VERÓN Y LA ESCALA DE LA MEDIATIZACIÓN

VERÓN E A ESCALA DA MIDIATIZAÇÃO

VERÓN AND THE MEDIATIZATION SCALE

Daisy D'Amario[1]

Resumen: Partiendo del debate contemporáneo sobre los conceptos de mediatización y mediaciones, el texto realiza una revisión del abordaje que Eliseo Verón realiza del primero de ellos en textos clave de su obra. Recorre las diversas acepciones o planos en los que el autor trabaja la mediatización y muestra los dilemas que confronta con el concepto de medios de comunicación del mismo autor.

Palabras clave: Mediatización. Eliseo Verón. Fases de la mediatización.

Resumo: A partir do debate contemporâneo sobre os conceitos de midiatização e mediações, o texto fez uma revisão da abordagem que Eliseu Verón realiza o primeiro deles em textos fundamentais do seu trabalho. Percorre os vários signi-

1. Socióloga, professora de Sociologia de Universidad Central de Venezuela. Maestranda del Programa de Postgrado en Comunicación de la Universidad Federal Santa María, RS. Correo-e: ddamario@gmail.com.

ficados ou desenhos em que a autora trabalha a midiatização e exibe os dilemas que confrontados com o conceito de mídia do mesmo autor.

Palavras-chave: Midiatização. Eliseo Verón. Fases da midiatização.

Summary: Starting from the contemporary debate on the concepts of mediatization and mediation, the paper presents a review of the approach that Eliseo Verón makes the first of them in key texts of his work. Cycles through the various meanings or levels on which the author works the mediatization and displays the dilemmas that confronted with the concept of media of the same author.

Keywords: Mediatization, Eliseo Verón, Phases of the mediatization.

1 Introducción

De acuerdo a Couldry y Hepp (2013) desde mediados de los años 2000, en medio de un cierto estancamiento de las tradiciones de estudio en comunicación, el término *mediatización* ha ido alcanzado un relativo consenso a su interior, que sería visible en la institucionalización progresiva a nivel global de programas de investigación en torno a este concepto. Entre las más importantes razones para este consenso identifican: (i) las ampliamente sentidas transformaciones en el ecosistema mediático que han sido impulsadas por las tecnologías digitales, sobre todo a partir de la década pasada; (ii) la dislocación de la linealidad del circuito producción-mensaje-audiencia, derivada de contribuciones importantes en el campo de los estudios de la comunicación y la cultura popular-masiva —en la que destacan las de Silverstone y Martín Barbero—; (iii) la conceptualización no centralista del poder de tradición postestructuralista; así como, (iv) la no menos importante internacionalización de los estudios comunicacionales.

Los autores muestran también, sin embargo, que este consenso arropa divergencias. La definición de "mediatización", esto es, de cuáles son los medios que actúan, sobre qué y en qué consiste su actuación y/o consecuencias, varia-

ría de autor a autor; y dichas variaciones mostrarían no solo la pervivencia de diferencias entre las perspectivas de *mediación* y *mediatización*, sino también dentro de aquella más estrictamente enfocada al estudio de los cambios sociales por efecto de la intervención de los medios de comunicación:

> That said, the difference between 'mediation' and 'mediatization' is quite obvious: While 'mediation' refers to the process of communication in general - that is, how communication has to be understood as involving the ongoing mediation of meaning construction, 'mediatization' is a category designed to describe change. It then becomes possible to link both concepts in the following way: mediatization reflects how the overall consequences of multiple processes of mediation have changed with the emergence of different kinds of media. Even so, the concept of 'mediation' continues to describe a fundamental moment in the development of communication as symbolic interaction: its passing through technologically based infrastructures of transmission and distribution ('media'). By contrast, 'mediatization' refers more specifically to the role of particular media in emergent processes of sociocultural change. (Couldry e Hepp, 2013, p. 197)

