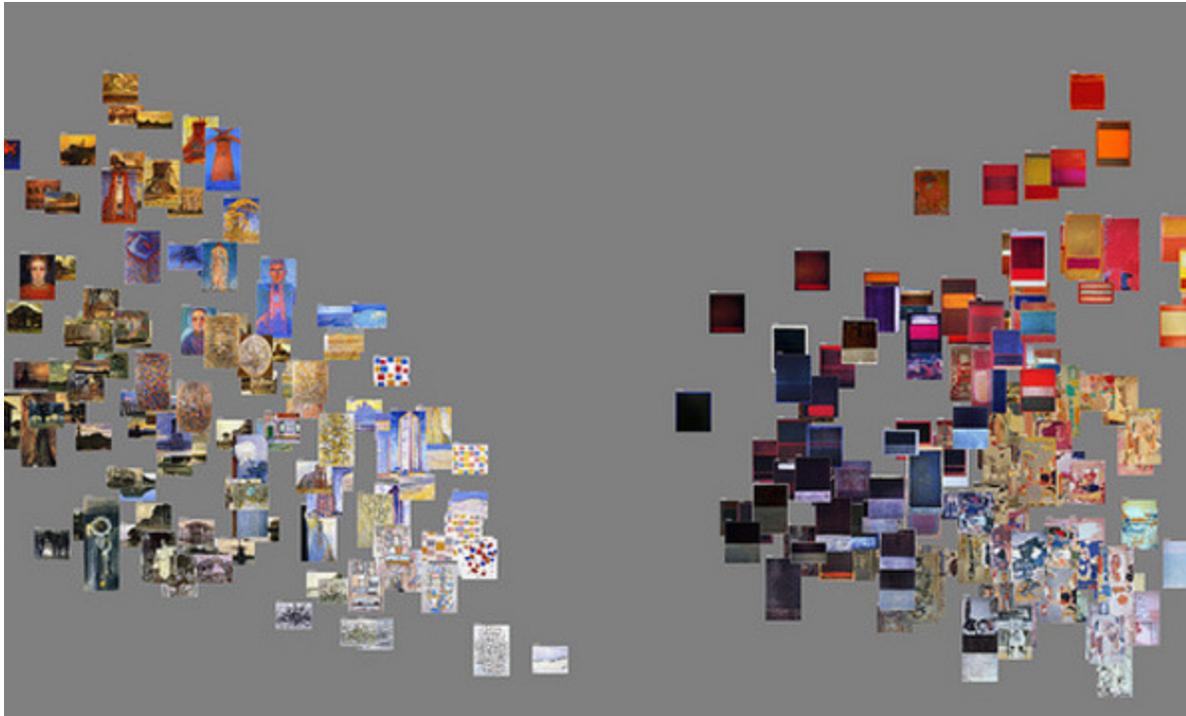


Columna del invitado: Lev Manovich nos lleva de la lectura al reconocimiento de patrones

Por Lev Manovich – 20 de Enero del 2012

Traducción al español a cargo de Agustina Migliorini de uso exclusivo para la Cátedra de Datos (Piscitelli) - FSOC-UBA.



