

# Comprender los nuevos medios. Una lectura posible sobre la obra de Lev Manovich.

*Understanding new media.  
A possible reading on the  
work of Lev Manovich.*

Leandro González  
Universidad Nacional de General Sarmiento  
Buenos Aires, Argentina  
legonzal@ungs.edu.ar

*LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*  
Año IX, #18, Segundo semestre 2017  
Buenos Aires, ARG | Págs. 37 a 54  
ISSN 1851-8931 / eISSN 2545-658X

Recepción: 31/05/2017 – Aceptación: 11/08/2017

## Resumen:

El artículo ofrece una lectura posible de *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, de Lev Manovich. En lugar de limitarse a reseñarlo, se propone analizarlo en función de tres ejes y ponerlo en relación con otros aportes teóricos y conceptuales que permiten comprender en mayor profundidad el lenguaje y las implicancias sociales de los nuevos medios de comunicación. Se plantea que la comprensión de estos lenguajes es algo necesario per se, pero además es imprescindible para interpretar las nuevas formas de la experiencia contemporánea.

**Palabras clave:** *Manovich, lenguajes, medios digitales*

## Abstract:

The article offers a possible reading of Lev Manovich's *The Language of New Media*. Rather than just reviewing it, it aims to analyze it in terms of three axes and to put it in relation to other theoretical and conceptual contributions that allow a deeper understanding of the language and so-

cial implications of new media. It is argued that understanding these languages is not only necessary per se but also essential to interpret the new forms of contemporary experience.

**Keywords:** *Manovich, languages, digital media*

Es preciso contar con que novedades tan grandes transformen toda la técnica de las artes y operen por tanto sobre la inventiva, llegando quizás hasta a modificar de una manera maravillosa la noción misma del arte.

Paul Valéry, *Pièces sur l'art* ("La conquête de l'ubiquité").<sup>1</sup>

Lev Manovich escribió una de las grandes obras de los últimos años, uno de esos libros fundamentales para comprender la cultura contemporánea. Sin temor a exagerar, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación* puede ser considerado con todo derecho como un clásico contemporáneo, un libro que seguirá siendo de relevancia por su doble capacidad para documentar una época y ponerla en diálogo con series históricas de largo alcance.

Si cualquier obra es indisociable de su autor, en este caso esa necesidad de detenerse en lo biográfico está acentuada por una serie de particularidades. Manovich nació en Moscú en 1960 y 21 años después se mudó a Nueva York. Es decir, tras formarse inicialmente en la Unión Soviética, completó su formación superior en Estados Unidos, y ausculta el mundo de los medios desde esa óptica: en calidad de "sujeto poscomunista", tal como se autodefine. Estudió cine, historia del arte, arquitectura, teoría literaria y matemática. Hizo un curso de cálculo y programación informática entre 1975 y 1977, periodo en el cual jamás vio una computadora. Además de investigador, es artista y programador. Trabajó en una de las primeras empresas del planeta dedicadas a la producción de animación 3D por computadora para cine y televisión.

En el prefacio, Mark Tribe (artista y fundador de Rizhome.org) afirma que la obra representa el "primer análisis detallado y globalizador de la estética visual de los nuevos medios" (2005: 15) y constituye un aporte fundamental en la construcción de una historia y una teoría del lenguaje de dichos medios. El propio Manovich es consciente del lugar

1 Extracto del epígrafe que cita Walter Benjamin (1989: 17) en "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica".

en el que se inserta su trabajo: luego de lamentar el hecho de que nadie haya documentado y teorizado en profundidad los años iniciales del cine, sostiene que “hoy asistimos al surgimiento de un nuevo medio, que es el meta-medio del ordenador digital y, a diferencia de lo que pasó hace cien años, somos plenamente conscientes de la importancia de esta revolución” (2005: 49).

A modo de contexto, este libro puede situarse dentro de lo que algunos autores definen como un paradigma teórico no antropocéntrico, en el cual se reconoce la *capacidad de agencia* de los objetos y que cuenta a Bruno Latour entre sus principales teóricos. ¿Qué implica ello en el ámbito de los nuevos medios? Que las máquinas participan en la producción de sentido. En términos de Mario Carlón, “los dispositivos maquinísticos son, debido a la indicialidad y a su carácter automático, productores de discursividad (es decir, capaces de generar operaciones de denotación no previstas por el sujeto operador): una enunciación automática” (Carlón, 2016: 16). Desde que se inventó la fotografía, en cierto sentido cada vez es menos decisivo el factor humano en la producción de imágenes<sup>2</sup>. Tal como lo señaló Walter Benjamin en aquel célebre ensayo, “la mano se descarga por primera vez de las incumbencias artísticas más importantes que en adelante van a concernir únicamente al ojo que mira por el objetivo” (1989: 19). Si bien es cierto que detrás de cada dispositivo hay una persona operándolo, no es menos cierto que es cada vez mayor la cantidad de dispositivos productores de imágenes que requieren una mínima participación humana (como las cámaras de seguridad, los drones, etc.)<sup>3</sup>.

