



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Hacia una semiótica del lenguaje de los nuevos medios
María Elena Bitonte
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Hacia una semiótica del lenguaje de los nuevos medios

María Elena Bitonte

Universidad Nacional de Buenos Aires
Universidad Nacional de Moreno

*La emergencia de la semiosis no se debe reducir a la emergencia del lenguaje.
(Eliseo Verón La Semiosis Social II: 2013: 183).*

Planteo de la cuestión

Esta presentación surge de un trabajo que fue el primero de una serie de seminarios iniciados en diciembre de 2013 en el seno de la Cátedra de Semiótica de los Medios II de la UBA (Titular, Prof. María Rosa del Coto)¹. El objetivo de dichos encuentros académicos era plantear algunos ejes y realizar una exploración bibliográfica, con

¹ Dichos desarrollos hoy se integran a la investigación UBACYT Proyectos Ubacyt 20020130100188BA (2014-2017), Dir. Prof. María Rosa del Coto y Graciela Varela, Cátedras de Semiótica de los Medios II, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

vistas a una reflexión semiótica sobre los medios virtuales y sus géneros. Como suelo repetir, me reconozco novata en el uso de este –ya no tan nuevo- lenguaje y creo que los más jóvenes tienen mucho por enseñar. No obstante, asumo que hay mucha tarea por hacer en materia semiótica. Dicho esto, simplemente expondré, en esta ocasión, algunos nudos problemáticos que encontré en un muy sucinto estado del arte. Se trata de una reseña, esto es, una exposición de índole crítico-analítica de un texto que creo ejemplar en cierto sentido. El texto que traigo a colación es “La palabra en la red: características lingüísticas de la comunicación en Internet”, que se encuentra en *El léxico. De la vida cotidiana a la comunicación cibernética*. El libro, editado en 2012 por dos profesoras de la facultad de Filosofía y Letras, titulares de la cátedra de gramática: Mabel Giammatteo e Hilda Albano, tiene varios capítulos, el último de ellos encara el análisis del Fotolog y el Facebook. Dada el área de competencia de sus autoras, presenta un enfoque eminentemente lingüístico por lo que el interés de comentarlo reside, precisamente, en evaluar sus alcances y limitaciones desde una perspectiva semiótica. Se trata de un desafío porque Internet cuestiona el predominio de un código único -el código escrito- que es el que atañe a la lingüística y que es el que puede comprender con su propio aparato disciplinar. Y por eso quiero empezar esta exposición con una advertencia que hace Eliseo Verón en la *Semiosis Social II*: La semiótica de Benveniste está focalizada en el lenguaje, la semiótica de Peirce en cambio se interesa en todos los procesos de signo. Es probable que otras configuraciones semióticas muy distintas sean anteriores al lenguaje: la gestualidad, una cantidad de otros signos. Entonces, la evolución se plantea de manera distinta. La ventaja de Peirce además es que los tres tipos de signos: íconos, índices, símbolos (los símbolos son el lenguaje) son cualitativamente distintos. No se puede considerar que uno es ancestro del otro. Esta teoría más compleja da la posibilidad de tratar de leer qué pasó” (Verón: 2013b).

Voy a tomar, entonces, como eje de mi reseña los tres órdenes de producción de sentido postulados por Charles Peirce y retomados por Eliseo Verón: lo icónico, lo indicial y lo simbólico, dado que siempre han sido una buena brújula en recorridos de sentidos reticulares y espacios fractales.

¿Qué pasó con el lenguaje en la Red?

