



I. ESCENARIOS

I.SCENERIES

Coordinación / Edited by *Andreas Hepp* y *Guillermo Olivera*
Con la colaboración / Collaboration of *Susan Benz*, *Lucrecia Escudero Chauvel* y *Heiko Kirschner*

Diálogos sobre mediatización. Una introducción a las investigaciones sobre mediatización en el ZEMKI*

Mediatization in dialogue. An introduction to mediatization research at ZEMKI

SUSAN BENZ, ANDREAS HEPP Y HEIKO KIRSCHNER

(pág 25 - pág 34)

RESUMEN. Durante la última década, *mediatización* se convirtió en un concepto central en las investigaciones sobre medios y comunicación. Si bien es posible discernir diferentes enfoques y posiciones en la discusión internacional sobre estos temas, existe una convergencia en la comprensión de que el concepto de *mediatización* se vincula a una transformación a largo plazo de la cultura y la sociedad, en virtud del carácter cambiante de los medios y la comunicación. Desde esta perspectiva, la *mediatización* se considera como un “concepto sensibilizador o concientizador” [*sensitizing concept*] (Blumer, 1954, p. 7; Jensen, 2013, p. 203; Lunt y Livingstone, 2016, p. 464): por un lado, nos sensibiliza en la medida en que, en las sociedades contemporáneas, los medios impregnan diversos dominios; por otro, nos concientiza sobre el hecho de que los medios de comunicación de base tecnológica se han convertido en constitutivos de las prácticas e instituciones que conforman las sociedades contemporáneas. En este sentido, el concepto de *mediatización* no se refiere a una teoría autónoma, autorreferencial. Más bien, es un término en torno al cual varios investigadores de medios y de la comunicación se unieron para indagar en detalle y analizar críticamente la transformación social y cultural en su relación con los medios.

Palabras clave: mediatización como concepto sensibilizador, ZEMKI, mediatización profunda, (re)figuración(es), diálogos Europa/América Latina.

ABSTRACT. Over the last decade “mediatization” has become a central concept in media and communication research. While different approaches and positions can be discerned in the international discussion, they converge in the understanding that the concept of mediatization is linked to a long-term transformation of culture and society with the changing character of media and communication. From this perspective, “mediatization” is considered as a “sensitizing concept” (Blumer, 1954, p. 7; Jensen, 2013, p. 203; Lunt y Livingstone, 2016, p. 464): On the one hand, it sensitizes us to the extent to which media in contemporary societies permeate their various domains. On the other hand, it sensitizes us to the fact that technologically based communication media have become constitutive for the practices and institutions that make up contemporary societies. In this respect, the concept of mediatization does not refer to a self-contained theory. Rather, it is a term around which various media and communication researchers have come together to investigate in detail and critically analyze social and cultural transformation in relation to media.

Keywords: mediatization as sensitizing concept, ZEMKI, deep mediatization, (re)figurations, dialogues Europe/Latin America on mediatization.

SUSAN BENZ es investigadora en el Centro de Investigación en Medios, Comunicación e Información (ZEMKI), de la Universidad de Bremen (Alemania). Su área de trabajo es la teoría social y la investigación cualitativa en medios y comunicación. Integró el equipo de investigación International Media Studies: Media Literacy as a Media Competence Program for Social Change (MEDLIT), un proyecto Erasmus+ de la Unión Europea. Participa en numerosos libros de investigaciones colectivas.

ANDREAS HEPP es profesor de Medios y Comunicaciones y director del ZEMKI. Fue profesor e investigador invitado en instituciones de primer nivel como el London School of Economics and Political Science, por Goldsmiths College, de la Universidad de Londres, la Universidad de París II Panthéon-ASSAS, la Universidad de Stanford, entre otras. Es autor de doce libros monográficos, incluidos *The Mediated Construction of Reality* (con Nick Couldry, 2017), *Transcultural Communication* (2015) y *Cultures of Mediatization* (2013). Su último libro es *Deep Mediatization* (2020). <Correo electrónico: andreas.hepp@uni-bremen.de>.

