



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario
Argentina

Fernández, Mariano

Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica

La Trama de la Comunicación, vol. 18, enero-diciembre, 2014, pp. 189-209

Universidad Nacional de Rosario

Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323930547011>

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

redalyc.org

Sistema de Información Científica

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

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

Sobre la mediatización

Revisión conceptual y propuesta analítica

Por Mariano Fernández

marianofc81@gmail.com – Universidad Nacional de La Plata, Argentina

SUMARIO:

El propósito de este artículo es someter a una revisión analítica el concepto de "mediatización", con especial énfasis en lo que podría considerarse una sub-variante, "la mediatización de la política", pero que considerada desde el punto de vista de la constitución de un campo problemático, es en realidad un antecedente antes que un derivado. La tarea que nos proponemos ha sido realizada, con alcances desiguales y diverso esfuerzo de sistematización, por otros investigadores. Nos sumamos, pues, a una larga fila, pero no para actualizar un estado del arte sino para recortar las propiedades teóricas del concepto (y por lo tanto, para valorar su potencial heurístico), a la vez que nos permitimos sugerir una distinción de niveles analíticos que pueden ser útiles para orientar futuras investigaciones empíricas.

DESCRIPTORES:

mediatización, proceso, historia, política, periodismo

SUMMARY:

The purpose of this article is proceed to an analytical review of the concept of "mediatization" with special emphasis on what might be considered a sub-variant, "the mediation of politics", but considered from the point of view of the constitution a problematic field is actually an antecedent instead a derivative. The task that we propose has been performed, within a diverse scope of systematic effort, by other researchers. We join, then, a long list, but not to update a state of the art but to trim the theoretical properties of the concept (and therefore, to evaluate their heuristic potential), while we would suggest a distinction of analytical levels which can be useful in guiding future empirical research.

DESCRIPTORS:

mediatization, process-history, politics, journalism

189

Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica

On mediatization. Conceptual review and analytical approach

Páginas 189 a 209 en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 18, enero a diciembre de 2014

ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634

INTRODUCCIÓN

Por motivos que no buscaremos desentrañar, el uso del término “mediatización” ha terminado por estabilizar dos referencias que, aunque complementarias, corresponden a niveles diversos: por un lado, se designa un fenómeno histórico identificado con el desarrollo de las tecnologías mediáticas o, en términos más circunscritos, con la constitución de los medios de comunicación; por el otro, el término define una perspectiva teórico/sociológica de análisis. Ya como perspectiva, ya como proceso, la consolidación del término se ha producido, en principio, sin un correlato en la reflexión sistemática sobre sus alcances conceptuales. Tal vez, a causa de cierto *efecto de pregnancia* que suele venir anexado a los operadores semánticos con capacidad de condensación explicativa (Verón, 1997). O quizás porque ese esfuerzo no era necesario, en tanto el término servía –y sirvió, en efecto, al menos en Argentina– para circunscribir un campo problemático, ofrecer un marco de intelección sociológica, estimular investigaciones empíricas y habilitar la confluencia de investigadores que, de otro modo, hubieran permanecido aislados. De modo que “mediatización” antes que un objeto de reflexión fue una señal de pertenencia, y no está mal que así fuera.

Como descriptor factual, su uso es ambivalente. Por un lado, distingue un *proceso* por lo cual se despliega en *diacronía*. En esta variante, debe entenderse como diferencia o contraste entre épocas y formaciones sociales según las tecnologías de comunicación y los fenómenos mediáticos que le son característicos, y según la amplitud con que esas tecnologías y esos fenómenos se inserten en las condiciones productivas del funcionamiento del sentido en esas sociedades.

Por otro lado –o al mismo tiempo– la mediatización se manifiesta en sincronía como contexto o condición productiva de fenómenos específicos. Esta es la variante más transitada en sus usos académicos: se la *pre-supone* como el estado de situación del cual

se pretenden estudiar manifestaciones puntuales. Puede, por lo tanto, identificarse en un momento determinado, a propósito de un problema determinado: la socialización política, el aprendizaje escolar, las actividades lúdicas, el funcionamiento del espacio público, etc. En estos casos, el proceso histórico se circunscribe a un conjunto de condiciones productivas que afectan las formas de producción, circulación y reconocimiento de los discursos sociales, sean las maneras de acceder a la información sobre temas públicos que pueden definir prácticas ciudadanas o los efectos que las tecnologías de comunicación tienen sobre la institución escolar y su relación con sus entornos.

Como perspectiva teórica el derrotero no ha sido menos dispar. Recién en la última década, y particularmente en Europa, han sido publicados varios trabajos que intentan sistematizar la perspectiva, definir sus postulados básicos, historizar las maneras en que ido tomando forma (Schulz, 2004; Kepplinger, 2006; Krotz, 2007; Strömbäck, 2008; Hjarvard, 2008; Livingstone, 2009). En términos generales, parece haber acuerdo en que se trata de un “concepto procesualmente orientado” (Schulz, 2004), que describe el efecto transformador de las instituciones de medios durante el siglo XX, o bien un “meta-proceso” característico de la modernidad occidental, estructuralmente equiparable a la globalización (Krotz, 2007). Sin embargo, persiste la tendencia a usar el concepto como denominador común de una perspectiva normativa, con lo cual “mediatización” se convierte en el nombre de una axiología negativa que condena, a priori, los efectos de las instituciones mediáticas sobre las esferas de acción social sometidas a su influjo (Kepplinger, 2006; Entman, 2009). De manera más general, inclusive, Hjarvard propone pensar la mediatización como un “proceso societal” propio de la modernidad, a la par de la *urbanización* y la *individualización*, en el cual los medios contribuyen a desvincular las relaciones so-

ciales de los contextos inmediatos y a re-vincularlas en contextos más amplios (Hjarvard, 2008: 132), un doble movimiento equivalente al que Verón identifica como “ruptura de escala” y “descontextualización del sentido” (2001: 132).

El propósito de este artículo es someter a una revisión analítica el concepto de “mediatización”, con especial énfasis en lo que podría considerarse una subvariante, “la mediatización de la política”, pero que considerada desde el punto de vista de la constitución de un campo problemático, es en realidad un antecedente antes que un derivado. La tarea que nos proponemos ha sido realizada, con alcances desiguales y diverso esfuerzo de sistematización, por otros investigadores. Nos sumamos, pues, a una larga fila, pero para recortar las propiedades teóricas del concepto (y por lo tanto, para valorar su potencial heurístico), a la vez que nos permitimos sugerir una distinción de niveles analíticos que pueden ser útiles para orientar futuras investigaciones empíricas.

El trabajo estará organizado en tres grandes apartados. En el primero, nos concentramos en la *temporalidad* de la mediatización; en el segundo, reparamos en algunos aspectos centrales de la *mediatización de la política*; y por último, a modo de cierre, presentamos una propuesta de cortes analíticos para el estudio de la mediatización.

1.1. MEDIATIZACIÓN: ¿UN PROCESO CONTEMPORÁNEO?

Tres siglos, con saltos, discontinuidades e intermitencias. El término “mediatización” fue acuñado por el derecho alemán del siglo XIX para designar un modo de reorganizar la soberanía entre un estado dominador y los gobiernos de los territorios anexados. A fines de la década de 1970, ya bien entrado el siglo XX y sin relación directa aparente con el uso originario, el término fue adoptado como neologismo para nombrar el impacto que los medios de masas –y en particular, la televisión– empezaban a tener sobre el funciona-

to de las instituciones políticas y sobre los modos del ejercicio de la ciudadanía. Y en los albores del siglo XXI, cuando las instituciones mediáticas dominantes en el siglo pasado parecen transformarse por el impacto de Internet y la proliferación de dispositivos móviles multifuncionales las investigaciones sobre la mediatización avanzan en la reflexión teórica que, tal vez, termine por restringir la expansión semántica del término, y por dotarlo, entonces, de identidad y capacidad explicativa. O no, y entonces seguirá siendo una suerte de clave de ingreso o un operador interpretativo genérico.

En su sentido original, la “mediatización” es una transferencia de soberanía. Se produce cuando un estado soberano es anexionado por otro, que sin embargo otorga algunos derechos (por ejemplo, la conservación de los títulos nobiliarios) a los estados subordinados. Históricamente, es un proceso que se extendió entre 1794 y 1815, cuando Napoleón, por el Tratado de Campo Formio, anexó a Francia todas las tierras del Sacro Imperio Romano Germánico situadas al oeste del Rin¹.

