

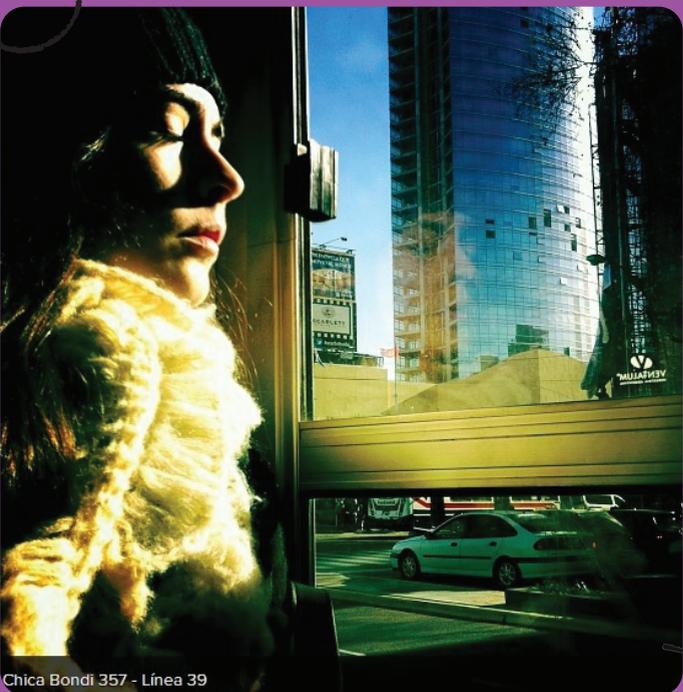
MARIO CARLÓN

CIRCULACIÓN DEL SENTIDO Y CONSTRUCCIÓN DE COLECTIVOS

EN UNA SOCIEDAD HIPERMEDIATIZADA

*Polaroid
Efecto "netro"*

*Colectivo de
seguidores*



Chica Bondi 357 - Línea 39

118

chicasbondi 34 sem
Chica Bondi 357 - *Fake, apropiación*

graceinrainbows 34 sem
Wow! Que genial foto!

klaurock_suicida
Nota sobre @chicasbondi en www.redusers.com/noticias/ *Análisis de la controversia*

chicasbondi 34 sem
@klaurock_suicida Si, la ley e intercambio de twitts con el autor *Diálogo con el "autor"*

manuelsosa
Que buena foto!!! *Reconocim. a la fotografía*

emy10003
Awesomeness!

mrburzum 34 sem
Que Buena fidelidad tiene este lente con Mucha luz! Hermosa imagen.

_shadow_dancer_ 34 sem
Por acá hay otro post también <http://www.teoylamaquinadeideas.com/2012/07/13/viernes-13-el-hombre-que-sigue-chicas-en-los-bondis-y-le-saca-fotos/>

Asesno a los medios masivos

*Lo fotografico
¿derecho a publicar?*

PRÓLOGO DE
ANTÔNIO FAUSTO NETO

CIRCULACION DEL SENTIDO Y
CONSTRUCCION DE COLECTIVOS

Universidad Nacional de San Luis

Rector: CPN Víctor A. Moriñigo

Vicerrector: Mg. Héctor Flores

Subsecretaría General de la UNSL

Lic. Jaquelina Nanclares

Nueva Editorial Universitaria

Avda. Ejército de los Andes 950

Tel. (+54) 0266-4424027 Int. 5197 / 5110

www.neu.unsl.edu.ar

E mail: neu@unsl.edu.ar

Prohibida la reproducción total o parcial de este material sin permiso
expreso de NEU



MARIO CARLÓN

CIRCULACION DEL SENTIDO Y
CONSTRUCCION DE COLECTIVOS

EN UNA SOCIEDAD HIPERMEDIATIZADA



Carlón, Mario

Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada / Mario Carlón. - 1ª ed. - San Luis: Nueva Editorial Universitaria - UNSL, 2020.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-733-240-7

1. Comunicación. 2. Semiótica. I. Título.

CDD 401.41

Nueva Editorial Universitaria

Coordinadora:

Lic. Jaquelina Nanclares

Director Administrativo

Tec. Omar Quinteros

Dpto. de Impresiones:

Sr. Sandro Gil

Dpto. de Diseño:

Tec. Enrique Silvage

Diseño de tapa: Silvina Simondet

Excepto donde se indica, los gráficos de este libro fueron realizados por Mario Carlón

Impreso en Argentina - Printed in Argentina

ISBN 978-987-733-240-7

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

© 2020 Nueva Editorial Universitaria

Avda. Ejército de los Andes 950 - 5700 San Luis

AGRADECIMIENTOS Y ACLARACIONES¹

Los tiempos del coronavirus no son fáciles. Una de los rubros que más lo está sufriendo es el editorial. Y junto con los editores nos encontramos los autores. No es tiempo de contacto físico, de la indicialidad, sino de las comunicaciones digitales. Como siempre, lo importante es enfrentar las dificultades y comprender las nuevas posibilidades. Por eso esta edición digital es una consecuencia lógica de los tiempos. Y, a su vez, el intento de iniciar un vínculo con nuevos lectores.

Comienzo mis agradecimientos reconociendo especialmente a la Universidad de San Luis y a la persona de Claudio Tomás Lobo, quien me ofreció esta posibilidad. Nombro también a Jackie Nanclares y Enrique Silvage de la NEU (Nueva Editorial Universitaria).

Por otra parte, este libro no se hubiera realizado sin la colaboración de instituciones, colegas y amigos. En el campo Académico la Facultad de Ciencias de Ciencias Sociales y en particular el Instituto Gino Germani, en el que hemos asentado nuestros sucesivos Proyectos de Investigación Ubacyt. Mi agradecimiento a la Directora, Carolina Mera. Igualmente a de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, en la que comenzamos con esta hermosa aventura intelectual que es la Cátedra de Semiótica de Redes. Mi reconocimiento a Glenn Postolski, Diego de Charras y Larisa Kejval. Y a mis colegas Damian Fraticelli y Ana Sli-movich, que abrazaron con entusiasmo la propuesta de trabajo que presenté a la Cátedra cuando comenzamos, en el verano de 2015-2016 que fue estudiar la circulación del sentido en una sociedad hipermediatizada y que han colaborado para que se convierta no sólo en un espacio de docencia, sino también de investigación. Extiendo ese reconocimiento también Rocío Rovner y Josefina de Mattei, quienes ya se encuentran

¹ “Agradecimientos y aclaraciones” se publican tal como fueron escritos en el mes de febrero de 2020. Solo se han introducido los primeros dos párrafos.

liderando investigaciones. Gracias también a Martina Jiménez, que estuvo con nosotros en el año inicial.

En el plano Internacional dos ambientes han sido de referencia para mí en estos años. Uno de ellos es el Centro Internacional de Semiótica y Comunicación (CISECO) con sede en Japaratinga (Brasil), que dedicó a los estudios sobre circulación dos Simposios Internacionales (en 2017 y 2018) que fueron un gran estímulo para el desarrollo de este libro. No puedo dejar de agradecer aquí a su Diretoria, a Antônio Fausto Neto, Laura Correias de Guimaraes, Pedro Russi, Paulo César Castro y Antônio Heberlê.

Semejante agradecimiento a la Universidad de Unisinos, en particular a la línea de investigación en Mediatizaciones, que me ha invitado a participar en sus Seminarios Internacionales de Investigaciones en Mediatizaciones y Procesos Sociales (2017, 2018, 2019). Especial agradecimiento para Pedro Gilberto Gomes, Antônio Fausto Neto, José Luiz Braga y Jairo Ferreira quienes además de grandes gestores son respetados colegas y amigos. El contacto anual con ellos y con su trabajo de excelencia ha sido para mí una constante fuente de inspiración.

Agradezco también al Grupo de Montevideo (AUGM) y a ABCiber de Brasil, que me invitaron a participar en paneles y a dictar conferencias. Y a la Universidad de Juiz da Fora, que me invitó a brindar una Seminario sobre estudios en mediatizaciones y de la circulación. Un afectuoso abrazo para Gabriela Borges, Soraya Ferreira y Eli Mortari.

No ha sido menos importante haber aprovechado invitaciones de Universidades de la Argentina que recibí en estos años. Agradezco especialmente al Doctorado de Semiótica de Córdoba, que me invitó a brindar un curso en 2017, al Posgrado de la Universidad de San Luis y de la Universidad de Corrientes. Aquí los nombres de Marité Dalmaso, Sandra Savoini Ferraro, Alicia Vaggione, Marcela Navarrete, Karina Parras, Claudio Tomás Lobo, Carlos Quinones, María Del Valle Ledesma, Romina Kippes, Fernando Irigaray y Anahí Lobato surgen inmediatamente.

Un especial agradecimiento a dos amigos. A Manuel Barrientos, quien vio un borrador de este libro y realizó valiosos comentarios y a Melchor Ernesto Figuerola, a quien consulté sobre cuestiones legales. A Maria Julia Giorgelli, a quien entrevisté. Y a Noe Manso, que realizó precisos comentarios.

Estos años dialogué con muchos investigadores, que se interesaron por mis textos, me propusieron intervenir en distintos espacios y enriquecieron mi visión. Cálido saludo a Roberto Igarza, histórico Director de la Colección Futuribles de Crujía. A André Lemos, Jose Luiz Aidar Prado, Yvana Fechine, Giovandro Ferreira, Lucrecia Escudero Chauvel, Silvia Ramírez Gelbes, Mariano Mestman y a Gastón Cingolani. Y también a Natalia Raimondo Anselmino, Eduardo Ruedell, Moisés Sbardeloto y Viviane Borelli.

