

# Mediatización: el largo recorrido de un concepto.

## Mediatization: The long path of a concept

LUCRECIA ESCUDERO CHAUVEL Y GUILLERMO OLIVERA

(pág 9 - pág 21)

Un nuevo objeto teórico de gran envergadura se desarrolla en el *carrefour* de la historia, la ecología y sociología de los medios, pero también en el de la sociosemiótica. Nos referimos a la *mediatización*, a la que deSignis dedica este número especial, fruto de varios coloquios y encuentros.<sup>1</sup> La mediatización es un proceso de imbricada integración de los medios de comunicación en todos los niveles de las estructuras sociales rediseñando las formas que tenemos como individuos y como colectivos para relacionarnos con el mundo en el que vivimos. Como objeto teórico complejo y multidisciplinario, su estudio se desarrolla en distintos niveles, como por ejemplo la semiótica post-estructural de matriz peirceana y la sociología postfuncionalista atenta a los metaprocesos que afectan el cambio social, pero también a la historia de las técnicas y las interacciones humanas. Concepto *paraguas*, diría Umberto Eco, u operador semántico, a la vez que categoría ‘sensibilizadora’ (Lunt & Livingstone, 2015; Hepp, 2022), este número de *deSignis* integra dos grandes paradigmas teóricos con que se aborda la problemática en el escenario actual de las Ciencias Sociales:<sup>2</sup> el paradigma semiótico-discursivo atento a las formas en que los medios construyen mediante estrategias de producción de sentido, la inteligibilidad de la *esfera pública* contemporánea, y el paradigma socio-constructivista, que analiza los cambios sociales ligados a las mutaciones de las tecnologías de la información y la comunicación, las formas en que los medios responden al cambio social o inclusive, lo producen y aceleran. En ambos encontramos la noción heredada de la tradición habermasiana de *Esfera pública*, como lugar simbólico donde se producen y diferencian sistemas de visibilidad y de prácticas sociales que constituyen el contexto de referencia de una cultura y el debate sobre las etapas de la modernización a partir de la existencia de los dispositivos mediáticos en las sociedades postindustriales. *Deep mediatization* en la teoría nórdica, *hipermediatización* en la latinoamericana.

El *paradigma semiótico-discursivo* se desarrolla en el marco de una semiótica post estructural, que incorpora el riquísimo bagaje de la tradición lingüística en una teoría sobre la discursividad social no lineal, centrada en el concepto de *semiosis* y que correspondería históricamente a la transformación del sistema de *broadcasting* al de *networking*, al pasaje a la revolución de la fibra óptica y la irrupción de la Web 2.0 cuya complejidad necesita de hipótesis sobre la producción, recepción, interpretación y circulación de los mensajes.

La sociosemiótica ha trabajado el análisis de los procesos comunicativos de la esfera pública bajo una perspectiva discursiva, lo que implicó una revisión del concepto de texto como unidad significativa de mayor o menor amplitud y donde el punto de partida no es ni el análisis de contenido, ni la frecuencia de la iteración de un término o una imagen sino los procesos de interpretación e interpelación presentes como estrategias textuales. La

forma que ha adoptado la mediatización en los sistemas de comunicación interpersonales, cada vez más despegados del individuo y más atravesados por el data y el algoritmo y por consiguiente más cercanos precisamente a una permanente relación de reenvíos vuelve perfectamente funcional el concepto de *semiosis* en cuanto relación de *reenvío no referencial*. Perspectiva necesariamente empírica y metodológica, más que especulativa y axiológica, la sociosemiótica se constituye ya en *modo interactivo*, entre la lingüística, la sociología, los estudios culturales y trabaja construyendo objetos allí donde se organizan los procesos semióticos y, por consiguiente, interpretables.

La hipótesis general es que *lo discursivo* se encuentra en la base de los procesos socioculturales, o como diría Umberto Eco (1968) en su clásica distinción entre *semióticas de la comunicación* y de la *significación*, la cultura *se dice* como práctica humana y la mediatización está allí para recordarlo. Si el presupuesto es que el funcionamiento discursivo es constitutivo y acompaña los procesos socioculturales, es allí donde la sociosemiótica como caja de herramientas se vuelve necesaria. ¿Cuál es la unidad de análisis en los procesos de mediatización? ¿La interacción? ¿el reenvío? ¿la circulación? ¿cómo funcionan los textos en una lectura desde estos procesos? ¿Estamos en el nivel de objetos (textos) o de metaprocesos que implicaría incorporar una perspectiva histórica? ¿Dónde se sitúa el analista? Sabemos que, para tener un valor metodológico pertinente, *el punto de vista* de la discursividad debe encontrar soportes y los medios son este escenario privilegiado donde se ha ubicado el paradigma semiótico-discursivo. Estas preguntas que hacen a los objetos de la sociosemiótica, colocan un problema concomitante, el estatuto del observador y del punto de vista sobre el que volveremos. Con una perspectiva semiopragmática de adaptación del método al objeto, considerándolo ya una construcción teórica, Paolo Fabbri no se cansaba de señalar que la semiótica es una disciplina empírica y Eliseo Verón recordaba que la elección de un buen corpus era ya un punto de partida teórico.

Cuando Umberto Eco (Eco 1964) empieza a analizar diferentes productos de la cultura de masas vehiculados por los medios de entonces y abre pioneramente la puerta a los estudios culturales, estaba ya otorgando relevancia metodológica y conceptual a los procesos de mediatización, análisis que continuara Paolo Fabbri al explorar los puntos en común con una sociología de los medios (Fabbri 1973)<sup>3</sup> y Eliseo Verón con su distinción entre las sociedades mediáticas y mediatizadas (Verón 1984, 1987)<sup>4</sup>. Verón utiliza el término para explicar la dinámica histórica iniciada entre mediados y fines del siglo XIX, período a lo largo del cual las prácticas sociales y los conflictos políticos empiezan a transformarse a medida que se consolida la instalación progresiva de dispositivos tecnológicos de comunicación. El término mediatización describe, entonces no solo un *estado* de época, sino un *pasaje* técnico-cultural. Según Verón una sociedad mediática “es una sociedad donde las tecnologías de comunicación se implantan progresivamente en el tejido social”; tal sociedad es el efecto de la instalación de la prensa gráfica y del advenimiento de la fotografía, el cine, la radio, de la televisión: “soportes tecnológicos cada vez más complejos se han vuelto socialmente disponibles y han dado nacimiento a nuevas formas de discursividad”. (2001 [1984]: 13). Mientras que en una sociedad mediatizada los medios no solo son instituyentes sino constituyentes de la esfera pública.