En América Latina, por su parte, la trayectoria de esta discusión sobre la "mediatización" es más extensa que la de su actual institucionalización o asentamiento en el mundo académico angloparlante como "paradigma" (Livingstone, 2014). Sin embargo, ¿cuáles son las perspectivas u obras "latinoamericanas", seminales sobre todo, que pueden o están siendo incluidas en la perspectiva de la mediatización? Entre ellas, tal como señalan Couldry y Hepp, Martín Barbero resulta sin duda fundamental para discutir la pertinencia del vocablo, así como también para los estudios sobre "mediatización" de la cultura. Desde otro lado, atendiendo a la propia nominación, la obra de Eliseo Verón resulta fundamental en el contexto latinoamericano de la producción académica sobre mediatización. Ambos autores, con sus modalidades de

inserción o intercambio en discusiones y teorías europeas —francesas particularmente— y estadounidenses, resultan de las más evidentemente convocadas para una reconstrucción teórica hecha desde Latinoamérica.

Como esperamos mostrar respecto de Eliseo Verón, muchos de los principales dilemas alrededor del concepto de mediatización, de las incertidumbres teóricas que enfrenta, pueden hallarse en estas contribuciones influyentes en el ámbito latinoamericano.

2 Verón y la mediatización

Si bien algunas de sus características ya estaban sucediéndose y sus efectos siendo previstos, el concepto de mediatización en Verón, que aparece en diversos momentos de su obra (1986, 1997, 1998, 2001, 2004, 2016) se produce en un contexto muy distinto del que domina el presente panorama mediático y que ha sido determinante para la actual diseminación del concepto. Aparece particularmente asociado a sus estudios sobre la televisión —no a las tecnologías en red—, de los noticieros sobre todo, y en torno a su interés por la comunicación política, o más generalmente, como el mismo diría, en torno a los efectos ideológicos y el poder. Sin embargo, en la obra de Verón podemos encontrar diferentes acepciones de mediatización asociadas a abordajes o acentos epistemológicos diferentes y, concomitantemente, a conceptos de *medios* de comunicación también diferentes. Así, el significado de la dimensión material de los medios, la extensión histórica de los medios de comunicación y de los procesos de mediatización, la ligazón de estos con formaciones o lógicas sociales determinadas, entre otros aspectos en los que divergen diversos autores sobre la noción de mediatización (Couldry; Hepp 2013), pueden ser rastreados a lo interno de las contribuciones de Verón.

En un nivel general, y en coincidencia con otras posiciones, Eliseo Verón entiende la mediatización sociológicamente, como la progresiva transformación de la sociedad por la presencia de los medios de comunicación, por “el hecho de que están ahí”.

> Las sociedades postindustriales son sociedades en vías de mediatización, es decir, sociedades en que las prácticas sociales (modalidades de funcionamiento institucional, mecanismos de toma de decisión, hábitos de consumo, conductas más o menos ritualizadas, etc.) **se transforman por el hecho de que hay medios**. (Verón, 1992, p. 124, negritas nuestras)

Asimismo el proceso de intervención de los medios de comunicación social en los modos en que trabaja la sociedad no es uno autónomo sino ligado a las estructuras socioeconómicas más generales: los ejes industrialización y postindustrialización, el mercado, etc., están a su vez en "la base" o forman parte de las condiciones de producción de los propios medios; así como también lo está el orden político e ideológico (el liberalismo, la democracia). Esta relación en Verón (que tiene visibles consecuencias teóricas y metodológicas en sus estudios) es a tal punto decisiva, que en algún caso considera los procesos de mediatización de las sociedades bajo la dicotomía "atrasados" o "adelantados" (Verón, 1998), esto es, de manera análoga a los procesos de desarrollo económico-sociales.