Aunque parece un lugar común, este libro no sería lo que es, por sobre todo en sus virtudes, sin el aporte de los alumnos de grado y posgrado con los que compartí clases todos estos años. Muchos están reconocidos en estos trabajos. Otros en la página de la Cátedra Semiótica de Redes, donde hemos subido sus monografías. Y otros, aunque lo merecen, no están simplemente porque no hay lugar para todos. Me disculpo con ellos, pero espero sepan que he valorado sus investigaciones y comentarios.

Para terminar con los reconocimientos destaco rápidamente a Noelia Manso, que está realizando una importante investigación sobre los escraches, fenómeno clave de la circulación transversal. Y a Sol Alisaukas, Federico Fort, Nicolás Silva y Adrián Romero, David Taraborelli y Juan Pablo Sokil por su compromiso con estos estudios.

Finalmente, una aclaración. Al ocuparse este libro sobre actores/enunciadores, mediatizaciones y circulación, mucha bibliografía básica del campo aparece recurrentemente en distintos capítulos. Por eso aproveché la oportunidad para ubicarla al final en forma conjunta. Espero así evitar repeticiones y facilitar la tarea del lector.

Febrero 2020

INDICE

Prólogo: “Circulación contemporánea: trayectos, escenarios, horizontes”, por Antônio Fausto Neto	11
¿De qué trata este libro? Dos modos de circulación de la cultura contemporánea. Y cómo estudiarlos.	25
Deconstruyendo <i>Chicas Bondi</i> . Público/privado/intimo y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. (2014-2020).....	29
Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. La dimensión temporal. (2016)	65
Del poder de los enunciadores al poder de la circulación del sentido. Enunciadores hipermediáticos, dimensión espacial y procesos de la comunicación. (2017-2020)	97
La circulación transversal: desde “adentro hacia afuera” y desde “afuera hacia adentro” de los individuos, los colectivos y las instituciones sociales (2018).....	159
Circulación transversal y controversias en el caso de los canales educativos en Instagram y YouTube “Física en segundos” (2019)..	175
Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea (2017)	187
Uso de los términos: redes sociales mediáticas, medios individuales y medios colectivos	211
Bibliografía	214

CIRCULACION CONTEMPORÁNEA: TRAYECTOS, ESCENARIOS, HORIZONTES

Antônio Fausto Neto
Presidente de CISECO²

Esta obra cubre trayectos de estudios sobre circulación realizados en el contexto de instituciones de enseñanza y de investigación en semiótica y comunicación, particularmente, en Argentina y Brasil. Es resultado de diversas formas de intercambio y de interlocuciones y sus ecos y resultados se manifiestan también en los escritos publicados por CISECO, a lo largo de las dos primeras décadas del siglo actual. Reflexionan sobre fenómenos que emergen en un nuevo ambiente socio-comunicacional en el que las redes sociales mediáticas se destacan por habilitar el surgimiento de nuevos colectivos, de acuerdo a lo que el autor observa a lo largo de los capítulos. La circulación es el principal eje conceptual teniendo como interlocución una apropiación (creativa) de la obra de Eliseo Verón. Una de las características de este libro es que desarrolla un esfuerzo que lo diferencia de una simple aplicación de los conceptos formulados por el semiólogo argentino. Indicaciones sobre estas reflexiones se presentan en el Sumario de este libro en el que se entregan observaciones sobre la especificidad del diálogo sostenido en cada capítulo.

² CISECO (Centro Internacional de Semiótica y Comunicación) es un espacio académico fundado por Eliseo Verón y Antônio Fausto Neto que realizó su primer Simposio Internacional, denominado Pentálogo, en 2009 y que en 2019 llevó a cabo su décima edición. Junto a Universidad de Unisinos ha sido en esta última década un epicentro en el desarrollo de los nuevos estudios sobre circulación y mediatización.

Tanto las nociones circulación como sociedad hipermeditizada son desarrolladas en, al menos, tres de los cinco capítulos dedicados a la cultura contemporánea, a las complejas relaciones entre “nuevos” y “viejos” medios, a los efectos de la circulación en la transformación y el funcionamiento de los procesos de enunciación en el contexto de los nuevos medios, y a los flujos de la circulación transversal que afectan a las performances de los individuos, de los colectivos y de las instituciones. Este amplio universo de sub-temas y de ángulos abordados se apoya en una cuidadosa investigación en varios corpus estudiados. Más allá del aparato conceptual veroniano que opera como un metatexto sobre las elaboraciones del autor, se destacan sus contactos con un universo diverso de fuentes y de interlocuciones, cuyas pistas pueden ser valiosas para el avance de otras investigaciones sobre las cuestiones aquí presentadas.

Dos cuestiones contextualizan y, al mismo tiempo, singularizan a esta obra. Por un lado resulta evidente que en el libro se hace presente un ejercicio de carácter empírico-analítico que evidencia la centralidad de la problemática de la circulación del sentido como un concepto dinamizador de las cuestiones examinadas. Por otro lado llama la atención el hecho de que a lo largo de cada capítulo hay momentos específicos en los que los conceptos se tensionan en diálogo con los objetos de investigación. Estos movimientos son descriptos tan cuidadosamente que puede interpretarse que hay una cualidad que caracteriza al recurso metodológico que orientó su desenvolvimiento.

El libro contiene también análisis de distintos momentos de la circulación que permiten comprender los movimientos del autor para avanzar en sus estudios tanto en el contexto socio-comunicacional latinoamericano como argentino.

Hipótesis

La obra presenta una hipótesis que contempla el universo de las cuestiones examinadas. Según el autor vivimos en un nuevo ambiente

mediático en el que acontecen importantes transformaciones en diferentes procesos comunicacionales provocados por la circulación. Específicamente señala que la

“dinámica maquinística/social presente en los procesos de construcción social de colectivos que aquí hemos estudiado muestra que no vivimos solamente inmersos en las llamadas “burbujas” (Parissier, 2017) porque en ellos dominan otras lógicas. Todo el tiempo flujos de sentido viajan de las redes sociales a los medios masivos y de los medios masivos a las redes sociales con lógicas diferentes de las de las burbujas que pretenden atraparnos y mantenernos atentos sólo a ciertos medios, proyectos, comunidades”

Esta afirmación está en convergencia con formulaciones realizadas sobre la noción mediatización, cuando se recuerda que se organiza en torno a relaciones de discursos que se envuelven a instituciones, medios y actores sociales según complejas relaciones no lineales. Se trata de una dinámica engendrada por la circulación en la medida en que los polos de la comunicación se organizan en torno a complejos y diferenciados procesos de circulación del sentido.

Virtudes

Una de las virtudes de las reflexiones presentadas en este libro es que desplaza la problemática conceptual hacia el nivel del funcionamiento de los procesos de comunicacionales, como se lo demuestra muy bien en los casos estudiados. Describe, desde otros ángulos, las nuevas dinámicas que envuelven las transformaciones de los dispositivos institucionales y de los actores individuales en colectivos a partir de los cambios desarrollados por la circulación. Asimismo, destaca las características del funcionamiento de la circulación situándolas en nuevas dinámicas, de naturaleza ascendente, a través de las cuales un enunciadore del universo *amateur* desconocido generó un “colectivo de comunicación” despertando el interés de los medios masivos. El caso *Chicas bondi* es un ejemplo de comunicación ascendente porque invierte y amplifica de modo complejo la ruta de la comunicación masiva, al ir desde

los sistemas socio-individuales a los dispositivos socio-institucionales. O, dicho en otros términos, de flujos y operaciones enunciativas construidas a partir de los actores individuales hacia los colectivos y, luego, hacia las instituciones. En torno de este caso giran problemáticas de los demás capítulos en la medida en que, como expresa el autor, se constituye en un ejemplo extremo de un nuevo tipo de circulación, opuesto a los procesos de circulación descendentes característicos de la era de los medios masivos. En estas condiciones *el modelo analítico adoptado no se restringe a este caso, dado que la complejidad de su dinámica excede al caso*. Por sobre todo si se considera que la complejidad de sus flujos e interacciones configuran específicamente a la materialidad de lo que denomina sociedad hipermediatizada. En ella se manifiestan, en el contexto de una compleja interacción de medios, al menos tres tipos de circulación: 1) ascendente/descendente, cuya dinámica surge desde las redes y llega a los medios masivos, 2) descendente/ascendente, que se desplaza desde los medios hacia las redes y luego asciende a los medios masivos y 3) descendente/horizontal, que da cuenta de flujos mediáticos que llegan desde los medios masivos hacia las redes, que raras veces desaparecen sin dejar comentarios, respuestas o son compartidos. En este escenario la circulación inter-sistémica (ascendente/horizontal) comprende casos que pueden destacarse en las redes pero que no son retomados por los medios masivos. Otros dos aspectos son destacables de esta tipología: por un lado, su potencialidad para profundizar en el análisis de dinámicas que envuelven los procesos interaccionales en el contexto de una sociedad mediatizada. Y por otro lado, la singularidad a través de la cual se manifiesta la singularidad del fotógrafo enunciadore. Se trata de un personaje central del caso que se origina en 2011 a través de operaciones en las cuales se manifiestan marcas de creación de colectivos. El autor destaca también la problemática del enunciadore en esta nueva dinámica de la circulación. Se enmarca en la contribución de otros escritos socio-semióticos, especialmente de autores como Culioli, Traversa, Cingolani, que han contribuido en la articulación de perspectivas de funcionamiento discursivo con hipótesis sobre problemas que comprenden la problemática de la enunciación.

Ecos veronianos

En diversos momentos se hacen presentes ecos de reflexiones veronianas, especialmente sus escritos sobre circulación, que cubren un largo período de tiempo. Se recuperan algunas formulaciones básicas como la diferenciación entre producción y reconocimiento, procesos que son dinamizadas por actividades diferentes. La circulación surge como resultado de las diferencias activadas entre estos dos polos. Es una noción clave para que se comprendan complejos procesos de carácter no lineal de la producción del sentido.

