Veinticinco años atrás, [illegible] académico con un estudio que [illegible] estudios de comunicación. [illegible] rridos cinco lustros, el autor [illegible] nuevas conclusiones teóricas [illegible] ciones realizadas a lo largo de [illegible] campo de algunas de las problemáticas [illegible] ción (los discursos de la prensa [illegible] política, publicitaria e institucional [illegible] de las marcas comerciales, los [illegible] y la salud, la discursividad de la [illegible] fotográfica, los espacios públicos [illegible] sus análisis en función de la experiencia [illegible] los viejos interrogantes (dónde se [illegible] quién es y dónde se ubica el observador [illegible] lan los comportamientos con la [illegible] les suma nuevas obsesiones: cómo [illegible] materialista no reduccionista de los [illegible] dónde se produce el cambio social [illegible] en definitiva, la semiosis. Y por último [illegible] nuevos instrumentos: la dimensión de [illegible] cual no se entiende nada de lo que [illegible] dada la escala temporal, lo que está [illegible] uno se interesa en la semiosis. *La semiosis* [illegible] para establecer un nuevo modelo en el [illegible] estudios comunicacionales, de cara al futuro.

**ELISEO VERÓN**
**LA SEMIOSIS SOCIAL, 2**

**Eliseo Verón** es Licenciado en Filosofía por [illegible] dad de Buenos Aires. Una beca externa [illegible] llevó a trabajar durante dos años en el Laboratorio de Antropología Social del Collège de France [illegible] Lévi-Strauss. De regreso a la Argentina, fue profesor [illegible] Departamento de Sociología de la UBA hasta [illegible] 1970 recibió la John Simon Guggenheim [illegible] Foundation Fellowship. Dirigió el Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Di Tella antes de radicarse en Francia, donde vivió durante veinticuatro años. [illegible] diploma de Doctor de Estado en la Universidad de Paris VIII, donde fue [illegible] profesor y cuyo Departamento de Ciencias de la Información y de la Comunicación dirigió hasta 1995. Ha dictado seminarios en numerosas universidades de América Latina, Europa y Estados Unidos. En 1995 regresó definitivamente a la Argentina [illegible] 2006 recibió el Doctorado *honoris causa* de la Universidad Nacional de Rosario [illegible] Konex de Platino de la Fundación Konex. En colaboración con [illegible] Porto Alegre, Río de Janeiro, Salvador de Bahía y Maceió, creó en [illegible] Centro Internacional de Semiótica y Comunicación. Es profesor [illegible] la Universidad de San Andrés. Entre 2001 y 2006 dirigió también la Maestría de Periodismo organizada por esa universidad y el diario Clarín. [illegible] sus múltiples obras, destacan: *La semiosis social* (1987), *Espacios* [illegible] (2002) y *Papeles en el tiempo* (2011), esta última de nuestra [illegible] editorial.

ISBN 978-950-12-2738-3

www.planetadelibros.com www.paidos[illegible]

**PAIDÓS** ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

# ELISEO VERÓN

# LA SEMIOSIS SOCIAL, 2

## IDEAS, MOMENTOS, INTERPRETANTES

Diseño de cubierta: Gustavo Macri

Verón, Eliseo
*La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes* -1ª ed.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2013.
448 pp.; 22x14 cm.

ISBN 978-950-12-2738-3

1. Semiología. I. Título
CDD 401.41

*1ª edición, julio de 2013*

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático.

© 2013, Eliseo Verón
© 2013, de todas las ediciones en castellano:
Editorial Paidós SAICF
Publicado bajo su sello Paidós®
Independencia 1682/1686,
Buenos Aires – Argentina
E-mail: difusion@areapaidos.com.ar
www.paidosargentina.com.ar

Queda hecho el depósito que previene la Ley 11.723
Impreso en la Argentina – *Printed in Argentina*

Impreso en Primera Clase,
California 1231, Ciudad Autónoma de Buenos Aires,
en junio de 2013.