En asociación con ello, en un plano intermedio, la mediatización también se referiría a la capacidad que, en la sociedad postindustrializada y liberal, tienen los medios de absorber los discursos e incorporarlos "al conjunto de [su] oferta discursiva" (Verón, 1994, p. 27). Es decir, si bien insiste en diversos escritos en la existencia de tipos diferentes de discursos sociales así como en la complexificación progresiva de la sociedad, asume también que los medios de comunicación tendrían formas cuasi totalizantes sobre el resto de las instituciones, particularmente cuando estas últimas enfrentan procesos de deslegitimación social (Verón, 1998).

En otro nivel, fuertemente apoyado en las dimensiones del signo de la semiótica pierciana, Verón identifica concretamente tres fases o modelos de mediatización (1986, 1992, 1994, 2002). La primera, que correspondería al orden simbólico, es la de la mediatización de la escritura con los medios

impresos. Un segundo momento, correspondiente al orden icónico, correspondería a la mediatización de la imagen por la fotografía y el cine. La tercera, la indicial, corresponde a la mediatización del contacto a través de la radio y la televisión. En esta última, en la que se habrían operado transformaciones derivadas de nuevos modos de relación entre el medio y los receptores alrededor de los años 80 en Francia, concentra buena parte de sus investigaciones.

> Las sociedades industriales liberales aparecen hoy fuertemente marcadas por un fenómeno del que Peirce conoció apenas la primera fase: el fenómeno de la mediatización. El medio masivo que dominó el siglo XIX fue la prensa escrita, (mediatización del orden simbólico en la terminología de Peirce) secundariamente la fotografía (mediatización del orden icónico), nacida en los años cincuenta. En trabajos anteriores, propuse considerar que la televisión consagra, en nuestro siglo, la mediatización del orden indicial. (Verón, 1994, p. 30)

La mediatización para Verón se referiría, en esta instancia, al lugar que los medios ocupan en la semiosis social, a que cada nuevo medio de comunicación introduce "nuevos registros significativos" en el tejido socio-semiótico. La importancia de internet radicaría, por su lado, en una especie de síntesis que realiza de los procesos semióticos que cada una de las fases anteriores y sus medios comportaba predominantemente (Verón, 2013).

Este acento en la producción de sentidos resulta importante para Verón a efectos de marcar distancia con las posiciones que de acuerdo al autor conciben la mediatización como un efecto de la introducción de medios de comunicación en la sociedad o de sus soportes o subproductos más evidentes, esto es, deterministamente. Subraya en diversos trabajos (1997; 2013) que este proceso es dependiente de los usos sociales de los medios (en sus gramáticas de producción y de reconocimiento) o, podríamos decir, de cómo estos se insertan en un régimen de significaciones sociales. De la

misma manera, la frecuente asociación de la *mediatización* televisiva con la idea del "predominio de las imágenes" o con la espectacularización constituye para Verón una simplificación de su principal característica que sería la "del registro del contacto: el cuerpo significante y la economía de la mirada" (1992).

Transversal a los niveles anteriores, y a efectos de evitar la simplificación tecnologista, se encuentra en Verón el concepto de medios de comunicación, a saber, de aquello que produce la acción y efecto de mediatizar, y que es el objeto de la mediatización. De acuerdo a Eliseo Verón no todo es medio de comunicación. Los medios son específicamente aquellos que cumplen estas dos condiciones: (1) cuya función es la producción de mensajes —"es decir que su existencia se agota en la producción de sentido" (1997, p. 12)—; (2) cuyos mensajes poseen una dimensión pública/colectiva de recepción —"debe satisfacer al criterio del acceso plural a los mensajes de los que el medio es soporte (1997, p. 13)—.

Tal como ejemplifica con la fotografía y con el video (1997, 2004) no son medios de comunicación las tecnologías que se usan con fines privados y están destinadas a privados. No son ellas, por tanto, el origen de la mediatización.