Por su parte la tradición nórdica se interroga sobre cómo y bajo qué condiciones se produce el cambio social a partir de la instalación de los medios, como dispositivos técnicos capaces de penetrar intrínsecamente las instituciones y también las infraestruc-

turas cambiando consustancialmente nuestro modo de estar en el mundo y otorgando inteligibilidad a nuestro mundo cotidiano. La pregunta es entonces, en alguna medida, sobre la periodicidad histórica, su complejidad tecnológica y la creciente autonomía de los medios en constituirse *institucionalmente*. Recordemos el texto fundamental de John Thompson (1995) sobre las etapas de la interacción comunicativa y la aparición de los diferentes medios de comunicación ligados siempre a cambios históricos definitivos. La AT&T fundada por Alexander Graham Bell en 1885 ejerció de hecho una posición monopólica en el mercado mundial hasta la década de los Ochenta, casi un siglo después, cuando comienza la etapa de la desregulación del sistema americano de las telecomunicaciones y el incipiente internet. Es este impacto el que los sociólogos de los medios analizan inicialmente, mientras los semiólogos trabajan hipótesis sobre los productos de las industrias culturales.

El *paradigma socio-constructivista* parte entonces del presupuesto de que el mundo contemporáneo se puede caracterizar por innovaciones tecnológicas sin precedentes, en cuyo centro se encuentran técnicamente los medios y subsecuentemente, los procesos de mediatización, poderosos agentes de modernización del espacio público. El concepto de *mediatización* se vuelve central ya que permite pensar los múltiples aspectos del cambio social y, en una microsociología interaccional, la transformación de los hábitos como por ejemplo los usos de la televisión tan estudiados en la década de los noventa, o de las formas de relación interpersonales -pensemos en las redes sociales en este siglo<sup>5</sup>. Un punto en común: la aceptación de la creciente autonomía de los medios que se desarrolla a partir de la segunda mitad del siglo XX y también el de la hipótesis de que la percepción que tenemos del mundo está indisolublemente relacionada con el desarrollo de las industrias de contenido. Hipótesis fuerte ya que introduciría la dimensión cognitiva, otro punto de engarce en la transformación del ser humano, no solo obviamente en ser socialmente decurrente sino irremediamente “tecnológico” en sus nuevas formas de habitar, construir y amueblar su mundo posible hecho de figuraciones comunicacionales. Nuestro *mundo posible* es ya una esfera mediática.

Andreas Hepp (2020), Knut Lundby (2009) y Nick Couldry (2004, 2012) son eslabones fundamentales en la construcción de esta perspectiva y parte del desarrollo de la escuela nórdica estará marcada por la obra de Friedrich Krotz (2014a, 2014b, 2017, 2021; Krotz et al 2014, 2017), de la misma forma que la investigación latinoamericana lo está por la teoría de la semiosis social de Eliseo Verón (1987, 2013). Para Krotz el enfoque de la mediatización examina las transformaciones en la vida cotidiana, la cultura y la sociedad en el contexto del cambio mediático. Conceptualmente, esto tiene lugar desde una perspectiva de proceso: según el pensador alemán la investigación en mediatización se centra en dos transformaciones que se están produciendo actualmente y que se encuentran en relación mutua. Básicamente los procesos de mediatización en la historia de la humanidad hasta el presente y presumiblemente también en el futuro pueden describirse como una cada vez mayor diferenciación de los medios y de la comunicación<sup>6</sup>. deSignis publica un inédito en español de este fundamental pensador gracias a la cuidada traducción del alemán de Guillermo Olivera.

Por su parte Eliseo Verón, al final de su vida, incorpora una perspectiva también meta histórica, donde la mediatización es condición constitutiva como *vía de acceso* a la semiosis, y de un modo más radical aun, en sus propias palabras, la mediatización es la constructora

de las ‘únicas puertas de acceso’ a la historia de la semiosis (Verón 2013: 291). Los análisis históricos relacionados ofrecen periodizaciones de los procesos de mediatización que cubren desde décadas a siglos y a milenios.

Mario Carlón, uno de los exponentes de la investigación en mediatización en Argentina y autor en este número, indica que es la *periodicidad* el punto de enlace de ambos paradigmas, donde por ejemplo un pensador como Stig Hjarvard considera que los medios dejan de actuar como instituciones culturales orientadas por el interés público y comienzan a hacerlo como instituciones semi-independientes, con targets de públicos muy concretos -marcados sin duda por el Data - e integradas a otras instituciones en una autonomización creciente (Hjarvard 2014 [2013]). Para Carlón el debate latinoamericano sobre el fin de los medios masivos y el anglosajón sobre el fin de la televisión permitieron obtener conclusiones paralelas (Carlón, 2009).

-----

La ambición de este histórico número de deSignis en su Serie Intersecciones es el de señalar precisamente estos problemas donde ambos paradigmas se cruzan, se ignoran, pero también se miran; tal vez el gran desafío de las ciencias sociales en este primer cuarto de siglo sea que no podemos pensar la complejidad de la esfera pública en la soledad estéril de lo disciplinario. Andreas Hepp del Laboratorio ZeMKI de la Universidad de Bremen<sup>7</sup>, con la que deSignis ha realizado otros desafíos editoriales, y Guillermo Olivera de la Universidad de Stirling son los artífices y articuladores de este diálogo en sus puntos esenciales. Se ha contado, además, con la colaboración de Susan Benz, Lucrecia Escudero Chauvel y Heiko Kirschner y con el trabajo del equipo de traducciones dirigido por Carolina Casali de la Universidad Nacional de Córdoba.