De hecho, estos dispositivos no sólo producen imágenes sino también una enorme cantidad de (meta)datos: por ejemplo, una foto tomada con un celular contiene información no visual, como la fecha y hora en que fue captada y —de estar activo el GPS— también las coordenadas del lugar donde se sacó. Aunque tal vez no estén en el centro de este libro, estos asuntos están directamente implicados y conforman un área de interés en la que Manovich ha innovado en los últimos años. En 2007 fundó *Software Studies Initiative* (rebautizada como el *Cultural Analytics Lab*<sup>4</sup> en 2016), una

2 Esto acarrea toda una serie de discusiones sobre el concepto de “autor”. A tal punto que en 2011 un mono tomó la cámara del fotógrafo británico David Slater y accionó el gatillo, lo cual resultó en una *selfie* del animal. Luego de un litigio legal en torno a los derechos de autor sobre la fotografía, la justicia norteamericana falló a favor de Slater, quien se consideraba autor por haber instalado la cámara sobre el trípode. Fuente: [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160107\\_cultura\\_naruto\\_mono\\_selfie\\_il](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160107_cultura_naruto_mono_selfie_il)

3 Latour sostiene que ciertos tipos de imágenes (como los mapas) han funcionado siempre como instrumentos de control y poder. Siguiendo a Latour, Manovich afirma: “puede conducir un coche de juguete, reparar una estación espacial, hacer una excavación submarina, operar a un paciente o matar, y todo ello a distancia” (2005: 229).

4 El sitio web del Cultural Analytics Lab ofrece algunos resultados de estas investiga-

institución pionera en el análisis y la visualización de lo que podríamos llamar “*big data* cultural”. Por ejemplo, entre 2012 y 2016 dirigió proyectos en los cuales se analizaron millones de imágenes de Instagram de distintas partes del mundo. Este reconocimiento de la importancia de los dispositivos en la producción de discursividad hace entendible el hecho de que, entre los agradecimientos del libro Manovich, mencione las herramientas que empleó en su producción: Microsoft Word, Netscape Navigator, [www.hotbot.com](http://www.hotbot.com), Windows 98, un teléfono Nokia y una notebook Sony.

Entonces, a partir de los elementos mencionados en esta introducción (a saber: la pretensión de documentar y teorizar sobre una época, la particular biografía del autor y el paradigma no antropocéntrico en el que se inscribe) podemos pasar a analizar algunos de los aspectos centrales de su obra. El recorte se centra en tres cuestiones: (i) la interpenetración entre lo nuevo (la innovación y las nuevas tecnologías) y lo viejo (la tradición, la herencia cultural occidental); (ii) la genealogía extensa de esa tecnología que conocemos como “pantalla”; (iii) las manifestaciones latentes que permiten avizorar la continuidad de estos procesos en el futuro próximo. Dado que no se persigue la exhaustividad, quedarán fuera del análisis algunos aspectos también relevantes (como la referencia a ciertas obras artísticas pioneras, la relación entre la imagen y el cuerpo del espectador, o el estatuto de la imagen digital). Este recorte obedece a una pretensión de profundizar en el análisis de núcleos problemáticos centrales del ecosistema mediático contemporáneo.

Si lo que buscamos es comprender el lenguaje de los nuevos medios de comunicación, entonces, el libro de Lev Manovich constituye un aporte formidable sobre el cual es necesario detenerse a reflexionar.

## Continuidades entre lo nuevo y lo viejo

Miramos el presente en un espejo retrovisor. Entramos en el futuro retrocediendo.

McLuhan y Fiore (1997: 64)

Lo que está claro es que hemos abandonado la modernidad en favor de otra cosa. Aún estamos buscando nombres para describirla. Y resulta que los nombres que se nos sugieren: «supermodernidad», «transmodernidad», «segunda modernidad»

---

ciones: <http://lab.culturalanalytics.info/>

parecen reflejar todos el sentido de una continuidad de esta nueva etapa con la vieja. Si el concepto de los ochenta de «posmodernidad» implicaba una ruptura con la modernidad, ahora parece que preferimos pensar en la historia cultural como una trayectoria continua por un único espacio conceptual y estético. Al haber vivido el siglo XX, todos hemos aprendido demasiado bien el precio humano de «romper con el pasado», «construir desde cero», «hacer algo nuevo» y otras afirmaciones similares, ya tengan que ver con sistemas estéticos, morales o sociales. La afirmación de que los nuevos medios deberían ser totalmente nuevos es sólo una en la larga lista de este tipo de afirmaciones.

Manovich (2005: 356)

¿Cómo denominar a *lo nuevo*? ¿No hay ahí ya una denominación? En algún punto, eso es lo que hace Lev Manovich —y hacemos todos— ante aquello que se nos aparece: a falta de un mejor nombre, de un concepto específico que lo defina, lo denominamos simplemente como *lo nuevo*. Por eso el título de su libro es *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación* (*The Language of New Media*). Tal es el punto de partida: a fines del siglo XX surgió un nuevo ecosistema mediático que ya no responde al modelo consolidado medio siglo atrás.

El segundo movimiento del autor es mucho más interesante. Nos dice que, en realidad, esto de distinguir entre lo nuevo y lo viejo no es tan sencillo; que hay más continuidades que las aparentes; que incluso en los nuevos medios hay características que no son, para nada, enteramente nuevas; que los nuevos lenguajes y dispositivos habilitan (concretan, vuelven posibles) procesos que estaban en estado latente; que incluso estas innovaciones —hoy de uso diario para millones de personas en todo el planeta— habían sido ya exploradas por los artistas más experimentales y por las vanguardias de principios de siglo XX.

Entonces, ¿lo nuevo reemplaza a lo viejo? De ningún modo. Lo que sucede, nos dice Manovich, es que lo nuevo filtra todo lo viejo y construye un espacio propio. La digitalización se caracteriza por la traducción de todos los formatos (contenidos, mensajes, etc.) a información numérica. Es decir, todo lo que requería de un soporte físico específico (un disco, un libro, una cinta), todos esos objetos, pueden ser traducidos a datos numéricos que se almacenan en un mismo tipo de soporte. Por eso va a afirmar que “la informatización de la cultura no conduce sólo al surgimiento de nuevas formas culturales, como los videojuegos y los mundos virtuales, sino que redefine las que ya existían, como la fotografía y el

cine” (Manovich, 2005: 52).

