



deSignis

ISSN: 1578-4223

ISSN: 2462-7259

info@designisfels.net

Federación Latinoamericana de Semiótica

Organismo Internacional

Carlón, Mario

¿Cómo seguir? La teoría veroniana y las nuevas condiciones de circulación del sentido

deSignis, vol. 29, 2018, Julio-, pp. 145-155

Federación Latinoamericana de Semiótica

Organismo Internacional

DOI: <https://doi.org/10.35659/designis.i29p145-155>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=606065855015>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

¿Cómo seguir? La teoría veroniana y las nuevas condiciones de circulación del sentido. / *How to continue? The Veronian theory and the new conditions of circulation of meaning*

Mario Carlón

(pág 145 - pág 155)

Un capítulo fundamental de la obra de Eliseo Verón es su teoría de la circulación, concepto de amplia repercusión desde sus escritos de la década del ochenta y que siguió ocupando un lugar central en su obra en sus últimos años. Tal como sostiene Verón (2013) en *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*, la proposición central de la circulación, que consiste en la diferencia entre producción y reconocimiento, sigue vigente aún hoy para comprender situaciones de intercambio mediatizadas y no mediatizadas. Es legítimo preguntarnos sobre la vigencia de un concepto que fue diseñado para estudiar una situación mediática y comunicacional distinta a la actual, en la era del dominio hegemónico de los medios de comunicación masiva. En esta exposición nos proponemos examinar la vigencia del concepto de circulación en el contexto del gran cambio comunicacional que estamos viviendo, con la crisis de los medios de comunicación masiva y la emergencia de los llamados “nuevos medios” con base en Internet.

Palabras claves: Circulación – Eliseo Verón – Mediatización - Semiótica Latinoamericana – Redes sociales

A fundamental chapter of Eliseo Verón's work is his theory of circulation, a concept that has had a wide impact since his writings in the eighties and which continued to occupy a central place in his work in his later years. As stated by Verón (2013) in *La semiosis social 2. Ideas, moments, interpretants*, the central proposition of circulation, which consists of the difference between production and recognition, is still valid today to understand situations of mediated and non-mediated exchange. It is legitimate to ask about the validity of a concept that was designed to study a media and communication situation different from the current one, in the era of hegemonic dominion of the mass media. In this text we propose to examine the validity of the circulation concept in the context of the great communicational change, and the mass media crisis that implies the emergence of the so-called “new media” based on the Internet.

Key Words: Circulation - Eliseo Verón - Mediatization - Latin American Semiotics

– Social networks

Mario Carlón es Doctor en Ciencias Sociales (UBA), Licenciado en Historia del Arte (UNLP). Investigador del Instituto Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Cátedrático de *Semiótica de Redes* (UBA). *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube* (Crujía, 2016); junto a Yvana Fecchine, *O fim da televisão* (Rio de Janeiro, Confraria do Vento); en colaboración con Carlos A. Scolari *El fin de los medios masivos. El debate continua* (La Crujía, 2014) y con Antonio Fausto Neto, *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (La Crujía, 2012).

Referenciado el 13/3/2018 (UNR)

1. ¿CÓMO SEGUIR? LA TEORÍA VERONIANA Y LAS NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN DEL SENTIDO

En el capítulo “Binarismo y triadismo”, en el que hace referencia a un volumen publicado en homenaje a Emile Benveniste, Eliseo Verón (2013) expresa que “los trabajos (reunidos en esa compilación) tienen poco que ver con las posiciones de Benveniste, y el homenaje fue apenas un pretexto para que los autores desarrollaran sus propias problemáticas” (77). Es un comentario que me hizo pensar que a Eliseo no le gustaban mucho los homenajes. Lo cual me llevó a reflexionar seriamente cómo llevar adelante esta exposición.

Pero tras meditar sobre sus trabajos y sobre el tipo de vínculo que a lo largo de los años mantuve con él, no tuve que detenerme demasiado en este tema. Creo que encontré una respuesta hace tiempo, no ahora, que ya no se encuentra entre nosotros. Lo que voy a hacer es lo que desde que conozco sus textos he hecho siempre: apropiarme de su obra. ¿Con qué fin? Con el de pensar soluciones a los problemas que me interesan. ¿Cuáles? En primer lugar, las nuevas condiciones de circulación (una cuestión muy veroniana además, dado que la noción es una de las que nos legó).