> En el caso de los usos no mediáticos de sistemas de comunicación, es el servicio el que constituye un mercado, pero no los mensajes. En el caso de los fenómenos mediáticos la oferta está constituida por los mensajes, que circulan como productos en un **mercado** de discursos (Verón, 1997, p. 14; negritas nuestras).

Como se ve, discurso y publicidad le sirven para marcar las fronteras de los medios. El primero, le permite distanciarse de lo que considera una indistinción entre soportes de comunicación y soportes no comunicacionales; la segunda, para evitar restringir la mediatización a las características de los soportes y a la penetración tecnológico-comunicacional. Ambas, para ver el campo más amplio de la comunicación en un marco histórico específico, esto es, la existencia de insti-

tuciones sociales cuya función es la producción de discursos —constituyendo a los grandes medios— y su relación con el resto de la sociedad moderna. Tal como señaló en diversos lugares: "Los medios son pues para mí un concepto *sociológico* y no tecnológico" (Verón, 2004, p. 194).

Alrededor de la definición de la mediatización y su tipología Verón introduce, sin embargo, algunas especificaciones o variaciones a lo largo de su obra. En *El living y sus dobles* (2001) e *Interfaces* (1992), por ejemplo, presenta también otra clasificación, otro tipo de mediatización que de alguna manera modifica la periodización ya mencionada: la "mediática", que correspondería al modo precedente de relación con los medios, en el marco de la sociedad industrial, en el que estos cumplían un papel representacional. Por sociedad/cultura mediática entiende Verón aquella en que los medios se incorporan pero sin que, al parecer, ello imbrique, en sentido fuerte, las prácticas y la construcción de discursos sociales. Se trata, si se quiere, de una relación social de externalidad. La mediatización sería entonces lo contrario, una relación de interioridad o interpenetración, fuertemente asentada en el orden indicial del contacto y que se produce en las sociedades postindustriales.

> "Porque la sociedad mediática, en la aceleración de ese proceso que hemos llamado la 'revolución de las tecnologías de la comunicación', cambia, todavía sin saberlo, de naturaleza: se vuelve poco a poco una sociedad mediatizada. Ahora bien, la mediatización de la sociedad industrial mediática 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". (Verón, 2001, p. 14-15)

Igualmente, en uno de los textos compilados en *Espacios mentales. Efectos de agenda 2* (2002), Verón introduce la idea de "escala" para referirse a los tipos de mediati-

zación que ha identificado. Sosteniendo allí también las periodizaciones que ya ha propuesto en varios textos argumenta que, por un lado, habrían transformaciones comunicacionales que supondrían *rupturas de la escala* de mediatización, siendo las del orden icónico e indicial las que las ejemplificarían. Y habrían otras que, por su parte, solo producirían *cambios de escala* y aquí ubica interesantemente, siguiendo al antropólogo Jack Goody, a la que identificaba como primera etapa del proceso; esto es: lo impreso representaría un *cambio* de la escala de mediatización. Ello permite ver, así, la existencia en Verón de mediatizaciones preindustriales:

> **Si la descontextualización es típicamente resultado de la existencia de soportes materiales autónomos, la mediatización del lenguaje (en sociedades que eran ya sociedades con escritura sobre soportes autónomos mucho antes de la aparición de la imprenta) ha sido el primer factor fundamental de complexificación creciente de las sociedades, ese factor que Goody llamó la 'razón gráfica'**. Ella introduce una serie de fenómenos que podemos llamar cambios de escala. La mediatización de las operaciones primeras y segundas, es decir, de las representaciones icónicas y del contacto indicial, produce en cambio lo que llamaremos rupturas de escala. Hablamos de ruptura porque la mediatización de la primeridad y de la secundidad introduce en un nivel colectivo operaciones que antes sólo eran posibles en el contexto inmediato de la semiosis interindividual: cuando el susurro pasional del amado en el oído de la amada, es visto en gran plano y escuchado por varios millones de personas, estamos ante un fenómeno de ruptura de escala. Los medios modernos, llamados durante mucho tiempo «de masas», son dispositivos de ruptura de escala. (Verón, 2002, p. 131; negritas nuestras)

Dicho de otro forma, modos preindustriales o premodernos de (re)producción de la escritura ya comportaban pro-

cesos de descontextualización del sentido o, para hacer una paráfrasis de inferencia, un contexto mediato —mediado, mediatizado— de la semiosis colectiva.