En su cuidada presentación, Hepp realiza una lectura en espejo de ambos paradigmas, marcando de qué modo la proliferación de los medios y su ubicuidad -pensemos en el uso masivo del celular, verdadero espejo mágico – han construido una nueva historicidad, y donde la mediatización “se refiere a la relación entre la transformación de los medios y la comunicación, por un lado, y la cultura y la sociedad, por el otro” (2022: 225) ; Krotz [2017] 2022). La mediatización implica una transformación a largo plazo, señalada también por Verón (2013), y ambos investigadores tienen la ambición de analizar los cambios sociales ligados a las mutaciones de la web, básicamente en la construcción del lazo social, es decir la construcción de las estrategias de relación entre el individuo y el colectivo (Hepp, Hjarvard y Lundby 2015).

Otra coincidencia con el *paradigma semiótico-discursivo* es el punto de vista metodológico: para Hepp la investigación empírica sobre mediatización es siempre una forma de investigación contextualizada. La hipótesis principal es que no estamos hablando solamente de la influencia de los medios sino de procesos de institucionalización económico monopólicos, lo que representa un cambio de escala (Hjarvard 2017). Por último, la atención se ha desplazado hacia el carácter múltiple del entorno mediático actual. Así la digitalización ha visto emerger una nueva etapa de mediatización que podemos identificar- en las palabras de Hepp - como *mediatización profunda*, etapa avanzada de la mediatización en la que todos los elementos de nuestro mundo social están intrincadamente relacionados con los medios y sus infraestructuras (Couldry y Hepp 2013). El libro de Carlos Scolari, Ramón Rodríguez Amat & José Luís Fernández (2021) en la sección Lecturas actualiza este debate con los actores latinoamericanos.

El carrefour donde se encuentra esta doble perspectiva son los medios, en su historicidad, en su complejidad tecnológica y en la discursividad social que generan. Nos resulta evidente que el funcionamiento de los medios es básicamente discursivo además de tecnológico, lo que la tecnología distribuye e intercambia son discursos en la esfera pública. Los términos discurso, discursivo o discursividad – si bien común con el paradigma nórdico – hacen referencia a una forma de producción de sentido específica, aquella que considera pertinente la enunciación, la actividad de los actores sociales para constituirse como sujetos en un juego social y estratégico. Los medios son, en síntesis, un vasto escenario de un discurrir tecnológico, una máquina incesante de producción discursiva y de allí el interés primario de los semiólogos en estudiarlos. Escenario privilegiado donde se ha desarrollado históricamente la perspectiva sociosemiótica como suerte de laboratorio de las transformaciones socioculturales, su punto de anclaje empírico -es decir lo que constituye al objeto semiótico en la semiosis- es el análisis de *las estrategias discursivas y su eficacia simbólica*, reglas textuales y reglas sociales diría Fabbri (1973). “Un discurso -dirá Verón (1987: 127) es una configuración espacio-temporal de sentido”. Concepto central de la sociosemiótica, permite analizar las variaciones de un mismo discurso en la superficie de los medios y sus transformaciones<sup>8</sup>. La tradición nórdica sigue el *Discourse analysis*, el discurso es una institución social específica y en su propio derecho (no reductible a las demás instituciones sociales) denominada *interaction order*, anclado básicamente en la interacción de los sujetos en cuanto actores sociales en situación comunicativa (Goffman 1981).

Los artículos aquí presentados son, por una parte, estudios de las prácticas individuales y colectivas, del sistema (inter)-mediático siempre *a partir de* un dominio social, problemática o fenómeno en particular, lo que podríamos llamar también *semióticas aplicadas*; y también, reflexiones sobre la naturaleza misma de este concepto. Por ejemplo, para Christian Pentzold el proceso de mediatización describe adecuadamente el impacto sistémico de las innovaciones mediáticas en la transformación de las prácticas e instituciones socioculturales, y sobre todo en la percepción y regulación de la temporalidad<sup>9</sup>. Este trabajo supone que los cambios sociales fundamentales, basados en el tiempo, se entretienen con el desarrollo y la difusión de las tecnologías de la comunicación y la información, dejando su impronta en la forma en que procesamos y organizamos los ritmos y las estaciones de la vida social y cotidiana. Y para Lena Fölsche la mediatización puede describirse como un proceso de valorización del capital mediático que da lugar a la heteronomización de los campos sociales mediante la consolidación de la doxa mediática. En la línea de Pierre Bourdieu su contribución describe cómo el campo mediático ocupa una posición intermedia entre el campo cultural y el económico, lo que explica su poderosa influencia. Por un lado y debido a su alto poder simbólico, desempeña un papel crucial en el proceso de «construcción del mundo», al distribuir imágenes e interpretaciones que sugieren una forma de estructurarlo. Por otra parte, el ámbito de los medios de comunicación en cuanto industria constituye un enorme poder económico impulsado por el mercado, que a su vez influye en la estructuración de las industrias de contenido. El trabajo de Fausto Neto resalta la figura pionera de Jesús Martín Barbero (1987), compañeros de ruta en América Latina junto a Eliseo Verón, para quien las mediaciones sociales pueden entenderse como aquel cimiento cultural que asegura la relación entre el individuo y lo colectivo.

Por su parte la figura de Jean Mouchon es clave para entender los estudios de mediatización en Francia. Fundador y presidente de la Asociación Francesa de Investigadores

de Comunicación, fue amigo personal de Verón<sup>10</sup> y realizaron publicaciones conjuntas sobre las transformaciones de la comunicación política y los medios de información desde finales de la década de 1980. En este número explica como la lectura desde una Semiótica de base estructuralista no es más funcional, porque la velocidad de los cambios tecnológicos ha modificado profundamente los resortes de la semántica social. En consonancia teórica con Verón y Eco, para quienes la figura del filósofo y pragmatista norteamericano Charles Sanders Peirce es central para comprender los procesos semióticos de reenvío en su triple registro simbólico, indicial e icónico, la lectura de Mouchon permite entender la época triunfante de la comunicación política en la televisión generalista que fue un momento fuerte de la mediatización antes del fenómeno de cambio tecnológico y cultural como es el de la televisión en streaming y las redes sociales. En este contexto fluctuante la “terceridad” peirceana permite dar cuenta de configuraciones de sentido que no dejan de renovarse incesantemente por las mutaciones tecnológicas.

