

APROPIACIÓN CONTEMPORÁNEA DE LA TEORÍA COMUNICACIONAL DE ELISEO VERÓN. LA DIMENSION TEMPORAL

“... las hipótesis formuladas sobre la situación cultural de la sociedad post-industrial no son extrañas a las cuestiones que tocan a las teorías del discurso”...

Eliseo Verón, *La mediatización*, (1995 [1986]: 43)

1. Nociones, discursos, modas, teorías

Este trabajo sobre comunicación en la era contemporánea se propone revisar una serie de escritos claves de la corriente de estudios conocida como mediatizaciones, de fuerte desarrollo en América Latina, en particular en Argentina y Brasil, fundada en la década del ochenta por el semiólogo argentino Eliseo Verón. Mediatizaciones ha alcanzado en estos últimos años un gran desarrollo, que ha puesto el acento en circunscribir los procesos mediáticos en el fuerte proceso de cambio actual. Pero menos se ha atendido recientemente a la dimensión comunicacional. Esta es la tarea que este escrito se propone realizar³⁶.

En los últimos años hemos asistido a la propagación de una serie de discursos y nociones: convergencia, digitalización, usuarios, interfaces, interactividad, narrativas transmediáticas, “nuevos medios”, etcétera.

36 Presenté una primera versión de este trabajo en el CIM 2013 bajo el título “Mediatización y comunicación en la era contemporánea”. Pero la primera exposición con los gráficos aquí presentes y con una línea de tiempo detallada fue presentada en la conferencia “Dando vuelta la página y poniendo la teoría cabeza abajo y patas arriba. Nuevas estrategias para pensar la contemporaneidad”, dictada en Paraná, Universidad Nacional de Entre Ríos, en noviembre de 2015.

Discursos y nociones que han renovado, sin dudas, los estudios de comunicación. Pero respecto a los cuales los estudios sobre mediatizaciones apenas se han manifestado. En general se las ha adoptado, a veces productivamente y otras acríticamente, siguiendo las modas de estos últimos años. Sea cual sea la actitud que cada uno de aquellos que trabajamos desde hace tiempo en este campo hemos puesto en juego, no quedan dudas de que lo único que no podemos hacer es ignorarlas.

Podemos distinguir entre nociones y discursos. Interfaz y usuario son nociones que permiten conceptualizar fenómenos que han cambiado. Interfaz, por ejemplo, vino a ocupar el lugar que, generalmente, ocupaba la noción de dispositivo. Sin embargo, reemplazar dispositivo por interfaz sin someter a esta última noción a un severo examen constituye, según nuestro entender, una grave pérdida. La noción de dispositivo, que tiene una doble genealogía, una de los cuales es la teoría foucaultiana y la otra la de los estudios mediáticos, puede dejar su lugar en muchos estudios a la de interfaz, pero esta última jamás podrá, en sentido estricto, reemplazarla. La noción de dispositivo tiene densidad crítica y política, reenvía directamente al estudio de las relaciones de poder de la era de los medios masivos y a las teorías de los sujetos (y subjetividades) políticos, artísticos, etcétera. La noción de interfaz, en cambio, tiene origen en las teorías informáticas y principalmente describe modalidades básicas de interacción hombre-máquina a través del vínculo entre el “usuario” (frente a pantalla) y la tecnología. Por razones semejantes la noción de “usuario”, de similar genealogía a la interfaz, que remite inmediatamente al concepto de individuo, no debería reemplazar tampoco a la de sujeto, de fuerte carácter supraindividual.

Sin embargo, las nociones de interfaz y usuario dan cuenta de aspectos de la mediatización actual que dispositivo y sujeto (en su formulación mediática tradicional, por ejemplo en la teoría del cine) ya no pueden cubrir. Las nociones de dispositivo y sujeto se desarrollaron y aplicaron en la era de estudio de los medios de comunicación masiva, en la que no había interactividad o era muy baja (incluso en el campo

del arte). Hoy, que la interactividad es generalizada y cotidiana gracias a la hiperconexión no es posible obviarlas. Pero es muy importante comprender que su uso sino es discutido, situado, reformulado, implica ganancias y pérdidas.

Convergencia y digitalización son, en cambio, conceptos que han generado grandes discursos. En el campo de las teorías de los “nuevos medios”, casi paradigmas. El discurso de la digitalización se propagó en los años noventa con Nicholas Negroponte (1995) como uno de sus principales referentes. Y estalló, según Henry Jenkins (2008 [2006]), cuando volaron por el aire las empresas punto.com. El discurso de la convergencia tecnológica venía desde antes, pero en estos últimos años se expandió vigorosamente al campo de la cultura (vía Henry Jenkins (2006 [2008]), un especialista, vale recordarlo, en el análisis de los *fans* y de la cultura popular) dando origen a una importante renovación, en particular, gracias al desarrollo de los estudios de narrativas transmediáticas (Jenkins, ídem) y a su focalización en lo que producen durante y después de las emisiones de las franquicias los usuarios (Scolari, 2012). Este campo tiene muchos puntos en común con el que en la era de los medios masivos ocupaban los estudios transpositivos (Steimberg, 1980). Pero aquí, otra vez, es importante la aclaración, porque nuevamente podemos considerar una pérdida: si bien los estudios transmediáticos vinieron a dar cuenta de aspectos que los transpositivos actualmente no cubren, los transpositivos tenían un fuerte apoyo en las teorías de la literatura y el Arte que los estudios transmediáticos no siempre ofrecen (y que mucho menos están presentes en los discursos provenientes de los actores de la industria que están adoptando a lo transmediático como receta mágica de la comunicación *broadcast* en la era de crisis de los medios de comunicación masiva).

En esta fuerte renovación quizás sólo sobreviva la noción que da nombre a la perspectiva mediatizaciones: la de *medio*. Sin embargo, tampoco en este campo estamos mejor. Se tiende a repetir, al igual que sucede con la de dispositivo, la conceptualización que viene de la era

de los medios de comunicación masiva. Y las propuestas de renovación conceptual tampoco parecen lograr, por ahora, ningún consenso³⁷.

En síntesis: sobre nociones, estudios y discursos queda a la perspectiva mediatizaciones una tarea importante a realizar. Tarea que no puede consistir en la adopción mecánica de estos desarrollos (es decir, sin un profundo examen y revisión). Y que tampoco puede consistir en ignorarlas, ya sea porque indudablemente dan cuenta de fenómenos nuevos o porque están demasiado expandidas y consensuadas (con lo cual nos quedaríamos, ¡horror!, fuera de la conversación). Mientras esa tarea se despliega nos proponemos en este trabajo, en el que intentaremos una *apropiación* de la teoría de Eliseo Verón concentrarnos en la dimensión comunicacional a través de dos operaciones. En primer lugar, revisaremos un conjunto de propuestas que se han realizado para caracterizar a la mediatización y a la comunicación desde los paradigmas modernos y posmodernos. En segundo lugar, propondremos un diagnóstico sobre el cambio actual y una vía para estudiar la mediatización y la comunicación en la era contemporánea. Lo haremos porque creemos, ante la dispersión que presenta el campo, que tal vez el modo de lograr nuevos consensos consista en atacar no uno sino varios frentes a la vez. A veces un ataque sistémico puede llegar a ser más efectivo que uno parcial.

37 Aprovecho para incluir aquí una nota que no estaba presente en la versión publicada (Carlón, 2016b). Mi propuesta en este campo, presentada hace algunos años (Carlón, 2012), consistió en conceptualizar a las llamadas redes sociales (*Facebook, Twitter, Instagram, etcétera*), *redes sociales mediáticas* para diferenciarlas de las *redes sociales no mediatizadas*. En el marco de esta distinción consideré que las redes sociales mediáticas, a su vez, son “redes de medios”, porque contienen múltiples “medios individuales”. Realicé este señalamiento debido a que desde nuestra perspectiva es claro que en las redes sociales hay medios de comunicación – por ejemplo, las páginas y cuentas de los medios masivos en *Twitter* y *Facebook*, cuyos enunciadores son instituciones – pero en cambio lo individual ha permanecido “encapsulado”, fuente de discursividades subjetivas con grandes dificultades para construir discursos mediáticos (aquí “mediático” quiere decir social). Como se aclaró en la Introducción actualmente considero que en las redes sociales mediáticas no sólo hay “medios individuales” sino también “medios colectivos” (como la cuenta *@linea_peluda* en *Twitter*, por ejemplo).

2. Mediatización, comunicación y la era en que nos toca vivir

Por eso la principal tarea que nos proponemos realizar constituye en *establecer a partir de qué criterios debemos establecer una apropiación crítica de las nuevas nociones, teorías y discursos*. Y, por supuesto, resolver qué hacer con las nociones históricas: tenerlas a mano y utilizarlas para confrontar con las actuales o, como sucedió con tantas otras, olvidarlas y dejarlas en el cajón de las cosas en desuso.