Livingstone (2009) sugiere un vínculo –no probado, pero verosímil– entre esta acepción y la impronta negativa que suele estar adosada a un término que, en sus usos contemporáneos, suele aplicarse para describir los trastornos que la primacía mediática provoca sobre el funcionamiento de las instituciones –la escuela, la familia, etc.–, que pierden su capacidad de orientación moral y de proveedoras de información: se vuelve heterónomas.

La sugerencia de Livingstone, dijimos, es verosímil: los primeros usos académicos del término parecen referir a otro modo de subordinación, el que las instituciones mediáticas ejercen sobre los modos de aparición pública de los actores políticos. En su artículo *The mediatization of society* (2008) Hjarvard prueba un rastreo bibliográfico para dar con la aparición y evolución en el uso del concepto. Sostiene que “mediatización”

fue originalmente un concepto aplicado al impacto de los medios en la comunicación política. Según esta versión, el primero en utilizarlo fue el sueco Kent Asp en 1986, quien habló de “mediatización de la vida política” para nombrar el proceso por el cual “el sistema político, en un grado cada vez mayor, es influido y se adapta a las demandas de los medios masivos y su cobertura de la política”. Asp, por su parte, reconoce su deuda con el sociólogo noruego Hernes quien, en 1978, había acuñado la expresión “media-twisted society”, una de cuyas principales características es el tránsito de una sociedad en situación de escasez de información a una en la que la información abunda. Según Hjarvard, el denominador común a estos primeros intentos es una postura reactiva, marcada por una axiología negativa.

Esa axiología subyace en las versiones más divulgadas del término. Como tantos otros, el de “mediatización” es utilizado en un sentido referencial y descriptivo pero también para definir una perspectiva de análisis. Muchas veces, la perspectiva funciona encubierta en el uso. Así, “mediatización” refiere a cualquier fenómeno que involucre, en alguna de sus dimensiones, a los medios de comunicación, y particularmente “a la influencia que los medios ejercen sobre la sociedad y la cultura” (Hjarvard, 2008:105). Por lo tanto, el concepto termina por describir *la dirección de una influencia ejercida como desde fuera de determinados campos de prácticas (culturales, políticas, educativas, públicas y privadas) y los medios, como fuerzas singulares externas, aliens intrusos en las más diversas esferas de la vida privada y pública. Tal como lo ha dicho Krotz (2007: 87-8) la mediatización comparte la suerte de otros “izaciones” (globalización, individualización, etc); como ellos, se ha convertido en un “instrumento de afirmaciones críticas sobre el cambio social con la función latente de expresar una cierta actitud o posición política”.*

Un buen ejemplo de esa orientación es el de los estu-

dio sobre la denominada mediatización de la política, que por lo demás ha sido el terreno en el que se han desarrollado las primeras investigaciones que han tomado al concepto como clave interpretativa. Glosando aquella “actitud o posición política” que refiere Krotz, Mazzoleni y Schulz (1999) en un trabajo que, al menos entre investigadores europeos y norteamericanos, suele ser citado como antecedente de rigor, explican que “en su declinación concreta, un sistema democrático manejado por los medios² es pensado como la causa de la decadencia del modelo de la organización política nacido con el estado liberal, al tiempo que los partidos políticos pierden sus vínculos con los dominios sociales de los cuáles habían sido espejos y con los intereses que estos mismos partidos tradicionalmente habían representado” (1999: 247). Más aún, los medios habrían puesto en riesgo de extinción, y peor aún, reemplazado, los espacios comunes y las figuras clásicas del imaginario liberal: en lugar del debate de ideas, el mundo del espectáculo; en lugar de la autodeterminación intelectual, la fácil manipulación de la opinión pública; en lugar del ciudadano, el consumidor; en lugar de las calles y las plazas, las pantallas. En síntesis, según esta versión crítica, “los medios habrían distorsionado los procesos políticos al convertir la política en un juego de mercado que humilla a los derechos y la dignidad de los ciudadanos y ridiculiza las palabras de los líderes políticos” (Mazzoleni y Schulz, 1999: 248)³.

Lo que no parece estar en cuestión es el carácter *moderno*, o mejor tal vez *contemporáneo*, de la mediatización. Y esto está directamente vinculado con una definición “procesualmente orientada” (Schulz, 2004). Dicho rápidamente: para la mayoría de los autores que utilizan el término, la mediatización es un fenómeno histórico propio del último cuarto del siglo XX. Mazzoleni y Schulz sostienen que la mediatización de la política es una tendencia central de la década de 1990, que se remonta a la introducción de la televi-

sión, pero que ha ganado velocidad con la expansión y comercialización de los sistemas de medios y la modernización de la política. Pero quien mejor lo ha expresado es Hjarvard, el autor que ha hecho el esfuerzo más sistemático para darle al término una proyección teórica: “La mediatización no es un fenómeno universal que caracterice a todas las sociedades. Es, primeramente, un desarrollo que se ha acelerado particularmente en los últimos años del siglo veinte en las modernas sociedades occidentales altamente industrializadas, tanto en Europa, Japón, Australia, Estados Unidos”. Así delimitados sus límites temporales, “el concepto de mediatización es aplicado *exclusivamente* a la situación histórica en la cual los medios, al mismo tiempo, han adquirido autonomía como instituciones sociales y se han entrecruzado con el funcionamiento de otras instituciones” (Hjarvard, 2008: 110).

En este caso, la definición conceptual está directamente anudada a la historización, y por lo tanto, a los contrastes que determinan las propiedades específicas que avalan la idea según la cual la *mediatización* es un fenómeno del siglo XX. Esta idea debería ser matizada, al menos por dos motivos. En primer lugar, porque –bien estudiado está– los modernos medios de comunicación fueron, hasta bien entrado el siglo XX, organizaciones que operaban como anexos funcionales o bien como herramientas indisolubles de las estructuras políticas, que por lo tanto ya estaban –en algunas dimensiones de su praxis– mediatizadas. Menospreciar este dato puede llevar a declarar transformaciones (es decir, producir comparaciones) sin el sustento necesario para demostrar un contraste. La consecuencia es fatal: el estado de cosas modificado se suele *suponer*, o *pre-suponer*, de modo que en lugar de ser el panorama *contra el cual* se contrasta una situación actual funciona como una utopía en reversa. Como ha escrito Strömbäck:

“La situación actual, cuando la política es mediada y mediatizada, es implícita o explícitamente compara-

da con una suerte de edad dorada –el tiempo exacto que es conspicuamente ausente de la mayoría de los estudios– cuando la política era más verdadera con sus ideales, cuando la gente era cívicamente responsable, o cuando los medios facilitaban, en lugar de erosionar, el camino de la comunicación política y el trabajo democrático” (2008: 229)⁴.

Por otro lado, porque sea que se piense en términos de “influencia”, “impacto” o “transformación”, conocemos la existencia de fenómenos mediáticos previos que han modificado los modos de acumulación de la información, de producción del conocimiento, de organización de la herencia cultural, de enfrentarse a los “hechos del mundo”, de redefinir los tiempos y los espacios de los vínculos personales y colectivos. Solo para nombrar dos “ejemplos” obvios: la escritura y el libro. Y otros dos, igualmente obvios: el periódico y la radio, cuya trascendencia sociológica fue por mucho tiempo desconsiderada, al menos para entender los procesos de mediatización del siglo XX. A propósito, Hjarvard (2008:132) opina que: “Vista en perspectiva histórica, la falta de interés por los medios entre los sociólogos clásicos no debería sorprender. A lo largo del siglo XIX, los “medios” no eran visibles por derecho propio; eran tecnologías específicas y separaban fenómenos culturales (libres, periódicos, telégrafo) considerados instrumentos en manos de otras instituciones, como literatura, ciencia, política y comercio”.

1.1.2. DOS SERIES HISTÓRICAS

Por estas razones, entendemos que es necesario (y posible) ordenar los fenómenos comprendidos por el concepto de mediatización en dos series históricas que son, también, dos modos de construir el concepto y los términos de los que se nutre: el de medios y el de proceso. Como desde el punto de vista cronológico ambas series terminan por coincidir –en realidad, una queda incorporada a la otra– se trata menos de

optar por modos paralelos y excluyentes de describir y, llegado el caso, explicar los fenómenos y procesos, que por brindarle al concepto un alcance expansivo y otorgarle una historicidad que hasta el momento ha quedado acotada a un fenómeno mediático (institución, dispositivo y medio: la televisión) o, a lo sumo, a un período extendido al que se le concede el estatus de pre-historia (el desarrollo y consolidación de los medios de comunicación de masas a partir de la segunda mitad del siglo XIX).