Una vasta variedad de situaciones de actualidad se despliega cuando estudiamos la mediatización profunda y se analizan los procesos por los cuales mundos o dominios sociales se vuelven significantes, como la amistad (Jeannine Teichert), las migraciones (Stephan Olivier Goerland), la memoria histórica (Delia González de Reufels), o la salud pública en contexto de emergencia sanitaria mundial marcando precisamente una tendencia fuerte de la contemporaneidad en sus prácticas con los nuevos medios: la *virtualización de la vida cotidiana* y la *viralización* de la comunicación (María Elena Bitonte y Ariel Gurevich).

En las industrias de contenido, films, series o videojuegos, la investigación de Diego Maté traslada la experiencia de la interacción con estas plataformas del ámbito público al privado como el living, la habitación, el comedor etc., con público reducido o nulo, también privado, como familiares, amigos o conocidos que ocupan ocasionalmente el rol de espectadores. Rubén Dittus expone la evolución de la narrativa transmedia en Chile, a través del caso de la serie “Policía del Karma” en el que aparentemente la figura del guionista tradicional estuvo en el pasado. Se trata de una novela gráfica en gran formato, que se complementó con un tráiler oficial y una serie de micro documentales falsos.

La reflexión de Israel Vázquez Márquez analiza el *efecto pantalla*, siguiendo a Eliseo Verón y Oscar Traversa en el estudio de la imagen en movimiento. Este es el empleo corriente del término al que se refiere Traversa (2019): la pantalla como superficie cuadrangular de mostración de imágenes en movimiento, una concepción que está íntimamente ligada a los dos tipos de pantalla: la pantalla cinematográfica o “gran pantalla” y la pantalla televisiva o “pantalla chica”. La articulación de la vida cotidiana en torno a la pantalla chica – continúa Vázquez Márquez – es precisamente uno de los componentes fundamentales del “paquete” de características señalados por Verón en su análisis de la “televisión histórica” (2009), esto es, aquella basada en el modelo de *broadcasting* televisivo que dominó el mundo de la mediatización durante la segunda mitad del siglo XX y hasta los primeros años de este siglo. La actualidad presenta un nuevo mercado de pantallas que difieren en múltiples aspectos: tamaño, diseño, brillo, resolución, portabilidad, interactividad, tactilidad, etc. Estas nuevas “pantallas informáticas” responden a un nuevo paradigma que pone en entredicho el *régimen visual* que caracterizó el periodo de las pantallas masivas del cine y la televisión donde *la programación del consumo pasa de la producción a la recepción*, que para Verón se trataría de un fenómeno radicalmente nuevo en el sector audiovisual convergente e interconectado.

Miguel Martín y Asja Fiord abordan las transformaciones que ha sufrido la Opinión Pública en un mundo cada vez más hipermediatizado y describen cómo se configura en los espacios digitales, un tema históricamente tratado por la sociosemiótica “clásica” (Landowski 1989). La digitalización de los procesos mediáticos también ha acentuado el problema de establecer qué es verdadero respecto a la información que circula en las redes sociales y otro tipo de plataformas digitales como webs y aplicaciones de mensajería instantánea. El reconocido investigador chileno Rubén Dittus trabaja en cómo se mediatizan las prácticas *transmedia* de *storytelling*<sup>11</sup>, no ya a partir un medio de comunicación en particular, sino a partir de cada uno de esos dominios sociales o socio-discursivos específicos, tomados como unidades de análisis.

-----

Tres líneas de discusión nos parecen relevantes en el intercambio iniciado en este número: la perspectiva histórica de encuadre entre *proceso y metaproceso*; las *figuraciones*, riquísimo concepto que va desde los *espacios mentales* hasta las nuevas visibilidades y finalmente la *transversalidad* que se decanta.

(a) La mediatización [*Mediatisierung*] explícitamente concebida como un ‘*meta-proceso*’, así como una herramienta analítica central para la investigación de los medios dentro de una teoría sistemática, es un concepto ampliamente discutido que surgió en los países del norte de Europa (Alemania, Gran Bretaña y los países escandinavos) a mediados de la década de 1990 en adelante (Krotz, 2014b, 2017, 2022; Averbek-Lietz, 2014). Término conceptual que viene a condensar muy apropiadamente el carácter tanto holístico como histórico, la idea de ‘meta-proceso’ (en el sentido de ‘proceso de procesos’) aparece más o menos explícitamente recién en la reflexión de Verón en su artículo en inglés de 2014<sup>12</sup>, aunque ya en la investigación latinoamericana se apuntaba a la mediatización entendida como proceso de procesos. Se diferencia de otro concepto cercano – ‘complementario’ y en ocasiones parcialmente superpuesto, pero no idéntico (Averbek-Lietz, 2013) – que había adquirido centralidad en las teorías sociales y culturales de la comunicación social en América Latina, España, Francia y Gran Bretaña desde la década de 1980: nos referimos al concepto de *mediación* donde los medios de comunicación operarían básicamente como mediadores simbólicos en el interior de las organizaciones sociales, en la medida en que los medios nunca operan en un vacío cultural ni socio-institucional: de hecho, son las instituciones sociales no mediáticas, sus rituales y sus tradiciones y formas culturales ancestrales los que operan como *mediaciones simbólicas de los sujetos con los medios* que estos interpretan y consumen (Martín-Barbero, 1987). El concepto de mediatización de Verón, producido transnacionalmente entre Francia y América Latina, surge así en un contexto ya establecido en términos de ‘mediación cultural y social’ a ambos lados del Atlántico (Fausto Neto en este número, Martín Barbero 1987, Escudero Chauvel y Olivera 2022). Sin embargo, en el contexto histórico de la década de los 80 del siglo pasado, dominado por el discurso de la mediación cultural, y que correspondería a la etapa tecno-cultural inicial de las industrias de contenido<sup>13</sup>, la ‘mediatización’ de Verón introduce una diferencia clave: a saber, la dimensión de ‘metaproceso’ –según la cual los propios procesos de mediación social –mediáticos o interpersonales, virtuales o presenciales– *siempre están ya sujetos* a ‘metaprocesos históricos de mediatización’ (Averbek-Lietz, 2013: 188).