Nuestra tesis es que toda esa *tarea debe realizarse a partir del reconocimiento de un cambio de época*. Discursos, nociones, teorías y nuevos paradigmas no han emergido aleatoriamente o porque sí. Es decir que es mucho más que tal discurso o noción lo que debemos discutir. Sobre lo que debemos reflexionar en definitiva es: ¿por qué este conjunto de nociones han emergido ahora? ¿Y de qué son síntoma? ¿Lo son sólo de un cambio tecnológico? ¿O acaso ese cambio en la mediatización no se estableció porque hay también una modificación radical en las prácticas comunicacionales, en los modos sociales de consumir y producir discursos y practicar el Arte, la política, los viajes, el comercio, el entretenimiento, etcétera? ¿O acaso ese cambio no se produjo porque el anterior orden hegemónico, de los medios de comunicación masiva y de una práctica organizacional y política basada en un concepto de las masas y lo masivo, que permitía organizar el transporte y gerenciar la producción, distribución y consumo de bienes culturales, etcétera, implosionó? ¿O acaso no es hora de que enfrentemos, finalmente, una pregunta mucho más profunda, acerca de *dimensión del cambio* que vivimos?

Estamos convencidos de que más allá de la modernidad y de la posmodernidad o modernidad tardía vivimos en un nuevo ambiente mediático y cultural. En una nueva era que siguiendo una serie de desarrollos y reflexiones que van desde la teoría del Arte a la filosofía consideramos *contemporánea* (Carlón 2014). Al hacer esta observación expandimos un diagnóstico consensuado ya en el campo del Arte hacia el

de la cultura en sentido amplio. Y al hacerlo incluimos, obviamente, a los medios y a la comunicación. Es una era que tiene en su base una singular *crisis del tiempo* (Hartog, (2007 [2003])). Porque *lo que está cambiando es la relación entre pasado, presente y futuro* por una configuración en la que el *presente ha adquirido en una nueva significación*. Es un cambio que puede ser focalizado en distintos niveles. En este trabajo nos interesa, como ya señalamos, la dimensión comunicacional. Nos interesan preguntas como: ¿hay una especificidad contemporánea a nivel de la comunicación? ¿Y cuál es el modelo teórico con el que se la debe estudiar?

Sostenemos una tesis: que al hablar de un cambio en la comunicación nos referimos principalmente a una transformación *en las condiciones de circulación discursiva* que afecta a la política, el arte, la economía, el deporte, etcétera. Es decir, al conjunto de las prácticas sociales que comprenden, en su sentido amplio, la cultura. Como estamos convencidos de que ese cambio existe nos vemos obligados a postular exactamente en qué consiste y, también, por qué no puede ser conceptualizado por las postulaciones y modelos modernos y posmodernos. Nos proponemos entonces, por un lado, identificar algunos aspectos claves de esa modificación y, por otro, desarrollar una serie de propuestas tendientes a establecer estrategias para poder estudiarlo.

3. La comunicación en la era moderna

“Existe todo un gran período que podríamos identificar con el triunfo de la modernidad, que groseramente se puede ubicar en la primera mitad del siglo y que está dominado por lo que llamamos una teoría de la comunicación. Tanto en lingüística como fuera de ella esta teoría ya existía”

(Eliseo Verón, *La mediatización*, 46).

Es obvio que en un artículo de esta dimensión, en el que nos proponemos plantear algunas hipótesis sobre la comunicación en la era contemporánea a partir de una relectura de la obra de Eliseo Verón, es

imposible realizar una exposición exhaustiva sobre la situación de los estudios comunicacionales en las eras moderna y posmoderna, así que pasamos rápidamente a la tesis fundamental³⁸: en la modernidad reinó la metáfora de que vivíamos en una sociedad de la comunicación, en la que los medios masivos, obviamente, ocupaban un lugar central. Y la idea sobre la comunicación que prevaleció quedó plasmada en el célebre modelo de Roman Jakobson (1985 [1960]), en el que era conceptualizada de forma “exitosa” y lineal. Pese a que Jakobson propuso su modelo en su artículo “Lingüística y poética”, dedicado principalmente a los estudios literarios, ciertos ejemplos que analizó, como el *slogan* de la campaña presidencial de Eisenhower *I like Ike*, (que tenía una versión canción que era un aviso audiovisual televisivo) habilitaron rápidamente su aplicación a discursos de los medios de comunicación masiva³⁹. A los cuales, debido a su concepción basada en emisores más poderosos que los receptores se adaptó, por supuesto, muy bien. Esta concepción, que tenía extensos y prestigiosos antecedentes, es sin dudas la que más claramente expresó las ideas dominantes sobre la comunicación en la era de los medios de comunicación masiva. Y la que dio origen a una serie de prácticas (artísticas, políticas, teóricas, etcétera) de resistencia a su poder.

Debido a esta razón, la era moderna desarrolló un conjunto de conceptos capaces de dar cuenta de los medios masivos y de su discursividad: institución emisora, medio, dispositivo, lenguaje, representación, sujeto, oyente, espectador (otros, como género y estilo, tenían una larguísima tradición). Fue una era marcada por los estudios de las instituciones emisoras de la radio, el cine, la prensa y la televisión. Y, también, por los dispositivos y lenguajes que esas instituciones pusieron en juego. Un claro ejemplo de lo que estamos diciendo es lo que sucedió en

38 Para una argumentación más detallada sobre este tema remitimos a “Posmodernidad y teorías del lenguaje: el fin de los funcionalismos” (Verón, 2004).

39 No viene mal recordar aquí que Jakobson (1985 [1960]) no sólo brindó ese ejemplo, sino que avaló el estudio de la función poética más allá del discurso artístico. Al concluir su análisis de *I like Ike* expresa: “Como ya dijimos, el estudio lingüístico de la función poética tiene que rebasar los límites de la poesía, al mismo tiempo que la indagación lingüística de la poesía no puede limitarse a la función poética” (359).

el campo de los estudios semióticos, que dominados por el concepto de *especificidad* buscaron determinar cómo cada medio producía sentido. Mucho de esta época iba a mantenerse en la era posmoderna, porque los medios seguirían siendo los mismos. Pero un cambio trascendental afectaría a los estudios, debido a que se iba a abandonar el modelo lineal para pensar la comunicación.

4. La comunicación en la era posmoderna: estudios semióticos y culturalistas

“Yo utilizo deliberadamente esta perspectiva post-moderna”

Eliseo Verón, *La mediatización*, (1995 [1986]: 46)

Probablemente sea en la era posmoderna (o modernidad tardía), cuyos inicios ubicamos como mínimo en los años setenta, aquella en la que se establecieron los fundamentos de la concepción comunicacional aún vigente, tanto en el campo de los estudios semióticos como en los culturalistas.

En el caso del culturalismo fue tempranamente Stuart Hall (2004 [1973]) quien, inspirado en el léxico del estructuralismo triunfante publicó en 1973 un ensayo clásico, “Codificación y decodificación en el discurso televisivo”, en el que sostuvo la existencia de tres posiciones interpretativas diferentes frente a un discurso de referencia: la del código dominante o hegemónico, la del código negociado y la del código oposicional. Las dos últimas y, por sobre todo la oposicional, se basan en la posibilidad de interpretar de modo diferente lo que se dice desde la emisión.

Y en el de los estudios semióticos el fundador de la perspectiva latinoamericana de la mediatización⁴⁰ Eliseo Verón⁴¹, desarrolló en la década del ochenta una teoría comunicacional que luego sintetizó en “El sentido como producción discursiva” (1987a), un famoso capítulo de *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. En ese capítulo planteó una noción clave, en la que insistiría a lo largo de toda su obra, la de *circulación*⁴², que da cuenta de la diferencia entre producción y reconocimiento. Hasta el final de su vida Verón consideró a esta diferencia constitutiva de todo intercambio comunicacional, mediatizado o no⁴³. Pero más allá de este hecho no quedan dudas de que su modelo cayó como un traje hecho a medida para estudiar los procesos comunicativos que se establecieron en las eras moderna y posmoderna entre los discursos de los medios masivos (que se encontraban, según su conceptualización, *en producción*) y la recepción (a la que Verón llamó *el reconocimiento*). ¿Por qué? Bueno, basta con revisar su obra para comprender que los medios masivos fueron su principal objeto de interés.

40 Según Eliseo Verón las sociedades pasan de ser mediáticas (es decir, modernas) a *mediatizadas* (o sea, posmodernas - Verón, 2001 [1984]), a medida que las prácticas sociales se organizan cada vez más en función de la existencia y el desempeño de los medios.