Tirada: 2.000 ejemplares
ISBN 978-950-12-2738-3

# Índice

**Agradecimientos** ..... 13

**Introducción** ..... 15

**Parte I**
Ideas

1. La abducción fundante ..... 23
2. Procesos mentales ..... 49
3. La subjetivización ..... 65
4. Binarismo y triadismo ..... 77
5. Mediatización y enunciación ..... 95
6. Actividad de lenguaje y procesos cognitivos ..... 109
7. Viajes al centro de la ciencia ..... 121

**Parte II**
Momentos

8. Materialidad del sentido ..... 143
9. La cuestión del origen del lenguaje ..... 151
10. Las precondiciones de la semiosis ..... 161
11. El primer fenómeno mediático ..... 171
12. La emergencia de la escritura ..... 185
13. El nacimiento de los cuerpos densos ..... 199
14. La proliferación ..... 209
15. Los cuerpos efímeros: de los panfletos a los papeles de noticias ..... 219
16. Interludio: las alteraciones de escala ..... 235
17. La máquina del tiempo ..... 243

18. La mediatización de la temporalidad ..... 249
19. ¿Seguimos en contacto? ..... 261
20. La revolución del acceso ..... 277

**Parte III**
Interpretantes

21. Lógicas sistémicas sociales y socioindividuales ..... 291
22. El cuerpo como operador (I):
la apropiación de objetos culturales ..... 305
23. El cuerpo como operador (II): relatos de viaje ..... 335
24. La autopoiésis productiva de la recepción ..... 361
25. Evoluciones ..... 385
26. Epistemología de los observadores ..... 401
27. Ciclos de vida ..... 421

**Referencias bibliográficas** ..... 433

A mi hijo Daniel.
Mi vida hizo posible la suya,
su vida ha hecho mejor la mía.

*A mon fils Daniel.*
*Ma vie fit la sienne possible,*
*sa vie a fait meilleure la mienne.*

# 27. Ciclos de vida

El cuerpo denso de este libro le indica al lector que está llegando al fin: todo el peso está sobre su mano izquierda y su derecha sostiene apenas unos pocos gramos de papel...

Como cierre (arbitrario) de una travesía necesariamente interminable, intentaré trazar algunas líneas que unan puntos marcados, aquí y allá, a lo largo del viaje. Intentaré dibujar, en otras palabras, un gráfico conceptual.

Un tema, que me sigue pareciendo uno de los más importantes, atraviesa este libro, más o menos explícitamente según los momentos: la cuestión de los colectivos, que me preocupa desde hace bastante tiempo.[1] En una primera aproximación, un colectivo es una clase de actores sociales que una sociedad reconoce como tal en un momento dado. El reconocimiento social implica fenómenos de actividad lingüística (en el sentido de Culioli): en los discursos se identifica esa clase bajo una determinada denominación y se le atribuyen cualidades y/o comportamientos específicos ("demócratas", "republicanos", "nazis", "católicos", "amantes del rock", "académicos", "delincuentes", "homosexuales", "ricos", "pobres", "ciudadanos", "conservadores", "estudiantes universitarios", "padres de familia", "abogados", "ingenieros industriales"... son designaciones de colectivos que todos conocemos). Todos sabemos

1. Véanse la "Presentación" y el capítulo 11 de *Fragmentos de un tejido* (Verón, 2004).

que la frontera entre la vida y la muerte ha pasado, en ciertos momentos del siglo XX, por la decisión de las instancias de poder acerca de la pertenencia o no de un individuo a un colectivo determinado.

Reconocida la importancia de este mecanismo de atribución visto desde el sistema social, se puede decir, en términos generales, que las instituciones son la fuente de generación de colectivos. Lo que aquí nos interesa es que los fenómenos mediáticos aparecen, en la historia, como cumpliendo una doble función. Por un lado, son refuerzos fundamentales de la producción y de la estabilidad, a lo largo del tiempo, de colectivos producidos por los subsistemas de un sistema social. Por otro lado, en la medida en que los dispositivos técnicos de los fenómenos mediáticos se estabilizan, a su vez, bajo una forma institucional, generan sus propios colectivos.[2]

Retomando la conceptualización luhmanniana, la producción de colectivos es uno de los aspectos clave de la permanente generación de diferencias que caracteriza las operaciones de los sistemas y subsistemas sociales autoorganizantes y autopoiéticos: *producen su entorno de sistemas socioindividuales como un entorno organizado bajo la forma de identidades colectivas.*

Ahora bien, ninguna razón teórica justifica considerar esta configuración de colectivos de sistemas socioindividuales que los sistemas y subsistemas sociales producen como entorno –configuración cada vez más compleja y diferenciada a lo largo de la modernidad–, como un todo coherente y armónico explicable por razones funcionales: esta podría ser la visión de un observador colocado exclusivamente en producción, la interpenetración vista desde el sistema social, visión que ha prevalecido –corresponde decirlo– en las ciencias sociales "académicas" desde fines del siglo XIX y a lo largo del siglo XX.