Incidencias

Desplazándonos hacia otra problemática que incide sobre los diseños metodológicos que afectan la circulación en contextos mediatizados, destacamos observaciones sobre el caso estudiado, que tienen efectos sobre algunas estrategias de lectura de los materiales examinados. La complexificación de las condiciones de funcionamiento de la sociedad en mediatización tiene repercusión sobre la comprensión atribuida al estudio de los casos, en particular, los que son engendrados en este contexto. Llamamos la atención para las distinciones que afectan a las nociones de “caso mediático” de “caso midiatizado”. Sabemos que por un largo tiempo las lógicas que reinaron en el estudio de los “casos mediáticos” estuvieron asociadas a la naturaleza de los medios masivos y a su papel en el engendramiento enunciativo de acontecimientos, en los que tuvieron un rol central. Así como ecos de situaciones estudiadas presentan marcas de otros campos sociales, las inteligibilidades atribuidas a acontecimientos de investigación, dependían directamente de las performances de las operaciones mass mediáticas. Éstas tendrían influencia sobre la definición de los fenómenos alzados a condición de casos. Se trata de una postura comprensible si consideramos que los medios masivos gozaron en el contexto de la “sociedad de los medios” un protagonismo central en los procesos enunciativos de esta sociedad y cuya gestión de sus rutinas fue, por largo tiempo, organizada por lógicas y operaciones de cuño mediático. Investigaciones realizadas

confirman esta observación. En ese contexto, en el que los medios se destacaban como “enlaces de contacto” entre instituciones y actores sociales, las posibilidades de construcción del sentido reposaban en la especificidad de un trabajo gestado por la instancia mass mediática, en tanto lugar central de las articulaciones entre instituciones y actores sociales. La potencialidad de la circulación como lugar de articulación es, en este caso, subsumida por una dinámica en la que la producción de sentidos no pasaría por un complejo “conjunto de relaciones” sino por la acción unilateral de la maquina mediática. Es decir que las posibilidades de definición de una investigación desde el ángulo de estudio de los casos estaban afectadas por “encuadres” mediáticos enunciativos de acontecimientos. Estos aspectos eran definitorios para la caracterización y categorización del material analizado y su consecuente asociación con la noción de “caso mediático”. Sin embargo, esta noción es complejizada de acuerdo a las transformaciones que se producen sobre su estatus de acontecimiento en los cambios que se producen en la “sociedad de los medios” hacia los escenarios de una mediatización en proceso. En estos nuevos escenarios el acontecimiento es sometido a nuevas condiciones de producción, de acuerdo a dinámicas que revelan la presencia de nuevas matrices de producción de sentido. El acontecimiento escapa de las manos del sistema mediático y pasa a ser engendrado por nuevas lógicas, condiciones y dispositivos de producción, ya sean las instituciones o la esfera de los actores sociales. Sometido a nuevas reglas y temporalidades, el acontecimiento ingresa en la clasificación de “caso mediatizado”. En ellas depende menos de la centralidad de los medios en la medida en que pasa a regirse por otros procesos productivos, como los que se organizan en torno a la performance de la circulación. Es en ésta instancia en la que los sentidos se tejen en torno de relaciones de acuerdo a dinámicas que son, por naturaleza, no deterministas. De acuerdo a los efectos de estos nuevos desplazamientos los procesos circulatorios generan sentidos apartados de la naturaleza centralizadora de los medios e ingresan en nuevos circuitos de producción de naturaleza no secuencial. Una nueva maquinaria enunciativa los teje y una de las consecuencias de esta nueva actividad es la transformación

de las “multitudes solitarias” en colectivos sometidos a varias segmentaciones.

Las reflexiones presentadas en este libro convergen en la presentación de los materiales estudiados con la noción de “caso mediatizado” a la luz de los aportes de la circulación. Para ello *dialoga metodológicamente con los diagramas veronianos puntualizando fases y recuperando su potencia para desarrollar procesos observacionales sobre el “corpus” estudiado*. Uno de los efectos de estas observaciones es que recupera preocupaciones y observaciones realizadas por Verón pero que no fueron profundizadas por él ni por otros autores. Es lo que sucede con el proceso que denomina *circulación transversal*, que no se volvió un campo de investigación pero que a partir de la transformación contemporánea por la cual cada individuo administra su propio medio de comunicación, cambió de escala y se ha vuelto muy importante. La circulación transversal es estudiada cuando son descriptos flujos enunciativos diversos desde “dentro hacia afuera” y desde “afuera hacia dentro” entre los individuos, los colectivos y las instituciones sociales. Remite a los entrelazamientos de campos y prácticas discursivas afectadas por operaciones técnico-mediáticas que son engendradoras de procesos circulatorios. El análisis destaca entrelazamientos entre varios sistemas – desde los institucionales a los actores sociales – posibilitando la percepción de mecanismos y de operaciones de acoplamiento inter-sistémicos que se vinculan en torno de interfaces y de enlaces de naturaleza discontinua.

Efectos

El caso *Chicas bondi* suscita, de acuerdo a lo que el autor destaca, reflexiones sobre los efectos de complejas transacciones entre las nociones de público, privado e íntimo. De acuerdo a los discursos que enuncian en el corpus analizado, esos efectos se deben al desplazamiento del caso de una esfera mediática hacia complejas interfaces inter e intra-sistémicas, de acuerdo a lógicas y dinámicas de nuevos circuitos de sentido. Como anteriormente destacamos en décadas pasadas los efec-

tos de los medios generaban preocupaciones de las cuales se ocupaban legisladores, instituciones educativas y de investigación. Y colectivos diversos, incluso, “aglomeraciones momentáneas”. En nuestra contemporaneidad se observa que la sociedad se ocupa en sus conversaciones sobre los medios destacando aspectos de sus nuevas arquitecturas, especialmente el potencial de las nuevas tecnologías, sus condiciones de acceso, etcétera. Por otro lado, se ignoran cuestiones relativas a las condiciones de producción de las discursividades, como las que envuelven a la circulación del sentido, las nuevas formas de producción de actos enunciativos, la naturaleza de los nuevos enunciadores y la constitución de nuevos colectivos como operadores. Cuestiones, entre otras, que apuntan a la complejidad de los horizontes en los que se engendra la organización social y sus patrones de referencia, que se encuentran permeados por mandatos de la mediatización en tanto *nueva forma de ser del mundo* (Gomes, 2018). Reflexiones sobre estas problemáticas que son suscitadas por el libro están atravesadas por *feedbacks* complejos engendrados por la actual actividad circulatoria. Y se observa también la erosión de las estructuras de mediación en tanto productoras de referencias así como el surgimiento de otras dinámicas interaccionales que llaman la atención hacia la singularidad de la emergencia y las performances de los nuevos colectivos, en términos de producción de sentido. Si, por largo tiempo, los actores se encontraron limitados en el universo de las “multitudes solitarias” hoy van más allá de esas fronteras hacia nuevos emprendimientos enunciativos, muchos de ellos por su propia cuenta y riesgo.

Pedidos de atención

El libro propone en su “contrato de lectura” algunos pedidos de atención al lector en relación con la especificidad del funcionamiento de las prácticas comunicacionales y sus posibilidades de producción de sentido, de acuerdo a cómo son agenciadas por las nuevas dinámicas de circulación que se generan en el nuevo contexto de mediatización en

proceso. Así brinda pistas para el desenvolvimiento de las investigaciones y, particularmente, para discusiones académicas sobre la circulación transversal.

Trayectos de investigadores son recordados como momentos en los que surgieron conceptos sobre las transformaciones que ocurren en el escenario comunicacional. Destacamos tiempos más remotos cuando se desencadenaron ejes de investigación latino-americana sobre los conceptos de mediatización y circulación. Varios factores hicieron que algunas construcciones estuvieran alejadas de las vertientes funcionalistas que estudiaban los efectos de la comunicación masiva sobre el tejido social. En el camino opuesto a la *research communication* aparecieron otras hipótesis sobre los efectos, que desarrollaron otras miradas. También en contra mano de nociones desarrolladas en la literatura europea sobre mediatización, de inspiración institucionalista, la investigación latino-americana – distante de viejos enfoques sobre función y efectos – transitó otros caminos y sus resultados aparecieron seminalmente, en revistas de entidades científicas y en seminarios académicos, como fue el caso de los primeros escritos de Verón (1986, 1987) en el fin del siglo pasado. Sus repercusiones parecen ser más duraderas en la medida en que inspiraron el surgimiento de formatos de estudio sensibles a los nuevos escenarios emergentes sobre la mediatización y sus formas de manifestarse en la organización social. Nuevas matrices refutan nociones, como la de acción social, generada por los estudios funcionalistas, que explicaron el proceso comunicacional estructurado por una dinámica continua fundada desde una perspectiva determinista. De acuerdo a esta perspectiva las relaciones entre medios y sociedad pasaron a ser conceptualizadas atendiendo a su complejidad. La cuestión del sentido pasó a ser vista como “dinámicas de relaciones” que tomaban distancia de toda concepción sobre la producción del sentido que partiera de la idea de un “significado unificado”. Desarticulaciones entre “gramáticas” y “lógicas”, entre las situaciones de producción y de reconocimiento de los discursos, pasan a llamar la atención en un modelo de comunicación que opera por discontinuidades y, por lo tanto, por inevi-

tables asimetrías en términos de sentido. La noción de circulación, en tanto estructura y funcionamiento, aparece asociada a esta arquitectura y sus dinámicas.

