Centro	M	Publicitar y hacer downloads de música.
Informante # 8	16 años	Centro	M	Entretener y ofrecer buena música para bajarla de la red.
Informante # 9	14 años	Norte	F	Informar y acceder a carteleras de cine, por ejemplo.
Informante # 10	28 años	Norte	F	Ofrecer accesos a cualquier interés.
Informante # 11	34 años	Norte	M	Aconsejar a la comunidad.
Informante # 12	18 años	Norte	M	Divertir y facilitar información sobre programas, virus y otros tips.
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	Mantener bien informada a la juventud de dónde pasarla bien, ofrecer información sintetizada de la situación del país.
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	Promover la cultura y la buena información.
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	Accesar a música chévere, informar y ayudar con consejos sobre las 'compus'.
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	Publicitar otros sitios y dar servicios a la comunidad en línea.
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	Informar sobre lo que al usuario le interesa, por eso es tan variado.
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	Promover la cultura.
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	Informar y divertir a la vez.
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	Crear un espacio en línea para la participación ciudadana.
presidencia.gov.ec				
Informantes	Edad	Zona- Quito	Sexo	Objetivos del sitio
Informante # 1	20 años	Sur	F	Manipular la información.
Informante # 2	14 años	Sur	F	Hacer creer al pueblo lo que el gobierno quiere.
Informante # 3	18 años	Sur	M	Informar sobre el presidente.
Informante # 4	26 años	Sur	F	Hacernos pasar por tontos.
Informante # 5	19 años	Centro	M	Tergiversar la verdad.
Informante # 6	23 años	Centro	M	Informar día a día la gestión del gobierno.
Informante # 7	30 años	Centro	M	Mentir a los ecuatorianos.
Informante # 8	15 años	Centro	F	Dar el punto de vista del gobierno.
Informante # 9	22 años	Norte	F	Ofrecer información oficial.
Informante # 10	29 años	Norte	M	Informar el trabajo del Ejecutivo.
Informante # 11	17 años	Norte	M	Publicitar al Ecuador al resto del mundo.
Informante # 12	20 años	Norte	F	Tratar los temas políticos más importantes.

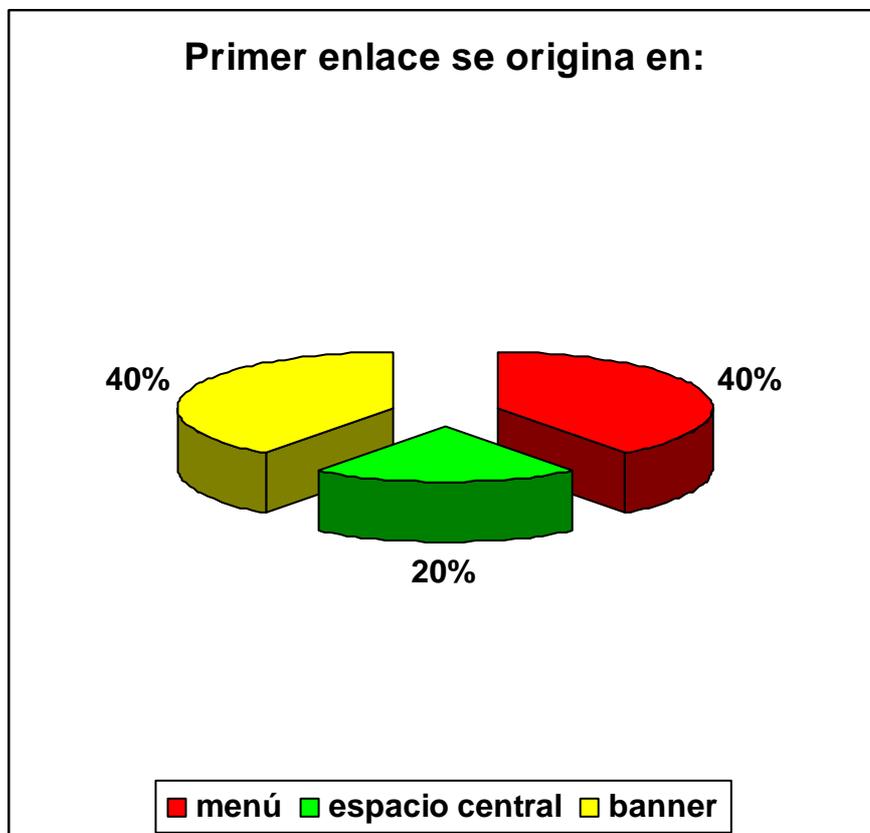
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	Hacer propaganda del gobierno.
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	Informar diariamente los actos del presidente.
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	Ser un periódico digital.
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	Dar información unilateral y manipulada.
Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	Publicitar al gobierno.
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	Informar lo que ellos quieren. No les interesa saber lo que nosotros pensamos. No se alimentan de la comunidad. No quieren ser criticados.
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	Hacer conocer lo que hace la presidencia.
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	Informar sobre el gobierno.

Anexo # 13

Primer enlace realizado por los navegantes de los sitios: interactive.net.ec y presidencia.gov.ec

Interactive.net.ec						
Informantes	Edad	Zona de Quito	Sexo	Primer enlace en un menú	Primer enlace en un banner	Primer enlace en el espacio central
Informante # 1	17 años	Sur	M	0	1	0
Informante # 2	35 años	Sur	M	0	0	1
Informante # 3	22 años	Sur	F	1	0	0
Informante # 4	19 años	Sur	M	0	1	0
Informante # 5	17 años	Centro	F	1	0	0
Informante # 6	46 años	Centro	M	0	0	1
Informante # 7	20 años	Centro	M	1	0	0
Informante # 8	16 años	Centro	M	0	1	0
Informante # 9	14 años	Norte	F	0	1	0
Informante # 10	28 años	Norte	F	1	0	0
Informante # 11	34 años	Norte	M	0	1	0
Informante # 12	18 años	Norte	M	1	0	0
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	1	0	0
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	0	1	0
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	1	0	0
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	1	0	0
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	1	0	0
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	1	0	0
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	0	1	0
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	0	1	0
Total				10	8	2
presidencia.gov.ec						
Informantes	Edad	Zona-Quito	Sexo	Primer enlace en un menú	Primer enlace en un banner	Primer enlace en el espacio central
Informante # 1	20 años	Sur	F	1	0	0
Informante # 2	14 años	Sur	F	0	0	1
Informante # 3	18 años	Sur	M	1	0	0
Informante # 4	26 años	Sur	F	1	0	0
Informante # 5	19 años	Centro	M	1	0	0
Informante # 6	23 años	Centro	M	0	0	1
Informante # 7	30 años	Centro	M	1	0	0
Informante # 8	15 años	Centro	F	1	0	0
Informante # 9	22 años	Norte	F	1	0	0
Informante # 10	29 años	Norte	M	1	0	0
Informante # 11	17 años	Norte	M	0	0	1
Informante # 12	20 años	Norte	F	1	0	0
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	1	0	0
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	0	0	1
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	1	0	0
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	1	0	0

Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	1	0	0
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	0	0	1
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	1	0	0
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	0	0	1
Total				6	0	14
Total promedio				16	8	16



Anexo # 14

Orden de los enlaces escogidos por los navegantes de los sitios interactive.net.ec y presidencia.gov.ec

Interactive.net.ec					
Informantes	Edad	Zona de Quito	Sexo	# de enlaces	Nombre de los enlaces
Informante # 1	17 años	Sur	M	12	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concursos (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ▪ Deportes (espacio central) <ul style="list-style-type: none"> ○ Noticia nacional ○ Perfiles ▪ Calendario (espacio central) ▪ Música (banner superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Top ten ○ Notificarándula ▪ Televisión on line (menú izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Vivos ▪ Fiestas de Quito (espacio central)
Informante # 2	35 años	Sur	M	8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Noticia del día (espacio central) ▪ Foro con Marissa (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ○ Votar ▪ Horóscopo (banner derecho) ▪ Literatura (espacio central) ▪ Afirmando tu ser (espacio central) ▪ Las novedades –Economía- (espacio central)
Informante # 3	22 años	Sur	F	12	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Horóscopo (menú superior) ▪ Travesía (menú superior) ▪ Fiestas de Quito (espacio central) ▪ Culturactive (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Reportaje ○ En agenda ○ Concurso ▪ Alcine (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Cinemark ○ Cartelera ○ Sinopsis película
Informante # 4	19 años	Sur	M	10	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lea la historia de... (banner derecho) ▪ Deportes (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Noticia internacional ▪ Noticia del día (espacio central) ▪ Música (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Bájate a ○ Top ten ○ Síguele la pista ○ Amanecidos ○ Que viva la farra
Informante # 5	17 años	Centro	F	8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Música (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Top ten ○ Amanecidos

					<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concursos (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ▪ Afirmando tu ser (espacio central) ▪ Travesía (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ completar
Informante # 6	46 años	Centro	M	7	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Noticias (espacio central) ▪ Tips legales (espacio central) ▪ Economía (espacio central) ▪ Tecnología (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Tecnociencia ○ Pregunta de la semana ○ Dudas de la web
Informante # 7	20 años	Centro	M	14	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Radio on line (menú izquierdo) ▪ Foro con Marissa (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ○ Votar ▪ Música (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Síguele la pista ○ Bájate a ○ Top ten ○ Amanecidos ○ Que viva la farra ○ Notificarándula ▪ Humor (menú superior) ▪ Cinemark (banner izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Cartelera
Informante # 8	16 años	Centro	M	14	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Música (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Amanecidos ○ Que viva la farra ○ Síguele la pista ○ Top ten ○ Notificarándula ○ Links de famosos ▪ Soundtrack <ul style="list-style-type: none"> ○ Lord of the ring ▪ Multicines (banner izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Cartelera ○ Película ○ Película ▪ Concurso (espacio central)
Informante # 9	14 años	Norte	F	10	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concursos (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ▪ Entrevista (espacio central) ▪ Cinemark (banner izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Cartelera ▪ Multicines (banner izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Cartelera ▪ Música (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Top ten ○ Links de famosos
Informante # 10	28 años	Norte	F	12	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Culturactive (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Reportaje ▪ Foro con Marissa (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ○ Votar ▪ Horóscopo (menú superior) ▪ Indicadores económicos (menú izquierdo) ▪ Humor (menú izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Los diez chistes de la semana ▪ Economía (espacio central)

					<ul style="list-style-type: none"> ○ Ampliar noticia ▪ Cyberconsejos (espacio central)
Informante # 11	34 años	Norte	M	9	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producto estrella (banner derecho) ▪ Tips legales (espacio central) ▪ Noticia del día (espacio central) ▪ Economía (espacio central) ▪ Lector (menú superior) ▪ Negocios (menú superior) ▪ Culturactive (menú superior) ▪ El Dictamen (menú izquierdo) ▪ Archivos secretos (menú izquierdo)
Informante # 12	18 años	Norte	M	9	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecnología (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Al día ○ Bajativos ○ Pregunta de la semana ▪ Producto estrella (banner derecho) ▪ Música (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Top ten ▪ Travesía (menú superior) ▪ Entrevista (espacio central)
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	13	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A la carta (menú superior) ▪ Foro con Marissa (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ○ Votar ▪ Horóscopo (banner derecho) ▪ La mejor farra está en ... (espacio central) ▪ Afirmando tu ser (espacio central) ▪ Literatura (espacio central) ▪ Culturactive (espacio central) ▪ El clima (menú izquierdo) ▪ Al cine (menú izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Cinemark ○ Cartelera
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Editorial (banner derecho) ▪ Noticia del día (espacio central) ▪ Culturactive (menú superior) ▪ Foro con Marissa (banner derecho) ▪ Producto estrella (banner derecho) ▪ Fragmentos (espacio central)
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	12	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Música (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Links de famosos ○ Amanecidos ○ Que viva la farra ○ Síguele la pista ○ Top ten ○ Cancionero de colección ○ Notificarándula ▪ Concursos (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ▪ Cyberconsejos (espacio central) ▪ Deportes (menú superior)
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	11	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Travesía (menú superior) ▪ Horóscopo (banner derecho) ▪ Alcine (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Multicines ○ Cartelera ▪ A la carta (menú superior) ▪ Salud (menú superior) ▪ Al lector (menú superior)