Un rasgo constitutivo fundamental de todo metaproceso es su *historicidad*, y este es quizás el eje conceptual y empírico más importante que ambas tradiciones comparten. En el caso de los investigadores nórdicos, *es precisamente porque el foco de sus análisis son las articulaciones* entre diferentes tipos o conjuntos de cambios —como se articulan (a) los ‘cambios mediáticos’ [*Medienwandel*] con (b) los cambios ‘en la cultura y la sociedad’ [*Wandel von Alltag, Kultur und Gesellschaft*] (Hepp, 2022; Krotz, 2022)— uno de los intereses primarios de la investigación de las mediatizaciones en la tradición nórdica, es su historicidad: los procesos, los cambios y las transformaciones históricas. En el paradigma latinoamericano heredero de Verón (2013), la historicidad es también central, pero el énfasis se desplaza hacia otra articulación, distinta, aunque relacionada: la articulación entre, por un lado, (a) el cambio mediático (‘cambios de escala’, tecnologías y medios) y, por otro lado, (b) los cambios en las *condiciones históricas de producción de los discursos* (Fernández, 2018), es decir cambios en la semiosis social. Esta diferencia de énfasis entre enfoques es significativa en la medida en que traduce una diferencia importante de tradición: la tradición sociosemiótica del mundo latino y la tradición histórico-sociológica del mundo nórdico (Averbeck-Lietz, 2014; 2021: 73).

Oscar Traversa en este siglo ha acuñado el término ‘metahistoria’ para referirse precisamente a una ‘metaperspectiva’ sobre las mediatizaciones como metaproceso histórico. A diferencia de la Historia de los Medios que es, como disciplina ya establecida en el campo académico, una historia de hechos, documentos y cambios es decir, de ‘fenómenos’, la meta historia de la/s mediatización/es propuesta por Verón sería, según Traversa, una historia de procesos de intercambios discursivos, de ‘una *historia segunda*, cuyas referencias son otros textos (sus fuentes)’ (Traversa 2019: 18, 24). En nuestra opinión, se trataría no de una historia basada en hechos y sus documentos, sino una historia que es consciente de la naturaleza *discursiva* de todas sus fuentes, aun de sus fuentes documentales, siguiendo a Michel Foucault y su concepto de arqueología de los discursos (Foucault). Para Averbeck-Lietz (2021: 82), esto es lo que determinaría que la ‘perspectiva metahistórica’ en Verón implique una *posición de observador*. En síntesis, la metahistoria de las mediatizaciones no es otra cosa que, según la aguda expresión de Traversa, una ‘posición de lectura’ (Traversa 2019: 23, 27), la del observador de los juegos discursivos, aquella que construye sus objetos de estudio como procesos no solo de mediatización sino fundamentalmente como procesos discursivos, es decir de alteraciones y rupturas en los mecanismos de producción, circulación y reconocimiento de discursos. Los “fenómenos mediáticos” son siempre ‘otros textos’ descontextualizados.

Si el presupuesto es que lo discursivo sería la hipótesis general de los procesos socioculturales, implica una revisión del concepto de interacción comunicativa, retomando un término bisagra para ambos paradigmas como es el de *figuración*.

(b) El concepto y el fenómeno de *figuración* (Hepp, Breiter y Hasebrink 2018, Hepp, 2020) permite comprender procesos tecno-comunicativos que atraviesan tanto los individuos (en la medida en que estos participan de diferentes figuraciones) cuanto las sociedades (constituidas estas, a su vez, por diferentes figuraciones), en un amperímetro que va de la micro interacción a la macro representación. Es un esquema de interpretación (*frame*) en la construcción de un sentido común, lo que implica a su vez la interacción social. Si cada figuración, *siendo a la vez del orden de la representación* (espacial) *y de la organización/estructuración* (en el tiempo), atraviesa a los individuos cuanto a los colectivos sociales, la mediatización

cumple entonces un rol fundamental sobre este orden ‘figuracional’ de nuestras sociedades. En efecto, los procesos de mediatización operan sobre cada figuración de diferentes modos: reproduciendo las existentes, alterándolas o generando nuevas (re)figuraciones.

Si la mediatización en la tradición nórdica (Hepp et al 2018) produce y reproduce figuraciones, para Verón (2001) dicho metaproceso efectúa un reagrupamiento de los espacios mentales. Se puede leer este concepto en la perspectiva de los ‘mundos (sociales) mediatizados’ (Krotz 2014b, 2022; Krotz et al 2014, 2017), el de ‘espacios mentales’ en la lingüística y las Ciencias Cognitivas (Fauconnier 1984), el de ‘mundos posibles’ en filosofía y la semiótica de Umberto Eco (1979) o el de ‘representaciones sociales’ en la Psicología Social de Serge Moscovici, representaciones abstractas, modelos cognitivos que permiten la circulación de sentido a partir de representaciones compartidas<sup>14</sup>.

(c) Por último, el concepto de *transversalidad* del que las figuraciones serían un ejemplo, ya que se trata de una realidad sistémica (o inter-sistémica) multidimensional. Hemos visto como la mediatización es un metaproceso, y por su misma posición se coloca en condiciones de atravesar el tejido social a la manera de una ‘red de interdependencias’ recíprocas en la expresión de Andreas Hepp, que, como en la semiosis social veroniana, ‘atraviesa’ ‘de parte a parte la sociedad’ (Verón, 1978).

Concepto central de la sociosemiótica, la transversalidad permite analizar las variaciones de un mismo discurso en la superficie de los medios y sus transformaciones y de hecho una noción como *transmedialidad* (Bertetti 2021) puede ser leída bajo este signo, pero sobre todo pueden leerse otros objetos clásicos de la sociosemiótica en territorio mediático como el discurso político (deSignis 33), la producción de la información (Escudero Chauvel – García Rubio 2007), o la experimentación en el arte de vanguardia (Olivera, 2011).