Es evidente que el lenguaje ha sufrido transformaciones sin precedentes a partir de *la revolución del acceso* (Verón 2013a). Es por esta razón que se necesitan no sólo modelos adecuados de interpretación para su descripción y análisis. *El léxico*, de Mabel Giammatteo e Hilda Albano (2012) focaliza, precisamente, ese aspecto del lenguaje. Entre sus capítulos contiene uno –el último– que describe la economía del lenguaje ciber-lenguaje. Las características que le atribuyen (2012: 217-219) son las siguientes:

- a)** En cuanto a la situación comunicacional, las investigadoras señalan el carácter electrónico del canal, una gran factibilidad y rapidez para la interacción entre usuarios y la posibilidad de contacto inmediato entre lugares distantes.
- b)** Con respecto al intercambio emisor-receptor, observan que si bien la comunicación es más lenta, se asemeja a la oralidad, acercándose a la simultaneidad en algunos géneros como el chat. Y aunque carece de prosodia, con emoticones, íconos emotivos, *smilies*, combinaciones de signos de puntuación que imitan la gestualidad facial y otros equivalentes de la conducta no verbal, repone la emotividad e incluso el feedback de la conversación oral.
- c)** Respecto de la situación: las autoras plantean que se desarrolla en un espacio físico efímero, inestable y descontextualizado.
- d)** Sus propiedades textuales más relevantes son: emotividad, alto grado de espontaneidad, dinamismo, brevedad y apertura.
- e)** Finalmente, el aspecto más controvertido de la comunicación en Internet es su hibridez². Hay una flexibilidad, una plasticidad de la palabra que se modeliza según los objetivos comunicacionales; un "devenir otra cosa" de la palabra que se vuelve ícono. Emplazado a medias entre una oralidad escrita y una escritura oralizada, las lingüistas muestran hasta qué punto este lenguaje les resulta una especie fabulosa toda vez que lo denominan "lenguaje centauro". El efecto no deseado de esta monstruosidad es que en ese *continuum* de oralidad y escritura "el concepto de palabra se diluye" (Giammatteo y Albano, 2012: 228).

Las descripciones Giammatteo y Albano son, sin duda, adecuadas y dan un gran paso inicial indicando focos de debate que no son menores. Voy a situar, a continuación, algunos de ellos.

² Cfr. Yus, Francisco (2001) y Baron, Naomi (2000), *Alphabet to email*, Londres, Routledge.

Uno de los nudos problemáticos es ese devenir otro de la letra que no es mero símbolo sino que se torna ícono -e índice!- continuamente. Pero lo importante no son las etiquetas que dicen qué cosa es un ícono, un índice o un símbolo sino -tal como lo plantea Fisher, 1999: 54), qué tipo de proceso cognitivo acarrear. Dicho en otros términos, en Internet, el signo lingüístico en su devenir icónico e indicial, neutraliza el carácter convencional que ha constituido su propiedad fundamental en el contexto de la lengua escrita. Así lo expresan las lingüistas en el siguiente fragmento:

En líneas generales se puede decir que hay un debilitamiento de los límites estrictos que la escritura convencional impone a la separación entre palabras, lo que sin duda debe vincularse con la mayor cercanía con la oralidad, donde el texto pronunciado resulta un continuo en el que el concepto de palabra se diluye (Giammatteo y Albano, 2012: 228).

La disolución del código escrito, que las autoras atribuyen a la impregnación del lenguaje oral, trae aparejado el ablandamiento de la norma. La Red ofreció al código escrito la vía regia para neutralizar la normativa en virtud de la emotividad a través de sus recursos icónico-gráficos:

La ortografía resulta sumamente variable y, según vimos, ha sido despojada de su función normalizadora y puesta al servicio de la expresividad; la palabra se vuelve una unidad más flexible y difusa, cuyos límites pueden ser moldeados según los casos y las necesidades comunicativas; el concepto de clase de palabra (...) se vuelve más permeable y permisivo (Giammatteo y Albano, 2012: 233).

Con todo, no debemos soslayar algunos aspectos semióticos que quedan solapados en esta descripción y es que más allá del uso convencionalizado de los emoticones, su adopción tiene un fundamento icónico e indicial. Un paréntesis y dos puntos se parecen a los ojos y la boca sonriente. Así, las emociones se desplazan de lo gestual corporal (dimensión indicial de sentido) a los íconos gráficos objetivando su valor emotivo-ilustrativo. Hemos recorrido milenios desde la escritura pictográfica para regresar a ella en el sigloXXI...!³.