					<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet banda ancha satelital (menú izquierdo) ▪ Lector in fábula (menú izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Las novedades
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	10	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deportes (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Perfiles ▪ Concursos (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ▪ Horóscopo (banner derecho) ▪ Televisión on line (menú izquierdo) ▪ Entrevista (espacio central) ▪ Música (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Top ten ○ Cancionero de colección
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lector (menú superior) ▪ Fragmentos (espacio central) ▪ Clamor ciudadano (espacio central) ▪ Horóscopo (banner derecho) ▪ Culturactive (menú superior) ▪ Tecnología (menú superior) ▪ Noticias (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Política
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	9	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concursos (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ▪ Travesía (menú superior) ▪ Archivos secretos (menú izquierdo) ▪ Deporte (espacio central) ▪ La voz (espacio central) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ○ Resultados actuales ▪ Música (menú superior)
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	15	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Foro con Marissa (banner derecho) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ○ Votar ▪ El dictamen (menú izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Votar ▪ Vivos (banner izquierdo) ▪ Noticia del día (espacio central) ▪ Culturactive (menú superior) ▪ Servicios (menú scroll bar) ▪ Humor (menú superior) ▪ Fragmentos (espacio central) ▪ Travesía (menú superior) <ul style="list-style-type: none"> ○ Ruta del sol ○ Lee y comparte tus aventuras ○ Guía del aventurero
Total promedio				10.45	
presidencia.gov.ec					
Informantes	Edad	Zona-Quito	Sexo	# de enlaces	Nombre de los enlaces
Informante # 1	20 años	Sur	F	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agenda presidencial (menú izquierdo) ▪ Galería de fotos viaje presidencial (menú derecho) ▪ George Bush compromete a extraditar a banqueros corruptos (espacio central)

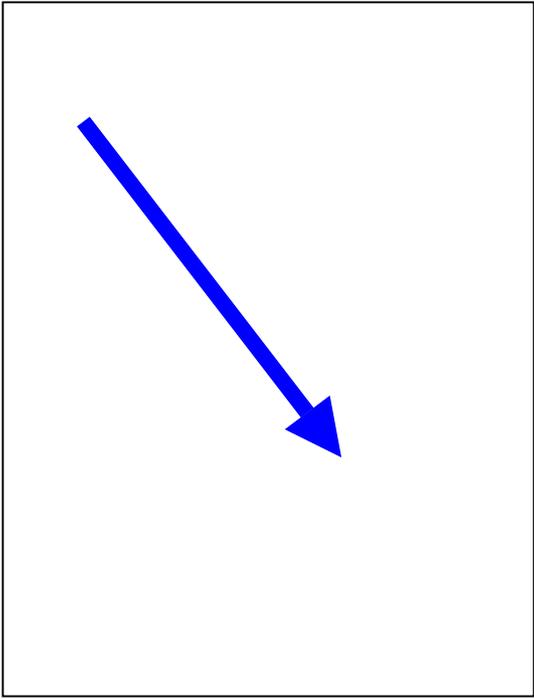
					<ul style="list-style-type: none"> ▪ Social (menú izquierdo) ▪ Encuestas (menú izquierdo)
Informante # 2	14 años	Sur	F	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primera dama (menú derecho) ▪ Visita virtual al palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Galería de fotos viaje presidencial (menú derecho) ▪ Mapas (menú izquierdo) ▪ Cartas al presidente (menú izquierdo)
Informante # 3	18 años	Sur	M	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Listado de deudores (menú izquierdo) ▪ Vicepresidente (menú derecho) ▪ Ministerio de Turismo (banner izquierdo) ▪ Internacionales (menú izquierdo)
Informante # 4	26 años	Sur	F	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política (espacio central) ▪ Síntesis informativa (menú izquierdo) ▪ Historia de los presidentes (menú derecho) ▪ Maestros fiscales reciben bono de vivienda (espacio central)
Informante # 5	19 años	Centro	M	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuestas (menú izquierdo) ▪ Actividades del gobierno (espacio central) ▪ Presidente (menú derecho) ▪ Ministerio de Relaciones Exteriores (banner derecho) ▪ Visita virtual al Palacio de Carondelet (menú derecho)
Informante # 6	23 años	Centro	M	7	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política (espacio central) ▪ Listado de deudores (menú izquierdo) ▪ Vicepresidente (menú derecho) ▪ Social (menú izquierdo)} ▪ Agenda presidencial (menú izquierdo) ▪ Directorio (menú izquierdo) ▪ SIGOB –Sistema de información y gestión para la gobernabilidad- (banner derecho)
Informante # 7	30 años	Centro	M	9	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presidente (menú derecho) ▪ Historia de los presidentes (menú derecho) ▪ Visita virtual al Palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Internacionales (menú izquierdo) ▪ Actividades del gobierno (menú izquierdo) ▪ Síntesis informativa (menú izquierdo) ▪ Encuestas (menú izquierdo) <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar ○ Votar
Informante # 8	15 años	Centro	F	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita virtual al palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Galería de fotos viaje presidencial (menú derecho) ▪ Presidente (menú derecho) ▪ Mapas (menú izquierdo) ▪ Encuesta (menú izquierdo)
Informante # 9	22 años	Norte	F	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primera dama (menú derecho) ▪ Social (menú izquierdo) ▪ Internacionales (menú izquierdo) ▪ Galería de fotos viaje presidencial (menú derecho) ▪ Política (espacio central)
Informante # 10	29 años	Norte	M	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agenda presidencial (menú izquierdo) ▪ Economía (menú izquierdo) ▪ Listado deudores (menú izquierdo) ▪ El gobierno norteamericano reiteró apoyo

					<p>político al Ecuador en varios ejes (espacio central)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ George Bush compromete a extraditar a banqueros corruptos (espacio central) ▪ Política (espacio central)
Informante # 11	17 años	Norte	M	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades de gobierno (espacio central) ▪ Galería de fotos viaje presidencial (menú derecho) ▪ Visita virtual al palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Encuestas (menú izquierdo) ▪ Social (menú izquierdo)
Informante # 12	20 años	Norte	F	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Directorio (menú izquierdo) ▪ Historia de los presidentes (menú derecho) ▪ Economía (menú izquierdo) ▪ Cartas al presidente (menú izquierdo) ▪ Política (espacio central) ▪ Ministerio de Turismo Ecuador (banner izquierdo)
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vicepresidente (menú derecho) ▪ Historia de los presidentes (menú derecho) ▪ Listado deudores (menú izquierdo) ▪ Visita virtual palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Encuestas (menú derecho) ▪ Política (espacio central)
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política (espacio central) ▪ Grupos de trabajo ministros (menú izquierdo) ▪ Secretarías (menú izquierdo) ▪ Mapas (menú izquierdo) ▪ Vicepresidente (menú derecho)
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita virtual palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Social (menú izquierdo) ▪ Internacionales (menú izquierdo) ▪ Ministerio del ambiente (banner izquierdo) ▪ Símbolos patrios (menú izquierdo) ▪ Encuestas (menú izquierdo)
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política (menú izquierdo) ▪ Economía (menú izquierdo) ▪ Social (menú izquierdo) ▪ Internacionales (menú izquierdo) ▪ Agenda presidencial (menú izquierdo) ▪ Listado deudores (menú izquierdo)
Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Historia de los presidentes (menú derecho) ▪ Presidente (menú derecho) ▪ Primera dama (menú derecho) ▪ Encuestas (menú izquierdo) ▪ Mapas (menú izquierdo) ▪ Política (espacio central)
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades de gobierno (espacio central) ▪ Unión Europea manifiesta apoyo al gobierno del presidente Gutiérrez (espacio central) ▪ Visita virtual al palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Gobierno reconoce contribución de “Tony el suizo” en el desarrollo del país (espacio central)

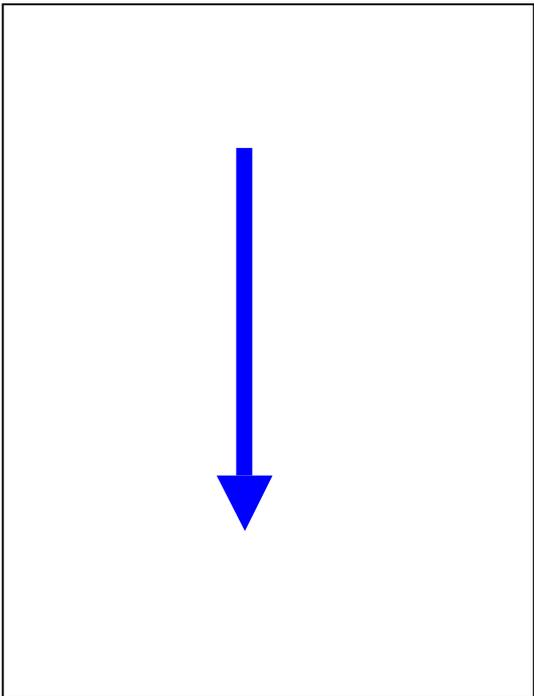
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	7	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cartas al presidente (menú izquierdo) ▪ Vicepresidente (menú derecho) ▪ Visita virtual al palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Galería de fotos viaje presidencial (menú derecho) ▪ Palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Encuestas (menú izquierdo) ▪ Mapas (menú izquierdo)
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno reconoce contribución de “Tony el suizo” en el desarrollo del país (espacio central) ▪ Mapas (menú izquierdo) ▪ Visita virtual al palacio de Carondelet (menú derecho) ▪ Internacionales (menú izquierdo) ▪ Social (menú izquierdo)
Total promedio				5.55	

Anexo # 15

Dirección de la mirada sobre el interfaz



80%



20%

Anexo # 16

Tipos de lectura: Todo el texto

interactive.net.ec					
Informantes	Edad	Zona de Quito	Sexo	Número de textos	Nombre de los textos
Informante # 1	17 años	Sur	M	1	▪ Concursos
Informante # 2	35 años	Sur	M	2	▪ Insisten que se investigue relación Gutiérrez – Fernández ▪ Foro con Marissa
Informante # 3	22 años	Sur	F	1	▪ Quito T muestra
Informante # 4	19 años	Sur	M	0	
Informante # 5	17 años	Centro	F	2	▪ Concursos ▪ Yo soy tú mismo
Informante # 6	46 años	Centro	M	1	▪ EEUU negocia con países andinos
Informante # 7	20 años	Centro	M	1	▪ Foro con Marissa
Informante # 8	16 años	Centro	M	1	▪ Concursos
Informante # 9	14 años	Norte	F	1	▪ Concursos
Informante # 10	28 años	Norte	F	2	▪ Foro con Marissa ▪ Horóscopo
Informante # 11	34 años	Norte	M	1	▪ Colombia propone diseñar un “Plan Ecuador”
Informante # 12	18 años	Norte	M	1	▪ El “Bótate de Andrés Pellatini
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	2	▪ Foro con Marissa ▪ “Entre Marx y una mujer desnuda
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	1	▪ Necesitamos un “Plan Ecuador”
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	2	▪ Trucos para Windows XP ▪ Concursos
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	0	
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	2	▪ Concursos ▪ Horóscopo
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	2	▪ Seguridad en el automóvil y en desplazamientos ▪ Horóscopo
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	2	▪ La voz ▪ Concursos
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	2	▪ Foro con Marissa ▪ ¿Gobierno y narcotráfico?
				1.35	Total promedio
presidencia.gov.ec					
Informantes	Edad	Zona-Quito	Sexo	Número de textos	Nombre de los textos
Informante # 1	20 años	Sur	F	1	▪ Encuestas
Informante # 2	14 años	Sur	F	0	
Informante # 3	18 años	Sur	M	0	
Informante # 4	26 años	Sur	F	1	▪ Presidente Gutiérrez dialogó con dirigentes indígenas
Informante # 5	19 años	Centro	M	1	▪ Encuestas
Informante # 6	23 años	Centro	M	1	▪ Presidente fue condecorado con insignia “ala ad honorem”
Informante # 7	30 años	Centro	M	2	▪ Caso Fernández afecta al gobierno ▪ Encuestas