Este número de deSignis integra por primera vez ambas perspectivas en un diálogo que creemos, dará origen a futuras investigaciones de conjunto. Estos paradigmas están lejos de una unificación teórica, pero vale la pena la pertinencia de los problemas compartidos. Un último elemento de diferenciación, pero también de convergencia, son las condiciones de producción de la mediatización y la aparición de nuevos géneros específicos al mundo web, alargando el espectro a fenómenos socio culturales que interrogan al investigador en ciencias sociales y esta ampliación del territorio, donde convergen nuevas intersecciones, puede ser un poderoso punto de encuentro de ambas tradiciones.

## NOTAS

<sup>1</sup> deSignis realizo a partir de 2015 y hasta 2019 una serie de coloquios sobre la evolución del espacio público, la transformación de la visibilidad, mediaciones y mediatizaciones con el apoyo de la Casa Argentina en París, la Universidad de París- Sorbonne Nouvelle y la EHESS Laboratorio Cerma Mundos Americanos donde participaron los miembros del Comité de Redacción y Stefanie Averbeck-Lietz y Jörg Tuchman entre otros destacados colegas. Agradecemos el indefectible apoyo de Sofia Fisher de la EHESS y de François Jost de Sorbonne Nouvelle. El último tuvo lugar en la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Pompeu Fabra sobre el tema Nuevas narrativas y mediatizaciones el 9-10 Mayo 2019. Agradecemos a Charo Lacalle, Teresa Velázquez García-Talavera y Carlos Scolari la organización de este encuentro.

<sup>2</sup> El término paradigma se utiliza aquí en sentido amplio como modelo de pensamiento y no en su

acepción lingüística como conjunto de términos intercambiables de un mismo valor. Hace referencia a un ordenamiento de conceptos dentro de una misma categoría, donde pueden presentarse diferentes corrientes. El espectro tan amplio de la problemática lleva obviamente a la existencia de diferentes perspectivas. Como observa Guillermo Olivera para que exista un paradigma científico, según T. S. Kuhn (1962), esto supone la existencia de un episteme, de un consenso y sobre todo una ruptura. Aquí hay una continuidad con tradiciones que se imbrican o recubren, pero no existe una ruptura (Escudero Chauvel – Olivera 2022). Ver al respecto los trabajos de Livingstone & Lunt (2014, 2015).

<sup>3</sup>. “La problemática semiótica no practica un *ars inveniendi* objetual (si bien como la sociología, de objetos intersticiales) sino un *ars intervendi*: sus conceptos conectan y atraviesan psicología, lingüística, sociología y teoría de la información (...) su campo problemático es ortogonal a la clasificación de otras disciplinas (...) (es) una red de nudos comunicativos, puntos de *dispatching* conceptual (...) la semiótica articula una hibridación que quisiera ser fecunda (...) una promesa a una vocación meta científica” Fabbri (1973: 57). Itálicas del autor. Traducción del original italiano Lucrecia Escudero.

<sup>4</sup>. Según la acertada interpretación de Mariano Fernández (2014), “La mediatización, así entendida es, también, la historia de la emergencia de una institución –el periodismo– y unas instituciones –los medios– con capacidad de gestionar bajo una lógica funcionalmente diferenciada (de otras instituciones) el contacto con el público y de administrar el modo en que están deben hacerlo (por las características mismas del dispositivo sobre el que se funda), sobre todo bajo altas pretensiones de alcance de generalidad (...) La mediatización se reproduce en instituciones, sometidas a transformaciones, pero que le otorgan un rasgo duradero en el tiempo.

<sup>5</sup>. Al respecto del cambio tecnológico y sus repercusiones simbólicas en el ámbito de la información y la comunicación cfr. la colección de la Revista *Réseaux* dirigida por Patrice Flichy y fundada por Paul Beaud, particularmente los números 148-149 (2008) sobre *Mediaciones*, N°154 (2009) sobre *Web 2.0*, N°184-185 (2014) sobre la *Evolución de la teoría de técnicas de información y comunicación*. Ver el artículo de Flichy “Enquêteur à partir des traces textuelles du Web”. *Réseaux* 214-215 (2019). Paris: La Decouverte.

<sup>6</sup>. En la sociología de los medios franceses, ver entre otros a Bernard Miege cercano a la posición de Krotz para quien la emergencia de nuevos géneros, modelos y modos de comunicación responderían más a lógicas sociales que a cambios tecnológicos. Miege visualiza dos efectos: la creciente individuación de la esfera mediática – esa dinámica de interioridad/exterioridad en las redes sociales, la “extimité” y el de las “soledades interactivas”, ambas dinámicas revelan sobre todo prácticas sociales. Sin embargo estos cambios del orden de lo simbólico y sociocultural no serían posible sin ese cambio técnico mayor que ha sido la web interactiva. Miege (1989,1998, 2007).

<sup>7</sup>. deSignis n°27 (2017) *Cine y Literatura. Interferencias e intersecciones*. Número coordinado por Sabine Schlickers, Jörg Turschman y Monica Satarain, con los auspicios del Departamento de Literatura Románica e Iberoamericana de la Universidad de Bremen.

<sup>8</sup>. Al respecto la reflexión de Gianfranco Marrone: “El objetivo de la sociosemiótica no es simplemente analizar aquellos objetos tradicionalmente estudiados por los sociólogos, exportando en las ciencias sociales modelos y categorías que puedan constituirse en una ulterior metodología (...) Más profundamente su objeto principal es el de reconstruir los modos en los cuales ‘la comunidad social se ofrece en espectáculo de sí misma y se dota de las reglas necesarias a su propio juego’ [Landowski 1989;11]. “El objeto empírico de la sociosemiótica se define (...) como el conjunto de los discursos y de las prácticas intervinientes en la constitución o en la transformación de las condiciones de interacción entre sujetos (individuales o colectivos)” voz a cargo de Eric Landowski en Greimas, A.J- Courtés, J. (1986). Traducción de los autores.

<sup>9</sup> Cfr la reflexión de Hartmut Rosa (2009) *Accélération. Une critique social du temps*. Paris: La Decouverte.