Como se puede observar a través de lo expuesto, las lingüistas advierten claramente que el lenguaje en Internet se rige por los principios de iconicidad, emotividad y contacto, lo que iría en detrimento del principio rector de la lengua: el orden simbólico.

³ "En la más temprana prehistoria los hombres comenzaron a expresarse de forma gráfica y las pinturas de sus cavernas, grabados rupestres y tallas en madera son morfológica y presumiblemente, secuencialmente también, predecesoras de la escritura. Mediante algún proceso de simplificación y estilización parecen haber conducido a diferentes clases de pictogramas hallados en sociedades simples" (Goody, 1968: 34).

Pero lo que no alcanzan a concebir es que este proceso no va en detrimento del lenguaje cibernético sino que, antes bien, le suma plasticidad y conexidad. En este punto, antes de continuar, algunos elementos de la semiótica (cfr. Peirce: 1987; Verón: 1993; 2001/1984; 2013) nos permitirán explicar este fenómeno que consterna a las lingüistas.

Las tres dimensiones de la semiosis en el lenguaje digital

En primer término y para no dar a este análisis un sesgo taxonómico, las tres dimensiones de la semiosis (icónica, indicial y simbólica) son modos de funcionamiento y no tipos de signo. En segundo lugar, las tres dimensiones de la semiosis siempre están presentes en todo discurso social mediatizado. Tercero: puede suceder que una de ellas asuma un dominio relativo sobre las otras, dependiendo del tipo de fenómeno, su contexto o situación. Y finalmente, dichas dimensiones pueden ser analizadas tanto en producción como en reconocimiento, en términos de operaciones primeras, segundas y terceras de producción de sentido. Así las explica Verón en el siguiente párrafo:

Aquellos ET⁴ que parecen conocer un poco de semiótica usan un lenguaje muy simple. A las operaciones relativas a *estados* (emociones, afectos, etc.) las llaman primeras; a las operaciones que implican *procesos y relatos*, las llaman segundas, y a las relativas a *reglas*, las llaman terceras (Verón, Eliseo (2002:12).

Vale decir que las dimensiones icónica, indicial y simbólica, están comprendidas en los tres tipos básicos de operaciones semióticas correlativas a las tres categorías peircianas: las **operaciones primeras**, relativas a estados, sensaciones, afectos o emociones; las **operaciones segundas**, que implican relaciones, vínculos y de ahí, que son las que dinamizan procesos y relatos, y las **terceras**, relativas a convenciones, reglas (Verón: 2002; Bitonte y Grigüelo, 2002: 5).

Retomando el análisis, Giammatteo y Albano bien señalan las transformaciones en el nivel icónico. En términos semióticos, como vimos, lo icónico incumbe a toda entidad caracterizable como una cualidad, estado, semejanza o sensación. De ahí que ese suplemento icónico de la palabra en la Red, tal como las autoras lo observan, no es solamente un atributo estético o caligráfico sino que tiene un fuerte valor emotivo. Sería interesante incluir la perspectiva de Jonge (2000), que extiende el principio de

⁴ *Espécimen Terra*.

iconicidad como correspondencia entre lo percibido y su expresión lingüística⁵. Y cabría preguntarse si este principio rige la economía del lenguaje de la Red no solamente en el devenir ícono del signo lingüístico sino también toda vez que se reproduce la estructura de contenido más icónica, esto es, más ajustada a la realidad contextual (dicho proceso se constata, por ejemplo, en la estructura sustantivo-verbo-acusativo, la más ostensiva y simple).

Giammatteo y Albano, en consonancia con lo expuesto, reparan en las propiedades ortográficas del lenguaje cibernético, entre las que el apartamiento de la norma (abreviaturas, neologismos, multiplicación de grafemas, sustituciones y elisiones vocálicas, variabilidad) responde a dos principios: el de economía del lenguaje y el principio creativo de iconicidad. Para ilustrar este último aspecto detengámonos en la siguiente cita:

La *multiplicación* de grafemas vocálicos y consonánticos –*muchooo, soooooobrí!!* (sobri[no]), *dónde estaaaaaaaaaaaaas?, feliizzz*- así como también la *inserción* y el *cambio* de vocales –*muchioo, lendo* (lindo)-. En los casos de duplicación e inserción se ve claramente el sentido enfático del agregado, vinculado fundamentalmente con el valor fuertemente emotivo de estos textos. De modo más amplio, esta característica puede relacionarse con lo que representan los procesos de reduplicación en las lenguas, en los que siempre se ha reconocido un valor icónico relativo a valores de “aumento e intensidad” (Giammatteo y Albano, 2012: 226).