Decíamos, entonces, que es posible dar cuenta de dos series históricas y conceptuales de la *mediatización*. Desde ya, se trata de una propuesta todavía balbuceante, lo cual no le resta validez, sino que nos obliga a seguir explorando sus alcances.

A. UNA "SERIE LARGA"

Esta serie se corresponde con un concepto ampliado que, así construido, desborda el fenómeno de los llamados "medios de masas" instituidos entre fines del siglo XIX y principios del siglo XX. Verón (2012) ha identificado a la mediatización como una invariante de la dimensión antropológica del sapiens, que, así concebida, se confunde, o directamente se solapa, con la historia de la técnica o aún más, con una teoría de la evolución técnica (Stiegler, 2002) o con lo que Leroi Gourhan (1988) denomina tecnología, como rama disciplinar de la etnología. En cualquier caso, la mediatización desbordaría, también, una concepción instrumental de las técnicas y podría como un capítulo en la historia de la evolución o la "sucesión" de los sistemas técnicos⁵ (Stiegler, 2002: 45-50), al menos en relación a los dispositivos que han servido y sirven para activar procesos de descontextualización del sentido, acumulación del saber, exteriorización de la memoria y desenganche espacio-temporal de las interacciones comunicativas.

Las tecnologías mediáticas serían, así concebidas, constituyentes antropológicas, en tanto habilitan

las condiciones para la diferenciación entre sistema psíquico y sistema sociales, lo que Stiegler concibe como exteriorización de la memoria y que para Verón (2007; 2012) inaugura el largo proceso de la individuación humana. Sobre esa invariante, hay que concebir la emergencia de fenómenos mediáticos derivados de la creación de soportes tecnológicos autónomos de comunicación (Verón, 2001:130) desde la talla en piedra al código, desde el libro hasta el ordenador personal y las demás interfaces digitales, que han operado como aceleradores evolutivos.

Por lo dicho, desde la lógica de su periodización, esta serie abarca al menos seis u ocho milenios (considerando la aparición de las protoescrituras; Ong, 1982; Calvet, 2007)), y permite incorporar, como fenómenos mediáticos de interés y precursores (en relación a la serie que ya comentaremos) las escrituras/los productos manuscritos, los productos escrito-impresos, etc.⁶

En términos sociológicos, podríamos pensar que la mediatización afecta, en principio, sólo esferas circunscriptas de prácticas sociales –la contabilidad y la legislación del estado (Goody, 1995); la producción y acumulación del conocimiento académico y literario (Chartier, 1995); la circulación de novedades relativas a los círculos de poder (Darnton, 2003)- y, a lo largo de la historia, se expande como en formas concéntricas hasta superponerse con –la expresión es figurada– los límites mismos de la sociedad. La aceleración mediática del siglo XX, encarnada paradigmáticamente en los "medios de comunicación de masas", en particular con el avance de la electrónica, acentuó el contraste de épocas: le imprimió un efecto de ruptura, como si no pudieran trazarse continuidades con el pasado. Este sólo reconocimiento obliga a revisar con extremo cuidado las concepciones que (de manera tácita o explícita) dan por sentado que la mediatización se inicia con la emergencia de la televisión como dispositivo mediático central del sistema de medios, al

menos en las sociedades industriales desarrolladas de Occidente.

Esta conceptualización puede articularse, creemos que sin problemas, con la perspectiva sociológica de Luhmann (1998: 153-161) para quien los *medios* son logros evolutivos que arrancan en los puntos de ruptura de la comunicación: *la escritura* como "solución" a los límites del *entendimiento*; los fenómenos derivados de la invención de la imprenta, soluciones a los límites del *alcance*; y los llamados *medios de comunicación simbólicamente generalizados*, soluciones a los límites del *éxito* de una comunicación ya descontextualizada de los entornos inmediatos espacio-temporales de interacción. Esta integración de perspectivas debería completarse con una descripción sobre la "escala" de las transformaciones provocadas y el análisis de los contextos específicos en los que tuvieron lugar. Al respecto, pueden ser sugerentes guías los estudios de Goody y Watt (1963), Goody (1985) y Ong (1982) entre otros, quienes sostienen la tesis de que la escritura tuvo efectos sobre "los modos de pensamiento" y los procesos cognoscitivos, por una parte, y sobre las formas institucionales de organización social, por la otra. Se trata de partir de la descripción de procesos en escala reducida, que gradualmente expanden sus radios de incumbencia de manera correlativa al despliegue de procesos simultáneos y concurrentes (como la alfabetización o la escolarización).

Una versión temporalmente más acotada (y tal vez, en este aspecto, más fácilmente asociable a la concepción contemporánea de la mediatización) es la que ofrece John B. Thompson (1998), cuya teoría sobre la modernidad toma como eje el desarrollo de las tecnologías de comunicación. Thompson habla de la "mediatización de la cultura moderna": desde el siglo XV "las pautas de comunicación e interacción empezaron a cambiar de manera profunda e irreversible. Estos cambios, que comprenden lo que en sentido amplio podría ser llamado 'mediatización de la cultura', tu-

vieron unas claras bases institucionales: es decir, el desarrollo de las organizaciones mediáticas que aparecieron en la segunda mitad del siglo XV y que desde entonces han expandido sus actividades" (1998: 72). El corte que propone Thompson se inicia con la aparición de la imprenta, una "tecnología revolucionaria"⁷, que al permitir la producción y reproducción mecánica de discursos amplió, de un modo desconocido hasta entonces, las posibilidades de comunicación e interacción entre un número cada vez más amplio de personas y a través de extensas distancias. El estado, la esfera pública, la ciencia, son, para Thompson, derivados, más o menos directos, del invento de Gutenberg.

B. "UNA SERIE CORTA"

Esta serie se corresponde con un concepto restringido en sus alcances: la mediatización se refiere a la historia de los modernos medios de comunicación de masas. Considerando la periodización histórica, esta serie considera inaugurado el proceso de mediatización hacia fines del siglo XIX, con la emergencia de la prensa gráfica de masas, y se ha centrado en la consolidación de la televisión a mediados del siglo XX como instancia definitoria del proceso, ya que "es la televisión el medio que, por excelencia, logra producir un pliegue en el proceso de mediatización tornándolo omnipresente, ubicuo y consonante" (Valdettaro, 2007). También Schulz ha reparado en este aspecto, equiparando "mediatización" con la "era de la comunicación masiva" y aún más: "la mediatización, la dependencia mediática y las hipótesis relacionadas son productos de la era de la televisión", al punto de sugerir que con "el advenimiento de Internet y la declinación supuesta de la televisión" deberíamos, para ser consecuentes, dar por cerrado el proceso de "mediatización" "en tanto el prerrequisito esencial del concepto desaparece, por lo que esto resulta en una pérdida de su valor analítico" (Schulz, 2004: 91).

En cualquier caso, Esta serie ha prevalecido, hasta

el momento, como referencia no cuestionada para los estudios sobre la mediatización. En ella, podemos identificar al menos *dos perspectivas*, que coinciden en este recorte temporal aunque implican dos modos diversos de abordar los fenómenos mediáticos modernos y contemporáneos.

Por un lado, una perspectiva ocupada casi exclusivamente a la *mediatización de la política*, y con un desarrollo estrictamente europeo, que se ha preocupado principalmente por analizar los grados en que los medios de comunicación se convierten en “fuente de información” sobre la vida política (Entman, 2009; Wijfes, 2009; Livingstone, 2009; van Aels et al, 2008; Hjarvard, 2008; Strömback, 2008; Krotz, 2007; Kepplinger, 2006; Schulz, 2004; Mazzoleni, 1987; Altheide y Snow, 1979).

Cierto es que muchos de estos autores han intentado, como ya lo comentamos, generalizar el uso del término. Krotz (2007: 258) define a la mediatización como “los desarrollos históricos que tuvieron y tienen lugar como un cambio de la comunicación mediática y sus consecuencias, no sólo con el nacimiento de nuevas formas de medios sino con cambios en el significado de los medios en general” y la ubica junto a otros tres meta-procesos⁸ que caracterizan a las sociedades contemporáneas: globalización, individualización y la industrialización. Schulz (2004), por su parte, considera que mediatización se refiere a “cambios asociados con los medios de comunicación y su desarrollo”, y propone una distinción analítica de cuatro tipos de procesos que están incorporados, como efectos, al de mediatización: “extensión” (de los límites naturales de la capacidad de comunicación humana), “amalgamamiento” (en tanto los medios permean otras esferas de actividad, diluyendo los límites entre lo mediático y lo no mediático), “sustitución” (de actividades e instituciones) y “acomodación” (ya que “el solo hecho de que los medios existan induce cambio social”).