> Se podría decir que el surgimiento de la cultura y la constitución del lazo social se definen por la transferencia de estos tres órdenes sobre soportes materiales autónomos en relación con el cuerpo: desde el arte rupestre de la prehistoria hasta los medios electrónicos masivos, la cultura implica un proceso por el cual materias significantes distintas del cuerpo son investidas por los tres órdenes del sentido. (Verón, 1993, p. 148)

Esta misma línea de análisis es la que sigue el autor en el texto *Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica*. Interesantemente, Verón refiriéndose a Hjarvard argumenta:

> A su vez, fundamentalmente, el período histórico bajo escrutinio es el de la modernidad, y a veces el de la modernidad tardía, como por ejemplo en el uso del concepto por parte de Hjarvard… Adoptaré aquí el punto de vista casi opuesto, a favor de una perspectiva histórica de la mediatización a largo plazo. ¿Cuán extensa debería ser esta perspectiva? Como veremos, mientras más extensa mejor, y esto justifica la calificación de esta perspectiva como 'antropológica'. (Verón, 2015)

A nuestro modo de ver la perspectiva antropológica deriva menos de la perspectiva histórica que de la atención por los procesos de significación que comporta su propia propuesta semiótica, tal como es visible en ese mismo texto —"llamaré fenómeno mediático a los productos de la capacidad semiótica de nuestra especie" (2015)—, pero que a lo largo de su obra entran en tensión frente al peligro del tecnocentrismo, del que desconfía profundamente. Así como entra en tensión con elementos de la perspectiva sociológica que

asume para relacionar las trasformaciones mediáticas con la sociedad moderna o posmoderna, como sostiene en algunos de sus trabajos (1986).

En otras palabras, si bien, siguiendo a Verón podemos entender cómo en los soportes (1993) o dispositivos (2015) autonomizados de los cuerpos, fuera de los individuos, se inscriben los procesos mentales exteriorizados o sirven para exteriorizarlos (como la escritura), y mediatizan la comunicación, ampliándose consecuentemente el concepto de mediatización a la historia de esta exteriorización/autonomización, ello tiene, entre otras consecuencias, una redefinición del concepto de medios. Una muy visible es que la segunda condición del concepto de medios de comunicación bajo la perspectiva antropológica propuesta por Verón comporta un cambio: *la inserción en la comunidad* (2015) reemplaza *el acceso plural* (1993) a los mensajes de los medios, que es, como sabemos, una condición de posibilidad históricamente situada y que involucra, entre otras cosas, un concepto determinado de público.

3 Un Cierre Abierto

En este recorrido esperamos haber señalado las diversas conceptualizaciones de *mediatización* en Verón, así como algunas de las divergencias y de los desplazamientos teóricos presentes desde su misma formulación en la obra del autor; porque son también en altísima medida los que experimenta la discusión actual que reevalúa las viejas tensiones entre los antropocentrismos, media o tecnocentrismos y los sociocentrismos. Pensar los cambios y divergencias a lo interno del concepto veroniano implica al mismo tiempo ver la potencialidad de sus coincidencias con otras *mediatizaciones*, *mediaciones* o *mediologías* con las que se frecuentaba establecer fronteras y que, tal como ya muestran algunas revisiones (Carlón, 2015), hoy parecen no tener las mismas posibilidades de ser sostenidas.