Como se ve en este tramo la dimensión icónica está enfocada en el aspecto gráfico de la palabra. El tramo siguiente que completa el anterior, en cambio, focaliza el aspecto fonológico:

⁵ “2.3. Principio de iconicidad: El principio de iconicidad implica que, en una situación no marcada, en la que hay opción entre varias posibilidades, el hablante optará por la variante más icónica, es decir, la que se corresponde más con la situación observada en el mundo real. Es de suponer que, en general, el orden de las palabras o constituyentes en un enunciado lingüístico funcione así. El orden *nominativo – verbo – acusativo* en un discurso será el naturalmente no marcado. En efecto, lo más icónico es que el nominativo sea la entidad más conocida en el contexto, que por lo tanto se menciona primero, para luego agregar la información nueva de lo que hace y, al final, la información nueva de sobre quién o qué se ejerce la acción. Otro ejemplo sería el orden en que aparecen los hechos en el discurso: por lo general, el orden de los hechos presentados linealmente en la lengua equivale al orden lineal del tiempo en que ocurren en el mundo real” (Jonge: 2000: 10-11). Los principios restantes son: egocentricidad (identificación del foco de atención del hablante en nominativo), economía (menor esfuerzo, máxima claridad) y complejidad inferencial (capacidad de inferir mensajes complejos a partir de categorías simples).

En muchos casos, en la duplicación de vocales, una se escribe con mayúscula – *buenOoo, amOooo; beeziittOoooo*- lo que puede vincularse con la tendencia fonologizante de estos textos por la que la vocal así destacada estaría representando el acento de mayor intensidad dentro de la palabra. Mediante la fonologización se estaría buscando proyectar en la escritura los rasgos fonológicos. El objetivo pareciera ser borrar los límites entre oralidad y escritura a fin de acercar el intercambio a lo que sería una comunicación 'cara a cara' " (Giammatteo y Albano, 2012:226).

En términos semióticos la fonologización es también una operación primera o icónica en tanto que pone de relieve la cualidad sonora de la palabra. En esta clase de procesos marcados en la superficie significante, el contenido de las palabras no sólo es inteligible sino que se hace ostensible de forma visual. De este modo, la emotividad, señalan acertadamente las autoras, también puede ser marcada a través del uso de una ortografía no legitimada pero que resulta indicativa de la identidad de una persona. Entonces "yorar" constituye una marca del sociolecto porteño.

Notemos que estas son todas operaciones admirablemente simples, que funcionan en un nivel superficial del enunciado de modo descriptivo pero alcanzan enormes repercusiones semióticas. Así, la intensidad de la voz, el énfasis, el afecto representado a través de un grafema o un recurso fonológico tienen aquel estatus elemental que Peirce atribuía a la Primeridad. Pero es a partir de ese primer nivel descriptivo⁶ que desencadenan operaciones de otra índole (segundas o indiciales y terceras o simbólicas).