HEIKO KIRSCHNER fue becario investigador en el ZEMKI, entre 2018 y 2020, en el proyecto Pioniergemeinschaften: The Quantified Self and Maker Movement as Collective Actors of Deep Mediatization. Es miembro del Lab Mediatization and Globalization y, previamente, fue investigador y asistente en el laboratorio Human-Drone Interaction de la Universidad de Dinamarca del Sur (SDU). Su título de máster es *Social Science Innovation Research*.

FECHA DE RECEPCIÓN: 20/11/20

FECHA DE APROBACIÓN: 24/11/20

1. INTRODUCCIÓN

Durante la última década, *mediatización* se convirtió en un concepto central en las investigaciones sobre medios y comunicación. Si bien es posible discernir diferentes enfoques y posiciones en la discusión internacional sobre estos temas, existe una convergencia en la comprensión de que el concepto de *mediatización* se vincula a una transformación a largo plazo de la cultura y la sociedad, en virtud del carácter cambiante de los medios y la comunicación. Desde esta perspectiva, la *mediatización* se considera como un “concepto sensibilizador o concientizador” [*sensitizing concept*] (Blumer, 1954, p. 7; Jensen, 2013, p. 203; Lunt y Livingstone, 2016, p. 464): por un lado, nos sensibiliza en la medida en que, en las sociedades contemporáneas, los medios impregnan diversos dominios; por otro, nos concientiza sobre el hecho de que los medios de comunicación de base tecnológica se han convertido en constitutivos de las prácticas e instituciones que conforman las sociedades contemporáneas. En este sentido, el concepto de *mediatización* no se refiere a una teoría autónoma, autorreferencial. Más bien, es un término en torno al cual varios investigadores de medios y de la comunicación se unieron para indagar en detalle y analizar críticamente la transformación social y cultural en su relación con los medios.

No es de extrañar, por lo tanto, lo diversa que es la discusión acerca de la mediatización. En Europa, la investigación sobre el concepto se estableció no solo en Alemania, sino también —y de modo creciente— en los países escandinavos. Colegas de Gran Bretaña y, más tarde, de otras regiones europeas también abordaron cuestiones referidas a la mediatización. Además, en 2010, se formó un grupo de trabajo de mediatización en la Asociación Europea de Educación e Investigación en Comunicación (ECREA), que luego se convirtió en una sección de pleno derecho de dicha entidad. Sin embargo, más allá de Europa, América Latina es, sin dudas, una región del mundo en la que se abordaron cuestiones de mediatización durante muchos años. En tal contexto, esperamos que la siguiente serie de artículos contribuya a un sólido intercambio de ideas y argumentos entre Europa y América Latina.

La investigación latinoamericana sobre medios y comunicación ya ha enriquecido la discusión europea de varias formas. Recordamos el trabajo de Jesús Martín Barbero (1993), quien, con su argumento a favor de un cambio de perspectiva desde los medios hacia el proceso mediador de la comunicación, fue importante para el desarrollo de la más reciente teoría europea de los medios (ver, por ejemplo, Couldry, 2012). Asimismo, hacemos referencia a las publicaciones de Néstor García Canclini (1995) y a sus argumentos sobre la hibridación, desterritorialización y reterritorialización de la cultura, que fueron estimulantes para la investigación europea sobre medios y globalización (Tomlinson, 1999). Una de las razones por la que los estudios europeos de medios y comunicación se refirieron repetidamente a estos dos académicos latinoamericanos en las últimas décadas es que sus publicaciones se tradujeron al inglés. La investigación francesa, portuguesa o española es mucho menos mencionada.