41 Corriente con presencia en Argentina y Brasil, pero de la cual participan también investigadores de países europeos.

42 Dice Verón: “Estos dos conjuntos no son jamás idénticos (ya hemos insistido en la primera parte de este trabajo sobre este punto): las condiciones de producción de un conjunto de significativo no son nunca las mismas que las de reconocimiento. La distancia entre producción y reconocimiento es extremadamente variable, según el nivel de funcionamiento de la semiosis en que uno se coloca, así como según el tipo de de conjunto significativo estudiado. No hay, por el contrario, propiamente hablando, huellas de la circulación: el aspecto ‘circulación’ sólo puede hacerse visible en el análisis como diferencia, precisamente, entre los dos conjuntos de huellas, de la producción y del reconocimiento. El concepto circulación sólo es, de hecho, el nombre de esa diferencia” (1987a: 129).

43 Como dice en *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*: “... el desfase es constitutivo de la comunicación humana, y opera aún en el nivel no mediatizado de la comunicación interpersonal... (esta) ruptura expresa la no linealidad de la circulación del sentido, y que los fenómenos mediáticos no son su causa primera... los fenómenos mediáticos institucionalizan, multiplican, amplifican, en los niveles más macroscópicos del funcionamiento social, ese desfase constitutivo.” (Verón, 2013: 292)

Mientras tanto lo importante para la exposición que estamos desarrollando es que más allá de múltiples diferencias, ambas perspectivas instalaron en la modernidad tardía la diferencia entre emisión y recepción, entre producción y reconocimiento. Hoy que luego del paradigma de la digitalización se ha impuesto el de la convergencia y de que los procesos comunicativos ya no son sólo entre medios masivos y públicos, sino entre medios masivos, públicos que se han fragmentado en comunidades o colectivos y han devenido productores, y nuevos medios antes inexistentes, debemos interrogarnos nuevamente, cómo conceptualizar la comunicación.

5. La comunicación contemporánea: una apropiación del modelo de Verón

No tenemos un modelo consensuado para dar cuenta de la comunicación contemporánea. Sin embargo es probable que cada vez estemos más cerca. ¿A qué se debe? A que día a día es más evidente en qué nivel el cambio debe ser detectado: creo, como Antonio Fausto Neto (2010a), que debe determinarse en el de la circulación. Concepto que deberá enriquecerse y adaptarse. Porque de eso se trata nuestra operación: nos apropiaremos de ciertos aspectos de la obra de Eliseo Verón debido a que su sofisticada reflexión semiológica, mediática y sociológica posee aún una importante potencialidad.

5.1. Desnaturalizando lo obvio (invisible): la dirección de la circulación en la era de los medios masivos

En la red discursiva posmoderna, es decir, en la que aún no existían los “nuevos medios” con base en Internet, la circulación implicaba una fractura entre producción y reconocimiento que se apoyaba en una asimetría entre dos polos que, como se apoyaban en lógicas diferentes, eran disímiles entre sí. Pero además tenía una dirección *descendente* dado que se producía principalmente desde los medios de comunicación masiva hacia los receptores masivos, que fueron conceptualizados

públicos, audiencias y, en el mejor de los casos, colectivos, sujetos sociales o supraindividuales.

La idea de que la comunicación tenía una *dirección* es, en cierto sentido, reciente. Se consideraba que los medios eran poderosos y que tenían capacidad, por ejemplo, de instalar una agenda o de construir acontecimientos socialmente compartidos. Es una reflexión que dio lugar a debates clásicos acerca de si el poder lo tenían los medios o si los poderosos eran los receptores, pero que no iba acompañada necesariamente del reconocimiento de que existía una dirección comunicacional. No es que en las eras moderna y posmoderna no hubiera “arriba” y “abajo”, pero como estas categorías se utilizaban principalmente para circunscribir el valor cultural, los medios tendieron siempre a ocupar el lugar de lo “bajo” antes que lo “alto”, que era reservado principalmente para las manifestaciones artísticas, culturales e intelectuales. La dirección comunicacional descendente en el sentido en que la comprendemos ahora existía, pero como puede comprobarlo cualquiera que observe los gráficos de las épocas moderna y posmoderna (el de Jakobson, el de Stuart Hall⁴⁴, el de Verón, etcétera: véanse al final Figuras 1, 2, y 3), no aparecía casi tematizada. Probablemente porque acontecía lo que sucede en todo proceso de naturalización: se consideraba que era tan obvia que no era necesario explicitarla. Es en estos últimos años, tras la emergencia de la web 2.0 y, por sobre todo, desde que los blogs y las redes sociales estallaron con atributos comunicativos supuestamente democráticos y “horizontales” que los medios masivos empezaron a ser considerados el “arriba”, productores de procesos de comunicación “verticales”, “descendentes”. Este proceso cargó a los medios masivos de *nuevos atributos negativos* y, a la vez, puso sobre la mesa un nuevo interrogante: si la *dirección* hubiera sido incorporada como una dimensión significativa ¿cómo se debería haber graficado en las eras moderna y posmoderna la comunicación? Apropiándonos del modelo de Verón nos atrevemos a postular que una forma posible de graficarla es la siguiente:

44 El de Stuart Hall tiene la singularidad de que diagrama un primer momento, el de la codificación, en su sentido ascendente, y el de la decodificación en dirección descendente. La clave para la lectura que estamos realizando está en la decodificación.

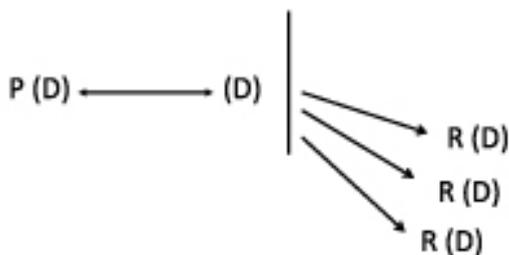


Figura 1

Puede discutirse cuán fiel es este gráfico, que incluye una barra que ilustra claramente la diferencia entre producción y reconocimiento, al espíritu veroniano. Desde nuestra perspectiva lo es porque da cuenta de la profunda asimetría que Verón identificó en la circulación debido al hecho de que en cada polo están funcionando lógicas cualitativas distintas. Pero, también, porque al establecer una dirección *descendente* expone otra asimetría, entre los *participantes en la comunicación*, que si bien no fue graficada por Verón, no fue ajena a su reflexión⁴⁵. Es el tema en el que nos vamos a detener en el próximo ítem.

5.2. Estatuto de los enunciadores: instituciones, medios, colectivos y actores individuales

En trabajos posteriores Verón realizó importantes observaciones que justifican el gráfico que acabamos de presentar en el apartado anterior. En “Lógicas sistémicas sociales y socioindividuales” (2013) haciendo referencia al lugar del observador y a lo que éste se encuentra en el estudio de discursos de la comunicación “masiva” (dice Verón: desde la Biblia a una novela de Stephen King o el periódico de esta mañana), señaló que nos obligamos a reconocer:

45 ¿Por qué Verón, pese a que la tematizó en sus escritos, no graficó la dirección comunicacional? Es difícil saberlo. Una hipótesis: porque pretendía evidenciar, al momento de graficar, la universalidad (en situaciones mediatizadas y no mediatizadas) de la diferencia entre producción y reconocimiento, es decir, de la circulación (y es sabido que en situación de intercambio no mediatizado la relación entre producción y reconocimiento tiende a ser entre pares). Sin embargo, en otros gráficos (véase la figura 6, en la que grafica la red de la semiosis social), es evidente que la dirección de la comunicación es *descendente*.

“una fuerte ruptura: cuando se reconstruye la cadena de la semiosis a partir de un punto particular, definido de una cierta manera, el eslabón anterior aparece como un dispositivo socioinstitucional, y el eslabón siguiente como colectivos de actores individuales” (Verón, 2013: 292).

Es decir que a la diferencia estructural entre producción y reconocimiento que se da en todo intercambio comunicacional debemos sumar en el caso de la “comunicación masiva” el hecho de que es profundamente asimétrica debido al estatuto de los participantes de la comunicación o, quizás mejor, a lo que podemos denominar, ahora que todos hemos devenido en productores de discursividad, el *estatuto de los enunciadores*. Lo que nos interesa destacar es que quienes se ubican en producción y reconocimiento son diferentes entre sí.