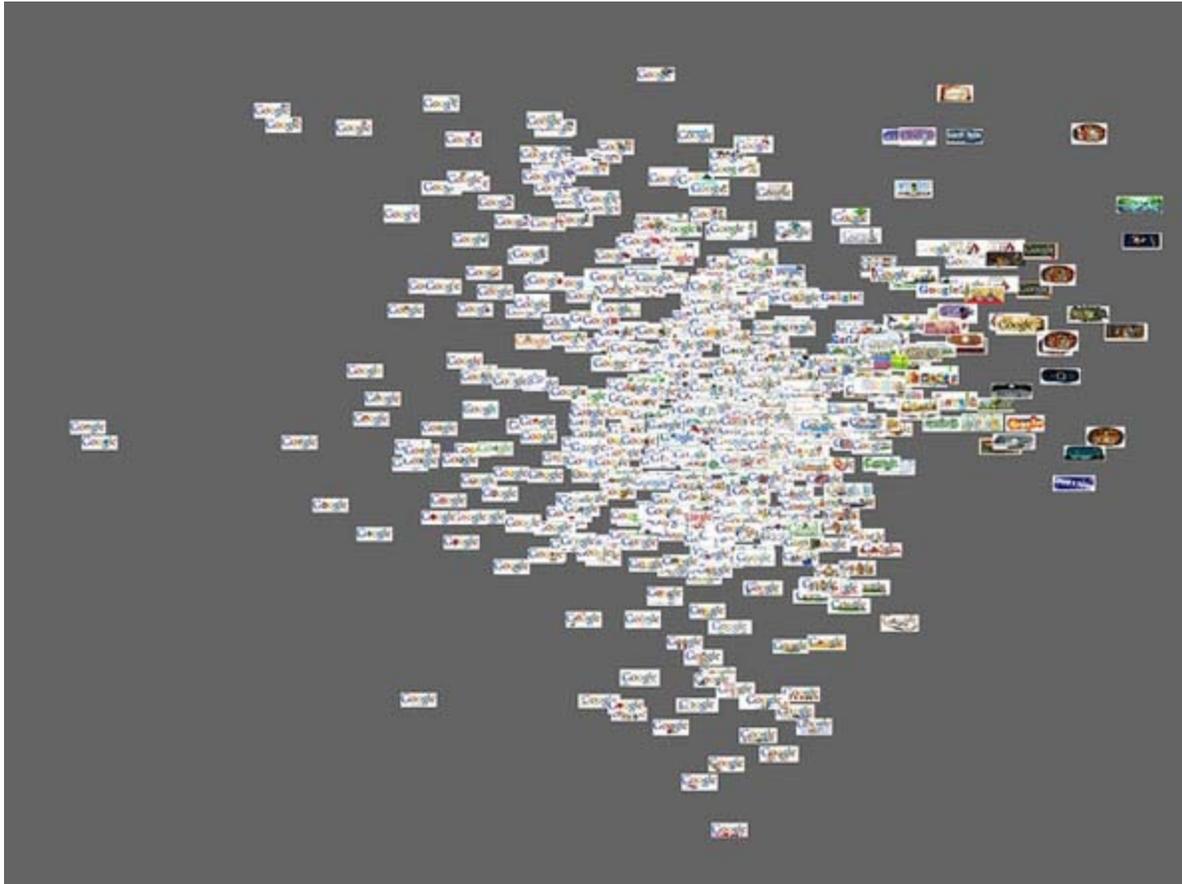
Detalle de Mondrian vs. Rothko.

El surgimiento de los *social media* (medios sociales) crea una oportunidad nueva y radical para estudiar los procesos culturales y sus dinámicas. Por primera vez, podemos seguir la imaginación de miles de millones de personas (las imágenes y los videos que ellos crean y comentan, las conversaciones en las que están involucrados, las opiniones, las ideas y los sentimientos que expresan).

Hasta ahora, el estudio de lo social y lo cultural (seres individuales, artefactos individuales y grupos más grandes de personas/artefactos) dependía de dos tipos de *data*: “datos superficiales” sobre muchos (estadísticas, sociología) y “datos profundos” sobre pocos (psicología, psicoanálisis, antropología, historia del arte – métodos tales como la “descripción densa” y la “lectura cercana”).

Sin embargo, el ascenso de los *social media*, junto con las herramientas computacionales que pueden procesar masivamente cantidades de datos, hace posible, fundamentalmente, un nuevo acercamiento para el estudio de los seres humanos y la sociedad. Ya no tenemos que elegir

entre la magnitud de la información y su profundidad. En vez de tener que generalizar desde pequeños ejemplos o depender de nuestra intuición, podemos estudiar patrones culturales exactos formados por millones de textos culturales. En otras palabras, el conocimiento y el entendimiento detallados, que antes sólo podían alcanzarse sobre algunos textos, ahora pueden ser obtenidos sobre una colección masiva de estos textos.