Tal vez, este también sea uno de los motivos que explique que la investigación latinoamericana —ampliamente establecida sobre la mediatización— haya jugado solo un papel muy secundario en el fortalecimiento del campo en Europa: apenas de modo reciente las publicaciones de autores como Eliseo Verón se abrieron camino en la discusión de este continente (Averbeck-Lietz, 2015, entre otros). Sus ideas conceptuales son especialmente

conocidas en Francia (Gómez-Mejía, Le Marec y Souchier, 2018), donde Verón fue profesor de la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales (EHESS) y director del Departamento de Información y Comunicación (INFOCOM), de la Universidad de París VIII, entre otros puestos que desempeñó en instituciones francesas. Pero, más allá de Francia, recibió una mayor atención cuando contribuyó, con un capítulo sustancial publicado en inglés (Verón, 2014), al manual *Mediatization of Communication*, editado por Knut Lundby. Se hizo evidente que el enfoque de Verón sobre la mediatización, anclado en la semiótica, tiene considerables paralelos y un potencial de conexión, en especial con la “tradición social constructivista” (Couldry y Hepp, 2013, pp. 195-198) de la investigación europea sobre mediatización.

Afortunadamente, esto demuestra que la investigación latinoamericana sobre la mediatización se volvió más visible en Europa. Muchos contribuyeron a este aumento de visibilidad y aquí solo podemos tocar brevemente algunos puntos. Un buen primer vistazo sobre el estado de la investigación en mediatización en América Latina es el artículo *Un enfoque latinoamericano de la mediatización*, de Carlos Scolari y Joan Ramon Rodríguez-Amat (2018). Además, se publicaron importantes artículos en inglés que produjeron que el contexto general de los estudios de comunicación y medios y el desarrollo de la investigación sobre la mediatización en América Latina fueran mucho más accesibles (Vasallo de Lopes, 2014; Pertierra y Salazar, 2019; Waisbord, 2014). Comenzó a surgir un número creciente de contribuciones latinoamericanas originales a la investigación sobre mediatización escritas en inglés (Gomes, 2017). Sumado a esto, las publicaciones de académicos europeos se tradujeron al español y al portugués (Bolin, 2015; Hjarvard y Linares, 2016). Por otro lado, cabe destacar el seminario sobre mediatización y procesos sociales en PPGCC-Unisinos, en Brasil (Ferreira, Braga, Gomes, Neto y da Rosa, 2019), una conferencia que, desde hace varios años, construye un importante puente entre la investigación latinoamericana y europea sobre mediatización.

En esta serie de artículos, nos propusimos continuar el diálogo entre la investigación sobre mediatización latinoamericana y europea, presentando algunos de los trabajos recientes que se realizan en el ZEMKI. En la siguiente sección de la presente introducción, y a los fines de reflejar el contexto en el que surgió esta investigación, comentaremos brevemente el desarrollo de los estudios sobre mediatización en el ZEMKI. Posteriormente, ofreceremos una descripción general de los artículos recopilados.

2. QUINCE AÑOS DE INVESTIGACIÓN SOBRE MEDIATIZACIÓN EN EL ZEMKI

ZEMKI se fundó en 2005, en ese momento como IMKI (Instituto de Medios, Comunicación e Información). Sin embargo, recién en 2011 se reestructuró en un Centro de Investigación en Medios, Comunicación e Información (ZEMKI), que se convirtió en una Unidad Central de Investigación (ZWE), en la Universidad de Bremen, en 2019. Las unidades centrales de investigación son instituciones que se ocupan de tópicos de investigación relevantes y orientados al futuro. En el ZEMKI existe una línea de investigación que versa sobre los cambios actuales e históricos en los medios y la comunicación. Y, si bien tal línea no se refiere exclusivamente a los estudios sobre mediatización, esta ha estado muy presente desde sus inicios. Entre los ejemplos, se incluye la investigación sobre eventos mediáticos, que se vieron como un rasgo característico de la creciente mediatización de la sociedad, o la mediatización de las comunidades de migrantes.

La investigación sobre mediatización en el ZEMKI recibió un gran impulso en 2010 cuando se estableció el programa prioritario Mundos Mediatizados, coordinado por Friedrich Krotz y financiado por la Fundación Alemana de Investigación (DFG), que finalizó en 2016. El objetivo general de los programas prioritarios es anclar áreas nuevas y de gran relevancia en el panorama de la investigación. En el programa prioritario que nos ocupa, se asumió que las vidas y las experiencias de las personas tienen lugar cada vez más dentro y en relación con los *mundos mediatizados*. Este término se utiliza para describir los dominios de la práctica y los mundos sociales en los que el significado cultural se ha entrelazado de forma inseparable con los medios. La idea de *mundos mediatizados* incluye los mundos sociales de la política, la vida cotidiana, las relaciones de género, el empleo y el consumo, las instituciones sociales y las organizaciones.