Informante # 8	15 años	Centro	F	1	▪ Encuestas
Informante # 9	22 años	Norte	F	1	▪ Quién es la primera dama
Informante # 10	29 años	Norte	M	1	▪ George Bush compromete a extraditar a banqueros corruptos
Informante # 11	17 años	Norte	M	1	▪ Encuestas
Informante # 12	20 años	Norte	F	1	▪ Respaldo de los pueblos amazónicos
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	1	▪ Currículo vicepresidente
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	1	▪ Presidente apoya la reactivación del aparato productivo
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	2	▪ Social
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	1	▪ Encuestas
Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	1	▪ Economía ecuatoriana se reactiva
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	0	▪ Encuestas
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	0	
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	1	▪ Social
				0.9	Total promedio
				1.12	Total promediado de los dos sitios

Anexo # 17

Tipos de lectura. Parte del texto: empezando por el principio

interactive.net.ec					
Informantes	Edad	Quito - Zona	Sexo	# de textos	Nombre de los textos
Informante # 1	17 años	Sur	M	1	▪ Calendario
Informante # 2	35 años	Sur	M	1	▪ Afirmando tu ser
Informante # 3	22 años	Sur	F	2	▪ Horóscopo ▪ Sinopsis película
Informante # 4	19 años	Sur	M	2	▪ Lee la historia de... ▪ Noticia del día
Informante # 5	17 años	Centro	F	1	▪ Travesía
Informante # 6	46 años	Centro	M	3	▪ Tecnología ▪ Noticia ▪ Tips legales
Informante # 7	20 años	Centro	M	1	▪ Humor
Informante # 8	16 años	Centro	M	1	▪ Soundtrack
Informante # 9	14 años	Norte	F	1	▪ Entrevista
Informante # 10	28 años	Norte	F	2	▪ Economía ▪ Cyberconsejos
Informante # 11	34 años	Norte	M	3	▪ Economía ▪ Lector ▪ Dictamen
Informante # 12	18 años	Norte	M	2	▪ Travesía ▪ Producto estrella
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	2	▪ Horóscopo ▪ Afirmando tu ser
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	3	▪ Noticia del día ▪ Fragmentos ▪ Foro con Marissa
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	1	▪ Deportes
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	3	▪ Horóscopo ▪ Salud ▪ Internet banda ancha satelital
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	1	▪ Entrevista
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	3	▪ Fragmentos ▪ Noticia –Política ▪ Lector
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	2	▪ Archivos secretos ▪ Deporte
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	3	▪ Noticia del día ▪ Fragmentos ▪ Humor
				1.9	Total promedio
Presidencia.gov.ec					
Informantes	Edad	Quito - Zona	Sexo	# de textos	Nombre de los textos
Informante # 1	20 años	Sur	F	2	▪ Agenda presidencia ▪ Gerorge Bush compromete extraditar a banqueros corruptos
Informante # 2	14 años	Sur	F	2	▪ Primera dama ▪ Cartas al presidente
Informante # 3	18 años	Sur	M	2	▪ Listado de deudores

Informante # 4	26 años	Sur	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vicepresidente ▪ Historia de los presidentes ▪ Maestros reciben bono de vivienda
Informante # 5	19 años	Centro	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presidente
Informante # 6	23 años	Centro	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agenda presidencial ▪ Directorio
Informante # 7	30 años	Centro	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Historia de los presidentes
Informante # 8	15 años	Centro	F	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presidente
Informante # 9	22 años	Norte	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política ▪ Social
Informante # 10	29 años	Norte	M	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agenda presidencia ▪ Listado de deudores ▪ Gobierno norteamericano reiteró apoyo político al Ecuador en varios ejes
Informante # 11	17 años	Norte	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades del gobierno
Informante # 12	20 años	Norte	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Historia de los presidentes ▪ Política
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Listado de deudores ▪ Encuestas
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vicepresidente ▪ Secretarías
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Símbolos patrios ▪ Internacionales
Informante # 16	47 años	Cumbayá Tumbaco	M	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política ▪ Agenda presidencial ▪ Listado de deudores
Informante # 17	24 años		M	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Historia de los presidentes ▪ Política ▪ Primera dama
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unión Europea ratifica apoyo al gobierno del presidente Gutiérrez ▪ Gobierno reconoce contribución de “Tony el suizo” en desarrollo del país
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cartas al presidente ▪ Encuestas ▪ Vicepresidente
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internacionales ▪ Gobierno reconoce contribución de “Tony el suizo” en desarrollo del país
				2	Total promedio
				1.95	Total promediado de los dos sitios

Anexo # 18

Tipos de lectura. Parte del texto: empezando por la mitad

interactive.net.ec					
Informantes	Edad	Quito - Zona	Sexo	# de textos	Nombre de los textos
Informante # 1	17 años	Sur	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deportes ▪ Música
Informante # 2	35 años	Sur	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Literatura ▪ Horóscopo
Informante # 3	22 años	Sur	F	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Travesía ▪ Cartelera ▪ Películas
Informante # 4	19 años	Sur	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deportes
Informante # 5	17 años	Centro	F	0	
Informante # 6	46 años	Centro	M	0	
Informante # 7	20 años	Centro	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cinemark ▪ Cartelera
Informante # 8	16 años	Centro	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Película
Informante # 9	14 años	Norte	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cinemark ▪ Multicines
Informante # 10	28 años	Norte	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Humor ▪ Indicadores económicos
Informante # 11	34 años	Norte	M	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Negocios ▪ Culturactive ▪ Archivos secretos
Informante # 12	18 años	Norte	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecnología
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La mejor farra está en... ▪ El clima ▪ Cinemark
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producto estrella
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	0	
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al lector ▪ Lector in fábula
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deportes
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Noticias ▪ Culturactive
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La travesía
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios ▪ Culturactive
				1.55	Total promediado
presidencia.gov.ec					
Informantes	Edad	Quito - Zona	Sexo	# de textos	Nombre de los textos
Informante # 1	20 años	Sur	F	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Social
Informante # 2	14 años	Sur	F	0	
Informante # 3	18 años	Sur	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internacionales
Informante # 4	26 años	Sur	F	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Síntesis informativa
Informante # 5	19 años	Centro	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades del gobierno ▪ Ministerio de relaciones exteriores
Informante # 6	23 años	Centro	M	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Listado de deudores ▪ Vicepresidente ▪ Social
Informante # 7	30 años	Centro	M	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presidente

					<ul style="list-style-type: none"> ▪ Síntesis informativa ▪ Actividades del gobierno
Informante # 8	15 años	Centro	F	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mapas
Informante # 9	22 años	Norte	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internacionales ▪ Galería fotos viaje presidencial
Informante # 10	29 años	Norte	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Economía ▪ Política
Informante # 11	17 años	Norte	M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Social
Informante # 12	20 años	Norte	F	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Economía ▪ Ministerio de Turismo Ecuador
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Historia de los presidentes ▪ Política
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grupos de trabajo ministros
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministerio del ambiente
Informante # 16	47 años	Cumbayá Tumbaco	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Social ▪ Internacionales
Informante # 17	24 años		M	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presidente
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades del presidente
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Palacio de Carondelet ▪ Mapas
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita virtual al palacio de Carondelet ▪ Mapas
				1.55	Total promedio
				1.55	Total promediado de los dos sitios

Anexo # 19

Tipos de lectura. Parte del texto: empezando por el final

interactive.net.ec					
Informantes	Edad	Quito - Zona	Sexo	# de textos	Nombre de los textos
Informante # 1	17 años	Sur	M	1	▪ Quito T muestra.
Informante # 2	35 años	Sur	M	1	▪ Novedades económicas
Informante # 3	22 años	Sur	F	2	▪ Culturactive ▪ Alcine
Informante # 4	19 años	Sur	M	1	▪ Música
Informante # 5	17 años	Centro	F	1	▪ Música
Informante # 6	46 años	Centro	M	0	
Informante # 7	20 años	Centro	M	1	▪ Música
Informante # 8	16 años	Centro	M	1	▪ Música
Informante # 9	14 años	Norte	F	0	
Informante # 10	28 años	Norte	F	1	▪ Culturactive
Informante # 11	34 años	Norte	M	2	▪ Producto estrella ▪ Culturactive
Informante # 12	18 años	Norte	M	1	▪ Música
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	2	▪ A la carta ▪ Alcine
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	1	▪ Culturactive
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	0	
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	2	▪ Travesía ▪ A l a carta
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	0	
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	0	
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	1	▪ Música
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	1	▪ Travesía
				0.95	Total promedio
presidencia.gov.ec					
Informantes	Edad	Quito - Zona	Sexo	# de textos	Nombre de los textos
Informante # 1	20 años	Sur	F	0	
Informante # 2	14 años	Sur	F	1	▪ Mapas
Informante # 3	18 años	Sur	M	1	▪ Ministerio de Turismo Ecuador
Informante # 4	26 años	Sur	F	0	
Informante # 5	19 años	Centro	M	0	
Informante # 6	23 años	Centro	M	1	▪ SIGOB –Sistema de información y gestión para la gobernabilidad- (banner derecho)
Informante # 7	30 años	Centro	M	0	
Informante # 8	15 años	Centro	F	0	
Informante # 9	22 años	Norte	F	0	
Informante # 10	29 años	Norte	M	0	
Informante # 11	17 años	Norte	M	1	▪ Galería fotos viaje presidencial
Informante # 12	20 años	Norte	F	1	▪ Directorio
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	0	
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	1	▪ Mapas
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	0	
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	0	
Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	1	▪ Mapas
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	0	

Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	0	
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	0	
				0.3	Total promedio
				0.62	Total promediado de los dos sitios