Eliseo Verón es principalmente conocido en el campo semiótico por su teoría sobre la producción social del sentido a partir de uno de sus libros más famosos, *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (1987). Pero esa teoría no fue la única que desarrolló ni tampoco, probablemente, la que más influencia ejerció: en sus textos claves de los años ochenta construyó una singular tesis sobre la mediatización que brindó un diagnóstico de la época en un momento de cambio del rol de los medios en la vida social. Y aunque esto último se haya dicho menos elaboró un influyente modelo para pensar la (in)comunicación, basado, justamente, en la noción circulación. A lo cual hay que agregar que supo ofrecer una metodología apta tanto para la investigación académica (apropiada para distintas tareas, desde elaborar una tesis de doctorado a planificar los trabajos prácticos a realizar en una cátedra) como para el ámbito privado (en el que fue ampliamente utilizada para diseñar investigaciones sobre campañas políticas, evaluar la performance de marcas comerciales, etcétera). Es imposible entender la importancia que su figura alcanzó, al menos en América Latina, sin considerar todos estos aspectos. En este texto me voy a detener menos en el desarrollo más conocido, en la semiosis social, y más en los otros: su teoría sobre la mediatización y la comunicación.

A partir de sus estudios sobre medios Verón supo diagnosticar tempranamente, a inicios de los años ochenta, uno de los cambios que caracterizaba a la sociedad posmoderna. Su diferenciación entre sociedades mediáticas (modernas) y mediatizadas o en vías de mediatización (posmodernas) es desde entonces una de las distinciones claves para cualquiera que no se conforme con estudiar solo los medios, sino que pretenda llegar a un diagnóstico más amplio respecto a cómo pensar en cada período histórico la relación entre medios y sociedad¹.

Por otra parte tal vez no sea exagerado decir que en un contexto en el que reinaba una concepción comunicacional moderna, sintetizada en el modelo de Jakobson (1960), la vigorosa y fundamentada introducción por parte de Verón del concepto “circulación” (1987), que consagró el desfase entre producción y reconocimiento, estableció un antes y un después en el campo de las teorías (por sobre todo semióticas) de la comunicación. Fue una prop-

osición que tras articularse con el diagnóstico de cambio de la mediatización, construyó una sofisticada teoría sobre la transformación mediática y comunicacional.

Los textos de los últimos años nos dejaron, al menos, otros tres importantes desarrollos teóricos: una actualización de la sociosemiótica desde un punto de vista no antropocéntrico (que desborda el marco anterior al articularse con la naturaleza como marco de producción de sentido); el desarrollo de una tesis fundamental para pensar la situación actual de la televisión (la de su crisis o fin), que se reveló fructífera para estructurar una nueva historia de la mediatización y, aunque se ha dicho menos, una sociosemiótica de los “participantes” en la comunicación en las sociedades actuales (que ahora que todos hemos devenido ya no sólo receptores, sino también emisores o productores de discursividad, podemos denominar una teoría los enunciadores/enunciatarios).

La crisis de los medios masivos (Carlón y Scolari, 2009), que ya no mantienen a sus públicos cautivos para decirles qué ver, cuándo y cómo (en términos de Verón ya no pueden “programar la vida social”) y la emergencia de un nuevo sistema de mediatización con base en Internet (*Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat* etcétera) han cambiado no sólo el paisaje mediático sino, también, la circulación. Es decir, la producción del sentido en la trama social, hecho que desde nuestro punto de vista está dando origen a una nueva semiosis, más allá de la moderna y posmoderna, que podemos denominar contemporánea.