Podemos retomar este aspecto de su teoría a partir de dos artículos de su último libro, “Lógicas sistémicas sociales y socioindividuales” y “Ciclos de vida” (Verón, 2013) y, también, de su importante artículo “Esquema para el análisis de la mediatización” (Verón, 1999). Se justifica porque pese a que en su último libro reformuló su terminología y realizó algunos ajustes a su conceptualización, en el nivel en el que nos vamos a situar es evidente que en su pensamiento hay una profunda continuidad. En el artículo de 1999 Verón diferencia medios, instituciones, actores individuales y colectivos (un colectivo, para Verón, es un ‘conjunto de actores sociales’)⁴⁶. Queda claro que lo que le interesa son *las mediatizaciones capaces de producir “colectivos”*⁴⁷, y que *asigna esa capacidad a los medios y a las instituciones, pero no a los actores*

46 Considerando a los medios, por supuesto, también instituciones, pero utilizando esta distinción para diferenciarlos “del resto de las instituciones en función de la centralidad que se les debe otorgar cuando uno se interesa en la mediatización” (Verón, 1999:14).

47 En este trabajo dedicado a plantear un esquema de la mediatización Verón expresa que un colectivo se diferencia de los actores individuales en tanto constituye un conjunto de actores sociales que se producen en el seno de la comunicación mediatizada (dice: “colectivos en tanto construcciones que se producen en el seno de la comunicación” (Verón, 1999:14). Pero es importante consignar que para Verón no sólo se producen colectivos en el seno la comunicación: en textos como “El canto de las sirenas” muestra como se constituyó un colectivo una tarde en Japaratinga en torno a la aparición de un manatí: “En cuestión de minutos, un grupo heterogéneo compuesto por habitantes del pueblo, turistas, pescadores, algún funcionario municipal y una pocas personas interesadas en la comunicación y la semiótica, se había convertido en un colectivo intensamente concentrado en un foco de interés” (2011: 75).

individuales. Se advierte en que distingue cuatro “zonas de producción de colectivos”: “la relación de los medios con las instituciones de la sociedad”, “la relación de los medios con los actores individuales”, “la relación de las instituciones con los actores” y “la manera en que los medios afectan la relación entre las instituciones y los actores”. Y en que respecto a los actores todas las relaciones que considera van desde los medios o las instituciones hacia los actores individuales, ninguna en sentido inverso⁴⁸.

En este nivel, que hemos denominado estatuto de los enunciadores, advertimos la potencialidad de la reflexión veroniana. Pero también por qué es necesario realizar una apropiación de su obra y no una aplicación. La conceptualización que distingue medios e instituciones (ahora denominados dispositivos socio-institucionales y, también, sistemas sociales) y, del otro lado, colectivos e individuos (estos últimos ahora denominados sistemas socioindividuales), presenta profunda actualidad, interés y potencialidad para seguir estudiando nuevos fenómenos comunicacionales⁴⁹. Pero debe adaptarse creativamente al estudio de casos de circulación en un sistema mediático que ha sufrido fuertes

48 Si bien atendiendo a la complejidad de los fenómenos de la mediatización observa que “no hay procesos lineales entre una ‘causa’ y un ‘efecto’, nos encontramos frente a una maraña de circuitos de ‘feedback’” y que “las dobles flechas (del esquema) intentan sugerir esta complejidad”, es claro que la dirección de construcción de colectivos de la comunicación no presenta ningún caso en la que surja desde los actores individuales. Y que algo semejante acontece en “Ciclos de vida” (429), el capítulo final de *La semiosis social 2*, en el que, por ejemplo, puntualiza que “las instituciones son la fuente de generación de colectivos” y en el cual si bien señala que Internet “hace materialmente posible, por primera vez, la introducción de la complejidad de los espacios mentales de los actores en el espacio público y, en consecuencia, vuelve visibles las estrategias de innumerables sistemas socioindividuales *por fuera de la lógica del consumo*, vale decir, por ejemplo, *sin que medien factores de notoriedad*” (Verón, 2013: 429) tampoco aquí argumenta que los “colectivos de comunicación” puedan surgir desde los actores individuales.

49 Obsérvese, por ejemplo el interés de la noción de colectivo, que Verón viene utilizando desde hace tiempo y le permitió pensar la crisis de la comunicación masiva. Es indudable que presenta vínculos con dos nociones recientes, como comunidades y *fans*. Dejemos para otro momento su comparación con comunidades y concentrémonos en *fans*: colectivos tiene la ventaja evidente de su ascetismo, de que inmediatamente nos despegamos de la estigmatización de los *fans* característica de los estudios antes de la intervención de *aca-fans* como Jenkins pero, también, de las excesivas valoraciones que este tipo de consumidores han recibido en este último tiempo.

transformaciones: en el que la situación dispositivos socio-institucionales en producción y colectivos de actores individuales en reconocimiento ya no es la única a considerar. Es la tarea que nos proponemos pasar a realizar en el próximo ítem, en el que nos detendremos en el estudio de un caso de circulación contemporánea *ascendente* en el que un enunciador *amateur* desconocido generó a partir de su página de *Facebook* (y de otras redes sociales) un “colectivo de comunicación” y despertó el interés de los medios de comunicación masiva. Es decir, de un proyecto que *invirtió el recorrido de la comunicación masiva: de los sistemas socio-individuales a los dispositivos socio-institucionales*. Si logramos realizar nuestra tarea nos veremos muy favorecidos. ¿Un primer beneficio? Podremos establecer a partir de un mismo modelo analítico comparaciones con períodos históricos anteriores. Nada mejor para determinar qué cambia y permanece en la era actual.

5.3. *Chicas bondi*: un ejemplo de comunicación ascendente. ¿De los actores individuales a los colectivos y a las instituciones?

Para ejemplificar cómo estamos estudiando los nuevos procesos comunicacionales voy a retomar el análisis de un caso que constituye un ejemplo de un nuevo tipo de circulación discursiva. No fue elegido al azar o porque nos tropezamos con él, fue cuidadosamente escogido porque constituye un ejemplo extremo del nuevo tipo de circulación, opuesto al proceso de circulación descendente característico de la era de los medios masivos. Por esta razón consideramos que el modelo analítico que vamos a presentar no se restringe a este caso: si es capaz de dar cuenta de un ejemplo que modélicamente es opuesto a la comunicación mediática moderna y posmoderna, será capaz de dar cuenta de muchos otros casos semejantes (y, también, será útil para conceptualizar procesos híbridos).

El caso que voy a comentar es un proyecto fotográfico en la red llamado *Chicas bondi*, que ya fue objeto de análisis en un trabajo anterior (Carlón, 2015a). Lo que nos proponemos en esta oportunidad es explicar mejor algunos de los presupuestos metodológicos en los que

se basó el análisis que efectuamos a través de una exposición que irá acompañada de gráficos específicos⁵⁰.

Antes de comenzar, dos palabras sobre *Chicas bondi*. El proyecto posee una serie de rasgos que lo hacen especialmente interesante: a) es un contenido producido por un *amateur* (en oposición a los contenidos producidos por profesionales característicos de los medios masivos)⁵¹; b) que difundió sus contenidos simultáneamente por distintos medios (*blog, Facebook, Tumblr; Twitter; etcétera*)⁵²; c) que desarrolló una comunicación *ascendente* que llegó a los medios masivos (que le dedicaron notas y coberturas especiales), d) que trascendió la red dado que organizó exposiciones en galerías de arte a las que asistió público incluyendo muchas retratadas y, e) que recibió un dictamen de un organismo público (el Centro de protección de Datos Personales) a partir de que fue objeto de una denuncia por una organización feminista en contra el acoso callejero (*Hollaback Buenos Aires*). Dicho esto, dedicamos un momento a los presupuestos teóricos con los que trabajamos.

5.3.1. Línea de tiempo

El análisis que realizamos partió de la construcción de una *línea de tiempo* de la circulación. Realizar la *línea de tiempo* es siempre el primer paso en el análisis de la circulación contemporánea. Sólo a partir de la línea de tiempo se puede identificar el estatuto del enunciador y la dirección comunicacional del proyecto que se analiza. La línea de tiempo marca el desarrollo diacrónico del caso que se está estudiando, cuándo-

50 Este modelo fue expuesto en el documento fundacional de la Cátedra Semiótica de Redes de la Carrera de Ciencias de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (con el nombre de “Documento Teórico Metodológico, TP.DOC: Carlón, Fraticelli, Slimovich y Jiménez, 2016) y desde entonces fue utilizado para organizar las tareas de investigación que se desarrollan en la Cátedra. Se actualiza periódicamente. Disponible en: <http://semioticaderedes-carlon.com/>

51 La oposición CGU (Contenidos Generados por Usuarios) versus CGP (Contenidos Generados por profesionales), utilizada por autores como Jin Kim (2012) es interesante porque al poner el foco en el contenido.

52 Comparte este rasgo con las *narrativas transmediáticas* (Jenkins, 2008) pero se diferencia de ellas por dos razones: a) porque nace *desde abajo* y no como respuesta o complemento de un relato desarrollado por una franquicia y, b) *no narra ninguna historia*: está compuesto por una serie de fotografías de contenido descriptivo-referencial independientes entre sí.

comienza y cuándo termina (o, si continúa vigente, donde se produce el punto de corte del análisis). Gracias a la línea de tiempo se van determinando las distintas de *fases* en que se va desplegando temporalmente el objeto de estudio. Cada fase constituye un *cambio de escala en la mediatización*⁵³ y, generalmente, un *cambio de dirección comunicacional*. Por lo tanto, cada fase instaura una complejificación en la circulación.