Google Logo Space—587 versiones del logo original de Google, que aparecieron en google.com entre 1998 y el verano de 2009.

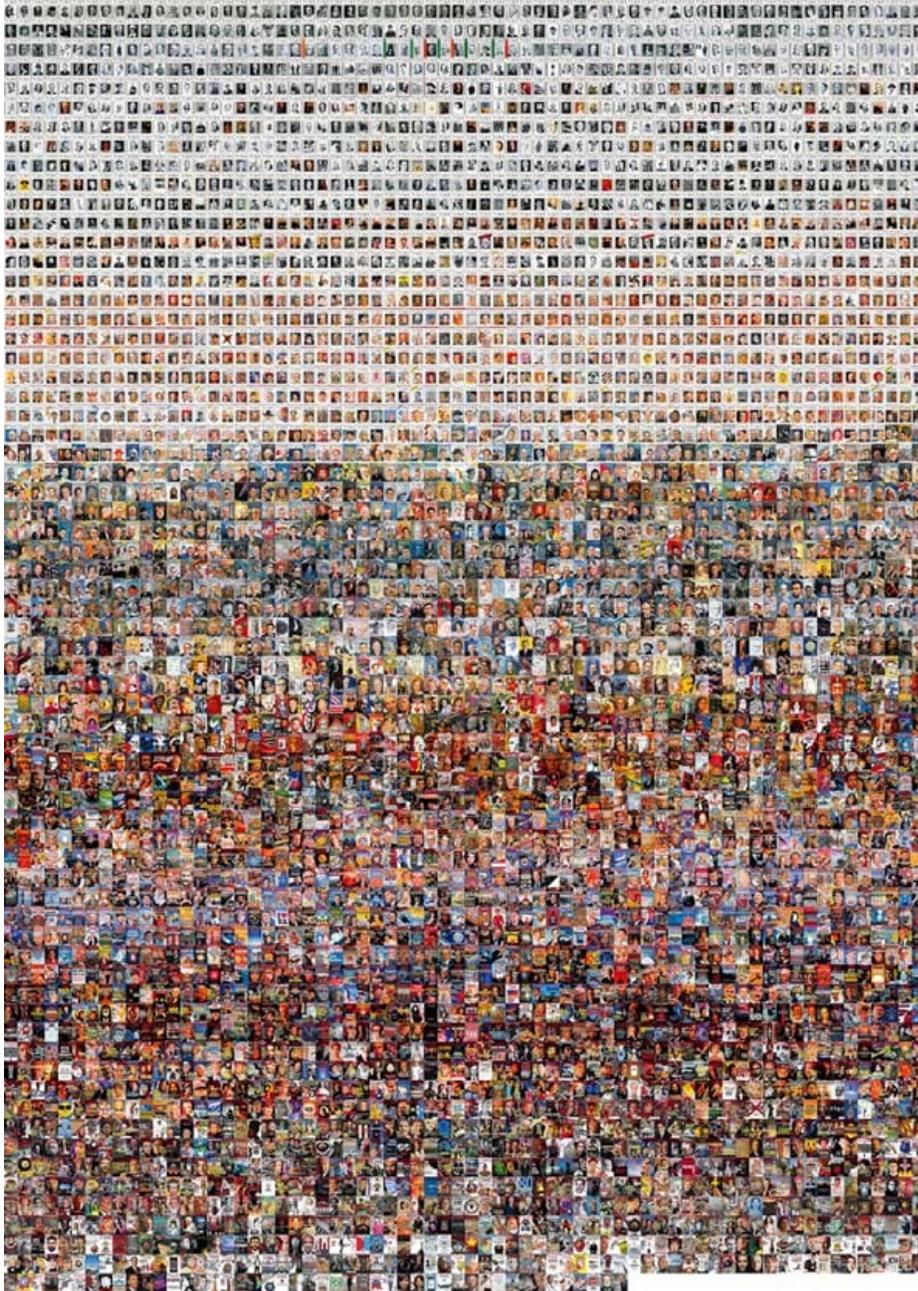
En 2007, Bruno Latour resumió estos desarrollos como sigue: “Las fuerzas precisas que moldean nuestras subjetividades y los caracteres precisos que aportan a nuestra imaginación están abiertos a interrogantes a través de las ciencias sociales. Es como si el funcionamiento interno de los mundos privados haya sido husmeado ya que sus entradas y salidas se volvieron totalmente localizables” (Bruno Latour, “Beware, your imagination leaves digital traces”, Times Higher Education Literary Supplement, 6 de Abril del 2007.)