Así, las lingüistas observan que la palabra en Internet tiene un significado que no es independiente de las cualidades materiales del significante (el tamaño, color, forma, sonido). De ahí que produce un sentido que –como bien señalan- está al servicio de lo emotivo y emula la conversación presencial. El estudio realizado lleva a las autoras a la siguiente conclusión:

En conclusión, los aspectos lingüísticos empleados están al servicio de la intención del productor del texto que es la de transmitir de manera breve e inmediata, acercando lo más posible a la comunicación "cara a cara", un mensaje cuyo contenido está referido a algún hecho o episodio actual de su vida. Por lo tanto, la inmediatez y la emotividad, componentes básicos de esta comunicación cibernética, son determinantes en la configuración lingüística de esos textos. Asimismo, cabe señalar que en particular los

⁶ Convengamos que toda descripción -verbal o no verbal- constituye una operación icónica porque refiere el aspecto de un objeto y se funda precisamente en la semejanza. Hay un *operador* y un *operando* (Verón: 2004: 51), uno describe al otro (*descriptum-descriptor*) y una relación que los une (*semejanza*).

rasgos ortográficos y morfológicos constituyen el soporte fundamental para entroncar la escritura con la oralidad” (Giammatteo y Albano, 2012:234).

Sintetizando, más allá de la gramática, si los ejemplos citados llaman la atención de un semiótico es porque muestran la plasticidad del lenguaje en la Red que en su economía produce una inflación del orden icónico y, aún con deflación del simbólico, construye sentido. Esta semiosis dinámica, siempre en construcción, abierta, demanda una conclusividad diferente a la que puede construir el texto analógico. De ahí la extrañeza que provoca en especialistas cuya preocupación recae fuertemente sobre la adecuación de las formas lingüísticas instituidas:

Extendiendo los conceptos anteriores, en líneas generales, cuando la comunicación se establece a través de la tecnología y de forma no presencial, es probable que surjan variables lingüísticas no legitimadas, que afloran a través de los vínculos débiles, cuyo desarrollo es favorecido por el estilo de vida actual que permite el contacto constante y fluido entre personas alejadas temporal y espacialmente” (Giammateo y Albano, 2012:224).

Ahora bien, la preocupación gramatical por las *variables lingüísticas no legitimadas* les impide a las autoras explicar que al tiempo que el sentido se materializa más ostensivamente, despliega un sinnúmero de relaciones internas y externas al texto (al punto que valdría preguntarse si existe un adentro y afuera del texto). Este fenómeno corresponde ya a la segunda dimensión de producción de sentido: la indicial.

El reino indicial

Siguiendo a Verón (2001/1984), entre los tres órdenes de funcionamiento del sentido, el indicial tiene una especial importancia tanto desde el punto de vista del sujeto (Verón: 1993) como antropológicamente (Verón: 2013a) ya que ontogenéticamente es el más arcaico. No obstante, este orden no es rígido ni puede generalizarse a todo el universo ya que, tal como lo advierte Verón, en la historia de los medios de comunicación se observa un orden inverso:

Hay que notar –dice Verón (2001: 19)- de todas maneras, que la mediatización de esos tres niveles de funcionamiento se ha producido en un orden *inverso* al de la ontogénesis: si el sujeto se constituye a partir de la estructuración de su cuerpo significativo en el contacto para llegar al orden simbólico del lenguaje, pasando por la figuración, los medios se han apropiado en primer lugar de la escritura, después del

orden de la figuración a través de la fotografía y el cine, para conducir finalmente a la mediatización del contacto, parcialmente con la radio, plenamente con la televisión. El orden indicial funda lo que el semiólogo denomina la *capa metonímica de producción de sentido*, cuyo operador principal es el cuerpo. Dicha capa se articula sobre el eje de contigüidad cuerpo-espacio-objetos. Su importancia se destaca toda vez que se analiza lo que Verón denominó el dispositivo de *contacto*. El contacto ocurre a partir de procedimientos semióticos diversos a través de las cuales los usuarios satisfacen sus propósitos interactivos e interaccionales. Vale recordar, en este sentido que para Peirce, los signos no sólo permiten la representación en ausencia del objeto sino que son verdaderos medios de interacción entre sujetos. Así resulta que el contacto inter-sujetos en espacio virtual y en tiempo real neutraliza las distancias físicas. Scolari (2004) recurre a la noción de *contrato de interacción* para dar cuenta de este proceso. Asimismo, Gurevich (2014) acuña a idea de *tríada interactiva (Gustar - Comentar - Compartir)* vinculada a la dimensión indicial de sentido en tanto que se entabla una relación entre lo dicho, su enunciador y sus enunciatarios, quienes establecen un contacto que funda el principio participativo de co-enunciación propio del lenguaje de la Red. Sólo por poner un ejemplo:

El "me gusta" prolonga la cadena metonímica de la amistad, al enlazar un usuario con un contenido y por extensión, a quién lo profiere. El usuario pasa de ser un enunciatario en potencia a un lector en efecto, abandona su condición de *voyeur* y se vuelve enunciador que deja su marca, señala que ha leído (Gurevich 2014:62).