Pero como lo hemos señalado, esta corriente ha

surgido interesada por la mediatización de la política y se ha consagrado a investigar las consecuencias de este proceso a partir de la oposición entre una “lógica mediática” y una “lógica política”. Como volveremos con más detalle sobre este grupo de autores, baste con señalar que por “lógica mediática” entienden la combinación entre un código marcado por los valores noticiables y una técnica de narrar (que privilegia la simplificación, la estereotipación, la polarización, la personalización, la visualización, etc.; Strömback, 2008; Schulz, 2004); mientras que por la lógica política se designa el esfuerzo por lograr soluciones, sostenidas desde las instituciones del estado, a partir de programas de acción consensuados y el esfuerzo por alcanzar legitimidad. El concepto de mediatización pretende definir, al mismo tiempo, el grado en que los medios se instituyen como la fuente dominante de acceso a la información política, el grado de independencia de los medios en relación a las instituciones políticas, y el grado en que el contenido de los medios es definido por una lógica política (o sea, ligada a la preocupación por el *bien común*) o a una lógica mediática.

Por otro lado, ubicamos una serie de trabajos de Eliseo Verón que sin tener ningún punto de contacto con los autores citados, comparte el criterio de corte temporal. Al menos tres razones nos llevan situar estos trabajos de un solo autor en un aparte. La primera es una razón de validez, digamos, subjetiva: fue a partir de estos escritos de Verón que nos ha llegado el interés por el estudio de la mediatización, e inclusive, las claves de lectura con las que hemos trabajado durante mucho tiempo. En segundo lugar, porque en los circuitos académicos donde la teoría de los discursos sociales elaborada por Verón se ha tenido efectos productivos, estos trabajos son una referencia recurrente. En tercer lugar, porque son trabajos publicados previamente o en simultáneo⁹ a los ya comentados (lo cual, por sí solo, no resulta un mé-

rito) y están informados con recursos teóricos, incluso epistemológicos, ausentes en la corriente europea, y con particularidades que impiden asimilarlos a ella¹⁰

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 en el tejido (2004 [1988; 1991]¹¹). El término mediatización describe, entonces, el pasaje de sociedades industriales a las sociedades post-industriales mediatizadas. 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).

El paso de las *sociedades mediáticas* a las *sociedades mediatizadas* (proceso gradual que se acelera luego de la Segunda Guerra) “expresa en realidad la adaptación de las instituciones de las democracias industriales a los medios, que se transforman en los mediadores insoslayables de la gestión de lo social” (Verón, 2004b: 225). Las sociedades mediatizadas, pues, son aquellas en que las prácticas sociales (las modalidades de funcionamiento institucional, los mecanismos de toma de decisiones, los hábitos de consumo, los comportamientos más o menos ritualizados) “se transforman por el hecho de que existen los medios” (2001 [1984]: 41). El resultado de un proceso como este sería –o mejor dicho, podría ser– “la transferencia total de las prácticas colectivas al universo de los medios; la vida privada-cotidiana definida, por diferencia, como el conjunto de los campos significantes no mediatizados”.

Hay una diferencia de naturaleza entre la sociedad

mediática y la sociedad mediatizada: “la mediatización de la sociedad industrial hace estallar la frontera entre lo real de la sociedad y sus representaciones. Y lo que se comienza a sospechar es que los medios no son solamente dispositivos de reproducción de un ‘real’ al que copian más o menos correctamente, sino más bien dispositivos de producción de sentido”. (2001 [1984]: 14-15). Lo que cambia, entonces, son las condiciones productivas significantes, esto es, los modos en que se articulan la producción, circulación y reconocimiento de discursos en la sociedad, algo que en trabajos posteriores Verón definiría como “cambios y rupturas de escala”:

“A medida que las condiciones de producción se vuelven complejas con la intervención de los dispositivos tecnológicos, crece el desajuste entre la producción y el reconocimiento: la principal consecuencia de la transformación social de las condiciones tecnológicas de producción discursiva sobre la teoría del sentido fue, quizás, iluminar la existencia de este desajuste constitutivo, que permanece “invisible” cuando funcionan la producción y el reconocimiento en el mismo nivel, como es el caso de los intercambios interpersonales. Los que se puede llamar el paso a una sociedad mediatizada consiste precisamente en una ruptura entre producción y reconocimiento, fundada en la instauración de una diferencia de escala entre las condiciones de producción y las de reconocimiento” (2004a: 150).

Estas series, debemos subrayarlo, no son modos excluyentes de apropiarse de un término, entre otras razones porque no corresponden a epistemologías incompatibles o que deban reubicarse en una relación jerárquica. Probablemente, la primera serie soporte mejor las definiciones genéricas del concepto, que son las que han prevalecido hasta el momento; aquí entraría con comodidad, por ejemplo, la caracteriza-

ción del concepto como “meta-proceso”, tal y como lo propone Krotz (2007). Pero si quiere evitarse la tendencia a declamar una “excepción contemporánea” de la mediatización (que parece ser consecuencia de que el desarrollo del concepto se haya dado, originalmente, en investigaciones sobre el fenómeno, si que contemporáneo, de la televisión), es necesario integrar los estudios sobre la historia de los medios de comunicación (tarea que nos excede). Por lógica, entonces, la segunda serie debe quedar incorporada a la primera, en lugar de ser asumida como momento inaugural de la mediatización. Es necesario ubicarla como un momento (central, sin dudas: un período de “aceleración” y cambio notable, cualitativa y cuantitativamente más intenso que el período precedente) en el despliegue histórico de las tecnologías de comunicación y de las instituciones que han surgido de ellas.

El caso específico de la mediatización de la política muestra las ventajas que surgen de la integración de ambas series: mientras que las propiedades que definen el fenómeno –y que a continuación trataremos– sólo se producen luego de la segunda mitad del siglo XX, hay investigaciones que proponen una mirada temporalmente más extensa sobre la relación entre dispositivos mediáticos y las transformaciones en la institucionalidad política; entre ellos, los ofrecidos por los estudios sobre el surgimiento de la “opinión pública”, el “espacio público” y los sistemas de información en la segunda mitad del siglo XVIII, (son ejemplares al respecto los estudios de Baker, 1987 y Darnton, 2003). Estos estudios muestran, basados en material empírico aunque en una escala microscópica que impide proyectar generalizaciones, el potencial transformador de una tecnología de comunicación como el escrito impreso en el contexto de una sociedad que, obviamente, carecía de medios de comunicación tal y como los conocimos luego¹². Y nos sugieren, además, que “el proceso de mediatización no progresa al mismo ritmo en los diferentes sectores del funcio-

namiento social; es cierto que el aparato del Estado (y, en general, el campo de lo político) es uno de los sectores donde esa mediatización es particularmente visible” (Verón, 2001 [1988]).

1.2. EXCURSO SOBRE LA MEDIATIZACIÓN DE LA POLÍTICA: DIFERENCIACIÓN FUNCIONAL Y EL APOORTE DE LA TEORÍA DE SISTEMAS

Quisiéramos intentar una variante expositiva para avanzar en la indagación conceptual sobre la mediatización. Nos limitaremos en lo que sigue a una serie de observaciones sobre la *mediatización de la política*, que como lo mencionamos ha sido la piedra de toque en el uso contemporáneo del concepto.

Como lo mencionamos en el primer apartado del artículo, los trabajos pioneros sobre la mediatización de la política¹³ montaron sus análisis sobre la oposición entre una “lógica política” y una “lógica mediática”. Lo que sigue es un compendio –representativo, creemos– de esta perspectiva:

- “La *lógica mediática* consiste en una forma de comunicación; el proceso a través del cual los medios presentan y transmiten información. Elementos de esta forma incluyen varios medios y distintos formatos. Formatos, en términos de cómo el material es organizado, el estilo según el cual es presentado, el énfasis en características particulares de comportamiento, y la gramática de la comunicación mediática” (Altheide y Snow, 1979, citado por Strömback, 2008: 233).
- “La *lógica mediática* puede ser entendida como el dominio en los procesos societales de los valores noticiosos y de las técnicas narrativas que los medios utilizan para tomar ventaja de sus competidores en la captura de la atención del público” (Stromback, 2008: 33)
- La *lógica mediática* implicaría “simplificación, polarización, intensificación y personalización”, así como

también "la estereotipación y el encuadre de la política como un juego estratégico (Mazzoleni, 1987).