Y esto es algo que no afecta solamente a los formatos y los soportes, sino que se vincula también con transformaciones sociales y culturales muy profundas. Al igual que lo hicieron la imprenta en el siglo XV y los medios técnicos-indiciales (la fotografía y el cine) en el siglo XIX y XX, los nuevos medios alteran nuestras formas de pensar y percibir. Pero con una diferencia: según el autor este proceso es más radical porque “la revolución de los medios informáticos afecta a todas las fases de la comunicación, y abarca la captación, la manipulación, el almacenamiento y la distribución; así como afecta también a los medios de todo tipo, ya sean textos, imágenes fijas y en movimiento, sonido o construcciones espaciales” (Manovich, 2005: 64).

La forma en que Manovich aborda estos asuntos remite a la obra de Marshall McLuhan, principalmente por dos razones: por un lado, por la escasa importancia dada a los contenidos y, por el otro, por la forma en que se piensa la relación entre cambio social e innovación tecnológica. De hecho, la referencia se hace explícita en un fragmento en el que Manovich afirma que “los nuevos medios requieren de una nueva etapa en la teoría de los medios, cuyos comienzos se remontan a los trabajos revolucionarios de Harold Innis en los cincuenta y de Marshall McLuhan en los sesenta” (2005: 95). No obstante, lo llamativo es que ésta es la única referencia al autor de *Comprender los medios de comunicación* (y también a Innis) en todo el libro.

El punto de encuentro hay que buscarlo, quizás, en el influjo de la hipótesis de Whorf y Sapir que se percibe en ambos. En 1929, Edward Sapir planteó que la lengua nativa determina o influye directamente en el modo en que los miembros de una sociedad piensan; su alumno, Benjamin Whorf, argumentó que el sistema lingüístico “no es un mero instrumento reproductor que sirve para dar voz a las ideas, sino más bien es en sí mismo un moldeador de ideas” (Whorf, 1940: 231). Aunque esta hipótesis ha recibido objeciones varias (ver Grimson, 2000), su potencial parece firme.

El lector de McLuhan encontrará reminiscencias de estos planteos en pasajes tales como “nos convertimos en lo que contemplamos (...). Modelamos nuestras herramientas y luego éstas nos modelan a nosotros” (McLuhan, 1996: 21). El lector de Manovich, en cambio, tiene a su mano la referencia explícita: “la hipótesis de Whorf y Sapir es una expresión extrema de la idea de *no transparencia del código*, que normalmente se formula de maneras no tan rotundas. Pero cuando pensamos en el caso de la interfaz entre el hombre y el ordenador, tiene sentido emplear una

versión *fuerte* de esta idea” (2005: 113).

Entonces, estas nuevas tecnologías que caracterizan al ecosistema mediático contemporáneo deben ser pensadas lejos de cualquier idea de neutralidad<sup>5</sup>. Con una aclaración: no se está aludiendo a perimidadas teorías de la “manipulación”, dado que sus “efectos” no están dados en el nivel de los contenidos/mensajes, sino en la forma en que habilitan pensar y percibir el mundo, a su impacto en la imaginación. Recordemos que para McLuhan “los efectos de la tecnología no se producen al nivel de las opiniones o de los conceptos, sino que modifican los índices sensoriales, o pautas de percepción, regularmente y sin encontrar resistencia” (1996: 39) y que el “mensaje” de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala que introduce en los asuntos humanos.

Ahora bien, ¿cuál es para Manovich esa tecnología que moldea fuertemente nuestra relación con el mundo? La respuesta, en principio, llama la atención porque alude a una tecnología absolutamente familiar: *la pantalla*.

## La vida secreta de un rectángulo

La realidad virtual, la telepresencia y la interactividad se han hecho posibles gracias a la reciente tecnología del ordenador digital. Pero también se han vuelto reales gracias a una tecnología mucho más antigua, que es la pantalla. Mirando una pantalla —una superficie plana y rectangular situada a cierta distancia de los ojos— es como el usuario experimenta la ilusión de navegar por espacios virtuales, de estar físicamente presente en otro lugar o de que el propio ordenador le salude. Si bien los ordenadores se han convertido en una presencia habitual en nuestra cultura sólo en la última década, la pantalla la venimos utilizando para presentar información visual desde hace siglos, desde la pintura del Renacimiento al cine del siglo XX.

Manovich (2005: 146).

La pantalla de la que habla Manovich no necesariamente responde a su sentido más habitual. Antes que nada, para él una pantalla es una superficie rectangular que establece un límite entre el *mundo físico* del

---

5 Carlón también llama la atención sobre este punto al señalar que la noción de *interfaz* “debe ser permanentemente vigilada, dado que, por su origen en un discurso técnico-instrumental más que teórico, tiende a ser naturalizada (en los discursos tecnologicistas, la interfaz tiende a ser considerada neutra) y a encubrir las relaciones de poder” (2016: 19).

espectador (“el espacio de la carne”, como lo llama en algún pasaje) y el *mundo virtual* (es decir, el universo simbólico de *lo representado*). La pantalla es el límite entre esos dos espacios, está en el mundo físico y es lo que, en algún punto, necesitamos no-ver<sup>6</sup> para poder compenetrarnos con su “contenido”, para introducirnos en ese universo simbólico o “virtual”.