Si bien los proyectos del programa prioritario se localizaron en toda Alemania —para una descripción general consultar Hepp y Krotz (2014) y Krotz, Despotovic y Kruse (2017)—, ZEMKI fue la institución que llevó a cabo la mayoría de ellos. Además del proyecto de coordinación —en el que se desarrolló un trabajo teórico global—, se realizó un proyecto sobre la mediatización de las escuelas (Breiter, 2014), otro sobre la mediatización de la comunidad entre las distintas generaciones de medios (Hepp, Berg y Roitsch, 2017) y un proyecto para testear un procedimiento para estudios cualitativos en panel sobre mediatización.

Además de estos, durante esta fase se llevaron a cabo otros estudios sobre mediatización en el ZEMKI, los cuales incluyen una disertación sobre la demarcación comunicativa de los jóvenes en un mundo caracterizado por la mediatización (Roitsch, 2020), sobre movilidad laboral y mediatización (Berg, 2017) y sobre la mediatización de la relación médico-paciente (Meinzer, 2019). En el contexto de esta investigación, se hizo más evidente que asumir un proceso unificado de mediatización es limitante. La mediatización difiere notablemente según el dominio social considerado (Lunt y Livingstone, 2016). En consecuencia, durante este período los conceptos teóricos y metodológicos para describir la mediatización se desarrollaron de modo permanente en el ZEMKI.

Un resultado de esto fue la mayor atención a las descripciones del proceso sociológico en la tradición de Norbert Elias. Su concepto de *figuraciones* se retomó con el objetivo de analizar el proceso de mediatización. Esto se profundizó en la unidad creativa Figuraciones Comunicativas, en el ZEMKI, financiada por la Iniciativa de Excelencia de Alemania desde 2013 hasta 2016. La investigación se llevó a cabo en estrecha cooperación con el Instituto Leibniz de Investigación de Medios-Instituto Hans Bredow (HBI). El objetivo era examinar las figuraciones de diferentes organizaciones, comunidades e instituciones, con el fin de obtener una visión más profunda de la dinámica de los procesos de mediatización (Hepp, Breiter y Hasebrink, 2018). También se expandieron los enfoques metodológicos en el ZEMKI, en el contexto de una creciente difusión de los medios digitales. El interés se dirigió entonces hacia “métodos digitales en contexto”, lo que implicaba analizar trazas digitales en combinación con datos cualitativos contextuales (Breiter y Hepp, 2018; Hepp, Breiter y Friemel, 2018). Además, surgieron otros proyectos de esta unidad creativa, algunos de los cuales se realizan en cooperación con el HBI. Las áreas de estudio incluyen temáticas como la refiguración de la esfera pública, las comunidades pioneras, el periodismo pionero y la realización de más investigaciones aplicadas, como fue el caso del desarrollo de la plataforma de noticias local y la aplicación móvil Molo.news.

¿Cómo se desarrolló la comprensión de la mediatización en el proceso? Si uno plantea esta pregunta y la relaciona con la investigación actual en el ZEMKI, quizás la mejor respuesta sea que las percepciones se han desplazado hacia una visión de mediatización que reconoce que la etapa que opera en el ámbito de los medios digitales y sus infraestructuras es diferente a la que operaba durante la época anterior en los medios de comunicación mecánicos y electrónicos. El término que se propuso para esto es *mediatización profunda*. Esto significa una etapa de mediatización en la que los mismos elementos y bloques de construcción a partir de los cuales se construye un sentido de lo social se anclan en procesos de mediación de base tecnológica (Couldry y Hepp, 2017, p. 7; Hepp, 2020). En este contexto, la investigación actual sobre la mediatización (profunda) también aborda cuestiones que antes eran menos relevantes, como la generación y el procesamiento de datos digitales, la automatización de la comunicación o, más recientemente, los robots comunicativos (Hepp, 2020, pp. 79-84): sistemas basados en software, como los compañeros artificiales [*artificial companions*] y los robots de trabajo [*workbots*], usados para periodismo automatizado, que están diseñados para comunicarse con humanos. Con tal movimiento conceptual hacia la mediatización profunda, la investigación en el ZEMKI se ha vuelto cada vez más amplia, no solo en términos de metodología, sino también en lo que respecta a los diversos fenómenos que son sus focos.