- "La lógica mediática ha infiltrado el proceso político, en gran parte puenteando y disminuyendo los centros tradicionales de poder como los sindicatos, las iglesias y los partidos políticos. La contraparte de esta mediatización de la política es que la consultoría especializada en imagen mediática desplaza la anticuada lealtad ideológica y la participación organizada como bases de la política de partidos" (Entman, 2009: 64).
- "El término mediatización denota las concomitancias problemáticas o las consecuencias del desarrollo de los modernos medios de masas. Se distingue de la *mediación*, que refiere en un sentido neutral a cualquier acto de intervención, transmisión o reconciliación entre diferentes actores, colectivos o instituciones (...) Hablar de la política moderna como mediada es meramente un enunciado descriptivo (...) Caracterizar a la política como mediatizada trasciende la mera descripción de los requerimientos del sistema [político] La política mediatizada es política que ha perdido su autonomía, se ha vuelto dependiente, en sus funciones centrales, de los medios de masas" (Mazzoleni y Schulz, 1999: 250)

La mediatización de la política parece consistir en el grado en que los medios se instituyen como la fuente dominante de acceso a la información política, el grado de independencia de los medios en relación a las instituciones políticas, y el grado en que el contenido de los medios es definido por una lógica política (o sea, ligada a la preocupación por el *bien común*) o a una lógica mediática. Sin embargo, el campo semántico desplegado alrededor de la noción de "lógica mediática" no es homogéneo. Refiere tanto a efectos institucionales (el desplazamiento de los espacios de influencia), a efectos discursivos (simplificación, estereotipación, técnicas narrativas) y a la circulación de

la "información", es decir, a la distribución de los recursos cognitivos para la toma de decisiones, o para la formación de opinión, de los actores. Este énfasis en la "información" (muy acentuado en los investigadores europeos que hemos citado) ha recibido algunos cuestionamientos ejemplares en Verón (1994 y 1998). Avanzaremos, pues, sobre otros aspectos.

En primer lugar, el sesgo que implica aislar a "los medios" sin tomar en cuenta otro tipo de fenómenos que inciden como condiciones sociales de la política mediatizada, tales como la ampliación de la educación universitaria, las transformaciones en los modos de ejercicio de la ciudadanía (por ejemplo, el llamado "voto volátil"), la crisis de la capacidad de contención y socialización política de las organizaciones que venían encuadrando las identidades colectivas (sindicatos, partidos políticos), los cambios en la economía del sector de comunicaciones, etc.

El denominador común de las citas que hemos transcritto es que tienden a acentuar una relación causal: la mediatización debería leerse, según esta mirada, como el efecto de la presión proveniente de una fuerza externa que actúa como variable independiente, al extremo de que la "influencia de los medios" (o directamente: la mediatización) se concibe como correlato del desarrollo en el funcionamiento del sistema político¹⁴.

Por supuesto, no se trata de menospreciar las articulaciones, solapamientos, cruces, entre estos fenómenos y la mediatización. El problema es que la bibliografía dedicada a analizar el impacto de la mediatización en los modos de participación política tiende a asumir que la presencia de los medios debilitó, por su propia fuerza, la capacidad de inserción social y movilización de las organizaciones políticas. Es probable que la simultaneidad histórica de estos dos fenómenos haya alentado una concepción como esa. Mazzoleni y Schulz (1999:252), en esta línea, consideran que la crisis del sistema de partidos y el ascenso de modalida-

des sofisticadas de ejercicio ciudadano son variables independientes en la modificación de las condiciones de interacción entre los medios masivos y las instituciones políticas, y factores que relativizan los efectos de una “excesiva” mediatización.

En Argentina, esta cuestión ha sido percibida por Novaro (2000:39), para quien la “mass-mediatización” genera las condiciones de circulación pública de “recursos de deliberación, información e identificación” que exceden los esquemas con los que, durante mucho tiempo, las organizaciones políticas habían producido sus lazos de representación. Novaro apunta, también, que esa multiplicación de demandas e intereses que acceden al espacio público, y que no pueden ser absorbidas en conjunto por el sistema político “colabora a que se disipen las fronteras entre el plano interno y el externo de los partidos, porque éstos pierden el control de la socialización y la educación política de los ciudadanos”.

Por otro lado, la contraposición entre una lógica política y una lógica mediática se da por sentada. Sin embargo, la misma existencia de dos “lógicas” no puede entenderse sin una hipótesis sobre la evolución histórica de la relación entre “medios” y “política”. Es decir: si los medios y la política “trabajan” sobre la gestión de representaciones sociales según dos lógicas diferenciadas, ¿cómo han llegado a constituirse esas dos lógicas específicas? Y en particular: ¿cómo se constituyó una “lógica mediática”, considerando que, en sus orígenes, los “medios” (las instituciones) estaban funcionalmente integrados al sistema político; anexados, pues, a su “lógica”, o sea, a las necesidades y los tiempos de las organizaciones políticas (Grandi, 2002; Pasley, 2001; Schudson, 1978)?

En el nivel teórico, entonces, se trata de problematizar la noción de “mediatización de la política” en tres aspectos a) como proceso histórico de diferenciación del sistema de medios; b) como proceso de expansión mediática del espacio público, lo que obliga a distinguir

entre las “instituciones” y “dispositivos” mediáticos (Carlón, 2004; Cingolani, 2006; Verón, 1994b); c) como dimensión en adelante constitutiva de los conflictos sociales y políticos siempre que estos necesiten escenificarse y exponer argumentaciones al conjunto de la ciudadanía. Por razones de espacio, en lo que sigue nos limitaremos a presentar algunas apreciaciones sobre el punto (a).

1.2.2. LAS INSTITUCIONES DE LA MEDIATIZACIÓN: DEL PERIODISMO AL SISTEMA DE MEDIOS.

Lo que permanece tácito, entonces, es que la *mediatización* corresponde al proceso de constitución y autonomización de los medios respecto del sistema político y de otras instituciones sociales. En efecto, hasta ya entrado el siglo XX, tanto en Europa (Hallin y Mancini, 2004), como en Estados Unidos (Pasley, 2001) y en Argentina (Duncan, 1980; Zimmerman, 1997; Alonso, 2010) no existía algo así como un “sistema de medios”, pues no existía algo parecido a un mercado que impulsara una industria cultural. Y en efecto, no fue sino hacia fines de la primera década del siglo XX que empezó a tomar forma -en nuestro país- un periodismo profesional, auto sustentado y cuyo centro de gravitación dejara de ser solo la política. Mientras tanto, este tipo de prensa que Duncan llama “prensa política” se convirtió en un elemento central del funcionamiento del sistema político del cambio de siglo.

Sin embargo, eso no impide que podamos rastrear, en este periodo, los primeros “efectos” de estas instituciones mediáticas sobre el funcionamiento del espacio público vernáculo; es decir, rastrear efectos –circunscriptos pero observables- de mediatización¹⁵.

Hacia fines del siglo XIX emerge un modelo –en principio, en Estados Unidos- que contrasta con el anterior: ahora, el periodista es visto como un árbitro neutral de la comunicación política, parado fuera del juego de intereses y causas particulares, proveyendo información y análisis desvinculados de las luchas

partisanas (Hallin y Mancini, 2004)¹⁶. Esto está directamente conectado con el desarrollo de una prensa comercial, cuyo propósito era hacer dinero en lugar de servir a una causa política, y que era financiada por publicidad en lugar de subsidios provenientes de los actores políticos o del Estado. Y esto, a su vez, se vincula con la institucionalización del periodismo profesional orientado por los reguladores deontológicos que modelaron las representaciones canónicas de la profesión a lo largo del siglo XX (objetividad, neutralidad, independencia) y que, en conjunto, fueron los soportes ideológicos que tornaron verosímil el rol de observador externo al sistema político. De modo que la lógica comercial, que permitió que los diarios se volvieran empresas estables, ya no dependientes de los vaivenes de la lucha política, es lo que habilitó, al mismo tiempo, las condiciones para la emergencia de un discurso autónomo del sistema político.

No vamos a avanzar en un encuadre histórico sobre el desarrollo institucional de los medios¹⁷. Sólo nos interesa señalar que, en términos históricos, la mediatización de la política, desde un punto de vista contemporáneo, debe concebirse como un proceso evolutivo durante el cual los medios de difusión (como tecnologías que operan sobre la improbabilidad del alcance de la comunicación) se convierten en un sistema social diferenciado (Alexander, 1981; Luhmann, 2000).