No es casual que sea este rasgo elemental y omnipresente el que muchas veces pase desapercibido porque, precisamente, es como si estuviera ya naturalizado, como si formara parte de nuestra percepción (y por tanto, no de *lo percibido*). Indudablemente, la forma rectangular es la mediación fundamental a través de la cual nos relacionamos con la cultura. Está en la pintura, en los textos (libros, revistas, cuadernos, etc.), en la fotografía, en el cine, la televisión, las computadoras, los celulares, los pizarrones, los *e-readers*, incluso los discos (que son circulares) vienen en cajas rectangulares<sup>7</sup>. Se podría atribuir ese formato rectangular a meras cuestiones de comodidad o conveniencia en la confección y logística, aunque si así fuera no dejaría de ser significativo. Es cierto que también hay pantallas no rectangulares, sobre todo en la pintura, pero no es menos cierto que incluso a las pinturas circulares las llamamos “cuadros”<sup>8</sup>. La palabra “cuadro”, por otra parte, es fundamental en la teoría y en la práctica cinematográfica (ver Aumont *et al.*, 2008). ¿Qué es YouTube? Podríamos responder: un rectángulo de video enmarcado en otro rectángulo (el navegador web) que a su vez se encuentra dentro de ese rectángulo mayor y estable que es la pantalla de la computadora.

Con lo cual, el primer paso que da Manovich es señalar que hemos aprendido a ver el mundo a través de un rectángulo y que eso moldea nuestra percepción. Además lo hace extendiendo la historicidad de dos

6 En este sentido, la pantalla podría ser pensada como dispositivo fundante de las políticas de (in)visibilidad de las que habla Rossana Reguillo (2008: 1), políticas que “gestionan la mirada (...) y que ‘no vemos’ porque a través de ellas, vemos”.

7 No es casual que sean las vanguardias y los artistas más experimentales quienes más han problematizado esta forma predominante. Un ejemplo local conocido: la tapa del disco *Artaud* (1973), de Luis Alberto Spinetta (aunque editado bajo el nombre de Pescado Rabioso), cuya forma irregular no sólo llamaba la atención sino que además resultaba “incómoda” a la hora de presentar el LP en las bateas junto a los otros discos. Los responsables fueron Juan Gatti —diseñador, fotógrafo y artista plástico, responsable también de los afiches de las películas de Pedro Almodóvar— y el propio Spinetta. El primero recuerda que “no entraba en ningún stand y las tiendas de discos nos querían matar porque no sabían cómo exhibirlo, la gente no lo podía guardar. Fue un objeto muy incómodo y movilizador para la época”; el músico, por su parte, lo recordaba de este modo: “¡Tuve unas luchas!... Me pedían de rodillas: ‘Te la hago de oro, pero cuadrada!’” (Diez, 2012).

8 María Acaso señala con razón que existen pinturas en formatos circulares, triangulares e incluso irregulares; y, más aún, que ya en esas formas hay una connotación. Por ejemplo, afirma que “las imágenes redondas de carácter religioso refuerzan el contenido de perfección y unidad mientras que, por el contrario, en la famosa obra de Manet *El baño*, en la que aparece un grupo de mujeres desnudas en postura oferente, el formato circular recuerda a una mirilla, lo que subraya el sentimiento que quiere transmitir el autor de estar contemplando algo prohibido” (Acaso, 2011: 67).



conceptos que asociábamos exclusivamente con la modernidad (la pantalla y la virtualidad) en una línea de tiempo más amplia, que se estira hasta el Renacimiento.

En segundo lugar, y complejizando un poco la noción, ofrece una *genealogía de la pantalla* que distingue entre tres tipos: la *clásica*, la *dinámica* y la pantalla *en tiempo real*. A continuación se describirá la caracterización de cada una de ellas.

La *pantalla clásica* es una superficie plana y rectangular, un dispositivo que dispone una visión frontal (en contraste con el panorama, que data de fines del siglo XVIII y ofrecía una visión de 360 grados<sup>9</sup>), existe en el espacio físico y actúa como una “ventana abierta” hacia el espacio de la representación (con sus propias escalas). Esta definición le cabe tanto a la pintura renacentista como al monitor de una computadora. Incluso las proporciones son parecidas, ya que predomina el formato horizontal. Y ése es un rasgo propio de la cultura occidental, dado que, como señala María Acaso (2011), las representaciones visuales orientales tienden a tener formatos verticales, debido al sentido de la escritura de estas culturas<sup>10</sup>.

La *pantalla dinámica* tiene todas las características de la *clásica* pero le agrega una: la imagen que muestra puede cambiar. En la pintura y en la fotografía, la superficie plana y rectangular muestra siempre una única imagen. En el cine<sup>11</sup> y la televisión, en cambio, la imagen cambia. Y esto tiene grandes implicancias, empezando por el hecho de que el *fuera de campo* se vuelve “más accesible” y se puede ir develando, en el sentido de que un simple paneo de la cámara ofrece más información visual que un *cuadro* (en el sentido del *frame* cinematográfico, pero también en el sentido del cuadro renacentista). La televisión agrega una característica más a la variabilidad de la imagen: el espectador tiene cierto grado de “participación” con el control remoto, ya que puede cambiar las imágenes eligiendo entre la oferta televisiva mediante el *zapping*.