A partir de estos fundamentos, se puede afirmar que los procesos contractuales de la mayor parte de los géneros interactivos están articulados a partir de operaciones predominantemente indiciales.

Giammatteo y Albano entienden este vínculo en términos funcionalistas a partir de la idea de feedback: "El feedback es parte constitutiva de estos textos, sin lo cual la comunicación se debilitaría hasta hacerse insostenible, dada su naturaleza esencialmente interactiva" (Giammatteo y Albano 2012: 223). En esta línea, asumen que en los intercambios en la red Facebook no hay un franco interés de transmitir contenidos sino antes bien, una voluntad de permanecer en contacto. Nuevamente, las lingüistas perciben la relevancia del fenómeno pero no alcanzan a desmontar su índole compleja y eminentemente semiótica:

En cuanto al contenido, no hay interés por transmitir densa información conceptual, por el contrario, *el centro de interés es el contacto entre los participantes y el intercambio de saludos y noticias personales o de la vida cotidiana*, por lo que hay un

amplio predominio de las funciones emotiva (centrada en el emisor y en sus sentimientos y emociones) y fática (centrada en el mantenimiento del canal mediante el cual se establece el contacto) (Jakobson, 1984). (Giammatteo y Albano, 2012:223). Como se puede ver, las autoras aluden al vínculo entre sujetos en términos de la noción lingüística de función fática (Jakobson 1960) y no de la noción semiótica de contacto (Verón: 1983, 1984/2001, 1985) que no se reduce a la constatación o conservación del canal sino que permite analizar los reenvíos e interacciones en virtud de un contrato de lectura o de interacción (Scolari: 2004). Este sería uno de los factores que explicaría por qué los usuarios se comunican más allá de la trivialidad de los contenidos que pudieran transmitir.

Conclusión

A lo largo de esta reseña pudimos apreciar que las descripciones de Giammatteo y Albano (2012) son justas pero su aparato conceptual no resulta pertinente ni suficiente para desmontar la complejidad de las operaciones que se producen en el lenguaje de la Red. Su marco disciplinar les permite observar sólo el nivel gramatical, que es – siguiendo a Peirce- un nivel (elemental) de descripción basado en el signo en sí mismo. Un segundo nivel analítico corresponde a la Lógica y abarca la relación del signo con su objeto. Es aquí donde se sitúa la segunda tricotomía de signos correspondiente a la dimensión icónica, indicial y simbólica. El tercer nivel –que no ha sido desarrollado en esta ocasión por razones de atinencia- es la Retórica y comprende la relación entre signo-objeto e interpretante. Sin restarle la importancia que merecen los otros, de estos tres, es el segundo nivel el de mayor alcance explicativo para abordar el lenguaje digital.

La digitalización es un proceso de intercambio de información dinámico y permanente que entreteje vínculos entre los interactores a partir de los que se comunican y construyen sus identidades. Y más aun, el lenguaje digital permite a los usuarios operar sobre datos simbólicos, imágenes, sonidos y relaciones, modificarlos y transferirlos. Todo esto amerita un encuadre que no puede prescindir de la semiótica ya que esta disciplina abarca múltiples lenguajes en su heterogeneidad.

El propósito de este trabajo fue trazar algunos ejes problemáticos para situar la cuestión del lenguaje digital en términos semióticos. El desafío no es desplazar las descripciones lingüísticas por las semióticas sino relativizarlas en el marco de una

supuesta hegemonía del código lingüístico. No tenemos aún tradición ni suficiente distancia crítica para el abordaje de un objeto que nos toma tan de cerca. Aunque sí tenemos la responsabilidad de evaluar modelos de análisis frente a las transformaciones que se suscitan en el campo discursivo y comunicacional, en función de sus implicancias políticas y prácticas.