Anexo # 20

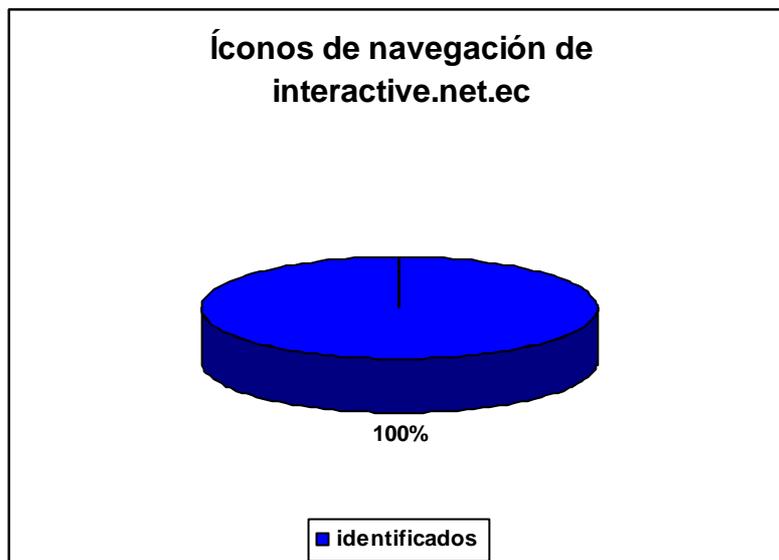
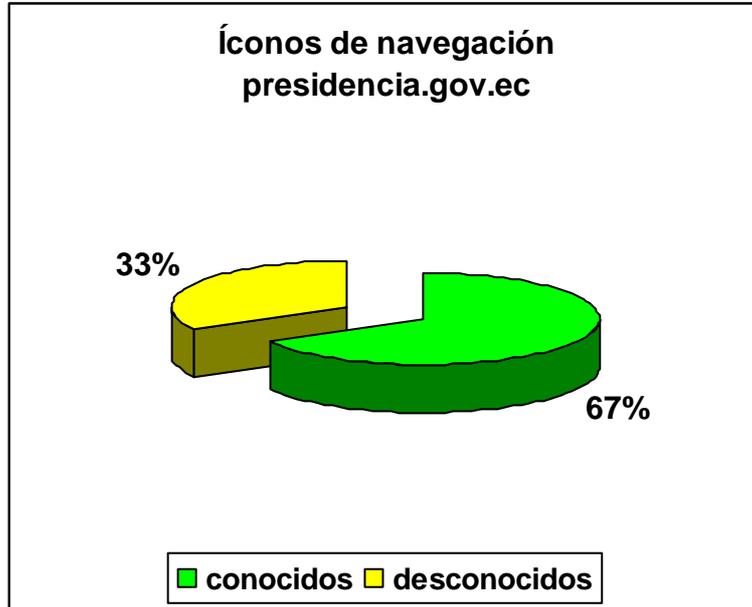
Ventanas abiertas simultáneamente en la navegación de los sitios interactive.net. y presidencia.gov.ec

Interactive.net.ec				
Informantes	Edad	Zona- Quito	Sexo	Ventanas abiertas simultáneamente
Informante # 1	17 años	Sur	M	3
Informante # 2	35 años	Sur	M	4
Informante # 3	22 años	Sur	F	3
Informante # 4	19 años	Sur	M	5
Informante # 5	17 años	Centro	F	2
Informante # 6	46 años	Centro	M	3
Informante # 7	20 años	Centro	M	4
Informante # 8	16 años	Centro	M	3
Informante # 9	14 años	Norte	F	6
Informante # 10	28 años	Norte	F	1
Informante # 11	34 años	Norte	M	3
Informante # 12	18 años	Norte	M	4
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	5
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	2
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	6
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	3
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	5
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	4
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	6
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	3
Total promedio				3.75
presidencia.gov.ec				
Informantes	Edad	Zona- Quito	Sexo	Ventanas abiertas simultáneamente
Informante # 1	20 años	Sur	F	3
Informante # 2	14 años	Sur	F	2
Informante # 3	18 años	Sur	M	4
Informante # 4	26 años	Sur	F	1
Informante # 5	19 años	Centro	M	3
Informante # 6	23 años	Centro	M	3
Informante # 7	30 años	Centro	M	4
Informante # 8	15 años	Centro	F	2
Informante # 9	22 años	Norte	F	5
Informante # 10	29 años	Norte	M	3
Informante # 11	17 años	Norte	M	4
Informante # 12	20 años	Norte	F	2
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	3
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	2
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	4
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	3
Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	2
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	5

Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	6
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	3
Total				3.2
Total				3.47

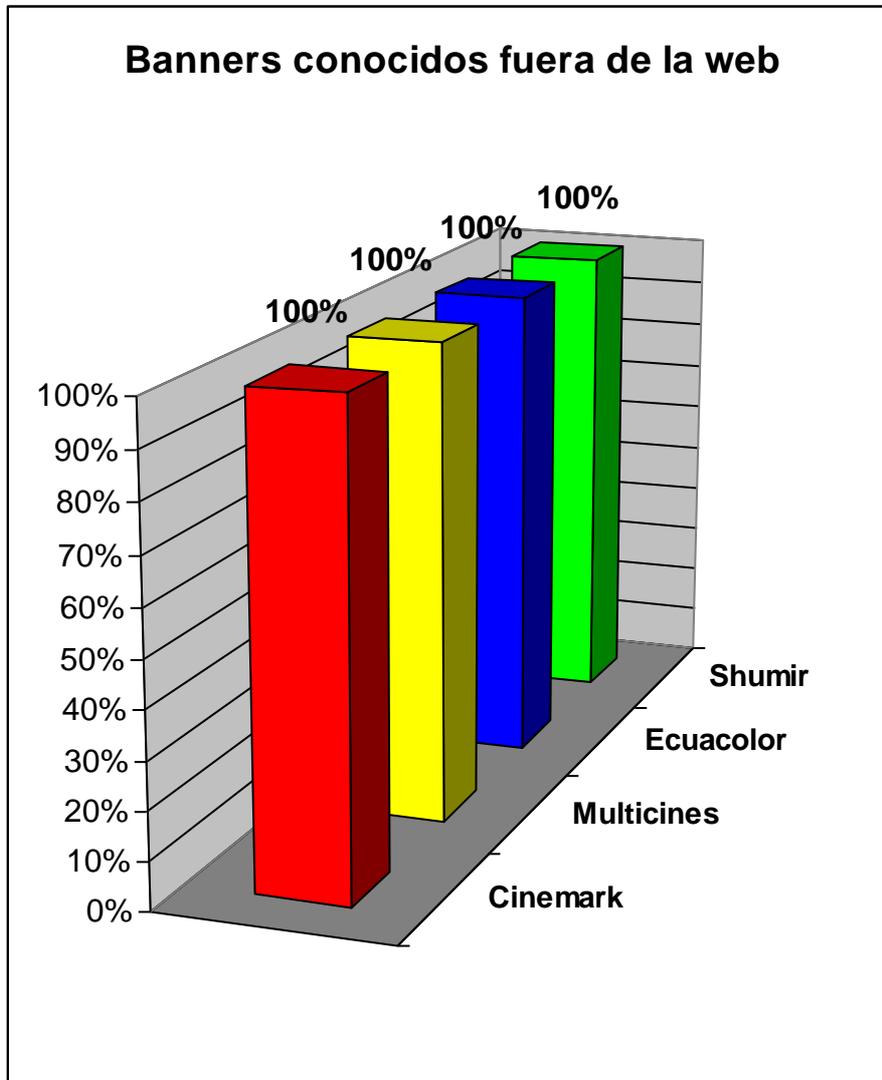
Anexo # 21

Identificación de los íconos más familiares



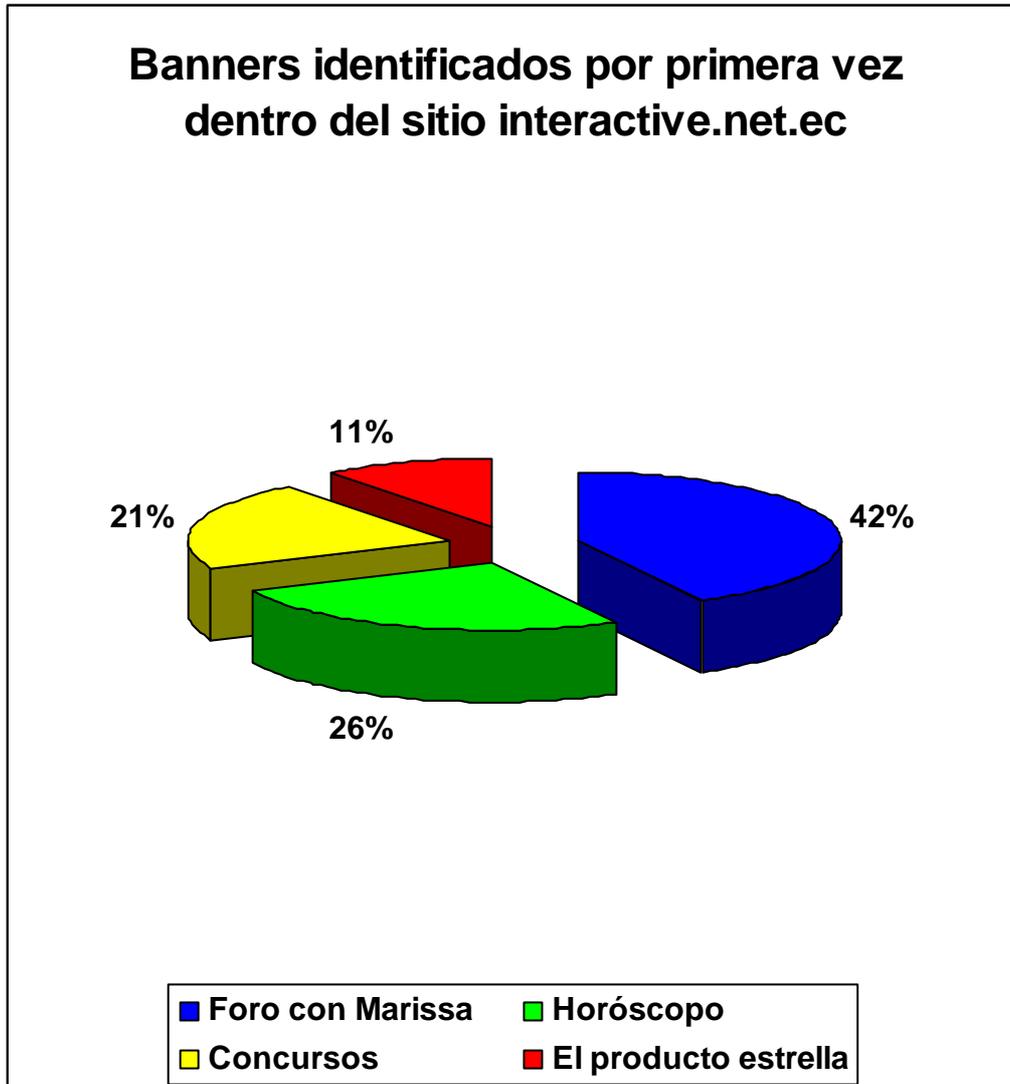
Anexo # 22

Publicidad que le era conocida antes de ingresar al sitio interactive.net.ec y presidencia.gov.ec