9 Esta característica reaparece con la realidad virtual, sobre la cual se volverá más adelante.

10 Cabe aclarar: el formato vertical predomina en la edición de libros y, llamativamente, también en los celulares. Es cierto que los *smartphones* pueden detectar el giro de pantalla en virtud del *giroscopio* (un dispositivo inventado formalmente por León Foucault en 1852 que sirve para medir, mantener o cambiar la orientación de un aparato en el espacio), especialmente para usar el GPS, ver videos o jugar videojuegos. Pero la disposición predominantemente vertical nos invita a hacernos un interrogante: ¿será que en los *smartphones* sigue predominando lo visual-lingüístico por encima de lo visual-icónico?

11 Si bien se asocia la *pantalla dinámica* con el cine, algunas de sus características estaban presentes en un conjunto de espectáculos muy populares en los siglos XVIII y XIX: la linterna mágica, las fantasmagorías, el panorama, el zoopraxiscopio, el kinetoscopio, etc. Manovich sostiene que “el público estaba ya preparado para el cine que, cuando finalmente apareció, fue un acontecimiento público de enorme magnitud. No es casual que la «invención» del cine fuera reclamada por al menos una docena de individuos de media docena de países” (2005: 150).

Finalmente, la *pantalla en tiempo real* se destaca por añadir la característica de que la imagen no sólo cambia, sino que lo hace en sincronía con los hechos. Si en el cine la variabilidad estaba acotada a las decisiones del cineasta y en la televisión a la oferta televisiva, en la pantalla en tiempo real la variabilidad es también *indicial*<sup>12</sup>, dado que la imagen cambia según las modificaciones en el referente. El ejemplo de este tipo de pantalla es el monitor de la computadora (al hacer un movimiento en el *mouse*, se produce un movimiento de la “flecha” en pantalla), pero Manovich subraya que su origen es muy anterior y de origen bélico<sup>13</sup>: el radar, donde la pantalla va reflejando los movimientos de los enemigos a medida que se acercan o se alejan de su posición.

Si previamente se señaló que es *la pantalla* la tecnología que moldea nuestra relación con el mundo, cabe ahora aportar algunas precisiones. Porque el monitor es mucho más que una expresión visual: se vuelve una imagen interactiva. Esto implica que “en vez de actuar solamente como un medio de presentar una imagen de la realidad, la pantalla se convertía en un vehículo para influir en ella de manera directa” (Manovich, 2005: 154). Lo auténticamente novedoso del monitor no es la imagen en sí sino su interactividad. Por eso Manovich se inclina más por la expresión *interfaz de usuario*, que incluye al monitor pero también a los otros dispositivos periféricos (teclado, *mouse*, etc.), el software y el conjunto de “metáforas” que les están asociadas (las cuales remiten sugestivamente al ámbito de la oficina: *escritorio, ventana, archivo, carpeta, página, papelería*, etc.).

Para comprender mejor la noción de interfaz tal vez sirva detenerse en un elemento muy presente en las interfaces: el ícono. Las distintas acepciones de la palabra expresan en sí mismas una serie de desplazamientos en torno a las pantallas. Tomemos por ejemplo la entrada de la Real Academia Española (2017): en primer lugar refiere a una “representación religiosa”, luego a un “signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado” (definición *peirciana*) y finalmente un “símbolo gráfico que aparece en la pantalla de una computadora u otro dispositivo electrónico y que representa un programa”. Esta última definición

12 Siguiendo las definiciones de Charles Peirce, Philippe Dubois (1995) destaca el carácter indicial del “acto fotográfico”, enfatizando que el único momento indicial es aquél en el que se presiona el obturador y se dispara la fotografía. El cine contiene el mismo principio, con la diferencia de que son múltiples fotografías que se suceden a una velocidad tal que la indicialidad se da no sólo al nivel de cada fotograma, sino en su conjunto, incluyendo el movimiento.

13 No deja de ser llamativo el origen militar de las tecnologías y los conceptos que rodean al mundo del arte y los medios, desde Internet (documentado en *Lo and Behold*, de Werner Herzog) hasta el concepto de *vanguardia*. Según Subirats, este concepto tuvo un significado estrictamente militar hasta el advenimiento de la Segunda Guerra Mundial: “designaba una organización y una técnica de ofensiva y defensiva en la guerra tradicional de frentes” (1991).

parece insuficiente, en tanto destaca su carácter visible pero no su dimensión operativa, *práctica*, dado que los íconos cumplen funciones que no se limitan a “representar”: pueden apagar una computadora, por ejemplo.

A propósito del devenir semántico de ciertas palabras, cabe una breve digresión. En el documental *Lo and Behold* (2016), de Werner Herzog, hay una reflexión interesante sobre el cambio en la definición de los términos asociados a la interfaz de usuario. Allí es entrevistado Ted Nelson, pionero de Internet y acuñador del término *hypertext*. Desde los años sesenta, Nelson viene proponiendo un modelo de Internet alternativo al existente (la World Wide Web). En la entrevista declara con mucho énfasis que los términos *cut & paste* han sido tergiversados: “la escritura es el proceso de reducir un tapiz de interconexión a una reducida secuencia. Y en cierto modo es ilícito. Es una compresión arbitraria de lo que debería expandirse. Las computadoras en la actualidad traicionaron eso porque no hay ningún sistema para ‘cortar y pegar’. Cambiaron el significado de las palabras ‘cortar y pegar’ y aparentaron que era lo mismo (...). Yo considero que eso es un crimen contra la humanidad” (Herzog: 2016).