Ante la evidencia de este cambio, es posible adoptar tres actitudes frente a la obra de Eliseo Verón:

1) La aplicación: es característica de quienes subestiman el cambio actual. Al intentar llevarla a cabo niegan implícitamente las nuevas condiciones de circulación. En general esta actitud intenta aplicar aún hoy el modelo analítico de Verón, pero para hacerlo debe ignorar o negar la existencia de nuevos fenómenos comunicacionales;

2) El abandono: declara reconocer el cambio en el sistema mediático y en la circulación, pero desconfía de la vigencia de la teoría veroniana. Tiene distintas manifestaciones. Una de ellas consiste en adoptar el lenguaje informático (usuario, interfaces, interactividad) sin densificar a través de las ciencias sociales o las teorías del lenguaje el uso de estas nociones:

3) La apropiación: es lo que intentamos realizar en este y otros trabajos (Carlón, 2015; 2016), a partir de la creencia en la vigencia, en todos los niveles de la semiosis (desde un intercambio en *Facebook* al proceso “fin de los medios masivos”) del concepto circulación. Se apoya, al menos, en tres pilares: sumar al diagnóstico posmoderno la *nueva situación del sistema mediático contemporáneo*; incorporar como dimensión analítica las *direcciones de la comunicación* (a la descendente, característica de la era de los medios masivos, la horizontal y la ascendente) y, a la vez, *flexibilizar los roles asignados a los “participantes” de la comunicación en producción y reconocimiento* (al decir roles nos referimos al lugar que a los medios, las instituciones, los colectivos y los individuos se les brindaba en la modernidad y la posmodernidad).

2. LA ERA CONTEMPORÁNEA: UNA SOCIEDAD HIPERMEDIATIZADA

Respecto a la mediatización es importante atender a que cuando Verón diagnosticó, en

la posmodernidad, la diferencia entre una sociedad mediática y otra en vías de mediatización, vivíamos en un solo ambiente mediático: el sistema de los medios masivos. Hoy se ha sumado un nuevo sistema mediático con base en Internet (de los llamados “nuevos medios”).

La presencia de dos sistemas mediáticos en permanente relación caracteriza a la hiper-mediatizada sociedad contemporánea. Tenemos mucho que estudiar respecto a los vínculos entre las prácticas sociales y los medios en la era actual. Una de esas prácticas presenta continuidad con la que Verón detectó en la sociedad posmoderna: *performar* en función de la mediatización.

Sucede, por ejemplo, con la muy expandida acción de tomarse fotos con el objetivo de ser publicadas luego en las redes sociales (por ejemplo, *Facebook*). Lo novedoso es que esta vivencia en función de la mediatización no sólo se da ahora a nivel de las instituciones o las *celebrities*, sino de los individuos “comunes” (llamados *amateurs*, “usuarios”, prosumidores, etcétera). Pero mucho más urgente quizás sea empezar a determinar qué sucede cada vez que en la circulación contemporánea se produce un “punto de encuentro” entre ambos sistemas de mediatización.

Podemos postular que mientras hubo un solo sistema de medios las relaciones eran *intra-sistémicas* (si bien hay diferencias entre los distintos medios masivos, por supuesto, se daban en el interior de un solo sistema). Y que, ahora, que hay dos sistemas de medios radicalmente diferentes entre sí, han pasado a ser *inter-sistémicas*.

3. LAS DIRECCIONES COMUNICACIONALES

No podemos obviar que los análisis de Eliseo Verón tuvieron por objeto de estudio principalmente a fenómenos propios de la era de los medios masivos, que instalaron procesos comunicacionales “descendentes”. Nos referimos a la observación precisada en su último libro de que la circulación se establecía *de dispositivos socio-institucionales a colectivos de actores individuales* (Verón, 2013: 292).

Ahora bien, en los análisis de la sociedad actual debemos sumar otras direcciones comunicacionales. Es un tema que ha estallado en los últimos años, desde que se consolidó la web2.0 y, por sobre todo, las redes sociales, que fueron conceptualizadas medios “democráticos” que permiten una comunicación horizontal (un ejemplo de lo que estamos señalando es el conocido y debatido modelo de la “auto-comunicación” de masas propuesto por Manuel Castells, 2012) y, también, “ascendente” (desde “abajo hacia arriba”). Estos temas son a esta altura recurrentes en algunos análisis culturalistas sobre tecnología, pero menos en los de raigambre semiótica. Encontrar un modo de conceptualizar y graficar estas novedades constituye un desafío para la teoría de impronta veroniana. Y, también, para su concepto clave, el de circulación: ¿Seguirá vigente tal como fue formulado? ¿Deberá descartarse? ¿O podrá adaptarse al incremento de la complejidad mediática y comunicacional actual?