De tal modo, *el concepto de “mediatización” condensa el devenir de dos procesos simultáneos*: la emergencia de un sistema que asume operaciones específicas y consolida, en su interior, instituciones con capacidad de gestión colectiva del contacto con y entre colectivos sociales (es decir, que desarrolla una “lógica” propia) y, al mismo tiempo, el modo en que este sistema se vincula con el sistema político, pero ahora desde una posición privilegiada y diferenciada en relación al contacto con la sociedad (es decir, que está en condiciones de transformar el modo de funcionamiento de

esos otros sistemas). El estudio de la mediatización de la política desde una perspectiva que incorpore una teoría de la diferenciación de los sistemas autorreferenciales, autopoieticos y cerrados en su operación (Luhmann, 1998) puede ofrecer, entonces, herramientas para entender cómo, históricamente, se han diferenciado dos complejos institucionales y cómo se han constituido, consecuentemente, dos tipologías discursivas con “lógicas” específicas, sometidas a restricciones institucionales y simbólicas diferentes, pero que operan en el espacio público sobre imaginarios superpuestos. Por lo dicho, debemos decir que el recurso a la teoría de los sistemas sociales queda justificado, para nosotros, por su utilidad heurística. Avanzaremos sobre este punto en el apartado que sigue.

1.3. CORTES ANALÍTICOS DE LA MEDIATIZACIÓN:

OBSERVACIONES FINALES.

Para finalizar este artículo, quisiéramos proponer una distinción por niveles analíticos de pertinencia. Sin pretensiones teóricas excesivas, lo que buscamos es profundizar en la autoreflexión conceptual intentando recuperar los aspectos polivalentes que hemos ido desplegando a lo largo del escrito.

En primer lugar, es necesario aislar un nivel que llamaremos *estructural*, solo para subrayar que su aprehensión solo es posible por medio de la abstracción y la generalización. Tal y como lo propone Giddens (1995: 53-59 y 215-217) que habla de “estructura” para referirse a propiedades articuladoras que hacen posible que prácticas sociales similares existan a lo largo de segmentos variables de tiempo y de espacio y que presten a estos segmentos una “forma sistémica”. Podríamos hablar, también, de las “propiedades estructurales” de la mediatización, que como tal se actualizaría en una serie de prácticas (dispersas) y como “huellas mnémicas” que orientan la conducta de los agentes. Es el nivel en que la mediatización debe en-

tenderse como la transformación de las condiciones de posibilidad de la experiencia social. Como efecto mismo del proceso, nuestras vidas están marcadas por una disrupción entre un orden mediatizado y un orden no mediatizado de la realidad. Esas propiedades estructurales deberían poder describirse en términos genéricos (expansión de los horizontes de experiencia individual, multiplicación de dispositivos que permiten el almacenamiento y la exteriorización de la memoria, descontextualización del sentido, rupturas de escala semiótica, etc)

En segundo lugar, un nivel que llamaremos institucional. Retomamos aquí la hipótesis -muy genérica en su formulación pero heurísticamente fértil-, de Verón, que ya hemos mencionado previamente, según la cual el paso de las sociedades mediáticas a las sociedades mediatizadas expresa la adaptación de las instituciones de las democracias industriales a los medios que se transforman en mediadores insoslayables de la gestión de lo social (2004: 224). 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 las otras instituciones deben hacerlo (por las características mismas del dispositivo sobre el que se funda), sobre todo bajo altas pretensiones de alcance de generalidad¹⁸. La mediatización se reproduce en instituciones, sometidas a transformaciones, pero que le otorgan un rasgo duradero en el tiempo.

En tercer lugar, el nivel de la *interacción*. Este es el nivel en el que la mediatización se vuelve asequible para los actores individuales, y donde suelen registrarse los testimonios, anecdóticos o reveladores, sobre su impacto en las vidas particulares, en las rutinas diarias, en las prácticas profesionales. Probablemente, sea en este nivel dónde la investigación pueda producir los avances necesarios para que el concepto

refuerce su potencia analítica.

Para cada uno de estos niveles -que no necesariamente están en una relación de implicación mutua vertical o jerárquica- es posible hacer una observación sobre el comportamiento de la mediatización de la política.

En el nivel estructural, la mediatización transforma las condiciones bajo las cuales el sistema político produce relaciones con sus entornos, y en particular, con lo que Luhmann llama el entorno de lo "público". No se trata de un fenómeno mecánico, sino que debe ser aprehendido en relación a las transformaciones en los modos de inserción comunitaria de las organizaciones políticas, de su rol en la socialización y educación política de los ciudadanos. En la perspectiva de Luhmann, en los sistemas políticos evolucionados se puede observar una diferenciación estructural tripartita entre *política*, *administración* y *público* (2009:279-280). Esta diferenciación funcional es un logro evolutivo del sistema político: estos tres subsistemas en recíproca interdependencia se tratan mutuamente como entornos, de modo que permiten simplificar y filtrar procesos de comunicación. El público así entendido: "encontrará su *topos* en la diferenciación tripartita del sistema político (administración, sistema de partidos y público) y, en otro sentido, en el marco de la dicotomía gobierno/oposición, como tercero excluido. En ambos casos (tal vez sólo analíticamente distinguibles) funciona como observador, o mejor dicho, como espejo donde el observador (el sistema político) se observa a sí mismo" (Rabotnikof, 2005: 253).

Lo público (que no conforma un sistema) se ubica entonces en los límites externos de los subsistemas sociales, pero en el límite interno al sistema sociedad. En este sentido, se trata de un concepto que describe "el lado inaccesible del otro" pero desde el cual se perciben estímulos. Para Luhmann el hecho central en la relación sistema político/opinión pública es el de la imprevisibilidad, el de la imposibilidad de un control so-

bre aquel que está “del otro lado”. Retirado del campo semántico de la política, “lo público” así reflexionado se vuelve un concepto aplicable a todos los sistemas de funciones de la sociedad: “el mercado sería entonces el entorno interno económico de las empresas e interacciones de la economía; la opinión pública, el entorno interno político de las organizaciones e interacciones políticas” (2000:149). En cualquier caso, el centro de gravedad de la discusión sería el siguiente: “Contra todo lo que la tradición piensa, lo público no es garantía de un conocimiento validado, ni qué decir que sea una especie de cosecha de la razón. Más bien lo público es precisamente el símbolo de opacidad que se crea cuando lo que se comunica es justamente algo traslúcido” (2009: 308).

También en esta instancia, los medios están aquejados por la presencia de lo público como lo inaprensible del entorno. Hablamos, entonces, “entorno de lo público” como un “horizonte de destinación” compartido –en el sentido de una cohabitación que no resulta de un acuerdo de partes- y a veces disputado, por el sistema político y el sistema de medios. En términos generales, al hablar del “entorno de lo público” estamos aludiendo a dos problemáticas compartidas tanto por los discursos políticos y por los discursos periodísticos considerados desde la lógica de su producción: *la imprevisibilidad de los efectos* (que replica, en la escala colectiva, la no linealidad de la circulación del sentido) y *la exigencia consecuente de poner en circulación puntos de vista generalizables*, sostenibles públicamente, es decir, que se enfrentan a la imposibilidad de controlar el acceso a su discurso y debe lidiar, en cambio, con el fantasma de un destinatario que es siempre colectivo (Verón, 1999: 138).

La convergencia sobre el espacio público pone a los discursos políticos y a los discursos periodísticos a “trabajar” bajo el supuesto de un Tercero (el público, la ciudadanía, la audiencia, el paradestinatario) que, antes que constituirse, de diversas maneras, como una

figura discursiva, es una hipótesis reguladora asociada a las estructuras institucionales del sistema político y el sistema de medios. Por hipótesis reguladora nos referimos a que ese Tercero se inscribe en los mecanismos de base de la producción discursiva de tales instituciones.