El planteo de Nelson puede resultar excesivo, pero señala un nudo problemático que no es posible dejar de lado fácilmente. El propio Manovich da cuenta de esta situación al referir que “las interfaces culturales se basan en nuestra familiaridad con la ‘interfaz de la página’, al tiempo que intentan también ampliar su definición para que incluya los nuevos conceptos que ha hecho posible el ordenador” (2005: 125). Estos desplazamientos de sentido expresan la relación tensa entre lo viejo y lo nuevo, entre conceptos estéticos y formales con una extensa tradición en nuestra cultura (como “cuadro”, “ícono” o incluso “imagen”<sup>14</sup>). Estos conceptos llegan al siglo XXI atravesados por enormes transformaciones ocurridas en un lapso de tiempo relativamente corto: entre la primera proyección cinematográfica (1895) y la presentación de la primera computadora personal de uso masivo (1984), una Macintosh con *mouse* e interfaz gráfica de usuario (GUI).

Entonces es este tipo particular de pantalla, la *interfaz de usuario*, la que en la actualidad está mediando y dándole forma a nuestra relación con la realidad. Siguiendo con el principio de que *ex nihilo nihil fit*, hay que señalar que el lenguaje de estas interfaces se basa en otras formas culturales sumamente familiares: la palabra impresa y el cine. De la palabra

---

14 Cuando describe la imagen del radar, Manovich exclama: “¡Lo que esto significa es que la imagen, en un sentido tradicional, deja de existir! Y es sólo por costumbre que seguimos llamando «imágenes» a lo que vemos en una pantalla en tiempo real. Sólo porque la exploración es lo bastante rápida y porque, a veces, el referente permanece estático, podemos ver lo que parece una imagen estática. Pero tal imagen ya no es la norma, sino la excepción de un nuevo tipo de representación de carácter más general, para el que aún no tenemos un término” (2005: 152).

impresa, la interfaz toma el alfabeto (tanto para el texto visible como para el código que está detrás de cualquier elemento en pantalla), la forma rectangular de las “páginas” (tanto en un sitio web<sup>15</sup> como en los procesadores de texto) y muchas de las metáforas anteriormente aludidas. Del cine, toma la movilidad del encuadre (como si al hacer *scroll* en un sitio web estuviéramos desplazando una cámara), el zoom, el *travelling*...cuando navegamos, ¿no nos comportamos acaso como un camarógrafo que persigue con su cámara aquello que quiere hacer visible? Manovich le da realmente mucha importancia a este aspecto:

Las estrategias de la estética del cine se han convertido en los principios organizativos básicos del software informático. (...) En este proceso de traducción, la percepción cinematográfica se divorcia de su encarnación material originaria (la cámara, la película) así como del contexto histórico en que se forjó. Si en el cine, la cámara funciona como un objeto material que coexiste en el tiempo y en el espacio con el mundo que nos muestra, ahora se ha convertido en un conjunto de operaciones abstractas (2005: 138).

La interfaz de usuario hereda todas estas convenciones, en algunos casos las resignifica y también innova. Una novedad es que ese rectángulo puede ser subdividido en varias “ventanas” (*windows*) por el *usuario*, quien no sólo observa sino que *opera* sobre lo que observa. Otra novedad es el *hipervínculo*, que permite saltar de una página a otra por medio de un simple *click* y es la operación básica en torno a la cual se construyó la *web* tal como la conocemos (y que tanto irrita a Ted Nelson). Una tercera novedad es que las páginas de Internet pueden ser vistas por millones de personas al mismo tiempo. Por lo tanto, la interfaz de usuario es mucho más que la condensación de convenciones preexistentes, dado que sus principios “se han convertido en las convenciones aceptadas para el uso del ordenador, y en un lenguaje cultural por derecho propio” (Manovich, 2005: 122).

Sintéticamente, puede decirse que la pantalla clásica nos preparó para observar la imagen más allá de su materialidad, nos brindó un concepto de *representación* que expandió el del teatro griego, y sobre todo nos enseñó a hacer *como si* lo que viéramos fuera “real” (tridimensional, vivaz,

---

15 El concepto de *página* en Internet también puede ser pensado de una manera distinta: “no como un desarrollo más de la forma códice, sino como un retorno a formas previas, como el rollo de papiro de los antiguos Egipto, Grecia y Roma. Desplazarse por el contenido de una ventana de ordenador o de la World Wide Web tiene más en común con desenrollar que con pasar las páginas de un libro moderno” (Manovich, 2005: 126).

a escala natural, etc.). Si lo contemplativo hace a la actitud estética, como sugiere Panofsky (1979), no puede desestimarse la importancia de esta invención. La fotografía profundizó esa senda (aunque al principio careció de coloración) agregándole indicialidad, construyendo un nuevo tipo de realidad (el *haber estado ahí* de Roland Barthes, 1964), a la cual el cine —la pantalla dinámica— le sumó el movimiento. La pantalla en tiempo real nos invita a intervenir sobre la imagen, a operar activamente sobre el espacio de representación. Ahora lo representado no es meramente un objeto de observación ni supone la rigidez del espectador, sino que se puede (incluso se debe) accionar sobre ello. Pero esta última noción de pantalla no sería posible sin las otras dos, lo cual confirma aquello que decía McLuhan: el contenido de un medio es siempre otro medio.

Con la transformación de la pantalla mutan también las prácticas que le están asociadas: un indicio de ello es el surgimiento del neologismo “prosumidor” para referir al sujeto que consume y produce. También la irrupción de las redes sociales es significativa, ya que se caracterizan en general por carecer de contenidos propios (lo cual aplica para Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, etc.). Estas tendencias nos habilitan a pensar en la continuidad de los procesos desatados.

## Lo que vendrá

Una cuestión que parece importante en este contexto es tener herramientas para empezar a comprender lo que se está desarrollando en el presente y cuál es la mirada más apropiada para pensar lo que el futuro próximo nos depara. Sin pretensión de hacer futurología, es posible hacer algunas reflexiones en base a tendencias visibles y manifestaciones latentes.