2. Estos mismos dos aspectos son señalados por Stig Hjarvard en su definición de "mediatización"; sin embargo, reduce la mediatización a un fenómeno histórico de las sociedades "modernas, altamente industrializadas y principalmente occidentales" (Hjarvard, 2008).

El panorama completo solo puede resultar de la puesta en contraste de los procesos de interpenetración vistos desde el sistema social por un lado, y vistos desde los sistemas socioindividuales, por otro: dos lógicas cualitativamente distintas cuyo "encuentro" genera convergencias y/o divergencias, sucesiva o simultáneamente, pero siempre fuertes tensiones.

Tomaré un ejemplo para sugerir el alcance de esta puesta en contraste. La perspectiva teórica de Roger Silverstone (1994), a partir del concepto de vida cotidiana [*everyday life*] es, sin duda, una de las más interesantes, relativa específicamente a la televisión y, tal vez, podría ser considerada una "perspectiva completa" de la articulación, en un período determinado de la segunda mitad del siglo XX, del medio televisión con sus condiciones y gramáticas de reconocimiento. Silverstone hace una descripción pormenorizada de la importancia de la dinámica familiar, de la estructuración del rol de la mujer en la esfera privada, de las transformaciones de la cotidianidad como resultado del proceso de suburbanización de la esfera pública, de la "domesticación" de los dispositivos tecnológicos, de la organización del consumo.

> La televisión no es simplemente una ventana abierta ni un canal abierto; no es inocente y es portadora de las cicatrices de su producción y de su posición en el sistema moderno mundial. Nosotros que la recibimos, que compramos las últimas tecnologías así como nos las arreglamos con las viejas, que miramos los programas más novedosos como así también la redifusión de los viejos programas, enfrentamos a un medio con una historia y una biografía. Tenemos muy poco control de la primera, pero un control considerable de la segunda. El sistema tele-tecnológico es por lo tanto el producto de las relaciones y determinaciones tanto de la producción como del consumo (Silverstone, 1994: 103).

Difícilmente se podría estar en desacuerdo con esta conclusión. Sin embargo, ese "nosotros" es portador de un malentendido. Silverstone focaliza, de hecho, no en la articulación producción/reconocimiento, sino en la relación

entre dos subsistemas sociales: el de la televisión y el de la familia. Se ha insistido hasta el hartazgo en la idea del "consumo familiar" de la televisión durante su época clásica, pero esta expresión claramente asimila la recepción al contexto: el contexto es, sin duda, el de la familia, pero las gramáticas de reconocimiento operan exclusivamente en cada uno de sus miembros, y nada nos permite concluir, a partir del contexto de "consumo familiar", que una telenovela es interpretada de una manera homogénea por la madre, el padre y los hijos. En ningún momento afirma semejante cosa, pero de las diferencias entre las operaciones interpretativas de los distintos miembros de la familia, nos quedamos sin saber nada.

Al mismo tiempo –reflejando muy claramente la visión consagrada sobre la televisión histórica–, Silverstone considera al consumo

> como una dinámica central, motivadora y movilizadora, que está en el corazón de la cultura y la sociedad contemporáneas [...]. El individuo, lo doméstico, lo suburbano y lo tecnoindustrial están interrelacionados a través del consumo, donde la comoditización y la apropiación se encuentran y negocian. A través del consumo, no articulamos solamente algo significativo para nuestra identidad, sino que también trazamos, aunque sea de manera vulnerable, las fronteras entre los espacios y los tiempos públicos y privados. [...] La televisión es a la vez objeto y facilitador de esta dinámica y un proceso que la trasciende: una tecnología en todos los sentidos del término operando su magia insidiosa –su propia poiésis– a través de la interminable normalidad de sus comunicaciones cotidianas (Silverstone, 1994: 131).

Ahora bien, las consecuencias políticas de esa situación no se discuten en ningún momento; es posible que Silverstone haya sido, en el fondo, bastante pesimista.