3. UNA DESCRIPCIÓN GENERAL SOBRE LA TEMÁTICA

Las contribuciones sobre mediatización deben considerarse en el contexto del desarrollo del ZEMKI que se describió anteriormente. En general, dichas contribuciones procuran presentar la diversidad de investigaciones en relación a ese tema que actualmente se llevan a cabo en el mencionado centro de estudios. En efecto, la siguiente serie de artículos temáticos está diseñada para visibilizar diferentes perspectivas de la investigación sobre mediatización, presentando contribuciones conceptuales y empíricas. Mientras que los artículos más conceptuales abordan la cuestión de cómo captar mejor el metaproceto (Krotz, 2007, p. 256) de la mediatización, otros artículos se refieren a cuestiones empíricas que van desde ensayos rememorativos hasta cuestiones más actuales relativas a las relaciones sociales basadas en los medios.

A partir del trabajo conceptual, el número comienza con un artículo de Andreas Hepp, quien introduce la idea de *mediatización* y, particularmente, su desarrollo en una nueva etapa que denomina *mediatización profunda*. Este autor enfatiza la digitalización como motor principal para la *mediatización profunda*, al permitir esta que el mundo social se construya cada vez más sobre infraestructuras digitales. Una forma de investigar este proceso de transformación social es centrándose en cómo se produce una mediatización profunda en ciertas comunidades pioneras. El artículo de Hepp defiende un enfoque más amplio de la investigación sobre mediatización en relación con los actores de los medios, los métodos digitales y el procesamiento de datos, en la medida en que la mediatización profunda está expandiendo la perspectiva de los medios —de medios de comunicación hasta algo que es medio de comunicación y procesamiento automatizado de datos a la vez—. Asimismo, busca tender un puente entre la discusión europea y la latinoamericana para desarrollar aún más el concepto de mediatización en los medios digitales actuales.

Este enfoque amplio sobre la investigación de la mediatización que enfrenta la siguiente etapa de mediatización profunda es seguido por un artículo de Lena Fölsche.

Basándose en la teoría de los campos de Pierre Bourdieu, desarrolla un concepto analítico para investigar diferentes etapas de mediatización dentro de distintos campos sociales. Fölsche adapta la idea del capital mediático como un recurso crucial en los niveles micro, meso y macro de la mediatización. El capital mediático (objetivado, incorporado o institucionalizado) también crea la necesidad de una doxa mediática que se describe como convenciones relacionadas con los medios de comunicación en un campo específico, es decir, como las expectativas sociales y las normas implícitas y explícitas de las prácticas de los medios de comunicación. Al evaluar la distribución del capital mediático dentro de un campo social y el alcance de la doxa mediática, la autora concluye que es posible estimar el grado de mediatización dentro de un campo social. La relación de este artículo con la discusión latinoamericana consiste, en particular, en sus propósitos de desarrollar una perspectiva sobre la mediatización que considere también la cuestión del poder y el capital.

Siguiendo la idea de la mediatización y sus diferentes etapas y campos, Christian Pentzold, que ha dejado el ZEMKI para convertirse en profesor titular en la Universidad de Chemnitz, cambia el foco a la dimensión temporal de estos procesos. Al tomar en cuenta las prácticas mediáticas de andamiaje del tiempo, enfatiza la importancia de una comprensión más entusiasta de la mediatización, que permita que sus múltiples etapas tengan lugar en diferentes paisajes temporales. Sobre esta base, Pentzold argumenta —temporalmente hablando— que la visión de la mediatización como solo un crecimiento a largo plazo de la tecnología o una aceleración constante en el tiempo se complementa con una visión más compleja de los medios como instrumentos para el andamiaje temporal. Considerando las prácticas mediáticas interrelacionadas con la refiguración del tiempo —que difiere entre humanos, sociedades y culturas—, Pentzold despliega una perspectiva distinta sobre la temporalización de la mediatización, un tema que también juega un papel importante en el panorama de investigación latinoamericano.