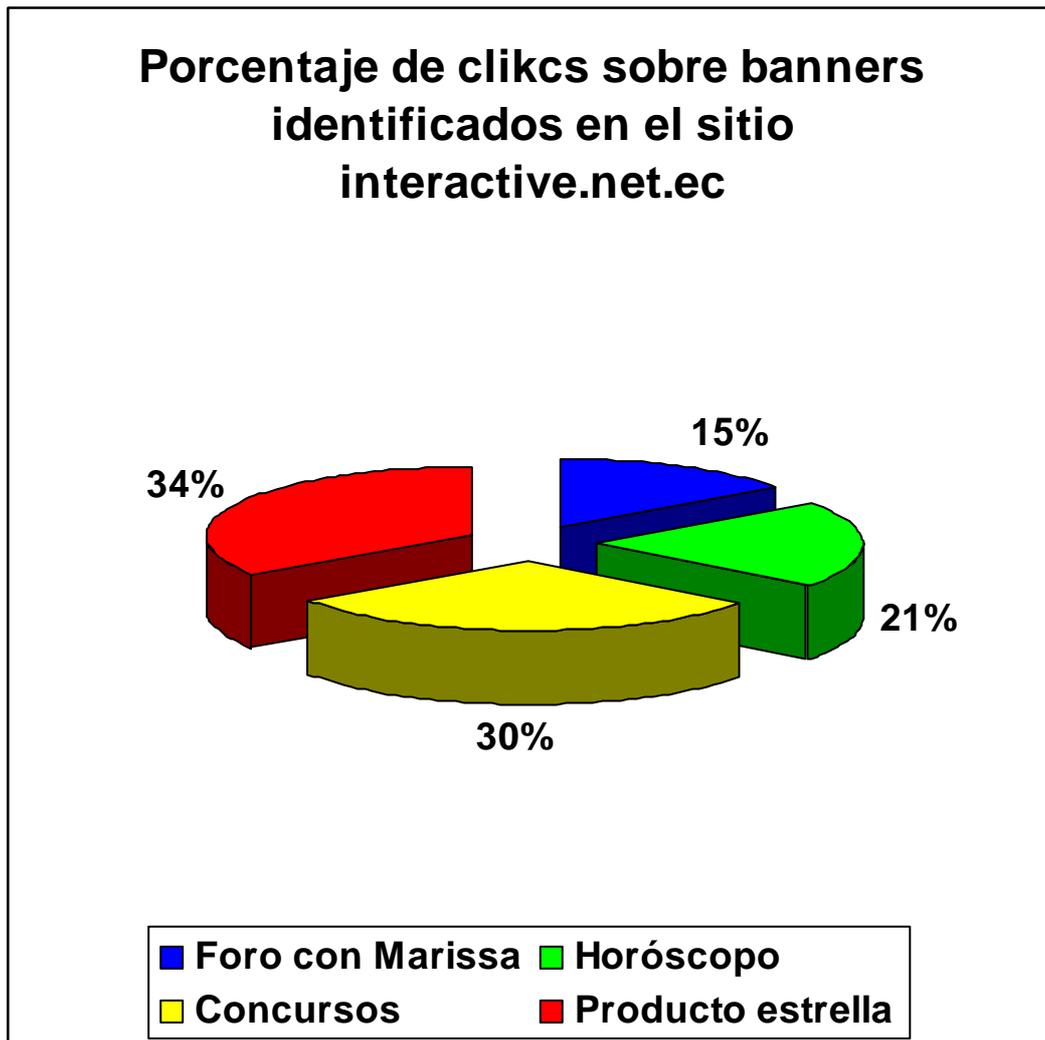
Anexo # 23

Banners identificados por primera vez dentro del sitio interactive.net.ec



Anexo # 24

Porcentajes de click sobre banners identificados en el sitio
interactive.net.ec



Interactive.net.ec					
Informantes	Edad	Zona- Quito	Sexo	Banner identificado por primer vez	Hizo click si / no
Informante # 1	17 años	Sur	M	Concursos Horóscopo	Si No
Informante # 2	35 años	Sur	M	Horóscopo Foro con Marissa	Si Si
Informante # 3	22 años	Sur	F	Horóscopo Foro con Marissa	Si No
Informante # 4	19 años	Sur	M	Concursos Foro con Marissa	No No
Informante # 5	17 años	Centro	F	Concursos Foro con Marissa	Si No
Informante # 6	46 años	Centro	M	Producto estrella Foro con Marissa	Si Si
Informante # 7	20 años	Centro	M	Foro con Marissa	Si
Informante # 8	16 años	Centro	M	Horóscopo Foro con Marissa	No No
Informante # 9	14 años	Norte	F	Concursos Horóscopo Foro con Marissa	Si No No
Informante # 10	28 años	Norte	F	Horóscopo Foro con Marissa	Si Si
Informante # 11	34 años	Norte	M	Concursos Producto estrella Foro con Marissa	No Si No
Informante # 12	18 años	Norte	M	Producto estrella Foro con Marissa	Si No
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	Horóscopo Foro con Marissa	Si Si
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	Producto estrella Foro con Marissa	Si Si
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	Concursos Foro con Marissa	Si No
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	Horóscopo	Si
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	Concursos Foro con Marissa	Si No
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	Horóscopo Foro con Marissa	Si No
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	Concursos Foro con Marissa	Si No
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	Horóscopo Foro con Marissa	No Si
Total				Foro con Marissa 16 Horóscopo 10 Concursos 8 Producto Estrella 4	Si 7 No 9 Si 6 No 4 Si 7 No 1 Si 4 No 0

Anexo # 25

¿Le gustan más las imágenes o los textos?

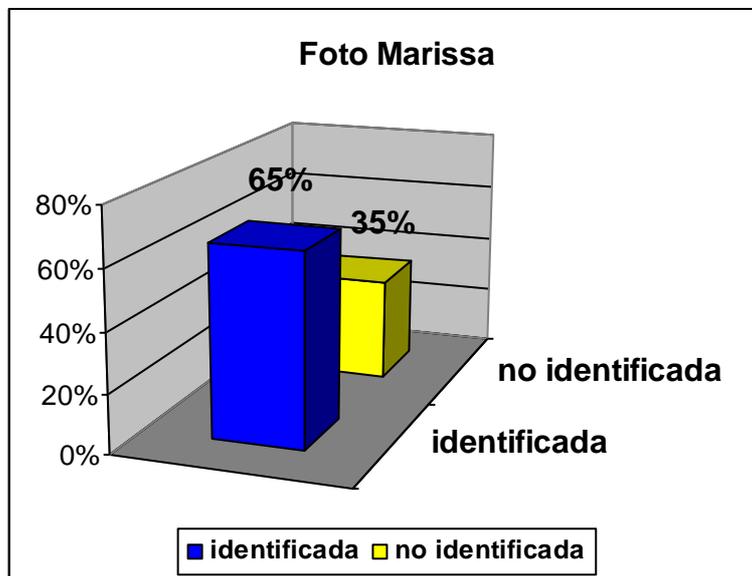
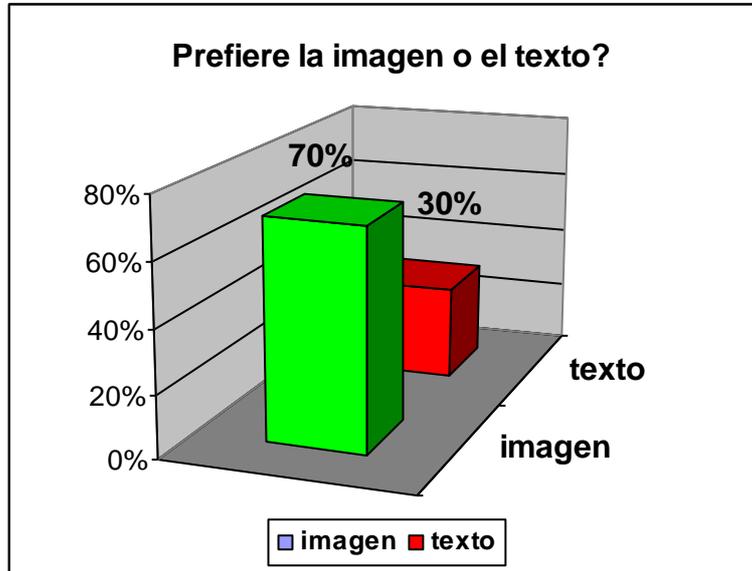
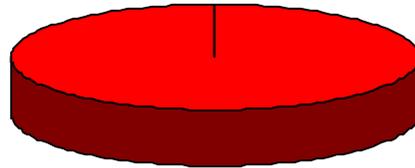


Foto Gutiérrez



100%

Anexo # 26

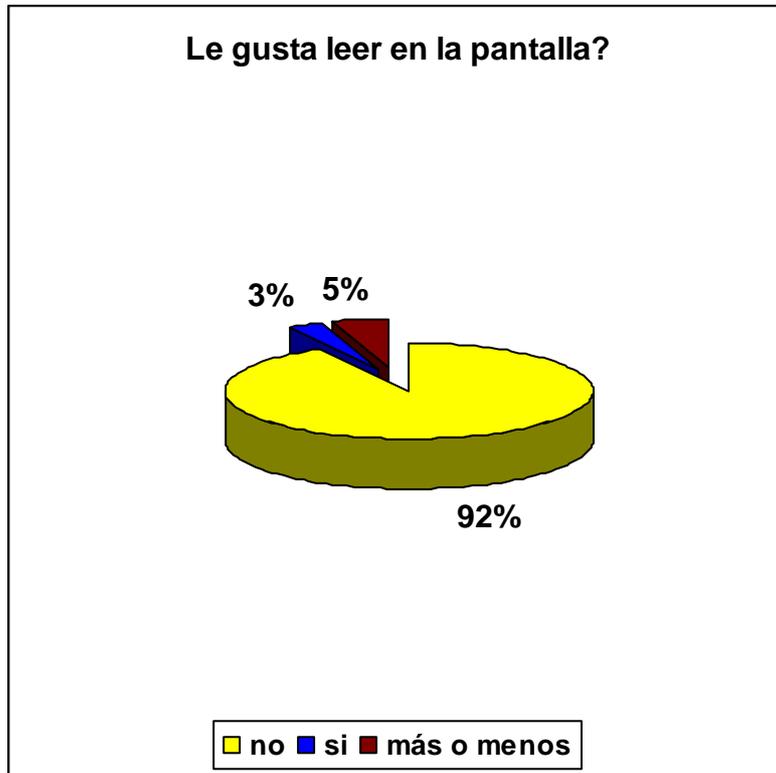
¿Qué le pareció el lenguaje del sitio?

interactive.net.ec				
Informantes	Edad	Zona de Quito	Sexo	Cómo definiría el lenguaje el sitio?
Informante # 1	17 años	Sur	M	En general es fácil de entender, pero hay zonas donde mejor es no meterse porque no se entiende nada.
Informante # 2	35 años	Sur	M	Es un lenguaje normal, cualquiera lo puede entender.
Informante # 3	22 años	Sur	F	Me gusta que me tutea en ciertos enlaces, otros son muy didácticos.
Informante # 4	19 años	Sur	M	Es chévere, una vez que sabes lo que significan las cosas o las palabras, por ejemplo hay muchas palabras en inglés.
Informante # 5	17 años	Centro	F	Todo lo que es política y economía no me interesa, no entiendo nada. Pero en música y farra, hablamos igual.
Informante # 6	46 años	Centro	M	Hasta cierto punto es muy informal, pero eso está bien para los jóvenes que visitan el sitio.
Informante # 7	20 años	Centro	M	Me gusta, lo puede entender desde un pelado hasta un señor mayor.
Informante # 8	16 años	Centro	M	No entro en muchas ventanas porque no entiendo lo que dicen, tal vez porque no me interesa. Pero cuando se refieren a ti, lo hacen bien, es un lenguaje que yo entiendo.
Informante # 9	14 años	Norte	F	Super, estoy como pez en el agua. Pero porque sólo veo lo que me interesa y entiendo.
Informante # 10	28 años	Norte	F	Es un lenguaje dirigido a todo público, unos se identifican más con unos sitios que con otros, por eso la gente no navega indiscriminadamente.
Informante # 11	34 años	Norte	M	Me gusta que no sólo usan palabras, sino ciertos grafiquitos que hacen que te dé ganas de entrar a ver de qué se trata.
Informante # 12	18 años	Norte	M	Bueno.
Informante # 13	20 años	Cumbayá	F	Es un lenguaje de Internet. Cada sección se refiere a uno de un modo diferente.
Informante # 14	53 años	Cumbayá	M	Excelente, tiene un poco de todo para todos los gustos. Por eso me meto en los sitios en donde entiendo lo que me dicen.
Informante # 15	15 años	Cumbayá	M	A excepción de los sitios de los jóvenes, tiene un lenguaje de viejos.
Informante # 16	23 años	Cumbayá	F	Como todo sitio de la web tiene un lenguaje informático, si uno no sabe manejarse dentro del sitio no se llega donde uno quiere.
Informante # 17	17 años	Tumbaco	F	Es fácil. No tengo problemas con él.
Informante # 18	38 años	Tumbaco	M	Tiene el lenguaje de una revista, cada sección se dedica a un público diferente, eso hace este sitio.
Informante # 19	19 años	Tumbaco	M	Chévere, no me pierdo.
Informante # 20	25 años	Tumbaco	M	Es un poco difícil, se necesita saber el significado de muchas palabras que no conozco.
presidencia.gov.ec				
Informantes	Edad	Zona- Quito	Sexo	Cómo definiría el lenguaje el sitio?
Informante # 1	20 años	Sur	F	Oficial.