Consideramos por ahora cómo estos dos niveles, el de la mediatización y el de las

direcciones de la comunicación se articulan entre sí. Sabemos lo que Verón decía respecto al proceso de mediatización: que producía cambios (incluso rupturas) de escala. En relación a los “puntos de encuentro” nuestra tesis, muy veroniana, dice: cada vez que se produce una relación *inter-sistémica* se produce un *incremento en la complejidad y una mutación de escala en la mediatización*. Pero no sólo eso: debido a la emergencia de este nuevo sistema debemos agregar un *incremento de complejidad en las direcciones de la comunicación*².

4. SOCIOSEMIOTICA DE LOS ENUNCIADORES/ENUNCIATARIOS

Finalmente, como adelantamos, no solo hay una teoría de la mediatización y la comunicación en la obra de Eliseo Verón, sino también una importante conceptualización acerca de los enunciadore/enunciarios y de su rol en la circulación. Un desarrollo que progresivamente fue volviéndose más importante en su obra, principalmente a partir de que llegó a la conclusión de que vivimos en una sociedad post- mas mediática (Verón, 2007) y de que los colectivos (y también los individuos) se han vuelto cada vez más relevantes. Por eso es clave atender a cómo según Verón pensaba se establecen las relaciones que en la circulación estos “participantes” mantienen entre sí³.

Verón observa en “Ciclos de vida” (2013), que los fenómenos mediáticos cumplen 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” (422). Es lo que sucede, por ejemplo, con los programas religiosos televisivos y radiofónicos. Por otro lado, “generan sus propios colectivos” (por ejemplo, las denominadas comunidades de fans). Lo importante a retener aquí es que según Verón los colectivos no son generados por cualquier fenómeno mediático sino principalmente por esas específicas instituciones sociales que son los medios⁴. Es lo que explicita cuando señala que la circulación se establece desde dispositivos socio-institucionales a colectivos de actores individuales⁵.

Una de las principales preguntas que en función de la emergencia de un nuevo sistema mediático con base en Internet cuya principal novedad es la emergencia de nuevos sujetos en la historia de la mediatización (*amateurs*, “usuarios”, prosumidores, etcétera) que disponen de “medios personales” para publicar lo que desean cuando lo desean debemos hacernos hoy en los estudios de circulación para determinar qué ha cambiado es la siguiente: ¿pueden generarse *colectivos a través de enunciadore mediáticos que no sean institucionales*?

Verón nunca negó explícitamente esta posibilidad (aunque hay ciertas evidencias de que no creía demasiado en ella). El caso con el que vamos a ejemplificar a continuación ilustra esta posibilidad y constituye, por lo tanto, un análisis de un nuevo ejemplo de circulación discursiva, surgida desde las redes, cuya dirección comunicacional no sólo es ascendente sino que fue capaz, además, de generar un nuevo colectivo. Para graficar su circulación hemos realizado con una apropiación del modelo que Eliseo Verón (1987) presentó en “El sentido como producción discursiva”⁶. El modelo se despliega en Fases que ilustran, ante todo, “puntos de encuentro” inter-sistémicos.

5. UN EJEMPLO: CHICAS BONDI

Chicas bondi es un proyecto nacido en 2011 en las redes, creado por un enunciadore *amateur* que hasta ese momento era desconocido. Publica en simultáneo en distintos medios (el blog *Chicas bondi*, su cuenta en *Twitter*, su página en *Facebook*, *Tumblr*. e *Instagram*) fotografías de chicas jóvenes tomadas con un teléfono *Iphone* en distintas líneas de ómnibus de la ciudad de Buenos Aires. Cuando las publica las titula precisando el número de foto publicada y la línea en que fue tomada. El proyecto fue sumando seguidores en las redes (más de 30.0000) y alcanzó mayor conocimiento público cuando, en 2013, se ocuparon de él distintos medios de comunicación masiva. Desató importantes polémicas de las cuales no nos vamos a ocupar aquí. Sigue vigente aún hoy. La Figura 1 muestra lo acontecido con las primeras fotos publicadas en *Facebook*, que fueron agrupadas en un álbum.