REFERENCIAS

BASTOS, M. T. 2012. Medium, media, mediação e midiatização: a perspectiva germânica. En: MATTOS, M. Â. et al. (Orgs.). Mediação & Midiatização. Salvador / Brasilia, EDUFBA / Compós, p. 54–78. Disponible en: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO_repositorio.pdf>.

CARLÓN, M. 2015. La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización. ¿La hora de una teoría general? En: Palabra Clave. Revista de Comunicación, 18(4): 1111–1136. Disponible en: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5627/pdf>. Acceso en: 06/07/2016.

COULDRY, N.; HEPP, A. 2013. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, [Arguments: Editorial]. En: Communication Theory, Washington, 23(3):191–202. Disponible en: <http://doi.wiley.com/10.1111/comt.12019>.

HJARVARD, S. 2016. Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. En: La Trama de la Comunicación, 20(1):235–252. Disponible en: <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/572>. Acceso en: 15/07/2016.

LIVINGSTONE, S. 2009. On the mediation of everything. En: Journal of Communication, 59(1):1-18. Disponible en: <http://eprints.lse.ac.uk/21420/1/On_the_mediation_of_everything_(LSERO).pdf>. Acceso en: 22/06/2016.

_____. 2009b. Foreword: Coming to terms with mediatization. En: LUNDBY, K. (Org.). Mediatization: Concept, changes, consequences. Nueva York, Peter Lang, 317 p.

LIVINGSTONE, S.; LUNT, P. 2014. Mediatization: an emerging paradigm for media and communication studies. En: LUNDBY, K. (ed.). Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science. Berlín, De

Gruyter Mouton, p. 703–724. Disponible en: <http://eprints.lse.ac.uk/62122/>.

LUNDBY, K. 2014. Mediatization of Communication. En: LUNDBY, K. (ed.). Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science. Berlín, De Gruyter Mouton, p. 3-35. Disponible en: <https://books.google.com.br/books?isbn=3110272210>.

MARTÍN-BARBERO, J. 2009. Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. En: Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 10(1):19-31. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/2010/201018023002.pdf>. Acceso en: 12/05/2016.

SCOLARI, C. 2008. Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona, Gedisa, 318 p.

STRÖMBÄCK, J. 2008. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. En: The International Journal of Press/Politics, Thousand Oaks, 13(3):228-246. Disponible en: <http://hij.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1940161208319097>.

VERÓN, E. 2015. Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. En: Cuadernos de Información y Comunicación, 20(4). Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/50682>. Acceso en: 23/06/2016.

_____. 2014. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. En: Matrizes, 8(1):13. Disponible en: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82928>. Acceso en: 23/06/2016.

_____. 2013. La semiosis social 2: Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires, Paidós, 447 p.

_____. 2004. Fragmentos de un tejido. Barcelona, Gedisa, 240 p.

_____. 2002. Espacios mentales. Efectos de agenda 2. Barcelona, Gedisa, 190 p.

_____. 2001. El living y sus dobles: Arquitecturas de la pantalla chica. En: E, VERÓN. El cuerpo de las imágenes. Bogotá, Grupo Editorial Norma, p. 13-40.

_____. 1998. Mediatización de lo político. Estrategias, autores y construcción de los colectivos. En: G. GAUTHIER et al. (Comps.). En: Comunicación y política. Barcelona, Gedisa, p. 220–236.

_____. 1997. Esquema para el análisis de la mediatización. En: Revista Diálogos de la Comunicación, 48:10-17.

_____. 1994. Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. En: Semiósfera, 2:5-36. Disponible en: <http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/7830>. Acceso en: 13/04/2016.

_____. 1993. La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona, Gedisa, 235 p.

_____. 1992. Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada. En: FERRY, J. M.; WOLTON, D. El nuevo espacio público**.** Barcelona, Gedisa, p. 124–139.

_____. 1987. La mediatización. (Curso dictado en la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA 1986). En: Cursos y Conferencias, Buenos Aires, UBA, p. 41-132.

I Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Grupo de Trabalho

Midiatização e Religião A