El primer aporte empírico está dedicado a las prácticas de la memoria histórica en Chile. Delia González de Reufels analiza el papel de los medios de comunicación en el contexto del recuerdo social del golpe militar de 1973. Señala el impacto de la mediatización en las estrategias para el recuerdo colectivo, al referirse al establecimiento de nuevas tecnologías y el papel de los medios en la construcción de la memoria histórica y la realidad social. Al comparar el golpe militar en Chile con la tragedia estadounidense del 11 de septiembre, elabora nuevas prácticas de memoria histórica visual que surgen bajo las condiciones de mediatización (profunda). Para subrayar los aspectos visuales de su argumento, se basa en representaciones mediáticas del evento histórico que se utilizan en el entorno de un museo, así como en productos culturales, por ejemplo, películas. González de Reufels investiga la realización de una mediatización profunda analizando la construcción de la memoria histórica a través de prácticas mediáticas. La relevancia de este artículo para América Latina es evidente, puesto que se refiere a dicha región como sitio de investigación.

También se preocupa de las prácticas del recuerdo y de la memoria el artículo de Anke Offerhaus, donde se exploran las expresiones comunicativas del dolor en redes sociales. La visibilidad de las prácticas de duelo a través de las redes sociales proporciona un nuevo campo a través del cual es posible investigar cómo se mediatizan las técnicas culturales. Su estudio empírico se basa en entrevistas profundas a personas en proceso de luto, y muestra el desarrollo de negociación de las reglas sociales de la comunicación del

duelo en un entorno *online*. Si bien afirma que esas reglas sociales son muy fluidas, surge que, de igual modo, los entrevistados desarrollaron estrategias de inclusión y exclusión entre quienes participan en una comunidad en duelo. Desde la perspectiva de los actores sociales, Offerhaus destaca las relaciones entre las personas de luto y los fallecidos como una variable importante en el proceso de negociación y proporciona información detallada sobre el proceso comunicativo del duelo en las redes sociales. Esta visión de la práctica cotidiana de las personas también se encuentra con frecuencia en la investigación de medios y comunicación de América Latina.

Apartándose de la memoria, pero permaneciendo en la cuestión de las relaciones sociales mediatizadas, la contribución de Jeannine Teichert se centra en el fenómeno de la amistad. Esta autora enfatiza la mediatización profunda como un proceso continuo de transformación social y ahonda en el cambio de construcción y mantenimiento de amistades a través de prácticas mediáticas. Teichert subraya el carácter performativo de la amistad como práctica comunicativa y el papel de los medios, constitutivos y formativos para el hacer de la amistad contemporánea. Como fenómeno, esto es de interés en diferentes contextos culturales.

Mientras mira las prácticas de los medios contemporáneos con respecto a las relaciones sociales, la última contribución toma otra perspectiva empírica hacia la mediatización, al investigar la migración. En su artículo, Stephan Görland presenta los resultados de un estudio sobre las prácticas mediáticas de los refugiados sirios antes, durante y después de su viaje migratorio. Al identificar tres lógicas de migración mediatizada (mantenimiento, coordinación y orientación), Görland destaca la importancia vital de los medios, especialmente el teléfono inteligente, para los procesos de autoempoderamiento y migración. Al mismo tiempo, señala que los patrones de uso de los medios se derivan de las necesidades situacionales. Dado que la migración también es un fenómeno omnipresente en América Latina, vemos el tema de este artículo como un importante puente adicional para la discusión intercontinental.