<sup>10</sup>. Eliseo Verón y el enfoque sociosemiótico de la información y la comunicación política, en deSignis n°29 *Semiosis Social. La semiótica de Eliseo Verón*. Número coordinado por Lucrecia Escudero Chauvel, Marita Soto y Oscar Traversa con la colaboración de Paolo Fabbri. 2015, pp. 119-128.

<sup>11</sup>. Sobre transmedialidad, el excelente libro de Paolo Bertetti (2020) *Che cos'è la transmedialita*. Roma: Carocci donde el semiólogo italiano muestra como desde Matrix, Star Wars o Harry Potter los grandes éxitos de las industrias del entretenimiento se basan cada vez más en la creación de una fruición trasversal con mundos narrativos que expanden diferentes canales mediáticos.

<sup>12</sup>. En palabras del propio Verón: “Como la “mediatización” es, lingüísticamente hablando, un sustantivo que nombra a un proceso, las entidades consideradas sujetas a ese proceso son, en la mayoría de los casos, las sociedades en tanto tales o subsistemas particulares de estas” (Verón (2015 [2014]: 173). Es decir, la mediatización es un *proceso que tiene por objeto, a su vez, un conjunto de procesos* (estos últimos están sujetos a la determinación o la acción condicionante de los primeros); es decir, se trata de un ‘proceso de procesos’. A diferencia de la simple idea de ‘mediación tecnológica’ (ej.: un medio) cuyo objeto es la comunicación entre un emisor y un receptor, la mediatización es un proceso que tiene por objeto ámbitos o sistemas enteros –ya constituidos como tales– de procesos sociales (es decir, procesos *ya constituidos como procesos* sujetos a reglas sociales), y la mediatización viene a modificar dicho sistema de reglas y no simplemente a intervenir o alterar instancias particulares de ‘comunicación’. Si el objeto de las mediaciones sónicas es la comunicación (instancias concretas de comunicación entre una fuente emisora y un receptor), el *objeto de los procesos de mediatización no es la comunicación, sino sociedades enteras, esferas o subsistemas de estas, mundos sociales enteros o dominios relacionales en su integridad (alterándolos a nivel de sus reglas, de su terceridad, es decir, a nivel de sus condiciones)*. Lo que se mediatiza entonces no es la comunicación, sino procesos sociales enteros con sus reglas de producción (y reconocimiento/interpretación), o subsistemas sociales más o menos completos o dominios históricamente específicos del mundo social. Estas ideas atraviesan de diverso modo la obra de Eliseo Verón.

<sup>13</sup>. Cfr. Los trabajos anticipatorios de Roland Barthes (1957) *Mythologies*. Paris: Seuil. Points Essais y Edgard Morin (1962) *L'Esprit du temps*. Paris: Grasset. Cfr. La lectura que realiza Paolo Fabbri en “Era ,ora, Barthes”. *Mitologie di Roland Barthes. I Testi e gli Atti*. Roma: Pratiche Editrice (1986) y Eric Macé en “Éléments d’une sociologie contemporaine de la cultura de masse. A partir d’une relecture de ‘L’Esprit du temps’ d’Edgard Morin”. *Hermès* 31 (2001). Paris: CNRS

<sup>14</sup>. Podemos relacionar “figuraciones” con el concepto de “preconstruido” de Verón-Fischer (1999[1973,1986])

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AVERBECK-LIETZ, S. (2013). French and Latin American Perspectives on Mediation and Mediatization: A Lecture Note from Germany. *Empedocles. The European Journal for the Philosophy of Communication*, 3(2), 177-195.
- (2014). Understanding mediatization in “first modernity”: sociological classics and their perspectives on mediated and mediatized societies. En K. Lundby (ed.), *Mediatization of Communication*, vol. 21 (pp. 109–130). Berlin: De Gruyter Mouton.
- (2015). Eliseo Verón leído desde la perspectiva de los estudios en comunicación alemanes: Semio-pragmática: Comunicación e investigación en mediatización, *Estudios*, 33, 131–149.
- (2021). Eliseo Verón’s Semio-anthropological Concept of Mediatization: Its Relevance for a Historical and Systematic Approach in the Field of Communication Theory. En Scolari, C.A., Fernandez, J.L. y Rodríguez-Amat, J. R. (eds.), *Mediatization(s). Theoretical Conversations between Europe and Latin America*. (pp. 72-86). Bristol: Intellect.