Este concepto hizo un largo trayecto, desde sus primeras elaboraciones en el ámbito de la “sociedad de los medios”, quedando en una “zona muerta” dado que sus propiedades eran desconocidas. O también apenas como un enlace intermediario, como cuando es conceptualizado como una dinámica articuladora envolviendo ámbitos de producción de mensajes sin que los elementos de esta dinámica fueran descriptos. La potencia de este lugar era designada tal vez por los efectos de la Teoría de la Acción Social y sus lógicas, que inspiró por largo tiempo la investigación en el campo mediático. Esta perspectiva desconocería la configuración relacional entre producción y recepción en la circulación. Circunscribiéndola, apenas, a una instancia física, quedaría como una “zona de pasaje” sin potencialidad para generar intercambialidades entre los dos polos. En consecuencia, se atribuyó a la relación entre producción y recepción una realidad contigua, de acuerdo a la cual sus dinámicas singulares no podrían ser captadas ni descriptas, según las lógicas que diferencian sus discontinuidades.

Otras hipótesis que aparecen en años más recientes sitúan a la circulación como resultado de una compleja relación que reuniría, en términos de diferencias, productores y receptores de discursos, y que se establecería en torno de inevitables intercambios de *feedbacks* complejos, provocados por relaciones asimétricas. Cuando se contactan, los procesos enunciativos a partir de los cuales los discursos se generan, se alimentan de lógicas distintas. Si antes aparecía como “zona de pasaje” o “enlace intermediario”, en el contexto de la mediatización en curso la circulación engendra y pone en funcionamiento procesos de acoplamiento y de interpenetraciones entre sistemas diversos, reformulando dinámicas que afectan las prácticas y sus efectos, en términos de producción de sentido. Tal vez sea excesivo decir que la circulación se distingue a partir de una topografía propia. Posiblemente, sea más factible admitir que marcas de sus dinámicas afectan la naturaleza y el

funcionamiento de los campos sociales, generando vía circuitos técnico discursivos efectos radiales. En estas condiciones – de acuerdo con hipótesis que recuerdan la dinámica de la mediatización como generadoras de actividades que afectan transversalmente todas las prácticas sociales – sería posible admitir que el funcionamiento de la circulación impone trazos más visibles de su existencia a la organización social. Por ejemplo, los efectos de la circulación como revolución del acceso (Verón, 2013) transforman a Internet en un complejo dispositivo, en algunas circunstancias, un verdadero campo de batalla - como cuando observamos su transformación en un ambiente de disputas de sentido activado por prácticas socio-discursivas de naturaleza variada. Este modelo sirve para examinar la desarticulación de naturaleza macro-estructural en las condiciones que envuelven la construcción y el funcionamiento de los discursos sociales, específicamente las relaciones entre producción y recepción. La circulación despunta en el escenario de la mediatización como un fenómeno que da nuevas pistas para pensar su funcionamiento.

El análisis que se realiza a lo largo de los capítulos de este libro destaca las transformaciones que la circulación manifiesta en el contexto contemporáneo, por lo tanto presenta algo singular, dado que los ángulos examinados no podrían haber existido anteriormente. Es una obra que está en convergencia con el presupuesto acorde con el cual las posibilidades de los estudios sobre mediatización y circulación parten de “epistemologías no deterministas”.

Hay una convergencia entre escuelas epistemológicas y los trabajos sobre los materiales de acuerdo a ángulos que merecen ser destacados. Señalamos la convergencia entre esquemas analíticos aquí definidos y aquellos formulados por Verón. Especialmente las dinámicas entre instituciones, medios y actores individuales, cuya lectura llama la atención respecto de la naturaleza de *feedbacks* complejos sobre el funcionamiento social. El esquema conceptual dialoga también con los textos de Verón publicados recientemente (en 2007 y 2013), en los que a partir de la noción “semiótica abierta” avanza con la noción de desfase entre

productores y receptores de discursos en diálogo con las nociones de sistemas sociales y socio-individuales, mediante interpenetraciones que se engendran en torno de diferencias debido a las lógicas a partir de las cuales se organizan las interacciones. Tratase de una articulación que, sin embargo, se encuentra permeada por las singularidades y las diferencias de las lógicas que la organizarían.

¿Indicios? ¿Hipótesis?

En las páginas finales del artículo sobre *Chicas bondi*, el autor retoma *cuestiones* que parecen reunir indicios a ser retomados en nuevas investigaciones. A partir del examen del proyecto fotográfico del “usuario común” destaca la atención de sus efectos en tanto “una re-escritura sobre público/privado/íntimo”. El caso suscita manifestaciones desde varios campos, tematizando cuestiones como la intervención de una persona sobre la esfera pública, sobre lo privado o de acuerdo a operaciones de toma de imágenes sin la anuencia de las jóvenes que son objeto de la captura fotográfica. Esta cuestión conduce a puntos conflictivos como el derecho a la imagen, la libertad de expresión o la circulación discursiva, entre otros. Esta retoma final lleva a recordar que la elección de este objeto está asociada a la importancia de factores directamente vinculados al cambio de las condiciones de circulación discursiva en la mediatización contemporánea. También acentúa la percepción de que los elementos vistos hasta aquí despiertan preguntas, algunas posiblemente ya respondidas en la investigación. Particularmente cuando interroga qué significa el ingreso de personajes del mundo de los “colectivos”, a través de un fotógrafo, en la esfera pública de la enunciación mediática, a través de la apropiación y puesta en circulación de fotografías de mujeres jóvenes en los transportes públicos de la ciudad de Buenos Aires. ¿Cómo un usuario común y anónimo construyó un colectivo? ¿Qué nos dice este caso acerca de cómo debemos llevar adelante el análisis de los medios y de la circulación del sentido en el contexto de la mediatización actual?

Algunas hipótesis lanzadas en este trabajo encuentran en el análisis desarrollado respuestas a las preguntas sobre los efectos de vivir en sociedades hipermediatizadas: es la proliferación de nuevos medios, como dispositivos portátiles, y la propia movilidad de los actores sociales en el espacio de las redes, la que posibilita cambios definitivos en la circulación discursiva *respecto* de los períodos moderno y posmoderno. Uno de los fenómenos que desencadenan ese cambio es el hecho de que los “sujetos pasaron de la situación de reconocimiento (frente a los discursos mediáticos) a situarse en condiciones de producción”.

Sus conclusiones valorizan fragmentos de otras interpretaciones. Especialmente, la potencia de algunos conceptos en los que residen posibilidades desafiantes para explicar los efectos de la mediatización sobre las nociones de público, privado e íntimo. Niveles de observación sobre los flujos de acoplamientos enunciativos emitidos en diferentes circuitos, por diferentes actores, destacan posibilidades de profundización en futuras agendas de investigación, de acuerdo a la reflexión del autor de llamar la atención sobre los efectos de la nueva arquitectura de la circulación: “vivimos en una era contemporánea, en la cual lo público, lo íntimo y lo privado están entrando, como no podía ser de otro modo, en una nueva interpenetración”.

Tal vez se puedan financiar investigaciones en las que se puedan buscar nuevas respuestas sobre el “ascenso” de los sujetos en su condición de colectivos. Especialmente, ante la circunstancia de que “cada uno administra su propio medio de comunicación, ya sea en las redes sociales o en las redes de medios”. *Estamos ante el rastro de operaciones de circulación que se manifiestan como la propia realidad mediatizada.*

REFERENCIAS

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: JANOTTI JR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (orgs). *Mediação & Mdiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: COMPÓS, 2012.

CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: EDUFAL, 2017.

FAUSTO NETO, Antônio. Política entre ações comunicativas e Circulações Disruptivas. In: *Rizoma*, v.7, n.2, 2019. Disponível em <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/14481/8647> Acesso em 26/04/2020.

FAUSTO NETO, Antônio . Circulação- Trajetos conceituais In: RIZOMA .v.6.n.2 ,2018. Santa Cruz EDUNISC .

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos e conceitos. In: *Rizoma*, v.6, n.2, julho-dezembro/2018. Disponível em <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/13004> Acesso em 27/01/2019.

GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: UNISINOS, 2017.

VERÓN, Eliseo. *La Semiosis Social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa Editorial, 1996.

VERON, Eliseo. *La Sémiotique Ouverte*. Paris. Hermes. 2007.

VERÓN, Eliseo. *La semioses social, 2. Ideas, Momentos, Interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. In: Publicado na *Revista Diálogos de la Comunicación*, n.48, Lima: Felafacs, Outubro/1997. Disponível em: https://comycult.files.wordpress.com/2014/04/veron_esquema_para_el_analisis_de_la_mediatizacion.pdf. Acesso em 25/03/2015. 10 pp.

VERON, Eliseo .Semiosis de lo ideológico y del poder ; La mediatizacion. Cursos y conferências. Universidade de Buenos Aires. Bs. Aires. 1986.

WESCHENFELDER, Aline. *Manifestações da midiatização - transformação dos atores sociais em produção e recepção: o caso Camila Coelho*. Tese (doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, 2019. 243 f.

¿DE QUÉ TRATA ESTE LIBRO? DOS MODOS DE CIRCULACION EN LA CULTURA CONTEMPORÁNEA Y CÓMO ESTUDIARLOS

El primer texto es una re-escritura de “Público/Privado/Íntimo: el caso *Chicas bondi* y el conflicto entre el derecho a la imagen y la libertad de expresión en la circulación contemporánea” (Carlón, 2015a). La versión que aquí se presenta es una expansión y, también, una revisión de mi punto de vista. Espero sea mejor que el original.

El segundo, “Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. La dimensión temporal” (Carlón, 2016b), se publica sin modificaciones, excepto que se agregó un ítem, “La circulación hipermediática según su dirección comunicacional: una tipología mínima”, que apareció en un artículo dedicado al análisis espacial (Carlón, 2017a). Realicé esa operación porque introduce una tipología de la circulación temporal a partir de resultados de estudios de múltiples casos y entiendo que este reordenamiento facilita la tarea del lector.