Un simple repaso por la evolución de los teléfonos celulares<sup>16</sup> permite iluminar las implicancias del concepto de *interfaz de usuario* y sus perspectivas en lo inmediato. Los primeros modelos que se comercializaron a mediados de los años 80’ tenían una pantalla diminuta (similar a la de una calculadora) que se limitaba a mostrar los números y muchos botones que cubrían la mayor parte de su frente. Lo que es más significativo es que esta característica general se mantuvo durante dos décadas, aproximadamente. En ese intervalo la situación se fue invirtiendo gradualmente, a tal punto que los botones prácticamente han desaparecido y el frente de los celulares coincide casi en su totalidad con el tamaño de la

16 Siguiendo con los desplazamientos de sentido (con el dislocamiento en la relación entre la palabra y su referente), ¿no es acaso sólo por costumbre y por metonimia que llamamos “teléfono” al *smartphone*?

pantalla. Al volverse táctil<sup>17</sup>, la pantalla le asigna a los íconos todo lo que anteriormente hacían los botones. Y al ser variable (característica que introdujo la *pantalla dinámica* según la definición de Manovich), la pantalla puede cambiar los botones que muestra, de tal modo que en un momento muestre números, en otro letras, etc.

Esto permite formular una serie de interrogantes. ¿Significa que éste es el estadio final de la pantalla? ¿Ha alcanzado su punto culmine luego de un viaje de siglos en los cuales fue incorporando nuevas características? ¿Estamos ante ese momento privilegiado de la historia de la cultura visual en el que una forma adquiere su *status* definitivo y se consolida para siempre?

Manovich respondería que no. O, en todo caso, que ese punto de llegada no es más que el punto de partida hacia otra forma superadora. Un nuevo cambio de escala:

Con la realidad virtual la pantalla desaparece por completo. La realidad virtual suele utilizar un monitor montado en la cabeza, cuyas imágenes ocupan por completo el campo visual del espectador. Este ya no mira una superficie plana y rectangular desde cierta distancia, una ventana abierta a otro espacio, sino que ahora se ve completamente situado dentro de él. O, para decirlo de manera más precisa, los dos espacios: el físico y real, y el virtual y simulado, coinciden. El espacio virtual, que antes quedaba confinado a una pantalla de cine o a un cuadro, ahora abarca por completo el espacio real. La frontalidad, la superficie rectangular y la diferencia de escala han desaparecido. La pantalla se ha esfumado (Manovich, 2005: 149).

La eventual desaparición del rectángulo representaría, al menos potencialmente, el desplazamiento de todo un régimen visual elaborado a través de los siglos. Agrega Manovich: y es justamente por el hecho de que esté próximo a su fin que podemos reconocer a la pantalla como una categoría cultural específica y comenzar a rastrear su historia.

Si la pantalla desaparece, ¿qué la sucederá? “A la larga puede que el aparato de realidad virtual acabe reducido a un chip implantado en la retina y conectado por transmisión inalámbrica a la red. (...) La retina y la pantalla se fundirán” (Manovich, 2005: 168). Seguramente este sea uno de los pasajes más especulativos del libro, pero no resulta para nada descabellado. La ciencia ficción —espacio fundamental para la imaginación

17 Esta innovación fue introducida por el iPhone de Apple en 2007, es decir, varios años después de la publicación del libro de Manovich.

y experimentación científica— viene describiendo dispositivos similares desde hace décadas (exponentes recientes pueden verse, por ejemplo, en la serie *Black Mirror*). No obstante, esto corresponde al difuso orden de lo que vendrá. Manovich es consciente del carácter especulativo de ello y es por eso que finaliza esta discusión con una afirmación contundente: “no hemos dejado aún la era de la pantalla” (2005: 168).

## Algunas reflexiones finales

La obra de Manovich se inserta en la intersección entre técnicas, estéticas y transformaciones sociales. Es por eso que su análisis trasciende ampliamente cuestiones de lenguaje para situarse, en cambio, en un área de reflexión sobre el desarrollo de la modernidad.

Desde principios de siglo XX la masificación de la experiencia urbana llamó la atención de algunos pensadores, quienes apelaron a diversas metáforas para describirla. Walter Benjamin postuló la figura del *flâneur* como símbolo de experiencia urbana y modernidad. Luego, Edward Soja —un autor que Manovich valora por sostener la dimensión espacial en el análisis social— aplicó la metáfora de *El Aleph* borgiano para describir y entender la ciudad de Los Ángeles. Por su parte, Néstor García Canclini apeló a una expresión central de la cultura visual de fin de siglo, el videoclip, para retratar la gran metrópoli mexicana: “ahora la ciudad es como un videoclip: montaje efervescente de imágenes discontinuas (...). Todo es denso y fragmentario. Como en los videos, se ha hecho la ciudad saqueando imágenes de todas partes, en cualquier orden. Para ser un buen lector de la vida urbana hay que plegarse al ritmo y gozar las visiones efímeras” (1995: 100-101).

Siguiendo este sendero interpretativo, podría pensarse que la experiencia urbana contemporánea ha comenzado a tomar algunas características de los nuevos medios de comunicación. Ése es otro motivo más por el cual resulta de vital importancia contar con herramientas conceptuales y teóricas que contribuyan a la comprensión del nuevo ecosistema mediático. Es decir, comprender el lenguaje de los nuevos medios de comunicación es necesario en sí mismo y también es condición para comprender nuestra sociedad actual.