- BERTETTI, P. (2020). *Cbe cos'è la transmedialita*. Roma: Carocci editore. Colezione Bussole
- CARLÓN, M. (2009). ¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era. En Carlón, M – Scolari, C. (eds.) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. (pp. 159-187). Buenos Aires: La Crujía.
- CARLÓN, M. Y FAUSTO NETO, A. (2012) *La política de los internautas*. Buenos Aires: La Crujía.
- COULDRY, N. (2004). Theorising Media as Practice. *Social Semiotics* 14 (2), 115-132. Online 2010.
- (2012) *Social Theory and Digital Media Practice*. London: Wiley and Sons. ISBN 9780 745639215.
- COULDRY, N. & HEPP, A. (2013). Conceptualising mediatization: Contexts, traditions, arguments”, *Communication Theory*, 23(3), 191-202.
- (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity.
- ECO, U. (1964). *Apocalittici e integrati nella cultura di massa*. Milano: Bompiani.
- (1968). *La Struttura Assente*. Milano: Bompiani.
- (1979). *Lector in Fabula*. Milano: Bompiani.
- ESCUDERO CHAUVEL, L. Y OLIVERA, G. (2022). Lo contemporáneo: la mediatización en el centro del debate”. En Carlón, M. (ed.) *Indagación sobre lo contemporáneo en/desde América Latina* (forthcoming)
- FABBRI, P. (1973). La comunicazione de massa in Italia. Sguardo semiotico e malocchio della sociologia. *Versus. Quaderni di Studi Semiotici* n°5, 57-109. Milano : Bompiani.
- FERNÁNDEZ, M. (2014). Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica. *La Trama de la Comunicación* - Volumen 18 - enero a diciembre, 189-209.
- (2018). De los medios a los fenómenos mediáticos: el despliegue del concepto de mediatización en la obra de Eliseo Verón, *deSignis*, vol. 29, 167-176.
- FISHER, S.- VERÓN, E. [1973] (1999). Baranne est un crème. *Communications* 20, 160-181. Paris : SEUIL. AHORA EN FISHER, S. (1999) *Enonciation. Manières et territoires*. (pp.151-181). Paris : ORPHYS.
- [1986] (1999). Théorie de l'énonciation et discours sociaux. *Etudes de Lettres, Langage et connaissances*. Octobre-Décembre, 71-92. Université de Lausanne. Ahora en Fisher, S. (1999) *Enonciation. Manières et territoires*. (pp. 184-205). Paris : ORPHYS.
- GOFFMAN, E. (1981). *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- HEPP, A. (2022). De la mediatización a la mediatización profunda. *deSignis* 37, (pp. 35-44). — *Deep Mediatization*. New York: Routledge.
- HEPP, A. Y KROTZ, F. (2014). *Mediatized Worlds - Understanding Everyday Mediatization*. En A. Hepp and F. Krotz (ed.) *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age* (pp. 1-15). Londres: Palgrave-Macmillan.
- HEPP, A., HJARVARD, S. & LUNDBY, K. (2015). Mediatization: Theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37(2), 314-324.
- HEPP, A., BREITER, A. Y HASEBRINK, U. (eds) (2018). *Communicative figurations. Transforming Communications in Times of Deep Mediatization*. Palgrave – Macmillan. Springer International Publishing ISBN 978-3-319-65584-0 (ebook).
- KUHN, T.S ([1962]1962). *La structure des révolutions scientifiques*. Paris: Flammarion. Champs.
- HJARVARD, S. (2014 [2013]). Da mediação a midiatização y Midiatização. Uma nova perspectiva teórica. En S. Hjarvard *A midiatização da cultura e da sociedade* (caps. 1 y 2). São Leopoldo: Editora Unisinos.
- (2016). Mediatización: reencuadrando el análisis de los efectos de los medios. *Revista Inmediaciones de la Comunicación*. 11, 33-56. Montevideo: Universidad ORT.
- Hjarvard, S ([2008] 2017). The mediatization of Society”. Publicado on line 14 febrero 2017. *Nordicom Review* 29, 105-134. DOI: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>.
- KROTZ, F. (2014a). Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change. En Lundby, Knut (ed.) *Mediatization of Communication*. (pp. 131-162). Handbooks of Communication Science 21. Berlin/Boston: de Gruyter/Mouton.
- (2014b). From a Social Worlds Perspective to the Analysis of Mediatized Worlds”. En Kramp, Carpentier, Hepp et a. (eds.) *Media Practice and Everyday Agency in Europe*. (pp. 69-82). Bremen: edition Lumière. En <https://ecrea.eu/Researching-and-Teaching>.
- (2017). Explaining the Mediatization approach. En Hannu Nieminen y Josef Trappel (ed) *Mediatization and Beyond. A Critical Appraisal of Media Transformation*. *Javnost - The Public*, Vol. 24, 2, 103-11.
- (2021). Das Mögliche als Kritik des Existierenden: Kritische Forschung in der Kommunikationswissenschaft und ein Beispiel kritischer Prozessforschung über die Entstehung und Entwicklung des Computers, *SCM Studies in Communication and Media*, 10 (2), 222-252.
- ([2017] 2022). Mediatización: un concepto de investigación. *deSignis* 37, (pp. 225-242)
- KROTZ, F., DESPOTOVIC, C. & KRUSE, M.-M. (eds.) (2014). *Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung*. Wiesbaden: VS Springer.
- (2017) *Mediatisierung als Metaprozess. Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem*. Wiesbaden: VS Springer.
- LANDOWSKI, E. (1989). *La société réflexive. Essais de Socio sémiotique*. Paris: Seuil.
- LIVINGSTONE, S. & LUNT, P. (2014). Mediatization: An emerging paradigm for media and communication research? En Lundby, K., (ed.) *Mediatization of Communication*. (pp. 703-724) Berlin, De Gruyter Mouton.
- LUNDBY, K. (ed) (2009). *Mediatization. Concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang. ISBN 978-1-4331-0562-3
- LUNT, P. & LIVINGSTONE, S. (2015). Is 'mediatization' the new paradigm for our field? A commentary on Deacon and Stanyer (2014, 2015) and Hepp, Hjarvard and Lundby (2015). *Media, Culture & Society*, 38(3), 462-470.
- MARTÍN BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gilli.
- MOUCHON, J. (1999). *Política y Medios. Los poderes bajo influencia*. Barcelona: Gedisa.
- OLIVERA, G. (2011). *Laboratorios de la mediatización*. Bern: Peter Lang.
- (2015). Eliseo Verón: Las condiciones tecnológico-enunciativas de los saberes sobre el sentido o el espesor de la escritura. *Estudios* n°33. Enero-Junio, 09-129.
- SCOLARI, C.A. Y RODRÍGUEZ AMAT, J. R. (2018). A Latin American Approach to Mediatization: Specificities and Contributions to a Global Discussion About How Media Shapes Contemporary Societies. En *Communication Theory*, 28 :2, 131-154.
- SCOLARI, C.A., FERNÁNDEZ, J.L. Y RODRÍGUEZ-AMAT, J. R. (eds.) (2021). *Mediatization(s). Theoretical Conversations between Europe and Latin America*. Bristol: Intellect.
- THOMPSON, J. (1995). *The Media and Modernity. A Social Theory of Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- TRAVERSA, O. (2014). *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Buenos Aires. Santiago Arcos Editor.
- (2015). Eliseo Verón y el 'trayecto largo de la mediatización'. En *Estudios*, 33. enero-junio 2015, 131-149.
- (2019). Historia de los medios /Historia de la mediatización: el papel de Eliseo Verón. LIS. *Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, n. 20, 17-31.
- VERÓN, E. (1983). Il est là, je la vois, il me parle. *Communications* n°38, 98-120. Paris : Seuil.
- (1984). Le séjour et ses doubles. Architecture du petit écran. *Temps Libre* 11, 67-78.
- (1986). *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona : Gedisa.