> No cabe duda de que la política contemporánea es combatida en los medios, en las pantallas de televisión y en las páginas de los diarios. Tampoco cabe duda de que el sistema político queda globalmente protegido, inviolado (aunque no está en todas partes). Pero también es cierto que la política de la vida cotidiana no está contenida enteramente en esta apropiación de los medios, y que los consumidores son también, intermitentemente, ciudadanos (Silverstone, 1994: 177).

No todo está perdido.

Desde este punto de vista, la puesta en cuestión de la teoría del *rational choice*, de la perspectiva racionalista-instrumental del sistema político, ha tenido mucha importancia. Esta actitud crítica fue creciendo durante la segunda mitad de siglo pasado, un poco al margen del *mainstream* académico. En un momento dado tomé el caso particular de la reflexión del sociólogo italiano Alessandro Pizzorno, quien claramente puso en el centro de la problemática la cuestión de las identidades colectivas: "Una teoría adecuada de la política debe [...] dar cuenta de la constitución de colectividades identificantes, como productos de una actividad propia de la política" (Pizzorno, 1985).[3] Desde la perspectiva de Pizzorno, el sistema político sería ese subsistema social cuya función principal es la administración de los conflictos entre los múltiples colectivos identitarios producidos por las instituciones de las democracias modernas.

Lo que ocurrió después fue que la creciente crisis de las propias instituciones políticas llevó a poner en duda su capacidad para administrar las identidades: el subsistema de los medios comenzó, entonces, a ser percibido como el único en condiciones de (y perfectamente dispuesto a) controlar la evolución de las identidades colectivas. Los indicadores de esta situación ya eran bastante evidentes en Europa a principios de los años noventa. Esta es mi propia descripción en aquel momento:

> El lugar central que los grandes medios [...] están ocupando en las democracias industriales adquiere gravedad en relación directa con la pérdida de legitimidad de los interpretantes del sistema político (el gobierno, el parlamento, el poder judicial, los partidos políticos, las organizaciones sindicales,

3. En Verón (1994) se encontrará una presentación de la perspectiva de Pizzorno y las críticas relativas a sus conclusiones.

etc.). La diferencia es grande con respecto a la época en que se hablaba, a propósito de la prensa, de "cuarto poder": este "cuarto poder" se definía precisamente en relación con otros tres poderes. En la medida en que estos últimos aparecen en crisis, no es absurdo pensar que los medios se están transformando en el único lugar en que opera la construcción-reconstrucción de los colectivos, ni tampoco es absurdo inquietarse por ello [...]

La inquietud se justifica en la medida en que el sistema de los medios responde, de manera cada vez más completa y exclusiva (aun en los países europeos que tuvieron una historia larga de televisión "pública"), a la lógica económica del mercado. Estrechamente articulados [...] al mercado general del consumo, los medios absorben los diferentes sectores de la producción de discursos sociales (informativos, estéticos, políticos, religiosos, lúdicos, literarios, de divulgación científica, etc.) y los incorporan al conjunto de una oferta discursiva puramente determinada por el cálculo costo/beneficio. Este diagnóstico puede conducir a una profecía tan inquietante como paradójica: el racionalismo instrumental tendería a instalarse en el lugar de la producción de los interpretantes socialmente pertinentes, mientras que el colectivo de los ciudadanos se reduciría a un colectivo de receptores-consumidores "trabajado", entre otros, por el *marketing* político (Verón, 1994: 35-36).[4]

En aquel momento juzgué esa profecía excesiva, en razón de la importancia y el peso crecientes del individualismo, consecuencia de la propia dinámica de la sociedad de consumo.

Tenemos que volver a esta cuestión del individualismo, porque las largas discusiones a que ha dado lugar el tema tal vez no sean otra cosa que el síntoma de las dificultades para comprender la lógica estratégica de los actores, de los sistemas socioindividuales, cuando nos limitamos a observar la interpenetración desde los subsistemas sociales.

4. Este artículo, publicado en 1994 en la revista española *Semiosfera*, fue presentado en el I Congreso Mundial de Semiótica y Comunicación realizado en Monterrey, México, en junio de 1993.