5.3.2. Una sociedad hipermediatizada

Desde el punto de vista de la mediatización lo primero a atender es que, más allá de las sociedades mediática (moderna) y mediatizada (posmoderna) la contemporánea en que vivimos es una sociedad hipermediatizada (Carlón, 2016b) Esto quiere decir que ya no hay un sistema mediático, el de los medios masivos, sino sólo dos, al haberse sumado el que tiene base principalmente en Internet. En las sociedades moderna y posmoderna las relaciones entre medios (por ejemplo, prensa, cine, televisión), se daban en un el seno del mismo sistema: era una relación intra-sistémica. En la sociedad hipermediática los dos sistemas están en permanente relación y cada punto de contacto entre ellos establece una relación inter-sistémica que desencadena un proceso de incremento de la complejidad. ¿Un ejemplo? Los *hashtags* de *Twitter* en la pantalla de televisión introducen otro medio (y otra discursividad) en los medios de comunicación masiva⁵⁴.

5.3.3.Las direcciones comunicacionales

Desde el punto de vista de la comunicación los cambios se dan a partir de las principales direcciones: descendente, ascendente y hori-

53 La idea de que la mediatización constituye básicamente un proceso de cambio de escala en los asuntos sociales o humanos es compartida, más allá de importantes diferencias, por Marshall McLuhan y Eliseo Verón (al respecto puede consultarse la revisión realizada en Carlón, 2015b disponible en: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5627>).

54 Al respecto puede consultarse un ejemplo que analizamos: la introducción de *Facebook* en la pantalla de televisión del canal C5N durante la transmisión de la Ley de Matrimonio Igualitario (Carlón, 2012). En este caso si bien existió convergencia mediática, a nivel discursivo se produjo una importante tensión entre el discurso tradicionalmente televisivo y los que llegaban desde la red social.

zonal⁵⁵. El crecimiento de la complejidad que estalla cuando se produce una relación inter-sistémica se manifiesta a nivel comunicacional. Siguiendo con el ejemplo anterior cuando los *hashtags* se incrustan en la pantalla los discursos de los usuarios que vienen desde las redes se hacen presentes en la televisión. De ese modo una discursividad *descendente* comienza a convivir, casi siempre con tensiones, con otra que es *ascendente*. Pero, a la vez, un fenómeno inter-sistémico en dirección inversa se produce frecuentemente en estos casos: es común que el *hashtag* con el título propuesto por la televisión, se convierta en *trending topic* en *Twitter*. Así la discursividad *descendente* desde la televisión impone sus reglas en la red social. Pero no sólo sucede este tipo de fenómenos. Como veremos en el análisis de *Chicas bondi* es muy frecuente, incluso, que una relación inter-sistémica al introducir un cambio de escala en la mediatización produzca un incremento de complejidad tal en el nivel de la dirección comunicacional que una discursividad que es ascendente se vuelva también descendente. Es lo que pretendemos demostrar con el análisis que presentamos a continuación.

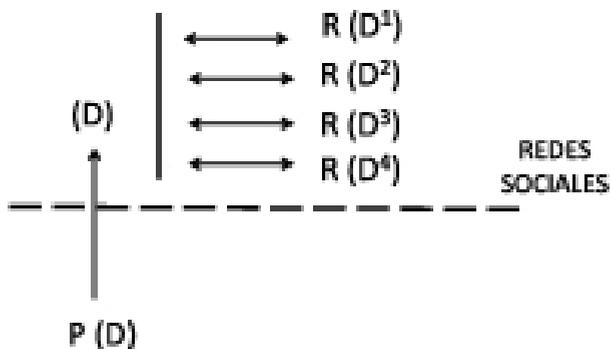
5.3.4. El análisis

Chicas bondi es un proyecto que comenzó en octubre de 2011. Su circulación ha sido, a lo largo de estos años, extremadamente compleja. Como aquí nos interesa el aspecto más novedoso de la circulación contemporánea, la dirección *ascendente*, nos ocuparemos sólo de pocas fases, de los momentos claves de cambio de escala de la mediatización y de incremento de la complejidad comunicacional que se produjo a medida que se fue dando a conocer públicamente. Pero es importante que quede claro que si bien la dirección ascendente es lo nuevo, lo que caracteriza a la comunicación contemporánea son los cambios sistémicos que se producen a nivel mediático y comunicacional.

55 Siguiendo este ordenamiento las narrativas transmediáticas (como *Matrix* o *Lost*) son un caso de relación inter-sistémica que se desarrolla, generalmente, en dos tiempos: en un primer momento son descendentes, en un segundo momento son ascendentes (como explica Carlos A. Scolari (2012: 22-23): “la expansión gestionada desde arriba (*Top down*) se complementa con las expansiones desde abajo (*Bottom Up*) realizadas por los usuarios y difundidas en plataformas colaborativas como *YouTube*, *Facebook*, o *blogs*”.

Primera fase: comunicación ascendente

Chicas bondi surgió en octubre de 2011 cuando el productor agrupó y publicó en *Facebook* una serie de fotos de chicas jóvenes tomadas con su teléfono en distintas líneas de ómnibus en la ciudad de Buenos Aires. Como los ‘nuevos medios’ se consideran el ‘abajo’ de los medios masivos, la dirección es *desde abajo hacia arriba, ascendente*. Por eso es clave identificar el origen: sin él no podemos conocer el estatuto del objeto que estamos estudiando.⁵⁶ Graficamos este primer momento de cambio de escala intra-mediático a través de un esquema que invierte el sentido de la comunicación masiva (que fue presentado en la figura 4):



En el gráfico (D) es el discurso originario – es decir, el discurso constituido por el conjunto de las primeras fotos publicadas en *Facebook*. Y P (D) son sus condiciones de producción. El espacio superior a la barra punteada representa a las Redes Sociales, en las que el discurso (D) se publica (*Facebook* principalmente, pero enseguida también *Twitter*, *Tumblr* y un *blog*). Y la barra introducida entre (D) y los discursos y

56 Durante los años 2014 y 2015 alumnos de la Universidad San Andrés de Buenos Aires que cursaron Comunicación Visual desarrollaron investigaciones sobre proyectos inter-sistémicos “ascendentes” a partir de esta metodología. Entre los casos estudiados se encuentran el del “motochorro” (“Sacate la mochila”, Bombau, Tomás; Grinberg, Iván; Nudel, Carla; Schiavone, Floriana; Sposito, Florencia y Wells, Karen), el proyecto “La gente anda diciendo” (Cavallo, Catalina; Azoulay, Antoine; Chies, Melina; Fasce, Victoria, Maluendez, Nicole y Soriano, Camila) y “La campaña del miedo. Un análisis de las relaciones intermediáticas durante las elecciones presidenciales en Argentina (2015)” (Mektoubdjian, Pampa, Mermelstein, Mariela y Priani, Soledad), que se concentró en las relaciones entre campaña del miedo del FPV y la del “Buh” nacida en la red.

prácticas en reconocimiento (R (D)¹, R (D)², R (D)³ y R (D)⁴) ilustra el proceso mismo de la circulación.

Desde el punto de vista de las direcciones comunicacionales se despliegan aquí, en realidad, dos fenómenos simultáneos. Por un lado, se advierte que el proyecto es ‘ascendente’, debido a que se publica originalmente en una red social. Por otro, que a la par de esa dirección se establece casi simultáneamente otra ‘horizontal’, establecida por los intercambios con los “pares” en las redes con quienes el enunciador dialoga: es decir, los otros enunciadores que comentan las fotografías o simplemente *clicklean* “Me gusta” (las flechas con doble dirección intentan evidenciar el *feedback* de esos diálogos). Si bien es correcto decir que en estos primeros intercambios se estableció una dirección *horizontal*, hay que tener en cuenta que en el mismo momento *Chicas bondi* comienza a establecer su estatuto como enunciador y la dirección se complejiza, porque pronto asumirá un rol capaz de establecer una enunciación *descendente* con quienes hasta ese momento eran sus pares.

Subfase⁵⁷: la intervención intra-sistémica de una celebrity

El día 17 de marzo de 2012 “Calu” Rivero, una conocida actriz, “retuitea” una foto de *Chicas bondi*. Según una entrevista realizada a Torcuato González Agote, el autor del proyecto, a partir de aquí crece el número de seguidores y desde entonces cada foto publicada por *Chicas bondi* es más popular. Graficamos este proceso llamando (D¹) al conjunto de fotos publicadas por *Chicas bondi* hasta el 17 de marzo de 2012, (D²) al retuit de Calu Rivero y (D³) a las fotos posteriores.