El tercero, “Del poder de los enunciadores al poder del sentido. Enunciadores hipermediáticos, dimensión espacial y procesos de la comunicación”, es el más extenso. Es consecuencia de una re-escritura llevada a cabo a lo largo de los últimos dos años de “La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial)” (Carlón, 2017a). Mientras re-escribía ese artículo produce otros y el resultado final es un texto específico incorporado en este libro que cumple el propósito original, la presentación de un dispositivo para el análisis espacial, pero se expande también en otras direcciones, como la distinción entre el poder de los enunciadores y el poder del sentido hasta que, finalmente, esta cuestión se convierte en un tema central.

“La circulación transversal: desde “adentro hacia afuera” y desde “afuera hacia adentro” de los individuos, los colectivos y las instituciones sociales”, que identifica un nuevo campo de investigación para los estudios sobre circulación y sistematiza algunos resultados alcanzados en relación con una de las principales preguntas que me formulé en estos años, que es *cómo se generan los colectivos en una sociedad hipermediatizada*, se publica aquí con pocas modificaciones (Carlón, 2018b). Principalmente pasé las referencias a las nociones redes sociales mediáticas, medios individuales y medios colectivos que estaban en este capítulo a pie de página a la sección texto “Uso de los términos”, porque son conceptos utilizados a lo largo del libro.

El artículo siguiente, “Circulación transversal y controversias en el caso del canal de YouTube ‘Física en segundos’” fue presentado en el X Pentálogo de Ciseco (2019) y se incluye aquí porque es el análisis de un caso específico de circulación transversal. La investigación no está concluida, pero consideré que constituye una buena ilustración de lo que focaliza este tipo de examen.

“Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea” es resultado de una intervención en el Primer Simposio Internacional de Pesquisas em Midiatizacao e Processos Sociais desarrollado en 2016. Como se puede apreciar en la primera parte está marcado por la presencia en ese espacio de un destacado miembro de la corriente en investigación en mediatizaciones nórdica, Stig Hjarvard. Se publica sin modificaciones.

En cuanto al significado de este libro tengo mi opinión, pero como su tema es la circulación, que es un proceso que va más allá de las intenciones e interpretaciones del autor, es prudente ser mesurado.

Lo primero que deseo decir es que fue escrito en un contexto específico. El gobierno de Mauricio Macri. La consolidación de la articulación entre *smartphones* y el sistema de medios de base en Internet. Y en el marco de la irrupción de #NiUnamenos, el más importante movimiento de género de la historia Argentina. A veces este contexto es

evidente, otras no. Pero todos estos factores siempre están presentes y constituyen, en la medida en que puede identificarlas este autor, las “condiciones de producción”.

En cuanto a sus contenidos quienes intuyen que es un libro “de semiótica”, si por esa denominación entienden que está dedicado al discurso y la significación, se equivocan. Circulación no es significación. Lo que encontrarán en este libro es mucho más una “semiótica de la (in) comunicación” que de la significación.

Si interpretan que es un libro “de comunicación”, que parte del análisis de macro-estructuras sociales para dar cuenta de sus efectos en nuestra contemporaneidad, también se equivocan. Porque la circulación que aquí se estudia es ante todo un *proceso no lineal que puede establecer cualquier enunciador*.

Si creen que es un libro sobre “los medios”, sus efectos y su crisis, también se equivocan. Porque los medios son estudiados, pero de acuerdo a su rol en sistemas mediáticos en sociedades hipermediatizadas. Y además no se los privilegia por sobre otros enunciadores, como los individuos *amateurs*, los colectivos y los *fakes*.

Finalmente, si presuponen que es un libro sobre los “actores sociales” que parte de una concepción no semiotizada de los enunciadores, también se equivocan. Porque los enunciadores de los que se ocupa son *signos* ubicados siempre espacio-temporalmente en la red semiótica, ahora hipermediatizada.

¿De qué trata entonces este libro? Es sobre la circulación del sentido en una sociedad hipermediatizada, que distingue *dos grandes modos, el vertical-horizontal y el transversal*. Ambos construyen momento a momento a la cultura contemporánea. Es también un libro teórico-metodológico que propone un dispositivo analítico para estudiar la circulación en su dimensión temporal (diacrónica) y espacial. Y es además sobre los nuevos modos de construcción de colectivos sociales a través de específicos procesos de mediatización y circulación.

En otras palabras: es un intento de acercamiento a los nuevos desafíos que, más allá de la modernidad y la posmodernidad, nos obliga a enfrentar nuestra contemporaneidad. Un momento de crisis y de cambio en el que los saberes conocidos siguen siendo útiles, pero sólo si nos atrevemos a ponerlos a trabajar en nuevas articulaciones, en función de nuevos objetos de investigación.

Buenos Aires, 13 de febrero de 2020.

DECONSTRUYENDO CHICAS BONDI.
PÚBLICO/PRIVADO/ÍNTIMO Y
EL CONFLICTO ENTRE DERECHO A LA IMAGEN
Y LA LIBERTAD DE EXPRESION
EN LA CIRCULACION CONTEMPORÁNEA

“Lo terrible es hasta qué punto ya no se puede decir nada...Nietzsche, Schopenauer y Spinoza ya no serían aceptados hoy. Lo políticamente correcto, con la magnitud que ha adquirido, hace inaceptable casi toda la filosofía occidental. Hay cada vez más cosas sobre las que es casi imposible pensar. Es aterrador”

Michel Houellebecq (2009 [2011]: 187)

“Una obra de arte no tiene sexo. El sexo del artista no determina el género de una obra, que puede ser uno u otro o múltiples versiones del mismo”.

Siri Hustvedt (2017 [2016]: 26)

1. Dos narrativas sobre la historia de lo público, lo privado y lo íntimo

Como otras dimensiones de la vida social lo público, lo privado y lo íntimo han sufrido modificaciones a lo largo del tiempo. No sólo ha mutado la forma en que las hemos experimentado y conceptualizado en distintos momentos históricos, también han cambiado las relaciones que en cada período establecieron entre sí.

Esta larga y compleja historia ha sido narrada de diferentes modos. A veces como una *crisis progresiva de lo público* (que aparentemente

resplandeció en el siglo XVIII - Sennet, 2001 [1974])) debido a la emergencia irrefrenable de lo íntimo y lo privado que produjo la aparición de la familia, el individualismo moderno y un nuevo régimen de búsqueda personal y de autenticidad. Otras como una *crisis (o fin) de lo privado y lo íntimo* dado que se evaluó, por sobre todo a partir de la posmodernidad, que los sujetos no dejaron nada de su vida íntima sin revelar: sólo bastó con que adelante les pusieran alguna cámara o micrófono. Entre ambos relatos, que construyen polos opuestos pero complementarios de una situación que debido al cambio que estamos viviendo en la circulación discursiva ha alcanzado actualmente una nueva complejidad, nuestro propósito es detenernos en un proyecto (post) fotográfico de carácter marginal, *Chicas bondi*, generado en Internet por un “usuario” común. Varios aspectos concentran nuestra atención.

Uno de ellos es que *Chicas Bondi* desencadenó una discusión clave porque se consideró que al tomar sin consentimiento fotografías de mujeres jóvenes en transportes públicos y luego publicarlas en la red realizaba una violación al derecho a la imagen y la privacidad. Esta consideración se produjo tras la denuncia de la organización *Hollaback Buenos Aires*, un movimiento internacional que lucha contra el acoso callejero, cuando el Centro de Protección de Datos Personales de la Ciudad de Buenos Aires (en adelante CPDP) realizó un dictamen sobre *el derecho a la imagen en la vía pública y sobre el derecho a publicar*.

Nuestro principal interés reside en que el caso *Chicas bondi* y la polémica que alrededor de él se desencadenó permite formular una serie de preguntas cruciales para comprender y pensar el momento actual: ¿se viola hoy la intimidad de alguien al tomar su imagen en la vía pública y luego hacerla circular? La condena que recibió *Chicas bondi* ¿no implica una censura a la libertad de expresión y de publicar? ¿La mirada condenada expresaba sólo al individuo o era supraindividual, es decir, de un sujeto social? ¿Puso en juego *Chicas bondi* una mirada estereotipada de las mujeres que circulan en los transportes públicos de la ciudad? ¿Tiene *Chicas Bondi* valor cultural? ¿Es un proyecto machista acosador de mujeres? ¿Cómo se articulan la cuestión de género y

de poder con las nuevas condiciones de producción, publicación y distribución discursiva contemporáneas, caracterizadas por la digitalización, la convergencia y la portabilidad? El organismo público ¿hubiera actuado igual si en vez de un usuario común el enunciador hubiera sido un poderoso medio masivo? ¿Cómo logró un ‘usuario’ común anónimo construir un colectivo? ¿Qué nos dice *Chicas bondi* acerca de cómo debemos llevar adelante el análisis de los medios y de la circulación del sentido hoy? ¿Debemos seguir partiendo de enunciadores institucionales o poderosos y de macro-estructuras sociales o tenemos que empezar a focalizar también a otros enunciadores? ¿Y cómo hacerlo? ¿Se distinguen *Chicas Bondi* y el debate sobre lo público, lo privado y lo íntimo que desencadenó de otros fenómenos mediáticos característicos de la modernidad y posmodernidad?

Como se advierte el menú a discutir es amplio y variado. Como estamos convencidos de que *Chicas bondi* no podría haber existido antes de la consolidación de Internet y del cambio en las *condiciones de circulación discursiva* que caracterizan a la contemporánea era actual vamos a comenzar realizando una breve síntesis de los principales rasgos que definieron a la circulación discursiva en las eras moderna y posmoderna, en las que lo público, lo íntimo y lo privado se manifestaron de modo singular. Luego, a partir del caso *Chicas bondi* presentaremos, aunque sea de manera muy esquemática, nuestras tesis sobre la circulación discursiva contemporánea, en la que el proyecto se desplegó generando, como adelantamos, una específica polémica sobre el derecho a la imagen y a publicar.