**Figura 1**

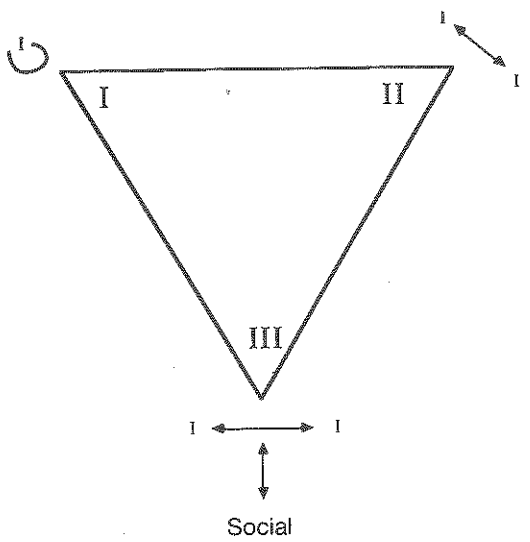
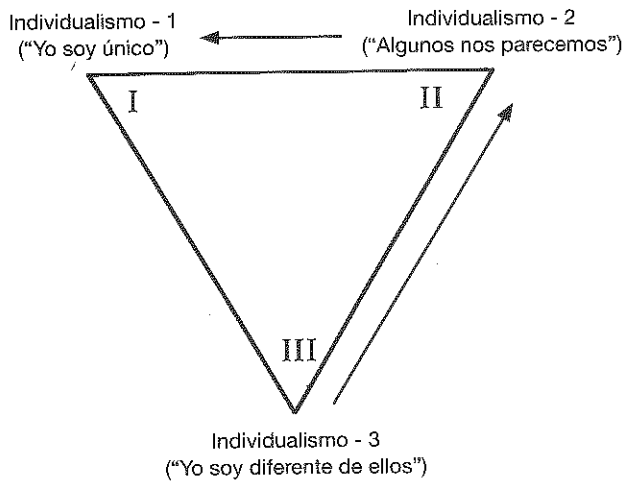



**Figura 2**



Resumo rápidamente el esquema de las tres etapas del individualismo que propuse entonces a partir de la "tópica" de Peirce (figuras 1 y 2).[5] La secuencia histórica ha sido: III → II → I.

La primera etapa corresponde a la terceridad del polo III, el de la relación de los actores con las normas. El individualismo III es un individualismo de ruptura con la sociedad ("yo soy diferente de ellos") y su paradigma es la figura del eremita, muy anterior a la modernidad. La sociedad representa el conjunto de reglas *contra el cual* el individuo reconstruye su subjetividad.

En la secundariedad del polo II, el individuo no se excluye de la sociedad, sino que se retrae construyendo un colectivo con sus "semejantes" ("algunos nos parecemos"). Esta posición corresponde, en los años setenta y ochenta del siglo pasado, a la lógica corporativista de los "clanes" y las "tribus". Las marcas comerciales son los interpretantes perfectos de las tribus.

El polo I, en fin, es el polo de la primeridad, de la relación del individuo consigo mismo, suerte de culminación del individualismo moderno ("yo soy único, no me parezco a nadie"). Singularidad irreductible de la persona: la identidad del individuo no reenvía a otra cosa que a sí mismo. En la Europa de los años ochenta había ya indicadores de la emergencia de esta posición, y de la crisis de las tribus. En los años noventa, algunos síntomas comenzaron a aparecer también en Argentina.[6]

A veinte años de distancia me permito volver a citarme, porque me parece pertinente en relación con lo que fue sucediendo después.

> En el polo I reencontramos al actor social, transformado en individualista-1, con el cual el sistema político ha perdido el contacto, y que plantea cada vez más problemas a la lógica del *marketing*, la cual domina el mercado de consumo y el mercado de discursos de los medios [...] El individualismo-1 expresa la diversidad y la fragmentación crecientes de la sociocultura de los países industriales. La cuestión crucial es hoy la siguiente: llegados a este momento extremo del individualismo, que traduce la crisis de los interpretantes políticos tradicionales pero que a la vez perturba cada vez más la lógica del *marketing* ¿podemos imaginar un recorrido inverso, una reconstrucción de la socialidad hasta llegar a un polo III con nuevos contenidos? Este recorrido inverso es conceptualmente claro pero difícil de imaginar concretamente (es decir, políticamente): se trata de lograr que la complejidad creciente a nivel individual alimente la sociedad civil (Verón, 1994: 35-36).

En el panorama así descripto falta algo de una enorme importancia, pero que en el momento en que ese texto fue escrito no tenía todavía contornos claros. "Se trata de lograr que la complejidad creciente a nivel individual alimente la sociedad civil": ¿no se puede considerar que esta frase describe bastante bien uno de los aspectos fundamentales del escenario de posibles generado por Internet?