Bibliografía

Adami, Elisabetta (2013), "A social semiotic multimodal analysis framework for website interactivity". NCRM Working Paper. NCRM, London, UK. (Unpublished). ("Enfoque sociosemiótico multimodal para un análisis de la interactividad en sitios web", MODE, Instituto de Educación, Universidad de Londres. Trad. Nicolás Canedo para la cátedra Semiótica de los medios II, FSOC, CCOM, UBA.

Alzamora, Gaene y Renira Gambarato (2014), "La semiótica peirceana y las dinámicas transmediáticas. La potencialidad comunicacional del modelo semiótico" en OCULA 15, www.ocula.it, trad. por María Elena Bitonte disponible en

<http://semiotica2a.sociales.uba.ar/incio/publicaciones/pubbitonte/>

Bitonte, María Elena (2012), *Huellas y proyecciones de un modelo epistemológico indicial*, Berlin, EAE (Editorial Académica Española). Disponible, cap. 2 en

<http://semiotica2a.sociales.uba.ar/incio/publicaciones/pubbitonte/>

Bitonte, María Elena y Liliana Grigüelo (2002), "Espacios mentales y pensamiento crítico", actas del V Congreso de la Federación Latinoamericana de Semiótica, Semióticas de la vida cotidiana, Buenos Aires, 28 de agosto de 2002.

Fisher, Sophie (1999), *Énonciation. Manières et territoires*, Paris, Ophris

Giammateo, Mabel e Hilda Albano, (2012), "La palabra en la red: características lingüísticas de la comunicación en Internet", en Giammateo, Mabel y Albano, Hilda (coord.) (2012), *El léxico. De la vida cotidiana a la comunicación cibernética*.

Goody, Jack (1968), *Literacy in traditional societies*. Cambridge University Press.

Gurevich, Ariel (2014), "Retóricas de la identidad Arquitectura de Facebook y Cultura contemporánea", Tesina de Grado, Facultad de Ciencias de la Comunicación, UBA.

Jakobson, Roman (1960), "Lingüística y poética", en "Concluding statements. Linguistics and poetics", en *Style in language*, New York, London, p. 350-377.

Jonge de, Bob (Ed.). (2000). *Estudio analítico del signo lingüístico: teoría y descripción* (Vol. 17), Amsterdam, Rodopi.

Peirce, Charles Sanders (1931-1958), *Collected Papers of Charles Sanders Peirce, vols. 1-8*, C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks (eds). Cambridge, MA: Harvard University Press

Scolari, Carlos (2004), *Hacer click. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*, Barcelona, Gedisa.

Verón, Eliseo (2013a), *La Semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

----- (2013b), "Internet es el golpe de gracia de la TV" En revista Ñ, 21/10/13, disponible en http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/Eliseo-Veron-La-semiosis-social-2-Internet-golpe-gracia-TV_0_1013898616.html

----- (2004): "Diccionario de lugares no comunes", en Fragmentos de un tejido. Barcelona: Gedisa.

----- (2002), *Efectos de agenda II. Espacios mentales*, Barcelona, Gedisa.

----- (2001) "El living y sus dobles: Arquitecturas de la pantalla chica", (1984, Paris, *Temps Libre*, Nº 11/1984). En Verón (2001), *El cuerpo de las imágenes*, Buenos Aires, Norma.

----- (1993), *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa (1988).

----- (1985), "El análisis del contrato de lectura. Un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media", en *Les medias: Experiences, recherches actuelles, applications* , Paris, IREP

----- (1983), "Il est là, je le vois, il me parle", Paris, Communications Nº 38, Enonciation et cinéma, trad. castellana, María Rosa del Coto, "Está ahí, lo veo, me habla", para la cátedra de Semiótica de los medios II, Secretaría de Publicaciones de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA (mimeo 2003).