2. Lo público, lo privado y lo íntimo en las condiciones de circulación discursiva moderna y posmoderna

Ya señalamos que uno de los principales relatos de Occidente narra como característica singular de las eras moderna y posmoderna la emergencia de lo privado y lo íntimo y el declive progresivo de lo público (Sennet, 2001 [1974]). Este proceso está íntimamente vinculado al desarrollo de la familia y la individualidad, y a la emergencia y

consolidación del orden burgués³, en el que avanzan los procesos de intimidad, domesticidad y confort (Rybczynski, 2009 [1986]) gracias, por ejemplo, a innovadores desarrollos arquitectónicos en el seno del hogar (como la aparición de habitaciones privadas en el siglo XVIII, que habilitaron nuevas vivencias de la intimidad y la privacidad). La indagación de la individualidad se despliega en la modernidad a la par de una nueva mediatización que, como siempre, alteró la experiencia social del tiempo y del espacio, tanto en la producción como en la recepción de discursos verbales, visuales y audiovisuales. Si en el campo de la producción de imágenes antecedentes relevantes pueden identificarse desde la emergencia de géneros como el autorretrato⁴ (a través de lenguajes como la pintura de caballete) el desarrollo de la subjetividad como fenómeno expandido en el campo de la producción escrita estallarà tras su desarrollo inicial en el siglo XVIII en el siglo XIX gracias a géneros escriturales como la narrativa epistolar, la autobiografía y las confesiones, que permitieron nuevas expresiones del “yo” (a lo cual hay que sumar el desarrollo de un nuevo mercado de objetos de Arte que caracterizó a este período). En cuanto a lo escritural la carta y el sistema postal ocuparon, junto al libro, un lugar relevante en una era en la que los individuos se dedicaron, gracias a estos medios y dispositivos, a explorar su interioridad.

La emergencia y consolidación del Sistema de Medios Masivos entre los siglos XIX y XX apoyado en la distribución *broadcast* construyó

3 En la Edad Media, por ejemplo, la casa era un espacio público (Rybczynski, 2009 [1986]). Recién en los Países Bajos en el siglo XVII surgen la domesticidad y la intimidad, que van a tener múltiples consecuencias en la vida social. Es un fenómeno que emerge acompañado por otros procesos acontecidos en los Países Bajos, como la restricción de sirvientes en el hogar, la educación pública y la emergencia de la familia moderna (momento en que los chicos empiezan a pasar tiempo en el hogar). Este proceso tuvo múltiples influencias: por ejemplo, hasta el siglo XVIII era pública veinticuatro horas al día la figura del Rey, quien no tenía espacios privados ni intimidad. Recién en el siglo XVIII se modifica Versalles y las prácticas, proceso impulsado según Rybczynski por Madame Pompadour.

4 Un síntoma de lo que estamos diciendo es el proceso de emergencia de la figura de artista desde el Renacimiento, actante definido por la individualidad, que antes que en otras áreas se desarrolló en las artes visuales (Shiner, 2004 [2001]). Al respecto también puede consultarse, entre mucha bibliografía: *El nacimiento del individuo en el arte*, Focrouelle, Legros y Todorv, (2006 [2005]).

a partir del siglo XIX un nuevo espacio público que fue tan dominante como profundas las resistencias que generó (al respecto basta con revisar, aunque sea someramente, la historia del Arte, la filosofía y la teoría política y de los medios en el siglo XX⁵). Los medios masivos permitieron a pocos, principalmente profesionales, hacerle llegar sus discursos a muchos. Desde la dimensión del poder esos discursos tuvieron principalmente una dirección: “desde arriba hacia abajo”, descendente (*top down*). Los estudios sobre comunicación en el siglo XX debatieron interminablemente sobre el estatuto de quienes, en esta situación asimétrica, los recibían (decimos asimétrica porque los receptores se encontraban privados, en iguales condiciones, de hacer circular sus propios discursos). Así un tema principal, como sintetizó Daniel Dayan (1994: 16) fue si los “receptores” eran “víctimas” o “resistentes”. En este escenario la rígida división entre lo público y lo privado que caracterizó a la modernidad se mantuvo en los medios masivos durante buena parte del siglo XX (aunque cada tanto un ejemplo desviante estallaba en los parlantes y en las pantallas: alguien “encontraba” a su hermano de quien había sido separado al nacer y la intimidad estallaba; alguien se quebraba en el momento menos esperado; alguien realizaba la pregunta que no debía hacer y otro respondía también lo que no debía; etcétera). Pero de a poco esta situación fue cambiando. El rígido muro que separaba lo público de lo privado y lo íntimo que día a día venía fisurándose terminó de ceder, según muchos, en la posmodernidad⁶. El desbordamiento de la represa de contención coincide con el momento en el que desde la teoría de las mediatizaciones se identificó que las sociedades pasaron de ser mediáticas (es decir, modernas) a *mediatizadas* (o sea, posmodernas -

5 En el campo específico del análisis de los medios pocas dudas quedan al respecto. Un ejemplo: en el extenso y detallado análisis con que abre *Una filosofía del arte de masas* Noël Carroll (2002 [1998]) distingue filósofos que han tenido una actitud “celebratoria” frente a la cultura de masas de los “resistentes”. Mientras la lista de los celebratorios se reduce a Walter Benjamin y Marshall McLuhan, la de los resistentes incluye a Dwight MacDonald, Clement Greenberg, Theodor Adorno, R. G. Collingwood. Y sabemos que podría haber incluido a muchos más.

6 Este rasgo, especialmente destacado en los análisis posmodernos, en los que se puso el acento en que se estaba viviendo una nueva etapa de hedonismo e individualismo (Lipovetsky, 1994 [1983]), fue paralelo a una crisis cada vez mayor del orden moderno que distinguía, con cierta rigidez, lo público de lo privado y lo íntimo y, también, el tiempo del trabajo del tiempo del ocio.

Verón, 2001 [1984], 1995 [1986]), hecho que se debió a que *las prácticas sociales se organizaron cada vez más en función del desempeño de los medios*. A partir de ahí las críticas que los medios masivos recibían desde la modernidad crecieron aún más (un claro ejemplo es la lectura de Umberto Eco (1994 [1983]) de la transmisión de la boda entre el Príncipe Carlos y Lady Diana, tan distinta de la que había realizado de otra boda, la de Grace Kelly y el Príncipe Rainiero treinta años atrás (Eco, 1984 [1962]). En la posmodernidad crecieron los *talk shows*, la llamada “televisión basura” y los *realities shows*. Relatos de experiencias íntimas y privadas sospechosamente ornamentadas inundaron los medios masivos y se pusieron de moda. Y pronto no sólo las *celebrities* expusieron en los medios masivos su privacidad e intimidad: cada vez más el ciudadano común encontró en estos medios un amplificador para contar sus sentimientos y develar lo que, según los valores modernos, nadie debía nunca revelar.

Pero acceder a los medios masivos siguió siendo, como siempre, difícil. El pasaje de estar *en reconocimiento* a estar *en producción* y, aún más, en condiciones de *distribuir* sus propios discursos, siguió siendo para pocos y excepcional. Sin embargo ese escenario ya no es, en muchos aspectos, el actual.

3. Sociedades hipermediatizadas y el caso *Chicas bondi* en la circulación discursiva contemporánea. Las direcciones comunicativas: ascendente, descendente y horizontal.

Aunque muchos aún ignoren o minimicen lo acontecido en estos años, la emergencia y consolidación de Internet y sus medios (*Facebook, Instagram, Twitter, 9gag*, etcétera) y la proliferación de dispositivos portátiles de registro visual y audiovisual fáciles de operar en los *smart phones*, sumados a las nuevas prácticas sociales expandidas en la calle y en la red, *están cambiando definitivamente la circulación discursiva que caracterizó a los períodos moderno y posmoderno*. Es un cambio que se debe en primer lugar al hecho de que los sujetos pasaron de estar *en reconocimiento* (frente a los discursos de los medios masi-

vos) a estar tanto *en reconocimiento* como *en producción*. Este cambio en el que estamos pasando de sociedades mediatizadas a *hipermediatizadas* está alumbrando una era *contemporánea* en la que lo público, lo íntimo y lo privado están entrando, como no podía ser de otro modo, en una nueva interpenetración.

En la sociedad hipermediatizada actual cada uno de nosotros *administra nuestro propio medio de comunicación*: es lo que ha sucedido desde la emergencia de las redes sociales (con *Facebook* en particular, pero también con *Twitter*, *YouTube* e *Instagram*, aunque cada caso merece comentarios específicos), que *son tanto redes sociales como redes de medios* (Carlón, 2012). Gran parte de los rasgos que venían de la sociedad posmoderna, mediatizada, perduran, dado que muchas prácticas sociales se organizan en función de las redes sociales mediáticas (acontecimientos, toma de fotos, etcétera); pero ahora son los sujetos, que estaban *en reconocimiento*, los que gracias a que se encuentran también *en producción* generan y distribuyen sus propios contenidos.

Pese a que estos hechos son, para algunos de nosotros, evidentes, *carecemos aún de una teoría satisfactoria sobre las nuevas condiciones en que se está desarrollando la circulación discursiva*. Básicamente el problema es que conocemos bastante la dirección comunicativa *descendente* (*top down*), que se desarrolla desde los dispositivos socio-institucionales a los colectivos de actores individuales (Verón, 2013), pero para completar una teoría de la comunicación en la era contemporánea cada vez es más necesario atender a las otras direcciones comunicacionales: la *ascendente* (que emerge “desde abajo” - *botton up*) y la *horizontal* (que se establece en intercambios entre “pares”). Un modelo teórico operativo, desde nuestro punto de vista, debe ser capaz de dar cuenta de una circulación que cada vez más se expande horizontalmente y da, a su vez, más saltos “hacia arriba” y “hacia abajo”, estableciendo complejos cambios de escala comunicativos y en la mediatización. A lo cual hay que sumar los momentos “horizontales” y el hecho de que todo esto acontece en intervalos de tiempo cada vez más breves y con mayor intensidad.