En relación al nivel institucional y retomando, nuevamente, algunas reflexiones de Luhmann, es posible concebir la mediatización como un proceso evolutivo durante el cual los *medios de difusión* (como tecnologías que operan sobre la improbabilidad del alcance de la comunicación) se convierten en un sistema social diferenciado (Alexander, 1981; Luhmann, 2000); de modo que el concepto de “mediatización” nombra el devenir de dos procesos simultáneos: la emergencia de un sistema que asume operaciones específicas y se consolida como una institución con capacidad de gestión colectiva del contacto con y entre colectivos sociales (Ferry, 1989) y, al mismo tiempo, el modo en que este sistema se vincula con el sistema político, pero ahora desde una posición privilegiada y diferenciada en relación al contacto con la sociedad. En este sentido la mediatización de la política es también la historia del *despegue* del sistema de medios del sistema político. Es el camino que va de la prensa partisana al periodismo profesional, con una deontología propia, con reglas de procedimiento específicas, regulado por restricciones discursivas que permiten identificarlo como un lugar de enunciación autónomo. Los tipos de discursos que circulan en la sociedad están, por un lado, articulados a estructuras institucionales complejas que son sus soportes organizacionales, y por el otro, a relaciones sociales cristalizadas de ofertas/expectativas que son los correlatos de estas estructuras institucionales. A su vez, las instituciones son inseparables de los sistemas de representaciones que estructuran el imaginario donde se construyen las figuras de los emisores y los receptores de los discursos (Verón, 2004: 196). El periodismo se

institucionaliza, entonces, como un lugar de enunciación que puede asumir funciones de representación, puede *hablar en nombre* de otros colectivos sociales; puede intervenir sobre los imaginarios políticos. Su horizonte de recepción son "los públicos". "El cambio ha variado en forma y extensión, pero parece haber sido generalizado a través de las fronteras nacionales (...). Ha implicado la creación de un discurso periodístico diferenciado de los discursos de los partidos y los políticos, la concepción de los medios como un guardián colectivo del poder público y la concepción del periodismo como representativo de una opinión pública generalizada que atraviesa las líneas de los partidos políticos y los grupos sociales" (Hallin y Mancini 2004: 271-272).

En el tercer nivel, el de las interacciones y las prácticas, es donde parecen más visibles los efectos de la mediatización sobre la *política*: para el político, especialmente para aquel formado en las rutinas previas a las exigencias televisivas, porque debe adaptarse a contextos de interlocución (Verón, 2001). Una historia de las trayectorias personales y de las rutinas políticas y periodísticas podría darnos una idea de cómo han modificado los medios el cotidiano de la política, pero solo a condición de un contraste simultáneo con las transformaciones en los modos de socialización política, más acá y más allá de los medios.

NOTAS

1. Una explicación correcta sobre este sentido original puede consultarse en http://es.wikipedia.org/wiki/Mediatizaci%C3%B3n_y_Secularizaci%C3%B3n#Mediatizaci%C3%B3n. De entre los autores revisados para la confección de este artículo, sólo Sonia Livingstone (2009) menciona este antecedente.
2. La expresión inglesa es "media-driven democratic system", cuya traducción al castellano es imposible, pero que engloba etiquetas como: videocracia, democracia mediática, etc.
3. Es importante mencionar que, en este trabajo, los autores proponen el término "mediatización" para diferenciarse de las concepciones que cuestionan. En lugar de hacer hincapié en "los medios", apuntan a un proceso que sí es global: que la comunicación política no puede producirse sino por intermedio de los dispositivos mediáticos. Este mismo argumento, aunque propuesto como propio, puede leerse en Wolton (1998).
4. Original en inglés. La traducción nuestra.
5. Para Stiegler (2002: 54), "Un sistema técnico constituye una unidad temporal. Es una *estabilización de la evolución técnica en torno a un punto de equilibrio que se concretiza en una tecnología particular*".
6. Sobre la importancia de la escritura como una "tecnología" (antes que como un "medio de comunicación") vale recordar aquí las palabras de Stiegler (1990) "La escritura alfabética es, ya, una tecnología de la memoria. Estamos inclinados a olvidarlo: hemos hecho de esa tecnología, en tanto que occidentales, nuestra segunda naturaleza, mientras que, por otra parte, tenemos la tendencia a ver la tecnología sólo allí donde son visibles aparatos materiales".
7. Sobre el carácter "revolucionario" de la invención de la imprenta ver Eisenstein (1990). Allí, la autora plantea una alternativa conceptual entre dos maneras de concebir una "revolución". O bien como "ruptura brusca" con una tradición o bien "proceso irreversible prolongado", cuyas consecuencias se intensifican cuanto mayor es su duración.
8. La noción de "meta-procesos" se refiere a "desarrollos que duran centurias y que no necesariamente se confinan a un área o a una cultura dada" y para los cuales "no es claro en qué punto en el tiempo comienzan o terminan, o si tienen una dirección definida o qué pertenece a ellos o no" (2007: 257). Esta sola definición, aún genérica, podría abrir el marco temporal de la indagación, pero al menos en el trabajo citado,

Krotz no explora esa posibilidad.

9. Solo para ejemplificar esta "antelación": "Le corps signifiant" (1978; publicado en castellano como capítulo el libro *La semiosis Social*, 1987); "Le séjour et ses doublés: architectures du petit écran" (1984; publicado en castellano en el libro *El cuerpo de las imágenes*, 2001); "La mediatización" (1984; serie de tres conferencias dictadas en la UBA, y publicadas ese mismo); "Les médias en réception: les enjeux de la complexité" (1991; publicado en castellano en *Fragmentos de un tejido*, 2004b)

10. Es importante señalar que se trata de trabajos escritos mientras Verón vivía en Francia por lo cual no sería incorrecto remitir también sus ideas a una derivación europea. A su vez, en la mayoría de los casos, se trata de textos que nos han llegado por su posterior traducción, en algunos casos con quince años de distancia con los originales.

11. Insertamos las fechas originales por dos motivos: para distinguir los artículos específicos dentro del mismo libro y para señalar la relación de antelación o contemporaneidad con los trabajos publicados por la corriente europea.

12. Es recomendable, al respecto, la lectura del artículo de Robert Darnton (2003) titulado: "Una de las primeras sociedades informadas: las novedades y los medios de comunicación en el París del siglo XVIII" notable estudio sobre la dinámica de circulación de la comunicación pública en el París de las últimas décadas del siglo XVIII, propuesto por el propio Darnton como un caso que obliga a revisar el carácter supuestamente contemporáneo de la "sociedad de la información". En el trabajo el autor registra muchas variantes de lo escrito impreso (carteles, periódicos murales, cartas, pasquines, nouvelles a la main) que funcionaban como soportes de la información sobre el poder monárquico, sobre la vida privada de los reyes, o sobre disputas intestinas de la nobleza.

13. Dejamos de lado en esta generalización los artículos publicados por Verón.

14. Muestras ejemplares de esta perspectiva en Argentina son Sorj (2010): "cuando fallan las estructuras de mediación entre los ciudadanos y el sistema político, se pasa a la mediatización de esas relaciones"; o Cheresky (2008) para quien la escena pública -cuyos soportes son la televisión, la gráfica, la radio e Internet- "ha sustituido" a otras escenas institucionales, como el Parlamento, las reuniones de gabinete o los encuentros partidarios, en tanto lugares de enunciación

política

15. Por ejemplo lo que Alonso (2010: 46) llama la "republicanización" de la política: "La prensa política tuvo un efecto particular a fines del siglo XIX. Librada de las convenciones que limitan a los diarios modernos, recreaba situaciones, defendía políticas, fomentaba rumores y ridiculizaba al contrincante. En su ejercicio de la difusión del chimento y el anuncio de reuniones, los diarios políticos 'republicanizaban' la política, convirtiéndola en una cosa 'más' pública. La política era, así, en gran medida, arrebatada de los convides de la intimidad del salón, del comité, del banquete y, a veces, incluso de la correspondencia privada, para ser lanzada a la vida pública a través de los periódicos".

16. Pese a que, finalmente, no logró afianzarse siguiendo este modelo, pueden rastrearse estas mismas pretensiones en el caso de *La Presse*, fundado por Emile de Girardin en Francia, en 1836, diario considerado como paradigma y pionero de la modernización periodística, sostenido por anuncios publicitarios y proyectado más allá de los confines de las luchas partisanas. Ver el estudio detallado del primer año del diario de Girardin (el "año uno de la era mediática") en Thérénty y Vaillant, 2001.

17. Remitimos, para consultar dos modos diversos de construir esta evolución a Hjarvard (2008:120) para el caso Europeo y Norteamericano y a Becerra (2010) para el caso argentino.

18. A esto se refiere también Luhmann, cuando afirma que una de las funciones de los medios de masas es la producción de temas que deben estar disponibles para la comunicación social. Dice Luhmann (2000:143) que "sería inimaginable cómo pudiera funcionar una operación comunicativa social por encima de los horizontes de experiencia individual si eso no estuviera asegurado por el mismo proceso de comunicación".