Informante # 2	14 años	Sur	F	Es pura propaganda, parece que todavía están en campaña.
Informante # 3	18 años	Sur	M	No se dirige a los jóvenes, es complicado.
Informante # 4	26 años	Sur	F	Como el de un periódico, exactamente igual.
Informante # 5	19 años	Centro	M	No me gusta, muchas cosas no se entienden, es muy político.
Informante # 6	23 años	Centro	M	Es el lenguaje del que está en los medios y en el poder.
Informante # 7	30 años	Centro	M	Es un lenguaje para público adulto, no veo que un niño pueda entender nada de lo que dicen.
Informante # 8	15 años	Centro	F	Aburrido, tal vez para ciertos adultos sea chévere, pero para mí no. Prefiero otros sitios web.
Informante # 9	22 años	Norte	F	Es el lenguaje e los periodistas y además sin fotos.
Informante # 10	29 años	Norte	M	Es enredado.
Informante # 11	17 años	Norte	M	Es de gente mayor. Ninguna ventana me trata como un joven.
Informante # 12	20 años	Norte	F	Es formal, es el lenguaje que usan para decirnos las mismas cosas para que nadie les entienda.
Informante # 13	16 años	Cumbayá	M	Horrible!! Casi no les entiendo nada.
Informante # 14	21 años	Cumbayá	F	Es estático, no cambia de una ventana a otra. Terrible para los jóvenes que podrían interesarse si les dijeran lo mismo con otras palabras.
Informante # 15	19 años	Cumbayá	F	Es muy político, no simplifican las cosas. Les falta mucho para ser un sitio web.
Informante # 16	47 años	Cumbayá	M	Marketing político. Usan las mismas palabras de los periodistas sin decir nada nuevo.
Informante # 17	24 años	Tumbaco	M	Es un lenguaje que se entiende, pero a veces es muy académico.
Informante # 18	18 años	Tumbaco	F	No es un lenguaje para los jóvenes, parece que sólo les interesa que les lea poca gente.
Informante # 19	16 años	Tumbaco	M	Casi no se entiende.
Informante # 20	17 años	Tumbaco	M	Es casi como entender inglés. Muy complicado para gente de mi edad.

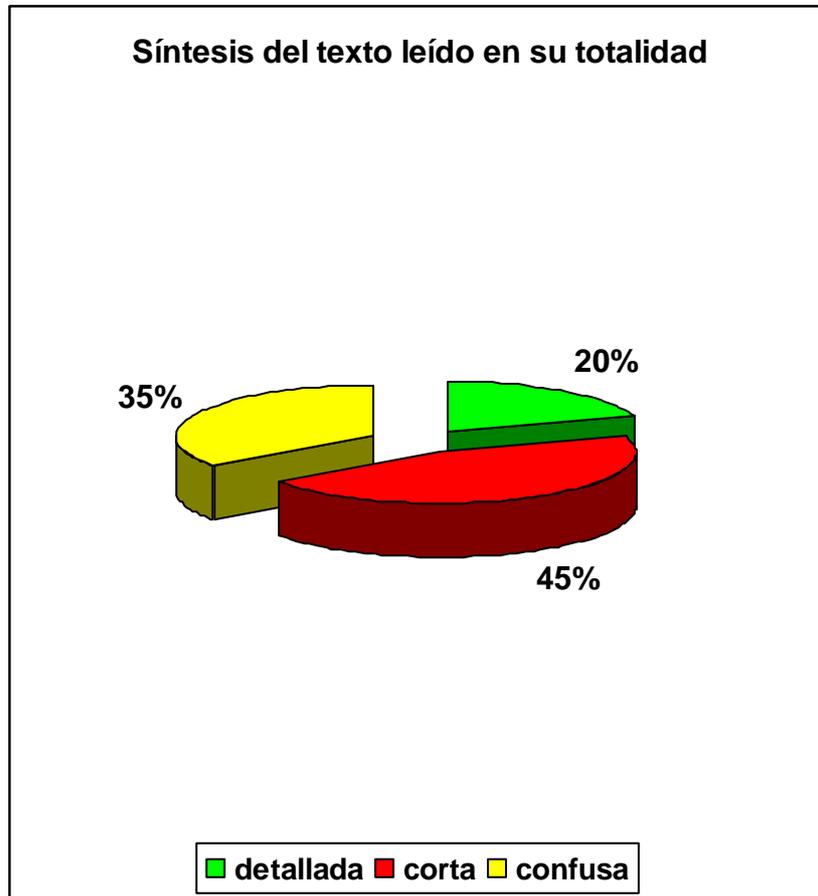
Anexo # 27

¿Le gusta leer en la pantalla?



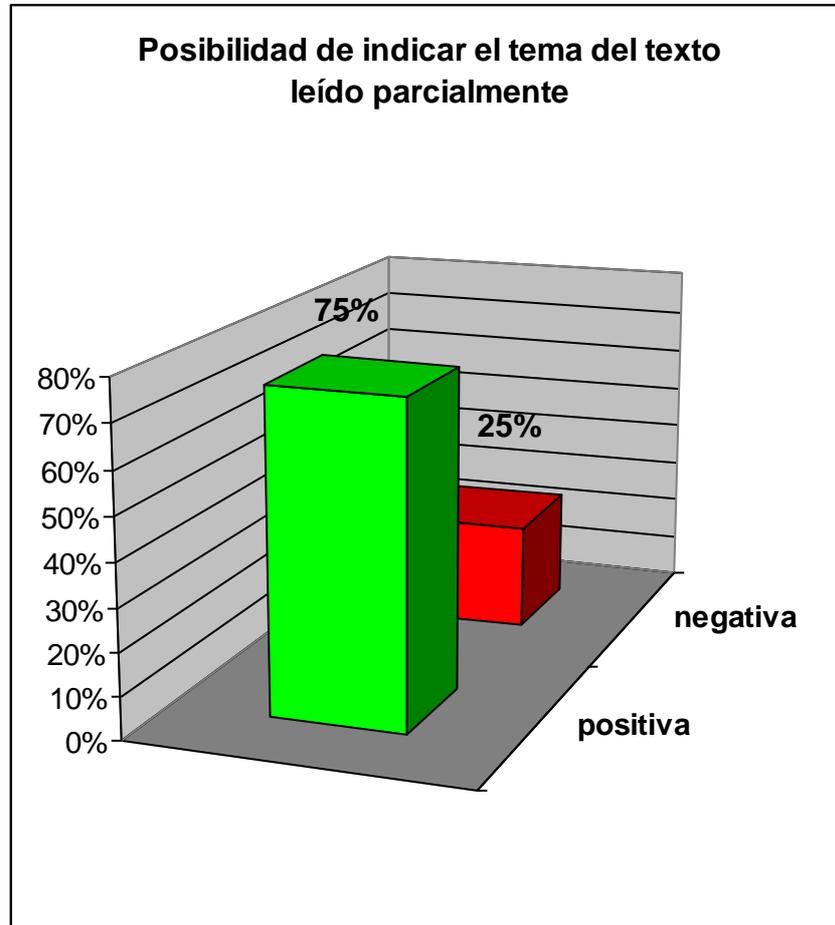
Anexo # 28

Síntesis de los textos leídos



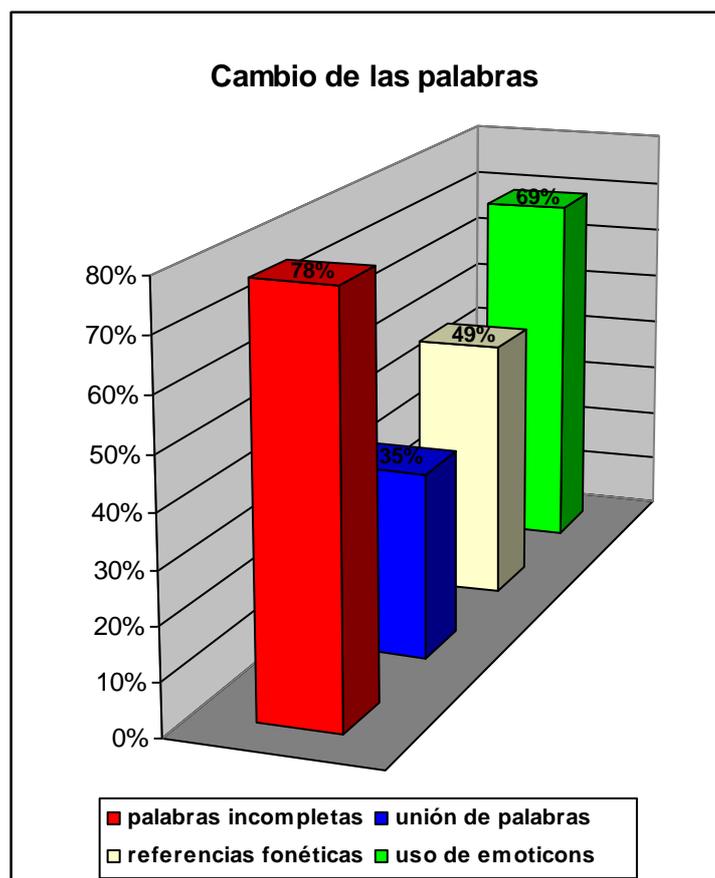
Anexo # 29

Posibilidad de indicar de qué trata el texto leído parcialmente



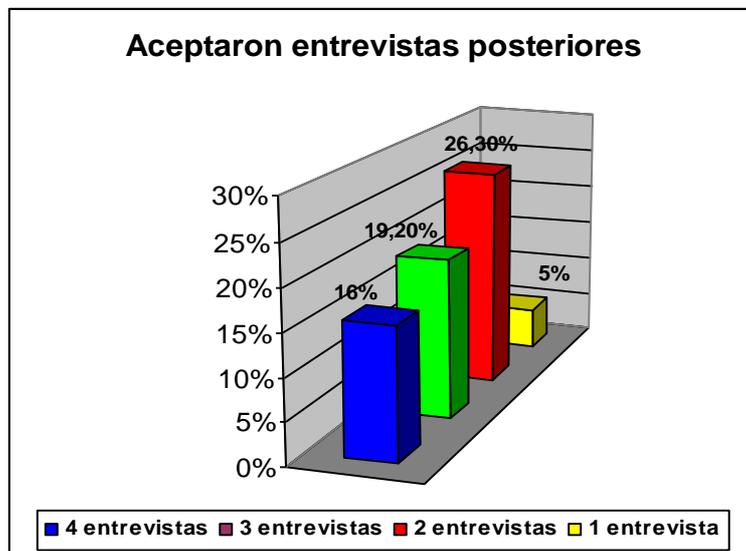
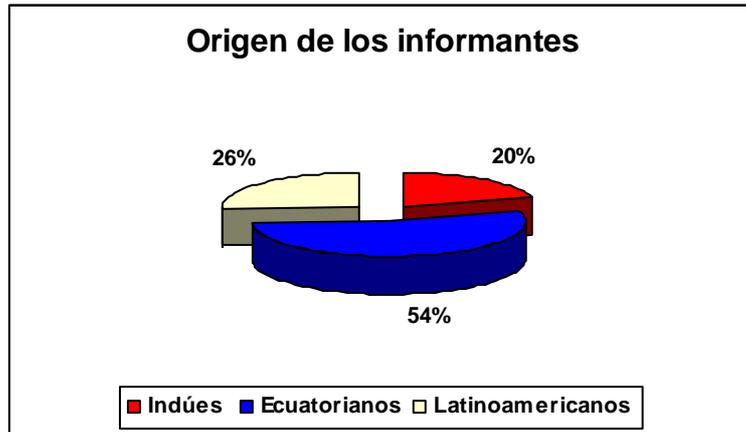
Anexo # 30