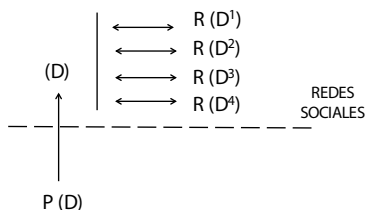


Figura 1

En el gráfico llamamos D a esas primeras fotos y P (D) a sus condiciones de producción. D se encuentra en el seno del espacio que conceptualiza a las redes sociales e ilustra que el proyecto es *ascendente*. Incluimos una barra para mostrar que entre D y sus condiciones de reconocimiento (que en la red social desencadenan nuevos intercambios discursivos, ilustradas ↔), siempre hay un hiato. Las condiciones de reconocimiento, no detalladas ni analizadas en este trabajo, son múltiples, y los discursos que desencadenan, también (algunos usuarios comentan las fotografías y encuentran parecidos con *celebrities*; otros alaban al fotógrafo; algunos, sin hacer comentarios, dan simplemente un “me gusta”, etcétera). Veamos ahora la Figura 2, que representa otra Fase de la circulación.

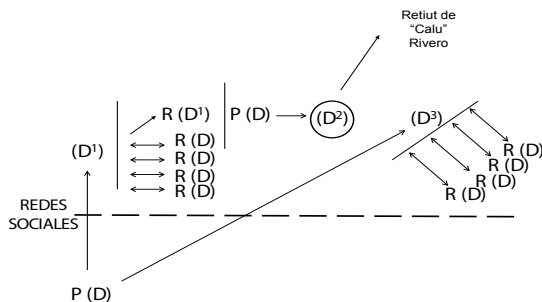


Figura 2

Aquí una conocida actriz, “Calu” Rivero, retuitea (D^2) una foto tomada y publicada por *Chicas bondi* (D^1 , que obviamente fue condición de producción del tuit de Rivero). La dirección es representada de modo ligeramente ascendente dado que si bien esto acontece en *Twitter*, el carácter de *celebrity* de Rivero implica que tiene muchos más seguidores que un enunciador común (no todos somos iguales en *Twitter*). D^3 ilustra que *Chicas bondi* sigue publicando fotos después del retuit de Rivero y que comienza a cambiar su estatuto como enunciador al tener más seguidores, con quienes empieza a tener una relación que es menos entre “pares” y más de enunciador *broadcast* en la red⁷, capaz de establecer una comunicación descendente.

Atendamos ahora a la Figura 3, que divide el espacio en dos áreas, el de las redes sociales (abajo) y el de los medios masivos (arriba) e incluye dos Fases más (las dos primeras aparecen simplificadas).