Este es el caso, justamente, de *Chicas bondi*, un proyecto *ascendente* nacido y generado en la red por un “usuario” común que enseguida comenzó a mostrar una compleja circulación discursiva. En el próximo ítem intentaremos focalizar una serie de aspectos específicos de *Chicas bondi* que consideramos relevantes para el tema que nos ocupa y la reflexión que pretendemos desarrollar acerca de los nuevos despliegues y problemáticas que están presentando lo público, lo privado y lo íntimo en las nuevas condiciones de circulación.

4. *Chicas bondi*: algunas características y rasgos de su circulación

Chicas bondi surge en octubre de 2011 cuando comienzan a publicarse sin consentimiento de las retratadas fotografías⁷ de chicas tomadas en líneas de ómnibus de la ciudad de Buenos Aires⁸. Las fotografiadas pueden estar sentadas o paradas y a veces realizan alguna acción (miran su celular, cargan algún objeto). Pero en general las imágenes presentan cuatro fuertes restricciones que les brindan importantes componentes de similitud: son de planos medios (antes que primeros planos o planos generales); las retratadas no miran a cámara, son jóvenes (entre 18 y 30

7 Las fotografías son tomadas con un iPhone 4 y editadas como si fueran Polaroids con el programa Hipstamatic. Es decir que si bien son fotografías digitales, de la era post-fotográfica (aquella en la que indicialidad es puesta permanentemente en duda - Carlón, 2012) tienen una onda “retro” que refuerza tanto la dimensión icónica como la indicial. Este hecho hace que estas imágenes post- fotográficas tiendan a funcionar como verdaderas imágenes fotográficas, y a que su sujeto espectador movilice “saberes laterales” respecto del iconismo y la indicialidad propios de esa era (Schaeffer, 1990 [1987]; Carlón, 1994). El hecho de que, por otro lado, sean digitales favorece su publicación y propagación en la red. Hace que puedan subirse inmediatamente a las otras plataformas, como Facebook, Twitter, Tumblr e Instagram.

8 Hay una etapa inicial, que constituye un momento 0 y pertenece a la pre-historia del proyecto, que es cuando González Agote, el responsable del blog publica un álbum de fotografías en Facebook (según el relato que González Agote contó en una entrevista que le realicé). Sin embargo, esta etapa no es conocida ni recordada, y podemos dejarla de lado dado que lo importante es que después de esta prueba, González Agote se borra como enunciador: *Chicas bondi*, desde que se hace conocido, es un proyecto sin autor, y esta una de las claves a analizar para comprender esta fase inicial. (Según la entrevista que me concedió y la que dio a un portal en Montevideo, ésta última disponible en: <http://www.montevideo.com.uy/auc.aspx?200196,1,1149>).

años, aproximadamente) y en general responden a estándares de belleza dominante. Las fotografías fueron publicadas simultáneamente en un *blog* llamado *Chicas bondi* y en las plataformas *Instagram*, *Twitter*, *Tumblr* y *Facebook*⁹. Es en el *blog* donde el proyecto se definió y entregó uno de sus componentes más polémicos: el subtítulo “Sin pose y sin permiso”.

Quien creó el proyecto fue un joven llamado Torcuato González Agote, pero su identidad recién fue dada a conocer dos años después, en abril de 2013, cuando se produjo el dictamen del CPDP, a través de los medios de comunicación masiva. Luego del momento inicial ascendente, en el que la circulación fue *horizontal* dado que principalmente sostuvo diálogos con sus pares, súbitamente *Chicas bondi* cambió de *escala en su mediatización y circulación*. Se debe a que una conocida actriz cinematográfica y televisiva, Calu Rivero, “retuiteó” un *tuit* de *Chicas bondi*. Según los registros que pudimos encontrar en la red esto aconteció el 17 de marzo de 2012. *Chicas bondi* había publicado una fotografía de la prima de Rivero y la actriz “retuiteó” la foto y la información que la acompañaba: “chica bondi 118, línea 111”. Y agregó: “Mi bella prima!! Genial!!”. A partir de ahí, según González Agote, *Chicas bondi* crece radicalmente en conocimiento. Y el fenómeno se acentúa enseguida porque cuatro días después, el 21 de marzo, se publica una nota dedicada a *Chicas bondi* en el diario *La Nación* firmada por Chriti-

9 Como *Chicas bondi* se encuentra en distintas plataformas a la vez, es legítimo preguntarnos en qué medida es un proyecto transmediático. Pues no lo es: las narrativas transmediáticas tienen origen en los medios masivos, son en su origen “desde arriba” (descendentes) y luego generan respuestas de los usuarios (ascendentes). ¿Podemos considerar a *Chicas bondi* un proyecto transmediático ascendente? Sería una nueva categoría a considerar. Pero sería forzar erróneamente las cosas dado que, en primer término, el punto “focal”, inicial de la circulación es de “abajo hacia arriba”. En segundo lugar porque durante toda una primera etapa la circulación que desencadenó fue principalmente horizontal: generó comentarios de sus pares (que sólo tienen acceso a los mismos medios que el creador de *Chicas Bondi* dado que tampoco son celebrities de los medios de masas). Y finalmente porque *Chicas bondi* no ofrece ninguna narrativa: el proyecto antes que narrativo es referencial y “descriptivo”, no nos cuenta una historia, solo nos entrega “vistas” de cierta de la presencia femenina en los medios de transporte de la ciudad.

ne Marie-Andrieu titulada: “Es el turno de las *Chicas bondi*”¹⁰. Así que podemos considerar esta semana de marzo de 2012 como el momento clave en su *time line*, en el que acontece una *relación inter-mediática ascendente*, de las redes sociales a los medios masivos, que hace que el proyecto pase a tener más seguidores. Este hecho provoca, de algún modo, *un cambio de estatuto*: sin dejar de estar en las redes sociales, *Chicas bondi* empieza funcionar, en cierto nivel, como un medio *broadcast*. Por eso el proyecto seguirá en las redes, pero su estatuto a partir de ahí comenzará a generar una circulación discursiva tanto *ascendente* como *descendente* (en relación a las cuentas de otros usuarios).

En poco tiempo se convierte en un centro de atención para los medios masivos: en junio la revista *Brando*, del mismo grupo *La Nación*, le dedica una nota, firmada por Claudia Acuña titulada: “*Chicas bondi*: lente de un clandestino”. En agosto publica un *portfolio* especialmente dedicado a *Chicas bondi* la revista *Inrockuptibles*. Y en setiembre hace lo mismo el Suplemento *No* del diario *Página 12* con una cobertura titulada “Cuando saco una foto tengo que estar bien” que destaca la originalidad del proyecto sin cuestionarlo. De todas estas notas la más interesante es la de *Brando*, que pone acento en que la mirada es *voyeurista*.¹¹

10 La nota de La Nación no condena a Chicas bondi. Es informativa más que de opinión: encima del título puede leerse “basta de it girls” y la bajada dice: “Sin pose y sin permiso es el leitmotiv de una serie de fotos exhibidas en las redes sociales que retrata a las jóvenes que viajan en los colectivos porteños”. Incluye citas textuales de una entrevista realizada a González Agote de quien no se revela la identidad. Y comentarios que otros usuarios habían publicado en las redes sobre distintas fotografías (también incluye referencia a otros proyectos con puntos de contacto: Tubecrush.net y Subwaycrush.net.). Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1458247-es-el-turno-de-las-chicas-bondi>.

11 Mientras tanto, las expansiones *horizontales* en la red tampoco se detuvieron. En noviembre de 2012 surge en *Facebook* una página titulada “*Chicasbondio Personaje de ficción*” (“bondio” remite a la bondiola, un corte de carne de cerdo que suele utilizarse para hacer sándwiches) en el que abundan los fotomontajes digitalizados, algunos a partir de imágenes de *Chicas bondi* y otros de fotografías propias. En este caso, como otras oportunidades, el humor surge vía *remix*. (Disponible en: <https://www.facebook.com/chicasbondio?fref=ts>). En términos analíticos, podemos considerar a *Chicasbondio Personaje de ficción* como un sitio *Meta-CGU*, es decir, de meta-contenidos generados por usuarios. Como señalamos en “¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de Internet” (Carlón, 2014) luego de que la gráfica y la televisión adoptaran las técnicas del montaje vanguardista (en la Argentina principalmente en los noventa, gracias al diario *Página 12*, al noticiero *Telenoche* y a los programas de la MetaTv, Carlón, 2006) son las producciones de los usuarios las que son “formateadas” por los desarrollos del Arte contemporáneo.

Pero entre marzo y noviembre sucedieron otras cosas importantes. En julio *Chicas bondi* pasó de la red a la sala de Arte *Espacio estudio* con una exposición de fotografías llamada “Sin pose y sin permiso”, a la que asistieron muchas jóvenes retratadas (luego realizó una muestra en un colectivo en las afueras de arteBA). Y en agosto, luego de debates con González Agote en sus plataformas en los que le exigían que sólo subiera fotos de quienes le dieran permiso, las agrupaciones *Hollaback Buenos Aires* y *Adiós barbie* hicieron una presentación ante el CPDP de la Ciudad de Buenos Aires denunciando a *Chicas bondi*. El proyecto siguió subiendo fotos y sus seguidores haciendo comentarios, principalmente a favor del proyecto, pero el caso ya se había “judicializado” y el debate generado por *Chicas bondi* acerca del derecho a tomar fotos en la calle y publicarlas en la red iba a tener, finalmente, una resolución de un organismo municipal.