57 En la versión original de este artículo (Carlón, 2016b) no se incluía la denominación Subfase, dice Segunda fase (la noción Subfase fue introducida en otro artículo que se publica en este libro y fue uno de los primeros resultados que se obtuvo de la aplicación grupal del modelo de análisis en la Cátedra Semiótica de Redes. La corrección se realiza en este artículo para tratar de evitar que se genere algún malentendido respecto de lo que se está exponiendo. El artículo es: Carlón, Mario (2017a). “La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (segunda apropiación de la Teoría de la Comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial), publicado en *A circulação discursiva entre produção e reconhecimento*, Paulo César castro (org.). Maceió: Edufal.

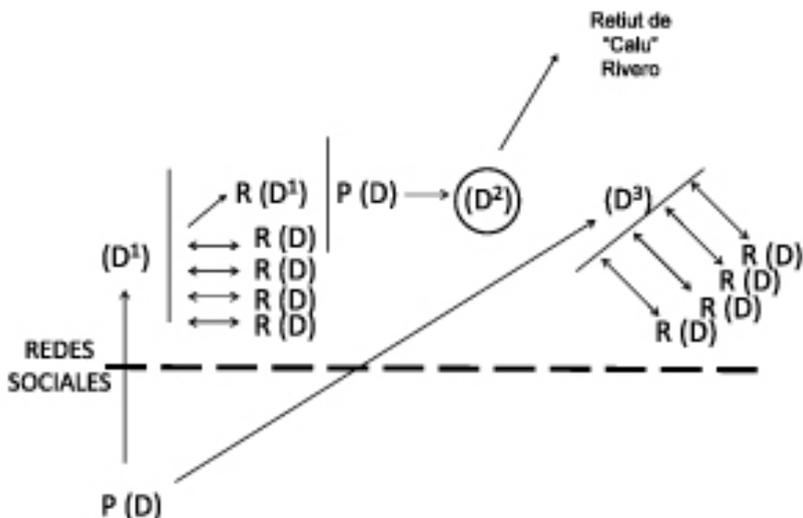


Figura 3

En esta Subfase va consolidándose un fenómeno que ya se había iniciado en la red: la generación de un *colectivo de comunicación por un proceso ascendente*. La clave es que en el desarrollo de este proceso intra-mediático se producen dos novedades respecto a la comunicación moderna y posmoderna: un “colectivo de comunicación” es resultado de los discursos producidos por un enunciador amateur, gracias a que dispone de medios de comunicación individuales que le permiten publicar en distintas redes sociales. Pero no sólo eso: la novedad se debe también a que pone en juego una enunciación que ya no puede considerarse individual, subjetiva, sino social o supraindividual⁵⁸ (hecho que revela la vigencia de la categoría sujeto para conceptualizar al productor). Por supuesto que el hecho de que “Calu” Rivero tenga un conoci-

58 Es la conclusión a la que llegamos en la versión original de *Chicas bondi* cuando señalamos: “Cuando el CPDP produce el fallo, señala que el proyecto cuenta ya con más de 30.000 seguidores, lo cual hace suponer que cierto colectivo de actores individuales, sea cual sea la razón por la cual se han decidido a hacerlo, se ha constituido en torno a él. Pero no se trata sólo de números: pese a que el medio de comunicación es individual, nuestra tesis dice que la mirada puesta en juego en *Chicas bondi* no es subjetiva ni individual, es la de un sujeto social o supraindividual.” (Carlón, 2015a: 229).

miento ganado en los medios masivos no es un hecho menor. Pero este hecho no quita al proceso enunciado por *Chicas bondi* novedad.

Segunda fase: la cobertura de los medios masivos, la “consagración”

La fase de generación de un “colectivo de comunicación” se consolida cuatro días después cuando en el diario *La Nación* se publica la nota “Es el turno de *Chicas bondi*” y, en poco tiempo, otros medios hacen lo mismo. La clave es que se produce aquí *un salto de escala en la mediatización: de un proceso intra-sistémico que se venía desarrollando en los medios con base en Internet pasamos a otro inter-sistémico, entre redes y medios masivos*. Para que la exposición realizada se comprenda mejor concluimos con una última figura, que ilustra esquemáticamente el fragmento de la línea de tiempo que estamos presentando.

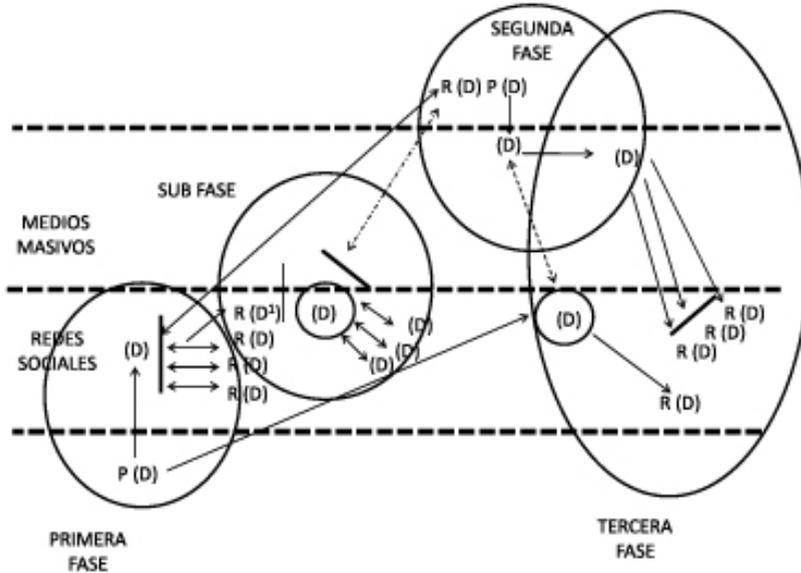


Figura 4

Esta figura muestra la subfase y las tres fases que nos interesaban ilustrar aquí. A la primera fase, *ascendente*, ya hicimos referencia: el dis-

curso se publica y abre una serie de reconocimientos. Como señalamos algunos de esos reconocimientos generan intercambios con el productor y establecieron a través de una comunicación *horizontal* (además de ascendente), un *colectivo*. Esta fase intra-sistémica se continúa con el retuit de Calu Rivero al que ya hicimos referencia en la Subfase. Luego se inicia la Segunda fase inter-sistémica, que estalla cuando comienzan a publicarse notas sobre *Chicas bondi* en los medios de comunicación masiva y se potencian todas las direcciones de la comunicación, amplificándose el conocimiento intra-sistémico (en la red) e inter-sistémico (fuera de la red: incluyendo a lectores de diarios que desconocían el proyecto). En la Tercera fase se generan procesos comunicacionales descendentes, dado que *Chicas bondi* se convierte definitivamente en un pequeño medio comunicacional socio-institucional en la red.

El proceso graficado es sólo una muestra de un desarrollo mucho más extenso en el tiempo y, también, más complejo tanto desde el punto de vista de las direcciones de la comunicación como del estatuto de los enunciadores y de los reconocimientos que obtuvo (algunos positivos, otros negativos)⁵⁹. Como ya expresamos no nos extenderemos aquí en describir toda la línea de tiempo. Esperamos que los gráficos que acabamos de mostrar y las explicaciones que acabamos de brindar ayuden a ilustrar nuestro modo de analizar este nuevo tipo de circulación.

6. La circulación hipermediática según su dirección comunicacional: una tipología mínima

Exponemos ahora una tipología mínima de la circulación que ha sido resultado del análisis de múltiples casos a lo largo de estos años. Está basada en la identificación de las direcciones de la circulación, ascen-

⁵⁹ Por ejemplo: *Chicas bondi* organizó muestras en galerías de arte fuera de la red a las cuales asistieron seguidores de Internet y muchas retratadas; la organización feminista *Hollaback Buenos Aires* entabló un debate en la red con *Chicas bondi* y luego denunció al proyecto ante el Centro de Protección de Datos Personales; el centro de Protección de Datos Personales publicó un dictamen contra *Chicas bondi*; los medios masivos que en primer lugar fueron laudatorios del sitio, luego del dictamen se hicieron eco de la condena recibida.

dente, descendente y horizontal.⁶⁰ En sí mismas las direcciones no son novedosas, han sido reconocidas en distintos estudios en estos últimos años. No obstante, es probable que lo que distinga a la tipología es que fue construida atendiendo a una *aplicación sistémica* de las tres direcciones en el marco de una teoría de la circulación entre dos sistemas mediáticos a partir de la teoría materialista del sentido de Eliseo Verón.⁶¹ Por eso partimos de la tesis de que como todo discurso debe manifestarse materialmente hay sólo dos posibilidades desde el origen para un caso: es *ascendente* (empieza en el sistema de mediatización con base en las redes telefónicas e Internet) o *descendente* (surge en los medios masivos). A estas dos direcciones sumamos, como hemos hecho en los análisis de los tres casos anteriores, la *horizontal* dado que en las relaciones intra-sistémicas suceden fenómenos muy importantes (por ejemplo, se constituyen los colectivos en relación con un enunciador emergente o se establecen debates entre medios masivos)⁶². Obtenemos así una primera clasificación que distingue tres tipos de circulación hipermediática:

Ascendente/descendente: surge de las redes, llega a los medios masivos (fase hipermediática ascendente), y desde ahí desciende (la pu-

60 Fue presentada por primera vez en una versión anterior de este artículo: Carlón, 2017a: “La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión. Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial”.