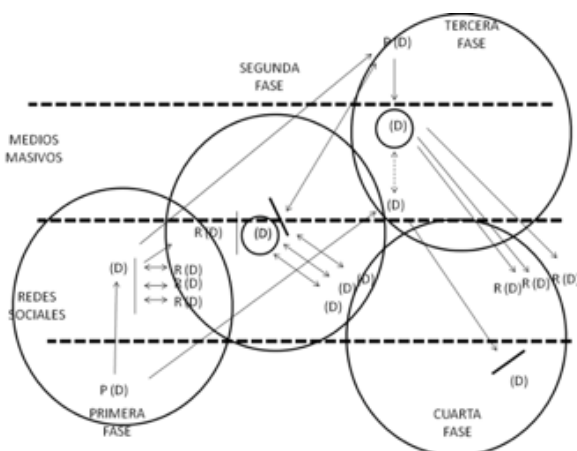


Figura 3

En la tercera Fase varios medios de comunicación masiva (el diario *La Nación*, el suplemento *No* del diario *Página 12*, la revista *Inrockuptibles* y la revista *Brando*) publican notas dedicadas al proyecto *Chicas bondi*. La relación que parte de $P(D)$ aparece en dirección descendente. Condiciones de producción de estas publicaciones son, entre muchas otras, las fotos publicadas por *Chicas bondi*, relación representada con línea punteada (probablemente para algún medio también el retuit de “Calu” Rivero). Luego se ilustra cómo lectores de los medios masivos que no seguían al proyecto en la red se enteran de su existencia y, también, en Fase 4, como estas publicaciones tienen sus efectos asimismo en las redes, donde son comentadas, retomadas, etcétera.

El proceso que acabamos de describir muestra cómo un enunciador *amateur* fue capaz de instaurar gracias a las redes sociales un fenómeno mediático que generó un colectivo y logró la atención, en un proceso *inter-sistémico*, de los medios masivos (que suelen actuar como “pescadores” de los contenidos que ganan atracción en la red). En cada fase se

produce un incremento de la complejidad mediática (punto de encuentro de dos lógicas diferentes) y comunicacional (en su ascenso *Chicas bondi* se va convirtiendo en un enunciador *broadcast* en la red). El análisis que presentamos intenta evidenciar la potencialidad de la teoría comunicacional veroniana y, también, en qué consiste la apropiación que pretendemos poner en juego.

Para terminar, dos o tres reflexiones sobre la nueva circulación:

- 1) es tanto de “arriba hacia abajo” como de “abajo hacia arriba”;
- 2) sucede en “estallidos”, en los que se producen “guerrillas semiológicas” por la significación en los espacios mediáticos públicos;
- 3) su condición de producción frecuentemente son las operaciones del ‘arte contemporáneo’ (apropiación, montaje, intervención, incrustación, collage, etcétera);
- 4) sus enunciaciones son individuales, colectivas e institucionales;
- 5) enunciadores individuales “desde abajo” son capaces de generar colectivos de comunicación;
- 6) el concepto de circulación sigue vigente tanto a nivel macro (en el que debido al incremento de la complejidad el sistema está fuera de equilibrio, mucho más que cuando Verón anunció un desfase entre producción y reconocimiento) como a nivel micro (por ejemplo, entre pares en la red). Todos estos temas constituyen, desde nuestro punto de vista, cuestiones centrales de la agenda de trabajo de los próximos años para una teoría contemporánea de la circulación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARLÓN, M. (2016) “Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón”, en *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional*, en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores), (en prensa).
- (2015) “Público, privado e íntimo: el caso *Chicas bondi* y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea”, “Dicotomía público/privado: estamos no camino certo?”, Paulo César Castro (organizador). Maceió: EDUFAL, páginas.
- (2016 [2013]. “Introducción. El marco teórico: una perspectiva no antropocéntrica”, en *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube*. Buenos Aires: La Crujía, páginas.
- CASTELLS, M. (2012) *Comunicación y poder. México: Siglo XXI*
- FAUSTO NETO, A. (2015) “O correio Verón ↔ CISECO”, en *Dicotomia Público/privado: estamos no caminho certo?*, Maceió: Edufal, páginas.
- JENKINS, H.; FORD, S. y GREEN, J. (2014 [2013]) *Cultura da conexão. Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph. (*Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*, by Henry Jenkins, Sam Ford, and Joshua Green).
- KIM, J. (2012) “The institutionalization of YouTube: from user-generated content to professionally generated content”, *Media, Culture & Society*, Volume 34, issue 1 (January), 53-67.
- VERÓN, E. (2014) “Teoría da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências”, *Revista Matrizes* N° 1, jan./jun. São Paulo: Brasil, páginas.
- (2013) “Lógicas sistémicas sociales y socioindividuales” y “Ciclos de vida”, en *La*

semiosis social, 2. *Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, páginas.

— (2011) “El canto de las sirenas”, en *Papeles en el tiempo*. Buenos Aires: Paidós, páginas.