BIBLIOGRAFÍA:

- Alonso, P. (2010): *Jardines secretos, legitimaciones públicas. El partido Autonomista Nacional y la política argentina de fines del siglo XIX*. Buenos Aires: Edhasa.
- Alexander, J (1981): "The mass news media in systemic, historical and comparative perspective", en Katz y Szcsko (eds): *Mass Media and Social Change*. Londres. Sage.
- Altheide, D.L. y Snow, R.P. (1979): *Media Logic*. Beverly Hills: Sage.

- Baker, K.M. (1987) "Politique et opinion publique sous l'Ancien Régime", en *Annales. Economies, Sociétés, Civilisations*. 42e année, N. 1, 1987, pp 41-71
- Becerra, M (2010) : "Las noticias van al mercado. Etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina", en Lugones, G. y Flores, J. (comp): *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el Bicentenario*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Calvet, L.J (2007): *Historia de la escritura : De Mesopotamia hasta nuestros días*
• Barcelona: Paidós,
- Carlón, M. (2004): *Sobre el dispositivo*. Buenos Aires: Gedisa.
- Cheresky, I. (2009) *Poder presidencial, opinión pública y exclusión social*. Buenos Aires: Manantial.
- Chartier, R. (1995): "Espacio público y opinión pública", en *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII*. Barcelona: Gedisa.
- Cingolani, G. (2006): "¿Por qué el reality no le ganó a la TV? Puestas en escena del "hombre común": enunciación, institución y dispositivo en los shows informativos", en Cingolani, G. (comp): *Discursividad televisiva*. La Plata: Edulp.
- Darnton, R (2003): "Una de las primeras sociedades informadas: las novedades y los medios de comunicación en París en el siglo XVIII", en *El coloquio de los lectores. Ensayos sobre autores, manuscritos, editores y lectores*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Duncan, Tim (1980): *La prensa política: Sud América, 1884-1892*, en Ferrari y Gallo (comps): *La Argentina del Ochenta al Centenario*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Eisenstein, E. (1990): "Sobre la revolución y la palabra impresa", en Porter, R. y Mikulás. T: *La revolución en la historia*. Barcelona: Crítica.
- Entman, R. (2009): "The mediatization of politics in History", en Voerman, P. y Wifjes, H: *Mediatization of politics in History*. Groningen: Peeters.
- Ferry, J. (comp). [1989] (1998): *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa
- Giddens, A (1995): *La constitución de la sociedad: bases para una teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goody, J. y Watt, I. (1968): "Las consecuencias de la cultura escrita", en Goody, Jack (comp.): *Cultura escrita en sociedades tradicionales*. Barcelona: Gedisa.
- Goody, J. (1990), *La lógica de la escritura y la organización de la sociedad*. Madrid: Alianza.
- Hallin, D. y Macini, P. (2004): *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hjarvard, S. (2008): *The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change*. *Nordicom Review* 29, (2008) 2, pp. 105-134.
- Helms, L. (2008): "Governing in the Media Age: the impact of the mass media on executive leadership in contemporary democracies", en *Government and opposition*, vol. 43, N° , pp 26-54.
- Kepplinger, H. (2006): "Mediatization of politics, theory and data", en *Journal of Communication, Volume 52, Issue 52*, Article first published online: 10 JAN 2006
- Krotz F. (2007): "The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame." *Global Media and Communication* 2007; 3; 256. Online version: <http://gmc.sagepub.com>
- Leroi Gourhan, A. (1988): *Evolución y Técnica*. Vol. 1. Madrid: Taurus.
- Livingstone, S. (2009): "On the mediation of everything: ICA presidential address 2008", *Journal of communication*, 59 (1). Pp. 1-18. Disponible en <http://eprints.lse.ac.uk/21420>
- Luhmann, N. (1998): *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. México D.F.: Antrophos
- Luhmann, N. (2000): *La realidad de los medios de masas*. México D.F.: Anthropos.
- Luhmann, N (2009): *La política como sistema*. México: Universidad Iberoamericana..
- Novaro, M (2000): *Representación y liderazgo en las democracias contemporáneas*. Buenos Aires. Homo Sapiens.
- Mazzoleni, G. (1987): "Media logic and Party Logic in Campaign Coverage: The Italian General Election of 1983". *European Journal of Communication* 2 (1): 81:103.
- Mazzoleni, G. y Schulz, W. (1999) " 'Mediatization' of politics: a challenge for democracy", en *Political Communication*, 16: 247-261.
- Ong, W. (1982), *Oralidad y escritura*. México D.F., Fondo de Cultura Económica, 2006.
- Pasley, J. (2001), *The tyranny of printers. Newspapers politics in the early American Republic*. Charlottesville y

- Londres, University of Virginia Press,
- Rabotnikof, N (2005): En busca de un lugar común. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Filosóficas,
 - Schudson, Michael (1978): Discovering the news. A social history of american newspapers. Lexington: Basic Books
 - Schulz, W (2004): "Reconstructing mediatization as an analytical concept", European Journal of communication, 19:87.
 - Sorj, B. (2010): Poder político y medios de comunicación. De la representación política al reality show. Buenos Aires: Siglo XXI.
 - Stiegler, B. (1990): « Les temps de la lecture et les nouveaux instruments de la mémoire. Disponible en <http://arsindustrialis.org/node/1935>
 - Stiegler, B. (2002): El tiempo y la técnica. Vol 1. Euskal Herria: Hiru Argitaletxea.
 - Strömback, J (2008): "Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics", en The International Journal of Press/Politics 2008; 13; 228.
 - Thompson, J.P. (1998): Los media y la modernidad. Buenos Aires: Paidós.
 - Traversa, O. (2011): "Comentarios acerca de la aparición de La Presse", en Figuras. Teoría y crítica de artes, n° 9, diciembre de 2011. Disponible en <http://www.revistafiguras.com.ar/numeroactual/recorrido.php?idr=57&idn=9>
 - Thérenty, M.E. y Vaillant, A. (2001): L'An I de l'ère médiatique. Analyse littéraire et historique de La Presse de Girardin. París : Nouveau Monde.
 - Valdetaro, S. (2007): "Medios, actualidad, mediatización", en Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación Nro 123, "Medios y Comunicación", Bs As, Biblioteca del Congreso, Argentina, Publicaciones Periódicas, 2007. Disponible en www.cim.unr.edu.ar.
 - Van Aelst, Maddens et al (2008): "Politicians in the News: Media or Party Logic? Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003, European Journal of Communication 2008 23: 193.
 - Verón, E. ([1984] 2001): "El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica", en castellano en El cuerpo de las imágenes. Buenos Aires: Norma.
 - Verón, E. ([1988] 2004b): "Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales", en Fragmentos de un tejido. Barcelona: Gedisa.
 - Verón, E ([1991] 2004b): "Los medios en recepción: desafíos de la complejidad", en Fragmentos de un tejido. Barcelona: Gedisa.
 - Verón, E. (1994): "Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia", en Revista Semiosfera, 1994, n° 2.
 - Verón, E.(1998): "Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de colectivos", en Mouchon, Gauthier (comps): Comunicación y política. Barcelona. Gedisa.
 - Verón, E. (1997): "Esquema para el análisis de la mediatización".
 - Verón, E. (2001): "Conversación sobre el futuro", en Espacios mentales. Efectos de agenda 2. Barcelona: Gedisa.
 - Verón, E (2001): El cuerpo de las imágenes. Buenos Aires: Norma.
 - Verón, E. (2004a): La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa.
 - Verón, Eliseo, "Los cuerpos efímeros", en Papeles en el tiempo. Buenos Aires, Paidós, 2011.
 - Verón, E. (2012): "La mediatización ayer y hoy", en Carlón, Mario y Fausto Neto, A: La política de los internautas. Buenos Aires: La Crujía.
 - Zimmerman, E. (1997): "La prensa y la oposición política en la Argentina de comienzos de siglo: el caso de "La Nación" y el Partido Republicano". En Documentos de Trabajo, n° 7, Universidad de San Andrés, Agosto de 1997.

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

Mariano Fernández

Argentino. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata. Doctorando en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de La Plata. Docente de Comunicación y Cultura de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata y de Medios y Políticas de la Comunicación en el Área Transdepartamental de Crítica de Artes, en el Instituto Universitario Nacional de Arte.

Área de especialidad: Instituciones mediáticas y mediatización de la política.

E-mail: marianofc81@gmail.com

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO:

FERNÁNDEZ, Mariano. "Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica" en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 18, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, enero a diciembre de 2014, p. 189-209. ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634.

FECHA DE RECEPCIÓN: 08-07-2013

FECHA DE ACEPTACIÓN: 16-10-2013