El lenguaje del chat



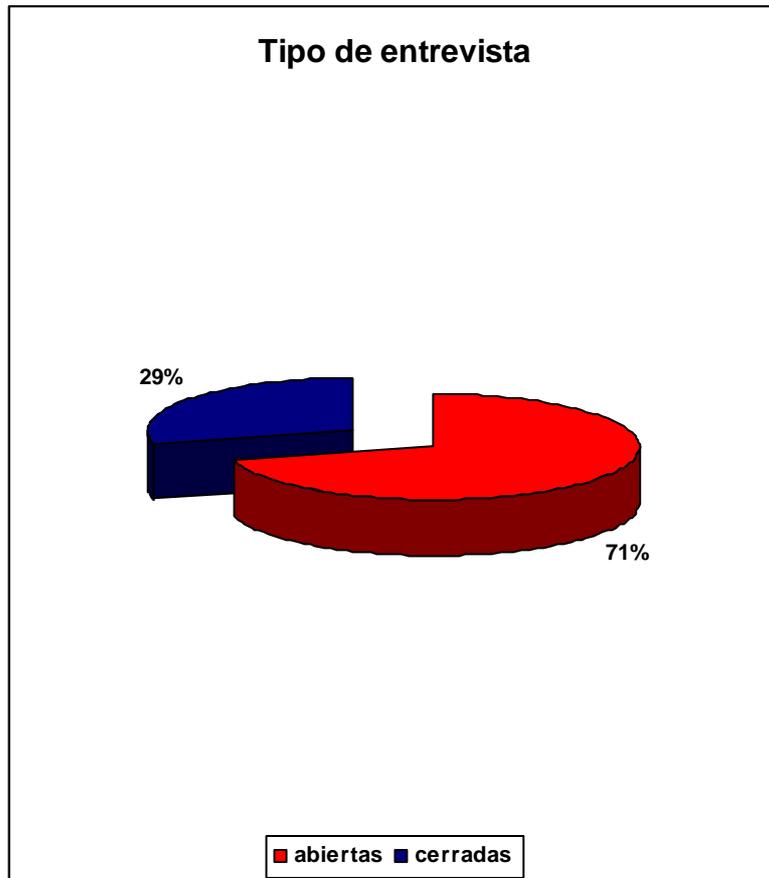
Anexo # 31

Origen de los informantes del chat y formas de abordarlos



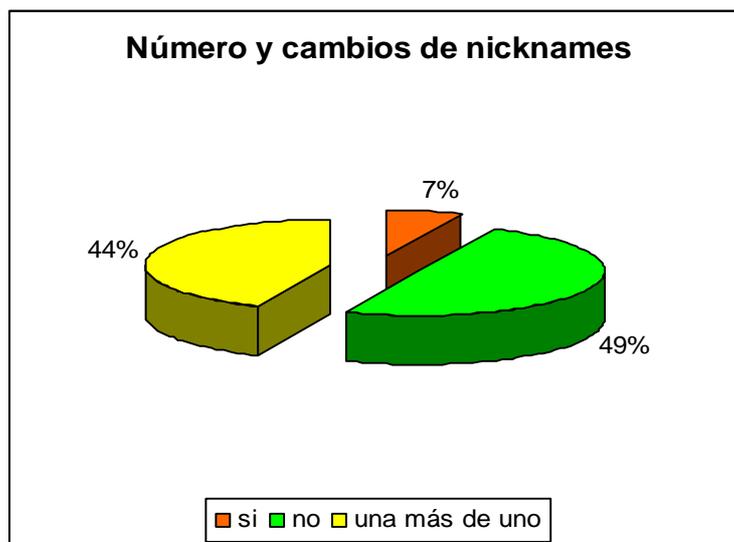
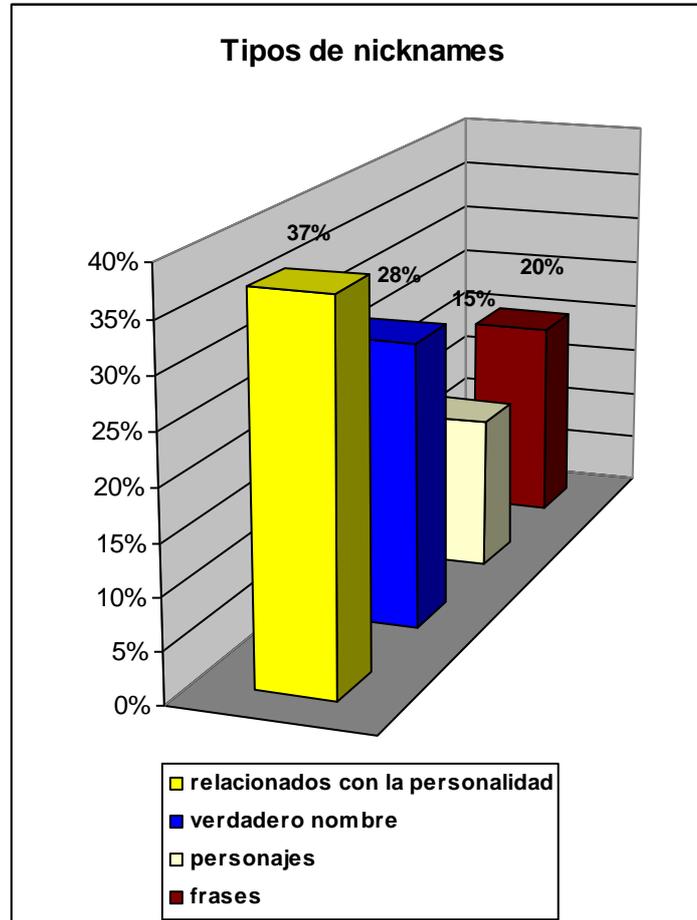
Anexo # 32

Entrevistas del chat



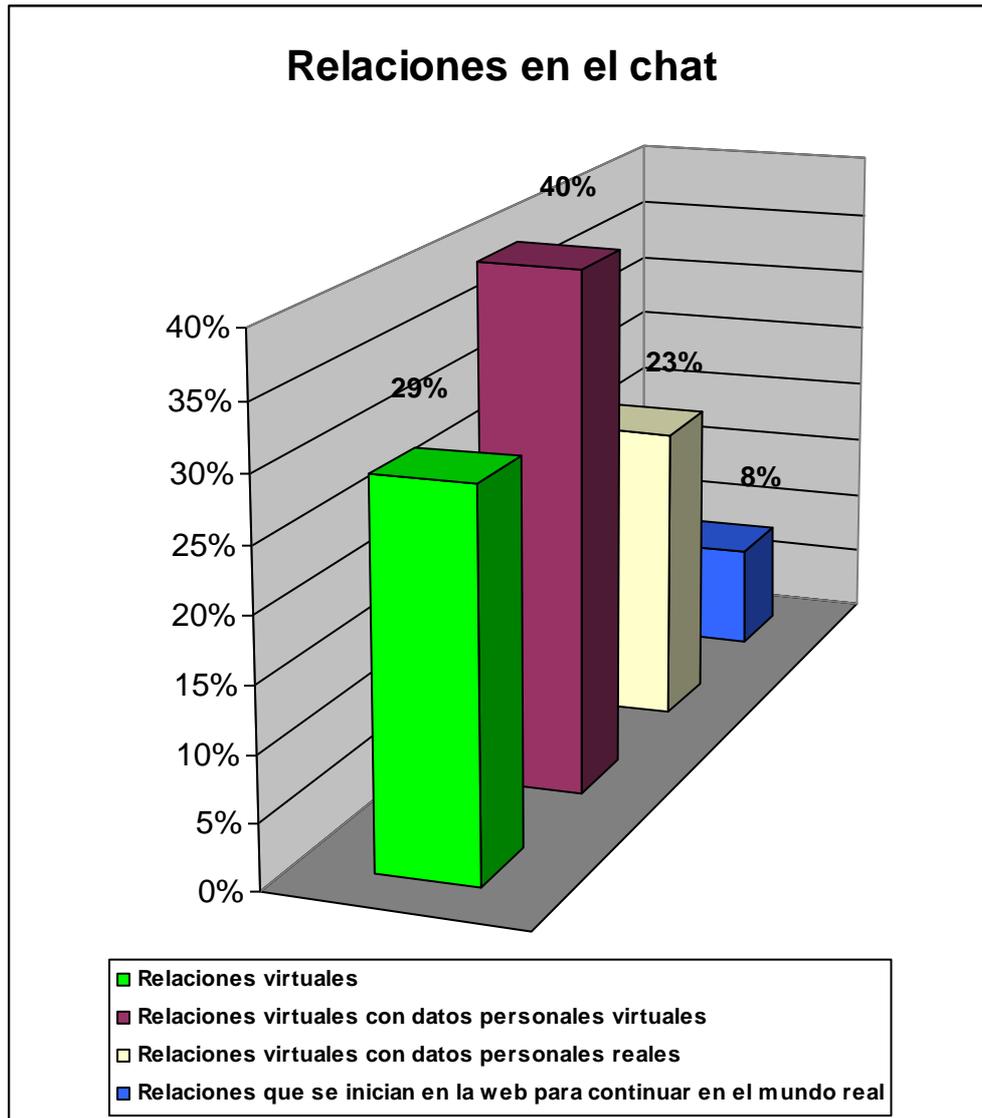
Anexo # 33

Nicknames



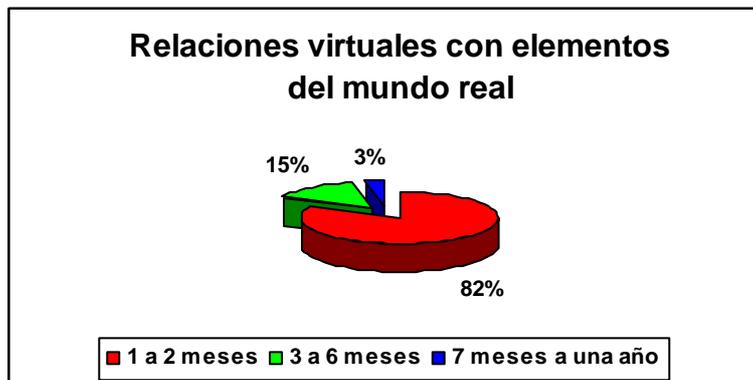
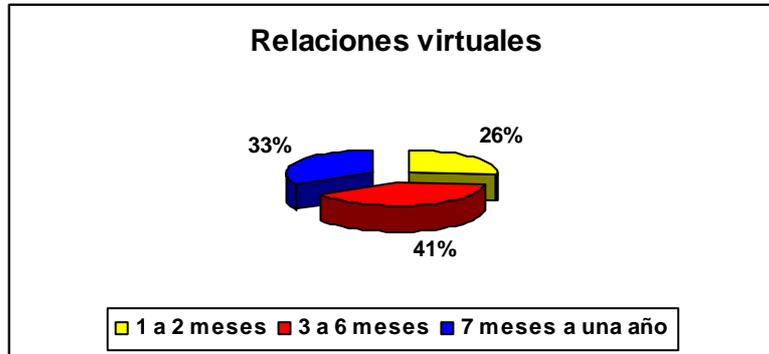
Anexo # 34