— (2007) “Semiótica como sociosemiótica. Entrevista a cura di Carlos A. Scolari”, en *Mediamerica. Semiotica e analisi dei media a America Latina*, Carlos A. Scolari y Paolo Bertetti (ed.). Torino: Cartman edizioni, páginas.

— (2004) “Presentacion”, “Capítulo 11” y “Posmodernidad y teorías del lenguaje: el fin de los funcionalismos”, en *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa, páginas.

— (2001 [1984]), “El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica”, en *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, páginas.

— (1997) “Esquema para el análisis de la mediatización”, en *Diálogos de la Comunicación*, N°48. Lima: Felafacs, 9-17.

VERÓN, E. (1987). “El sentido como producción discursiva”, en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa, páginas.

NOTAS

1. Según esta distinción una sociedad mediática (moderna) es aquella en la que los medios operan en base a una lógica representativa y, por lo tanto, funcionan como “espejos” de lo real (más o menos deformantes, dice Verón, poco importa). En cambio, una sociedad mediatizada (posmoderna) es aquella en la que “el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (2001 [1984]: 15), cada vez más conceptualizados productores de sentido.

2. Brindamos un ejemplo: los hashtags en la pantalla de televisión. La incrustación de este elemento en, por ejemplo, un programa periodístico (en Argentina, en *Intratables* o, en el último período, en 6, 7, 8) constituye uno de los casos más relevantes de “punto de encuentro” entre los dos sistemas mediáticos de la era actual. El hashtag funciona como “punto de pasaje” (o ventana) entre dos discursividades mediáticas y sociales distintas. Y entre dos direcciones comunicacionales. En la dimensión mediática se desencadena un fenómeno de mutación de escala: a través del hashtag se amplifican los discursos de los sujetos telespectadores, históricamente excluidos, salvo excepciones, de los discursos televisivos, brindándoles circulación masiva. Y gracias a los hashtags la institución emisora no sólo distribuye su discurso a través de su canal sino que frecuentemente impone un trending topic y, por consiguiente, un tema de conversación en Twitter. En el nivel de las direcciones comunicacionales es evidente que los hashtags introducen un incremento de la complejidad comunicacional: habilitan la aparición en un medio masivo de una discursividad ascendente. Y en la red de microblogging imponen, en cambio, su dirección comunicacional descendente.

3. Sigo aquí la terminología que puso en juego en “Esquema para el análisis de la mediatización” (Verón, 1977) en el que dio precisas indicaciones acerca de cómo consideraba la relación entre estos distintos conceptos. Entiendo que es pertinente dado que en *La semiosis social* 2 sigue refiriéndose a colectivos e individuos y, también distinguiendo medios e instituciones (consúltese, por ejemplo, el capítulo “Ciclos de vida” en Verón, 2013). Respecto a esta cuestión téngase en cuenta que no dio una explicación que pueda citarse textualmente en la que haya comparado la conceptualización que utilizaba antes de su acercamiento a la obra de Niklas Luhman y la que pasó a utilizar luego (sistemas sociales y socioindividuales)

4. En el “Esquema...” precisa que hay cuatro “zonas de producción de colectivos”: “la relación de

los medios con las instituciones de la sociedad”, “la relación de los medios con los actores individuales”, “la relación de las instituciones con los actores” y “la manera en que los medios afectan la relación entre las instituciones y los actores”. Como se advierte respecto a los actores todas las relaciones que considera van desde los medios o las instituciones hacia los actores individuales, ninguna en sentido inverso.

5. Expresa en “Ciclos de vida”: “las instituciones son la fuente de generación de colectivos” (422)..

6. Retomo aquí análisis presentados en Carlón (2015 y 2016), en los que se entregó un análisis más extenso de la circulación de Chicas bondi. Debe comprenderse que el gráfico que se incluye al final se concentra en momentos claves de la circulación y por eso posee cierto nivel de esquematismo. La circulación de este tipo de proyectos, debido a su carácter inter-sistémico es muy densa y compleja, tanto que por razones de espacio es imposible graficar cada uno de los que intercambios que, por ejemplo, se dan en las redes entre el proyecto y sus seguidores. El gráfico no intenta más que representar “momentos” claves de su “ascenso” inter-sistémico