Por otro lado, retomando los puntos de contacto entre las obras de Manovich y McLuhan, hay algo que llama la atención: a ambos se les presenta la paradoja de que trabajan y analizan lenguajes no verbales y tienen que exponer sus resultados en un lenguaje verbal. Pero no conformes con eso, ensayaron otras variantes.

En el caso del canadiense, hay una obra en la cual el texto comparte el protagonismo con la imagen: *El medio es el masaje* (1997), cuya autoría es compartida —y esto también es significativo— con el diseñador gráfico Quentin Fiore. Más que un libro puede ser considerado un “objeto pop”, dado que incluye frases y fotos de Bob Dylan y John Cage, comics de *The New Yorker Magazine*, reproducciones de cuadros como el *American Gothic* de Grant Wood, tapas de diarios, fotos de esculturas y edificios, entre otros materiales visuales. No contento con eso, McLuhan propuso una versión fonográfica<sup>18</sup> de *El medio es el masaje*, que fue editada en 1968 y combina la voz del autor con distintas piezas musicales (sonidos, guitarras eléctricas, ritmos de jazz).

Manovich, por su parte, además de plasmar sus ideas en un conjunto de obras artísticas<sup>19</sup>, hace un uso sumamente singular de las imágenes en *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*: aunque predomina el texto, todo el libro está articulado como un comentario de *El hombre de la cámara* (1929), la obra maestra del cineasta ruso Dziga Vertov. De hecho, el texto inicia con “Prólogo: el conjunto de datos de Vertov”, una selección de fotogramas del film que van acompañados de citas del libro que a su vez sintetizan algún principio de los nuevos medios. “De este modo”, dice Manovich, “el prólogo actúa como un índice visual de algunas de las ideas principales del libro” (2005: 17).

A estos libros los une el hecho de que son obras que desafían el imperio del lenguaje verbal, no sólo en términos de contenido sino también de forma. Y no sólo como gesto crítico/vanguardista, sino también por necesidad, por coherencia conceptual. Dan cuenta de la impotencia —cuando no de la inadecuación— de los lenguajes verbales para describir, analizar y reflexionar sobre los lenguajes de los nuevos medios de comunicación. La diferencia quizás radica que en el caso de McLuhan esta experimentación formal se presenta como la manifestación de una ruptura, de una transformación sensorial que marca un antes y un después; mientras que el caso de Manovich parece sugerir que, en realidad, todo esto estaba ya insinuado —paradójicamente— en una película silente e incolora de 1929.

Para el lector contemporáneo este juego entre lo visual y lo lingüístico puede tener poco de novedoso. En todo caso, su combinatoria lo remitirá a la estética del *blog* o a la del *posteo* de Facebook. Pero ese lector contemporáneo carecía de una descripción minuciosa y de una teoría del

18 El audio del disco puede ser escuchado en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=jVnjiASvCOU>. Más información en: <https://mcluhangalaxy.wordpress.com/2011/12/22/marshall-mcluhan-the-medium-is-the-massage-cd-reissue/>

19 Ver [www.manovich.net](http://www.manovich.net)



presente que le permita comprender —en toda su complejidad— la lógica que rige el lenguaje de los nuevos medios.

Es desde esa perspectiva desde la cual debe ser valorada la gran contribución que Lev Manovich ha hecho con este libro. Un libro que permite no sólo comprender los nuevos medios sino también las nuevas formas de la experiencia contemporánea.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acaso, M. (2011). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós.
- Aumont, J., Bergala, A., Marie, M. y Marc, V. (2008). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Buenos Aires: Paidós.
- Barthes, R. (1964). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductibilidad. En *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.
- Carlón, Mario (2016). Las nociones de la teoría de la mediatización, revisitadas en el nuevo contexto teórico y discursivo contemporáneo. En A. Torres y M. I. Pérez Balbi (Comps.), *Visualidad y dispositivo(s). Arte y técnica desde una perspectiva cultural* (pp. 13-24). Los Polvorines: Ediciones UNGS.
- Diez, J. C. (2012). *Martropía. Conversaciones con Spinetta*. Buenos Aires: Aguilar.
- Dubois, P. (1995). *El acto fotográfico*. Barcelona: Paidós.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México: Grijalbo.
- Grimson, A. (2000). Dimensiones de la comunicación. En *Interculturalidad y comunicación*. Buenos Aires: Norma.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Buenos Aires: Paidós.
- McLuhan, M. y Fiore, Q. (1997) *El medio es el masaje: un inventario de efectos*. Buenos Aires: Paidós.
- Panofsky, E. (1979). *El significado de las artes visuales*. Madrid: Alianza.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (23aed.). Madrid: Espasa-Calpe. Recuperado de <http://dle.rae.es>
- Reguillo, R. (2008). Políticas de la (In) visibilidad. La construcción social

de la diferencia. Buenos Aires: Mimeo, FLACSO.

Soja, E. W. (1989). *Postmodern Geographies. The Reassertion of Space in Critical Social Theory*. London-New York: Verso.

Subirats, E. (1991). El final de las vanguardias. Barcelona: Anthropos.

Whorf, B. (1940). Science and Linguistics. *Technology Review*, 42, 229-231.

## FILMS CITADOS

Herzog, W., Maconick, R. (Productores) y Herzog, W. (Director). (2016). *Lo and Behold*. [Película]. Estados Unidos: Saville Productions.

All-Ukrainian Photo Cinema Administration (VUFKU) (Productor) y Vertov, D. (Director). (1929). *El hombre de la cámara*. [Película]. Unión Soviética: VUFKU.