Se podría decir entonces que, una vez más, la mediatización ha hecho irrupción en la historia humana, con crecientes rapidez y brusquedad. No lo olvidemos: Internet no es un medio más, tampoco es un paquete de "nuevos medios" (expresión que siempre me ha parecido curiosamente vacía). Como vimos, Internet es una mutación en las condiciones de circulación de los fenómenos mediáticos, como resultado de una transformación de las condiciones de acceso. Internet hace materialmente posible, por primera vez, la introducción de la complejidad de los espacios mentales de los actores en el espacio público y, en consecuencia, vuelve visibles las estrategias de innumerables sistemas socioindividuales *por fuera de la lógica del consumo*, vale decir, por ejemplo, *sin que medien factores de notoriedad*.[7]

5. Una discusión más detallada se encontrará en Verón (1994) y también en Boutaud y Verón (2007: cap. 6).

6. Véase Verón y asociados (2006).

7. En los medios, para bien o para mal, según el caso, los "famosos" de todo tipo están introduciendo permanentemente en el espacio público fragmentos de sus procesos mentales.

Claro que si observamos la interpenetración desde un subsistema social (ya sea el subsistema político, el económico, el de los medios, el de la ciencia o cualquier otro) esa irrupción de la lógica de los sistemas socioindividuales aparece inevitablemente como desorden. Coloquémonos, entonces, en posición de reconocimiento. Es solo desde esa posición que se puede plantear una pregunta crucial: *¿cuáles son los criterios a partir de los cuales el sistema social construye esos colectivos de sistemas socioindividuales que son su entorno?* Creo que Internet puede hacer que esa pregunta resulte *socialmente comprensible.*

Así surge de nuevo, inevitablemente, la cuestión de la posición del observador, porque ¿bajo qué condiciones se formula semejante pregunta? Las condiciones son claramente políticas: esa pregunta resuena en el espacio que el sistema político de las democracias republicanas está dejando vacío.

Confieso que en esta cita de Jacques Rancière (dicho, claro, a su manera), reconozco mi principio del pasaje de la producción al reconocimiento:

> Conseguí invertir el camino, para volver hacia esa dispersión de las palabras que no puede ser considerada simplemente como un dato irreductible. Allí donde se quería encontrar un todo, lo que hay es fragmentación y allí donde se quería encontrar objetivos claramente orientados, hay esa gran dispersión de los itinerarios (Rancière, 2009: 652).

Ahora bien, cuando uno se coloca en el polo de la lógica de los actores, ¿cómo estudiar, justamente, cómo captar esa fragmentación, esa "gran dispersión de las palabras, de los itinerarios"?

La cuestión de fondo es una banalidad de la que todos los que trabajan en estos temas son perfectamente conscientes, pero que tal vez no ha recibido la atención que merece: me refiero a la radical heterogeneidad de la materia de la que disponemos para trabajar, respectivamente, en producción y en reconocimiento. En producción, la sensibilidad metodológica y la definición de técnicas de análisis de los discursos de los medios han progresado enormemente en los últimos treinta años. Pero seguimos haciendo lo que podemos (que es muy poco) para ordenar e interpretar esa "gran dispersión de palabras" con la que nos encontramos en reconocimiento.

El problema no es, claro está, simplemente la heterogeneidad de unas y otras discursividades, sino el de las *relaciones* que se buscan establecer entre análisis efectuados en uno y otro polo. Analizar la semiosis materializada de una sociedad (textos, objetos técnicos, configuraciones visuales, etc.) o tener reglas para saber cómo interpretar lo que alguien dice, se pueden considerar problemas tan viejos como la reflexión de la especie humana sobre sí misma; la cuestión que nos interesa aquí se plantea cuando el objetivo es *articular un nivel con el otro,* es decir, encontrar relaciones sistemáticas (aunque no sean lineales) entre fenómenos mediáticos y sus resonancias en reconocimiento.[8]

Desde el punto de vista metodológico, lo más importante a este respecto es afirmar la homogeneidad conceptual de los diferentes niveles de análisis y, como he tratado de mostrar en este libro, la teoría lo permite y lo justifica. Como vimos en el capítulo 21, y contrariamente al punto de vista de Luhmann, corresponde postular que la semiosis humana es isomorfa en todos sus niveles operacionales, lo cual equivale a decir que es una configuración fractal. Esto nos permite trabajar con la palabra de los actores en reconocimiento, sin caer en la psicología.