61 Las direcciones *ascendente* y *descendente* fueron pensadas a partir de del uso que las nociones *top down* y *botton up* realizaron en sus textos de Henry Jenkins y autores que han ampliado su campo de reflexión, como Carlos A. Scolari, Jean Burgess, Joshua Green y Sam Ford. La dirección *horizontal* fue conceptualizada a partir de las proposiciones de Manuel Castells (2009) sobre la *autocomunicación de masas*. Un análisis de la automomunicación de masas como expresión de la dirección horizontal que siempre se presenta como un momento posterior a las direcciones comunicacionales ascendente y descendente fue presentado en “¿Crisis de la democracia representativa? Mediatización y circulación” (Carlón, 2019).

62 La introducción de la dirección horizontal permite, por ejemplo, que puedan atenderse, a partir de cambios de estatuto de enunciador, los momentos en los que un enunciador deja de establecer una relación de par con sus seguidores (fase en la que la dirección comunicacional pasa a ser descendente, por ejemplo). El carácter descendente de la comunicación que un enunciador como CH puede en cierto momento generar si bien tiene puntos en común con de los medios masivos no es igual. Un medio masivo es un enunciador que establece una comunicación descendente (en la era moderna y posmoderna) e inter-sistémica actualmente. El de Chicas bondi, que siempre publicó sus contenidos en la red, en cambio, es intra-sistémico: es en este sistema donde se modifica su estatuto como enunciador en relación a su colectivo (y otros colectivos).

blicación en medios masivos le brinda esta estatuto). Ejemplos: #gregorossello, un *instagramero* con más de un millón de seguidores que pasó a conducir un programa en ESPN⁶³; “La gente anda diciendo”, un proyecto colaborativo generado en las redes por enunciadores desconocidos que se popularizó y cuyo contenido terminó en un libro, etcétera⁶⁴. También, por supuesto, *Chicas bondi*, #NiUnaMenos y #zekiel79.

Descendente/ascendente: desciende desde los medios masivos a las redes y luego asciende a los medios masivos. Aquí podemos ubicar a las narrativas transmediáticas (Jenkins, 2003; 2008; Scolari, 2012) como un fenómeno muy destacado y estudiado en estos últimos años. Un caso típico es el del film *Crepúsculo* (Hardwick, 2008), basado en la novela de Stephenie Meyer (2005), que dio origen a un *fanfiction* de E.L James (*Snowqueens Icedragon*), que luego fue publicado como novela bajo el nombre *50 sombras de Grey* (tres volúmenes) a partir de la cual surge una nueva saga cinematográfica⁶⁵. Pero también podemos considerar cuando una *celebrity* responde con un *tuit* a lo que se dice de ella en un programa de televisión y lo dicho es retomado luego por el programa.

Descendente/horizontal: en una sociedad con dos sistemas mediáticos los contenidos que provienen de los medios masivos rara vez desaparecen sin ser comentados, respondidos, compartidos, etcétera. Esto se debe tanto a la existencia de las redes como a su parloteo constante. Esta clase de estudios se ocupa de contenidos provenientes desde los medios masivos que generan diálogos entre internautas (pares) en la red (por ejemplo, #CristinaconNavarro⁶⁶).

63 Caso estudiado en el Curso de Comunicación Visual de San Andres que dicté en 2016 por los alumnos Constanza Belén Álvarez, Martina Cervi, Luciana Conti, Paloma Etenberg, In

64 “La gente anda diciendo”, monografía del curso Comunicación Visual, Universidad San Andrés (2015). Caso estudiado por Cavallo, Catalina; Azoulay, Antoine; Chies, Melina; Fasce, Victoria, Maluendez, Nicole y Soriano, Camila.

65 Estudiada por el grupo Weinstein, Marina; Romero, Francisco, Fernández Ruiz, Santiago; Agüero, Belén, Guil Bárbara, Coronel, Agustina y Blattman, Josefina (2015). “El huevo y la gallina. Lógicas de circulación de Crepúsculo y 50 sombras de Grey, monografía del curso Comunicación Visual, Universidad San Andrés.

66 Cohen, Lucas; Sasbón, Camila; Lasserre, Luciano; Kelly, Macarena; Quercia, Nicolas; Porta C. Florencia; Luna, Julieta; Sosa Jorge (2016). #CristinaconNavarro”, monografía de la Cátedra Semiótica de Redes, UBA.

Pero como el análisis hipermediático por sí sólo es insuficiente para dar cuenta de la circulación actual, debemos atender en este texto también, por su relevancia, a un tipo de circulación más, de tipo intra-sistémico:

Ascendente/horizontal: son casos con cierto destaque en la red, pero que no son retomados por lo medios masivos. Por ejemplo: muchísimas muestras de arte y video arte, ferias de comidas y entretenimiento, publicaciones de libros, eventos académicos, sociales, deportivos, culturales, etcétera. Los medios masivos, vale recordarlo, sólo retoman y comentan algunos de los acontecimientos que suceden en nuestra sociedad.

Con la incorporación de la dimensión horizontal queda formulada una tipología mínima de análisis temporal que puede trabajar en los niveles inter e intra-sistémico y brindar precisiones en el estudio de casos particulares que presentan alta complejidad. Por ejemplo: si sofisticamos el análisis encontramos que *Chicas bondi* es en el decurso temporal graficado “ascendente/horizontal/ascendente/descendente” (no es muy común que un discurso sea ascendente/descendente sin tener una etapa horizontal) y que las narrativas transmediáticas tienden a ser “descendente/horizontal/ascendente” (el caso *Crepúsculo* es, como mínimo, “descendente/horizontal/ascendente/descendente”).

El siguiente gráfico plasma lo que acabamos de exponer:

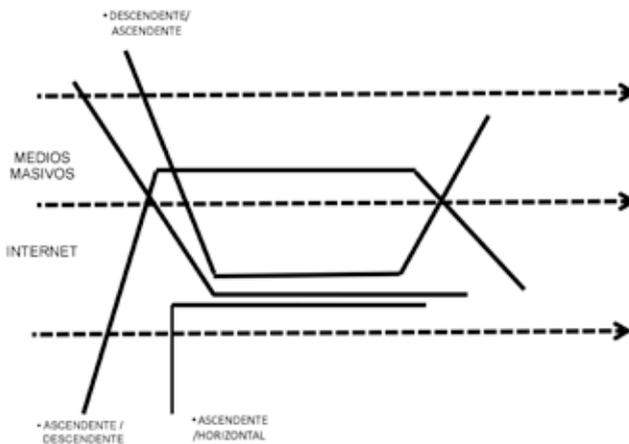


Figura 5

7. La comunicación en la era actual: ¿convergencia o circulación?

Algunas conclusiones para terminar, a partir de los resultados obtenidos. ¿Debemos pensar a la comunicación contemporánea como un proceso de convergencia cultural (por ejemplo, entre franquicias y *fans*, como sostiene en algunos de sus textos Henry Jenkins) o como una divergencia progresiva, como se sostiene desde el paradigma de la circulación (Verón, 2001, 2009)?

Para Verón, la divergencia progresiva era propia de la sociedad post-massmediática en que vivimos (Verón, 2007). Según el autor vivimos en una sociedad en la que, “del lado de la oferta, estamos asistiendo a una integración tecnológica sin precedentes” (Verón, 2009: 300-301) pero “hay que entender que esta convergencia tecnológica no implica una homogeneización, sino todo lo contrario: producirá una diversidad creciente de modalidades de uso” (2009: 301). Así, “convergencia creciente en producción, divergencia creciente en recepción: la distinción entre producción y reconocimiento es hoy más necesaria que nunca” (301)⁶⁷.