Anhelamos que cada uno de estos artículos arroje luz en las investigaciones actuales sobre mediatización y en los interrogantes más relevantes, para avanzar en la comprensión de la sociedad, profundamente mediatizada. Al proporcionar una idea de la investigación actual sobre mediatización que se lleva a cabo en el ZEMKI, esperamos también hacer una contribución adicional al diálogo, ya muy productivo en esta área de investigación, entre América Latina y Europa. En este sentido, estamos ansiosos por los intercambios futuros y por una discusión aún más profunda.

NOTAS

* Traducción del inglés al español por Daniel Zen (Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AVERBECK-LIETZ, S. (2015). Eliseo Verón leído desde la perspectiva de los estudios en comunicación alemanes. Semio-pragmática, comunicación e investigación en mediatización. *Revista Estudios*, (33), 151-164.
- BERG, M. (2017). *Kommunikative Mobilität. Die mediale Vernetzung beruflich mobiler Menschen*.

Wiesbaden: Springer VS.

- BLUMER, H. (1954). What is Wrong with Social Theory? *American Sociological Review*, 19(1), 3-10.
- BOLIN, G. (2015). Narrativas Transmídia e Valor nos Ambientes de Mídias Digitais. *Parágrafo. Revista Científica de Comunicação Social*, 2(3), 113-123.
- BREITER, A. (2014). Schools as Mediatized Worlds from a Cross-cultural Perspective. En A. Hepp y F. Krotz (Eds.), *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age* (pp. 288-303). Londres: Palgrave Macmillan.
- BREITER, A. Y HEPP, A. (2018). The Complexity of Datafication. Putting Digital Traces in Context. En A. Hepp, A. Breiter, y U. Hasebrink (Eds.), *Communicative Figurations. Transforming Communications in Times of Deep Mediatization* (pp. 387-406). Londres: Palgrave Macmillan.
- COULDRY, N. (2012). *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- COULDRY, N. Y HEPP, A. (2013). Conceptualising Mediatization. Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191-202.
- COULDRY, N. Y HEPP, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.
- Ferreira, J., Braga, J. L., Gomes, P. G., Neto, A. F. y da Rosa, A. P. (Eds.). (2019). *Between What we Say and What we Think. Where is Mediatization?* Rio dos Sinos: FACOS-UFSM.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1995). *Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- GOMES, P. G. (2017). *From Media to Mediatization. An Evolving Concept*. Rio dos Sinos: Editora Unisinos.
- GÓMEZ-MEJÍA, G., LE MAREC, J. Y SOUCHIER, E. (2018). Verón Between Worlds. *Communication & Languages*, 196(2), 9-26.
- HEPP, A. (2020). *Deep Mediatization*. Londres: Routledge.
- HEPP, A., BERG, M. Y ROITSCH, C. (2017). A Processual Concept of Media Generation. The Media-generational Positioning of Elderly People. *Nordicom Review*, 38(1), 109-122. doi:10.1515/nor-2017-0395
- HEPP, A., BREITER, A. Y FRIEMEL, T. (2018). Digital Traces in Context. An Introduction. *International Journal of Communication*, 12, 439-449.
- HEPP, A., BREITER, A. Y HASEBRINK, U. (Eds.). (2018). *Communicative Figurations. Transforming Communications in Times of Deep Mediatization*. Londres: Palgrave Macmillan.
- HEPP, A. Y KROTZ, F. (Eds.). (2014). *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*. Londres: Palgrave Macmillan.
- HJARVARD, S. Y LINARES, N. L. (2016). Olhando além do campo. O desenvolvimento da agenda de pesquisa da midiatização. *MATRIZES*, 10(1), 89-102.
- JENSEN, K. B. (2013). Definitive and Sensitizing Conceptualizations of Mediatization. *Communication Theory*, 23(3), 203-222.
- KROTZ, F. (2007). The Metaprocess "Mediatization" as a Conceptual Frame. *Global Media and Communication*, 3(3), 256-260.
- KROTZ, F., DESPOTOVIĆ, C. Y KRUSE, M.-M. (Eds.). (2017). *Mediatisierung als Metaprozess*. Wiesbaden: Springer VS.
- LUNT, P. Y LIVINGSTONE, S. (2016). Is 'Mediatization' the New Paradigm for our Field? A commentary on Deacon and Staney (2014, 2015) and Hepp, Hjarvard and Lundby (2015). *Media, Culture & Society*, 38(3), 462-470.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1993). *Communication, Culture, and Hegemony. From the Media to Mediations*. Londres: Thousand Oaks, Nueva Delhi: Sage Publications.
- MEINZER, D. C. (2019). *Die Arzt-Patient-Beziehung in einer digitalisierten Welt*. Wiesbaden: Springer VS.
- PERTIERRA, A. C. Y SALAZAR, J. F. (Eds.). (2019). *Media Cultures in Latin America. Key Concepts and New Debates*. Nueva York, Londres: Routledge.