La diferencia fundamental entre los sistemas y subsistemas sociales, por un lado, y los sistemas socioindividuales, por otro, no pasa por la operatoria autopoiética, sino por su *diferente relación al espacio y al tiempo.* Es por esta razón que las alteraciones de escala, que discutimos en el capítulo 16, constituyen el aspecto central de la mediatización. *La temporalidad de los sistemas socioindividuales es necesariamente la de un ciclo de vida orgánico.* No es este el caso de los sistemas sociales. Estos pueden desaparecer, por supuesto, y la interrupción de su autopoiésis reproductiva es una posi-

8. Para una perspectiva analítica precisa sobre esta articulación a propósito del tema fundamental de los juicios de gusto sobre discursos de los medios, véase Cingolani (2004, 2007).

bilidad siempre presente, en mayor o menor grado –como lo ha subrayado Luhmann–, en los sistemas autoorganizantes. Pero los sistemas sociales no mueren porque no tienen, como los sistemas socioindividuales, un ciclo orgánico de vida.

Los ciclos de vida engendran *mundos* como modalidades de autoorganización, y esos mundos se encuentran hoy en creciente divergencia con respecto a los colectivos identitarios producidos principalmente, dada la crisis del sistema político, por el subsistema de los medios. Orientándose con la simple lógica del consumo, el subsistema de los medios encuentra, a su vez, crecientes dificultades para articularse a los mundos de los actores. Semejante situación de crisis (si esto puede servir de consuelo) es, sin duda, propicia para estudiar los dos polos de la interpenetración entre sistemas sociales y sistemas socioindividuales.

Solo hay *política* en el contexto del ciclo de vida de los sistemas socioindividuales: la política no es otra cosa que una de las dimensiones que atraviesan la configuración de mundos de los actores. Al exteriorizar sus procesos cognitivos, el *sapiens* generó los fenómenos mediáticos, que a su vez produjeron instituciones como, finalmente, el Estado moderno. Pero en tanto subsistema social autoorganizante y autopoiético, el Estado no hace otra cosa (salvo intervención de factores exógenos) que reproducirse a sí mismo. En esas condiciones ejerce –parafraseando a Rancière– la función policial, pero es ajeno a la función política.

¿Cómo hacer para que el principio *político* de la igualdad se transforme en un componente de la autopoiésis del subsistema del Estado moderno, cuando este no tiene ninguna necesidad de ese principio para reproducirse? La reflexión sobre la semiosis humana (eso que en los ámbitos académicos se suele identificar como "semiótica"), nos lleva al corazón de esta paradoja contemporánea.



# Referencias bibliográficas


AA. VV. (1985): *1984 et les présents de l'univers informationnel*, París, Centre de Création Industriel-Centre Georges Pompidou.

Amar, Georges ([2010] 2011): *Homo mobilis. La nueva era de la movilidad*, Buenos Aires, La Crujía.

Anderson, Douglas (1986): "The Evolution of Peirce"s Concept of Abduction", en *Transactions of the Charles S. Peirce Society*, n° 22, pp. 145-164.

Andrews, Peter y Stringer, Christopher (1999): "El progreso de los primates", en Gould, Stephen Jay (ed.), *El libro de la vida*, Barcelona, Crítica.

Andries, Lise (1989): "Almanacs: Revolutionizing a Tradicional Genre", en Darnton, R. y Roche, D. (eds.), *Revolution in Print. The Press in France, 1775-1800*, Berkeley, University of California Press.

Barthes, Roland (1980): *La chambre claire. Note sur la photographie*, París, Cahiers du Cinéma, Gallimard-Seuil [ed. cast.: *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós, 1992].

Bateson, Gregory (1958): *Naven. A Survey of the Problems Suggested by a Composite Picture of the Culture of a New Guinea Tribe Drawn from Three Points of View*, Stanford, Stanford University Press.

— (1973): *Steps to an Ecology of Mind*, Londres, Paladin Granada [ed. cast.: *Pasos hacia una ecología de la mente*, Buenos Aires, Ediciones Carlos Lohlé, 1985].

— (1979): *Mind and Nature*, Nueva York, Bantam Books [ed. cast.: *Espíritu y naturaleza*, Buenos Aires, Amorrortu, 1997].