Por otro lado, teóricos como Henry Jenkins, han sostenido que vivimos más que en una época de convergencia tecnológica⁶⁸ en una de *convergencia cultural*: “la convergencia representa un cambio cultural, toda vez que se anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos” (2008 [2006]: 15). No es difícil remitirse luego de esta afirmación al concepto de narrativas transmediáticas sostenido por Jenkins y al análisis de ejemplos como *Matrix*, franquicia que desafió a sus consumidores a buscar más allá de la ‘nave insigna’ (es decir, de los filmes)⁶⁹: “una buena franquicia transmediática trabaja para atraer públicos introduciendo

67 Tesis que recientemente ha retomado Antonio Fausto Neto (2015).

68 Dice: Jenkins (2008 [2006]), en “Introducción: ‘Adoración en el altar de la convergencia’”: “Argüiré aquí en contra de la idea de que la convergencia debería concebirse principalmente como un proceso tecnológico que aglutina múltiples funciones mediáticas en los mismos aparatos” (15).

69 *Matrix* empujó a los fans a seguir el relato en films de animación como *Animatrix* (2003), videojuegos como *Enter the Matrix*, etcétera.

los contenidos de una manera algo distinta en los diferentes medios” (2008 [2006]: 102).

Las narrativas transmedia pueden ser el nuevo modelo de producción de contenidos en una era en la que los medios masivos ya no tienen a sus públicos cautivos (ya no pueden programar la vida social) y ellos deciden qué ver, cuándo y cómo⁷⁰. Tienen la capacidad, cuando son exitosas, de generar “colectivos de comunicación” fieles, activos y con gran capacidad de involucramiento. Pero esto no implica que sean una receta mágica o una garantía del éxito. En este punto tiene razón Verón: a nivel macro la diferencia entre producción y reconocimiento sigue existiendo y seguirá haciendo que las mejores intenciones, la mayor inversión y las mejores ideas muchas veces fracasen. Lo cual no impugna el hecho de que las narrativas transmediáticas sean la mejor estrategia de producción de contenidos con la que se cuenta actualmente, porque al menos los mejores intentos buscan construir “colectivos de comunicación” dirigiéndose a comunidades que no conceptualizan consumidores pasivos sino cazadores furtivos y productores creativos de contenidos (Jenkins, 2009 [2006])⁷¹.

Dicho esto, conviene también aclarar que las narrativas transmedia no son ni pueden ser la base de un nuevo modelo de análisis comunicacional: muchos de los fenómenos actuales no son transmediáticos y quedarían sin su consideración. Un caso típico es, como vimos, el de *Chicas bondi*, proyecto comunicacional *ascendente*, típicamente contemporáneo. ¿Otro? *La gente anda diciendo*, un formato nacido en las redes que fue adoptado por muchas instituciones comunicacionales in-

70 En este sentido comparto lo señalado por Fachine, Moreira, Lima y Cavalcanti respecto a la televisión: “Entendemos a transmediación como un modelo de producción de la industria televisiva orientado para la distribución en distintos medios y plataformas tecnológicas de contenidos asociados entre sí cuya articulación depende de la participación del espectador” (2017: 361).

71 Es interesante observar que si bien Jenkins es un referente teórico de la convergencia en muchas ocasiones sus análisis, desde el que realizó de la comunidad de espectadores de *Survivor* (Jenkins, 2008 [2006]) al de lo acontecido con la apropiación de los fans en YouTube de la performance televisiva de Susan Boyle, (Jenkins, Ford y Green, 2014 [2013]), destacan más los procesos de divergencia que de convergencia.

cluyendo medios del diario *La Nación*. Y son sólo dos ejemplos de muchos más que se podrían citar (en Argentina, por ejemplo, no ha habido, en sentido estricto, muchos ejemplos de comunicación transmediática). Lo cual no niega, por supuesto, la posibilidad de que en los próximos años nos encontremos con muchos más.

Por otro lado la exposición que acabamos de realizar permite arribar a algunas conclusiones que presentan su especificidad. El análisis mostró la vigencia no sólo a nivel *macro* sino, también, a nivel *micro* de la noción circulación: los múltiples reconocimientos que desencadenó, en distintos niveles, *Chicas bondi*, que dieron origen a diferentes acciones y discursos, sólo se explican si fase tras fase estallan múltiples reconocimientos. Y si hay algo que el análisis también evidencia es la progresiva complejificación de las sociedades en que vivimos: los colectivos ya no sólo se producen a través de comunicaciones *descendentes*, sino también *ascendentes*. En la complejidad que las relaciones inter-sistémicas presentan es donde debemos, cada vez más, encontrar la especificidad mediática y comunicacional de las hipermediatizadas sociedades contemporáneas.

Figuras



Figura 1: Roman Jakobson

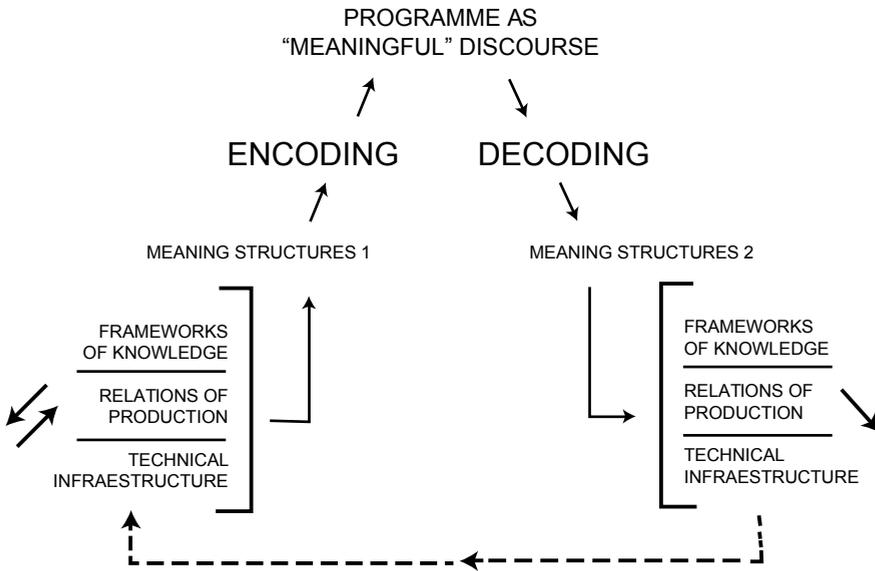


Figura 2. Encoding/decoding. Stuart Hall

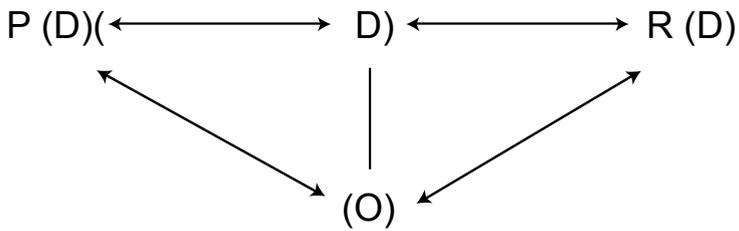


Figura 3. Doble triángulo de Eliseo Verón

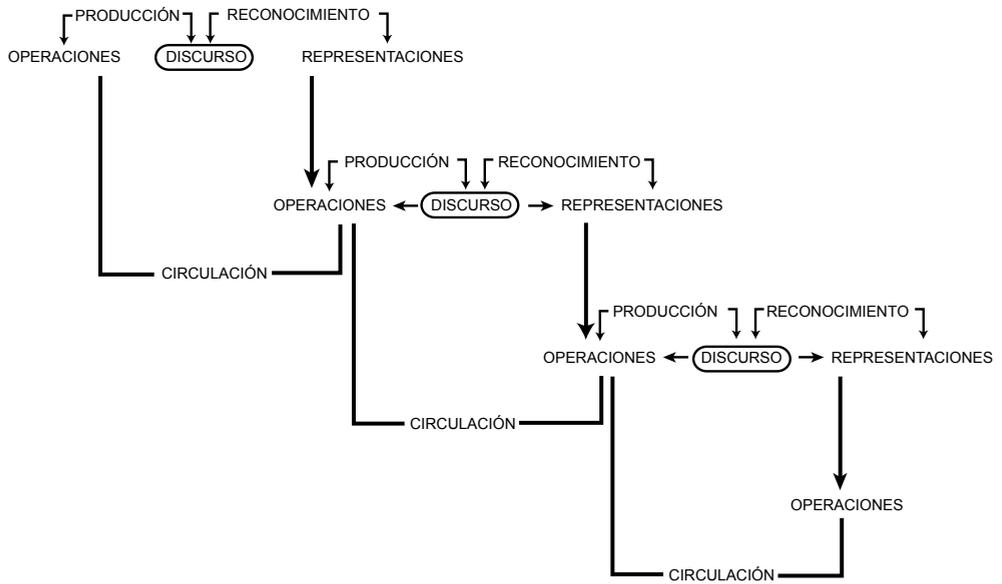


Figura 4. Trama de la semiosis