- ROITSCH, C. (2020). *Kommunikative Grenzziehung. Herausforderungen und Praktiken junger Menschen in einer vielgestaltigen Medienumgebung*. Wiesbaden: Springer VS.
- SCOLARI, C. Y RODRIGUEZ-AMAT, J. R. (2018). A Latin American Approach to Mediatization. Specificities and Contributions to a Global Discussion About How the Media Shape Contemporary Societies. *Communication Theory*, 28(2), 131-154.
- TOMLINSON, J. (1999). *Globalization and Culture*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- VASSALLO DE LOPES, MARIA I. (2014). Mediation and Reception. Some Theoretical and Methodological Connections in Latin American Communication Studies. *MATRIZes*, 8(1), 1-18.
- VERÓN, E. (2014). Mediatization Theory. A Semio-anthropological Perspective. En K. Lundby (Ed.), *Mediatization of Communication* (pp. 163-172). Berlín, Nueva York: De Gruyter Mouton.
- WAISBORD, S. (2014). United and Fragmented. Communication and Media Studies in Latin America. *Journal of Latin American Communication Research*, 4(1), 1-23.

De la mediatización a la mediatización profunda¹

From mediatization to deep mediatization

ANDREAS HEPP

(pág 35 - pág 44)

RESUMEN. La mediatización se refiere a la relación entre la transformación de los medios y la comunicación, por un lado, y a la cultura y la sociedad, por el otro. A partir de esta aproximación inicial al concepto de *mediatización*, este artículo tiene un triple objetivo. Primero, plantear una explicación más detallada de la mediatización. Segundo, describir su etapa actual como una de mediatización profunda y, finalmente, discutir la necesidad de extender la perspectiva de la investigación de la mediatización hacia la producción de una mediatización profunda. Esto es necesario porque con la mediatización profunda nuevos tipos de colectividades se han convertido en fuerzas impulsoras del cambio. Son los casos de actores, dentro de comunidades pioneras, como el Quantified Self Movement, el Maker Movement y el Hacks/Hackers Movement, que se aprovechan como ejemplos.

Palabras clave: mediatización, transformación, entorno mediático, datificación, movimientos sociales, comunidades pioneras.

ABSTRACT. Mediatization refers to the relationship between the transformation of media and communication on the one hand and culture and society on the other. Starting from this initial approach to the concept of mediatization, this article has a threefold objective. First, it begins by outlining a more detailed explanation of mediatization. Second, it goes on to describe its current stage as one of deep mediatization, and finally it discusses the necessity of extending the perspective of mediatization research to that of the making of a deep mediatization. This is necessary because with deep mediatization new kinds of collectivities have become driving forces of change. Actors within pioneer communities such as the Quantified Self Movement, the Maker Movement and the Hacks/Hacker Movement are harnessed as examples.

Keywords: mediatization, transformation, media environment, datafication, social movements, pioneer communities.

ANDREAS HEPP es profesor de Medios y Comunicaciones y director del Centro de Investigación en Medios, Comunicación e Información (ZEMKI) de la Universidad de Bremen (Alemania). Ha sido profesor e investigador invitado en instituciones de primer nivel, como el London School of Economics and Political Science y el Goldsmiths College, de la Universidad de Londres, así como en la Universidad de París II PanthéonAssas, la Universidad de Stanford y otras. Es autor de 12 libros monográficos, entre los que se incluyen *The Mediated Construction of Reality* (con Nick Couldry, 2017),