Tipo de relaciones en el chat

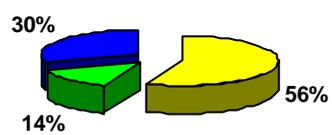


Anexo # 35

Duración de las relaciones del chat



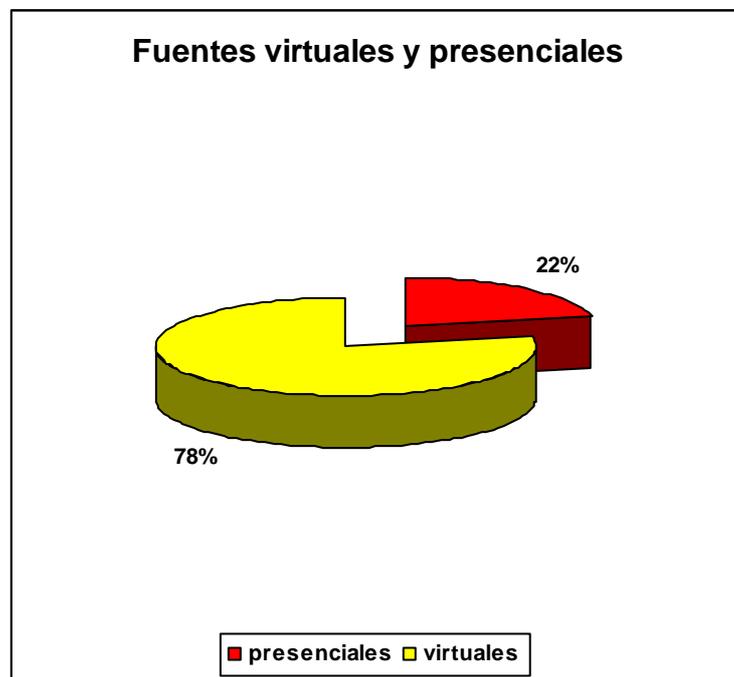
Relaciones que se inician en el chat para continuar fuera de él



■ 1 a 2 meses ■ 3 a 6 meses ■ 7 meses a una año

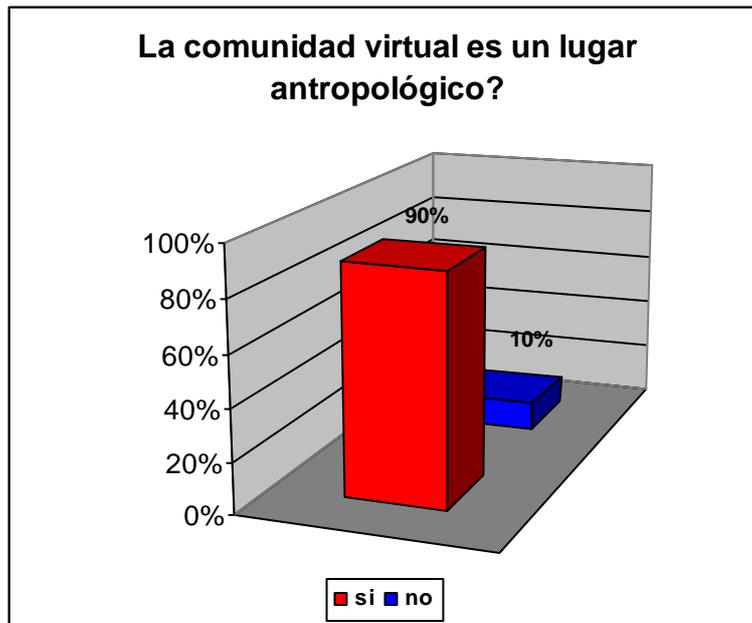
Anexo # 36

Fuentes de los informantes



Anexo # 37

¿La comunidad virtual es un espacio antropológico y político?



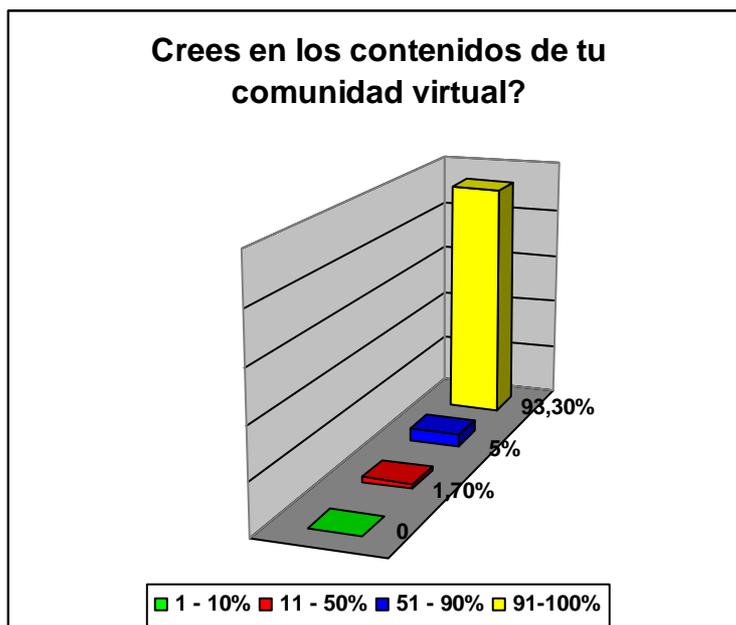
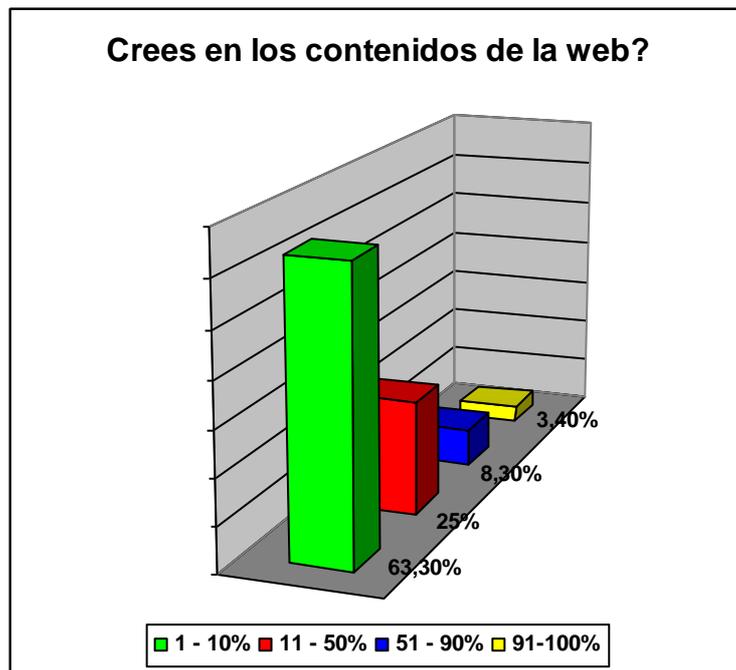
Anexo # 38

¿Qué es la web, una herramienta o un fin?



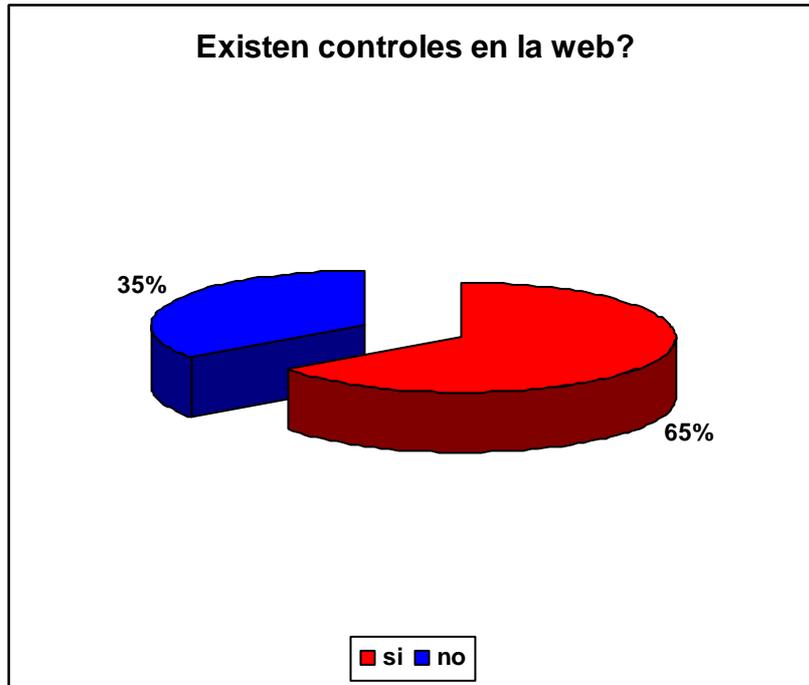
Anexo # 39

Transparencia de la web



Anexo # 40

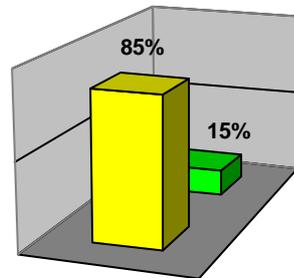
Posibilidades y controles en la web



Anexo # 41

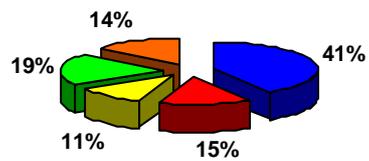
La palabra escrita y la imagen

Cuál es la materia prima de la web?



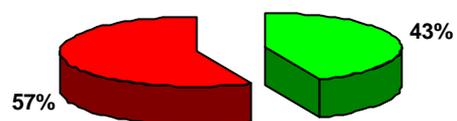
■ palabra escrita ■ imagen

En el chat utilizas más:



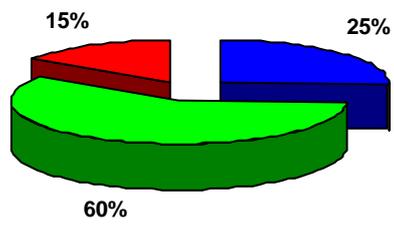
■ escritura formal ■ escritura arbitraria ■ emoticons
■ en mayúsculas ■ en colores

En el foro utilizas más:



■ escritura formal ■ escritura informal

En el correo electrónico utilizas más:

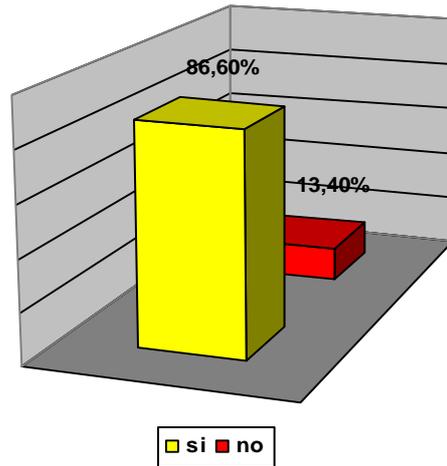


■ escritura formal ■ escritura informal ■ datos adjuntos

Anexo # 42

Los nuevos imaginarios y el lenguaje sintético de la web

Crees que la web está construyendo nuevos imaginarios?



El lenguaje de la web se diferencia del de los otros medios de comunicación?