Pero ¿cómo se “lee” en la práctica a través de billones de posts en Twitter, blogs, fotos en Flickr o videos en YouTube? ¿Cómo se leen esos patrones?

Hoy la gente usa una variedad de herramientas de software para seleccionar el contenido que

les resulta interesante de este universo de textos culturales y conversaciones, masivo y en constante expansión. Estas herramientas incluyen motores de búsqueda, fuentes RSS y sistemas de recomendación. Pero mientras estas herramientas pueden ayudarte a encontrar qué leer, no te muestran los patrones más grandes a través del universo.

Los científicos en computación y compañías de medios usan una serie diferente de herramientas y técnicas que permiten el estudio detallado de dichos patrones. Ellos utilizan análisis estadísticos de información, minería de datos, visualización de información y analítica visual. También tienen acceso a recursos computacionales sustanciales, necesarios para analizar grupos masivos de datos. Por ejemplo, muchas compañías usan el “análisis sentimental” para estudiar los sentimientos que la gente expresa acerca de sus productos en las entradas de los blogs. Publicaciones recientes en ciencias de la computación investigaron cómo se propaga la información Twitter (data: 100 millones de tuits), qué cualidades son compartidas por la mayoría de las fotos marcadas como favoritas en Flickr (data: 2.2 millones de fotos) y qué es lo que las fotos de Flickr geotagueadas nos dicen sobre la atención de la gente (data: 35 millones de fotos).



Mapping Time—las portadas de cada edición de la revista Time publicadas desde 1923 hasta el verano de 2009.

¿Qué pasaría si todos tuvieran acceso a estas técnicas? Por ahora, esto requiere conocimiento de tópicos avanzados en ciencias de la computación y estadísticas. Sin embargo, con las herramientas correctas, cualquiera podría al menos explorar grandes colecciones de imágenes y notar patrones interesantes. En la *Software Studies Initiative*, hemos estado desarrollando tales herramientas de software, y probándolas en grupos de distintos tipos de imágenes culturales, oscilando entre todas las 4.535 tapas de la revista *Time* (1923-200) a un millón de

páginas de manga. Actualmente estamos usando estas herramientas para estudiar videos remixados en YouTube, millones de imágenes de deviantart.com y patrones espaciales en *Second Life*, así como registrando las herramientas y lanzándolas como código abierto.

Para descargarlas, visitar:

<http://lab.softwarestudies.com/p/imageplot.html>

Lev Manovich es el autor de "Software Takes Command" (lanzado bajo licencia Creative Commons, 2008), "Soft Cinema: Navigating the Database" (The MIT Press, 2005), y "The Language of New Media" (The MIT Press, 2001) que es descrito como "la historia de los medios más sugestiva y de amplio alcance desde Marshall McLuhan". Manovich es profesor en el Departamento de Artes Visuales de la Universidad de California, San Diego, director en la Iniciativa de Estudios de Software (Software Studies Initiative) en el Instituto de California para las Telecomunicaciones y Tecnología de la Información (CALIT2) y profesor en la Escuela Europea de Graduados (EGS). Manovich ha estado trabajando con medios computarizados como artista, animador computarizado, diseñador y educador desde 1984. En 2007 Manovich fundó la Iniciativa de Estudios de Software- el primer laboratorio de humanidades digitales, centrándose y explorando grupos masivos de información visual.

Imágenes: [culturevis](#) Flickr