5. El dictamen

El 1 de abril 2013 el CPDP, que había tomado conocimiento de la existencia del proyecto a partir de un correo enviado por una integrante de *Hollaback/Atrévete* Buenos Aires, luego de determinar que “el principal objeto de discusión en el caso consiste en la inexistencia de consentimiento de las mujeres titulares de la imagen” consideró que la “invasión a la privacidad debía cesar”. Basándose en jurisprudencia local e internacional dictaminó que *Chicas bondi* había violado “el derecho a la imagen propia”.

Es interesante el dictamen del CPDP que se apoya principalmente en la Ley 1845 de Protección de Datos Personales de la Legislatura Porteña de la Ciudad de Buenos Aires. El artículo primero de la ley, citado por el CPDP, señala que el derecho a la protección de datos personales lleva implícito el de la “autodeterminación informativa”, que “consiste en la posibilidad del titular del dato de ejercer un control sobre la propia información”. El dictamen destaca especialmente el artículo 7, en el que se expresa: “El tratamiento de datos personales se considera ilícito cuando el titular no hubiere prestado su consentimiento libre, expreso

e informado, el que deberá constar por escrito, o por otro medio que permita se le equipare, de acuerdo a las circunstancias”. En este caso expresa que “se presentan dos elementos centrales: la falta de conformidad de las titulares de los datos ya que son fotografiadas por sorpresa y su posterior difusión en la web vía *Instagram, Facebook, blog* con fácil accesibilidad para terceros”. El fallo destaca que la gravedad reside en que “las fotografías son de personas perfectamente identificables”. El dictamen también hizo referencia al valor cultural del proyecto y a la libertad de expresión.

Respecto al hecho de que *Chicas bondi* tiene como eje central mujeres jóvenes, el dictamen se apoya en la ley 26.485 para “prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra mujeres”, que prevé en sus artículos diferentes tipos de violencia, uno de los cuales es la denominada *violencia simbólica*¹². Se articulan aquí dos argumentos. Uno, sobre el hecho de fotografiar sin consentimiento. Y otro, a que aparecen representadas en situación de “inacción”, “disponibles”.

En relación al valor cultural el tema es importante porque si se considera que el proyecto lo posee parte de la argumentación que condenó a *Chicas bondi* hubiera perdido fundamentación. Sobre este tema el dictamen cita legislación antigua, la ley de propiedad intelectual de 1933 sobre el retrato, en la que se dice que “el caso no está amparado por la normativa prevista por la ley de propiedad intelectual Nro. 11.723 del año 1933”, que en su artículo 31 prevé que “es libre la publicación del retrato cuando se relacione con fines científicos, didácticos y en general culturales, o con hechos o acontecimientos de interés público o que se hubieran desarrollado en público” (7). Es evidente que el CPDP interpretó que en *Chicas bondi* no había fin cultural, científico o didáctico, y que el derecho a la imagen prevaleció por sobre el hecho de que las fotografías fueran tomadas en transportes públicos y sobre el de que generó un colectivo de seguidores.

¹² Según se cita en la norma se la define como “La que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad” (9).

En cuanto a la libertad de expresión en Internet el dictamen señala que en Argentina no hay legislación particular sobre la materia y que, por eso, deben ser resueltas por la “legislación civil, las leyes de defensa del consumidor o de protección de datos – según el caso – y la jurisprudencia y la doctrina”. Observa que aunque resulta habitual que toda información subida a la red sea defendida en el marco del derecho a la libertad de expresión, el Organismo “considera que ello debe sopesarse con la protección a la privacidad”. Para el CPDP se debe trabajar para que las personas “puedan ejercer un adecuado control sobre la propia información”.

Para terminar con esta referencia al dictamen nos interesa dimensionarlo en su función punitiva: fue principalmente una recomendación, dado que no impidió que el sitio siguiera publicando fotos ni lo obligó a eliminar imágenes anteriormente publicadas. Pero tuvo amplia difusión en los medios masivos, fue festejado por *Hollaback Buenos Aires* como un triunfo y probablemente por *Chicas bondi* como una derrota. Desde entonces el proyecto se comprometió a pedir consentimiento a las retratadas antes de publicar sus fotos, muchas de las cuales se negaron a concedérselo.

6. Primeras observaciones

Si en la era posmoderna la barrera entre lo público, lo privado y lo íntimo se quebró en el interior de los medios de comunicación masiva, en las condiciones de circulación contemporáneas los dos relatos que narramos al inicio, el que narra el fin de lo público y el que cuenta el fin de lo privado adquieren nuevas formas. El pasaje de los llamados “receptores” de estar *en reconocimiento, luego en producción, luego en reconocimiento, y así hasta el infinito*, ha cambiado las condiciones de circulación y habilitado la emergencia de proyectos *ascendentes* como *Chicas bondi*. Debido a este cambio vivimos una nueva fase individualista en la historia de Occidente, en la que el hedonismo, el exhibicionismo, el narcisismo y el *voyeurismo* han adquirido una nueva dimensión. En este contexto lo público está siendo invadido por lo privado como

nunca antes. Debido a fenómenos como el descaro de las vedettes que “calientan” *Twitter* con fotos de su intimidad y las prácticas de todos (o casi todos) en las redes sociales, la vida privada e íntima gana espacio en esos medios, que son principalmente los nuevos espacios públicos, y los medios masivos se hacen cada vez más eco de lo que allí acontece. Por otro lado, es sabido que las instituciones gubernamentales, empezando por los gobiernos y las agencias de inteligencia respetan tanto nuestra privacidad e intimidad como los *hackerazzis* a las de las *celebrities*: vivimos en un mundo de vigilancia veinticuatro horas al día que no se limita a las cámaras en la vía pública, sino que espía nuestros correos, nuestras cuentas y páginas en las redes sociales, etcétera. Finalmente vivimos en una sociedad de “emisores” y éste ha sido, probablemente, el principal costo a pagar.

Consideramos que el dictamen del CPDP fue acertado al funcionar más como una recomendación que como un fallo que ejerció la censura y cercenó la libertad de expresión. Por eso, de algún modo, satisfizo a todos: las agrupaciones triunfaron con su reclamo, que fue escuchado; *Chicas bondi* advirtió que estaba en riesgo porque se había pasado de la raya pero no fue legalmente condenado ni se le impidió seguir; y el CPDP cumplió con lo que se le demandaba sin excederse demasiado en sus funciones. Aunque quizás se excedió, porque es posible argumentar que le aplicó a *Chicas bondi* una normativa diseñada para organismos públicos antes que para internautas comunes. Y es lícito preguntarse cómo se hubiera comportado si el enunciador hubiera sido un medio masivo y no un internauta común. Sin embargo, lo más justo quizás sea que esa no es la cuestión, porque *con valor hizo lo que pudo dado que, como veremos, su accionar se vio limitado por el accionar de una poderosa corporación internacional*.

Más allá de si satisfizo a todos o no los argumentos esgrimidos merecen una discusión más profunda porque el dictamen terminó clausurando una serie de cuestiones interesantes. No podía ser de otra mane-

ra dado que el CPDP debía tomar posición sobre una cuestión puntual, aquella por la cual *Chicas bondi* había sido denunciado¹³, y este hecho estableció una serie de restricciones. Pero a nosotros aquí nos interesa establecer la operación inversa: antes que clausurar, abrir. Y, por sobre todo, poner en evidencia la complejidad y diversidad de sentidos que se desataron en este específico caso de mediatización, que fueron más allá de los que se trataron en el debate y en el dictamen y que nos permiten pensar mejor aspectos y problemas específicos generados en el estudio de la nueva circulación.

¿A qué nos referimos? En primer lugar a que hay una cuestión que a partir de la especificidad que plantea este caso vale la pena retomar que es el conflicto entre el derecho a la libertad de expresión versus otros como la invasión a la privacidad en un espacio público y el derecho a la imagen propia. Por sobre todo porque estas cuestiones sobre las cuales terminó pivoteando el destino legal y social de *Chicas bondi* obligan a enfrentar a otras que son determinantes. Entre ellas destacamos, en primer lugar, *la problemática del enunciador*, que se ha actualizado y complejizado notablemente en las sociedades hipermediatizadas, en las que interactúan como sucedió en este caso *amateurs, fakes*, nuevos colectivos mediatizados, organizaciones sociales internacionales, instituciones gubernamentales municipales, medios masivos, etcétera. Como se verá la complejización de esta escenario no se debe sólo a este factor sino, también, a la emergencia de otras perspectivas teóricas, que podemos denominar no antropocéntricas (Verón, 2013; Carlón 2016a, 2008a, 2016; Lemos, 2013). Y en segundo lugar al hecho de que un individuo anónimo sin ninguna capacidad previa conocida para construir un colectivo haya tenido la capacidad para hacerlo utilizando las redes sociales mediáticas (Carlón, 2015a).

13 Post denuncia de Hollaback <http://qro.ihollaback.org/?s=chicas+bondi>

7. Cuestiones teóricas

7.1. El flujo originario del sentido. La construcción en los enunciados del enunciador

En este segmento pretendemos realizar tres operaciones. La primera es establecer cómo opera el análisis, que es a partir de la determinación de *fujos del sentido*. En este caso veremos que *Chicas bondi* genera un flujo y que cuando los medios masivos lo retoman se produce un *cambio de escala del sentido*¹⁴. Ese cambio de escala *no es lineal* porque a cada momento se establecen como consecuencia de la diferencia entre producción y reconocimiento transformaciones en múltiples niveles, pero a su vez esas transformaciones no impiden identificar lo evidente: que *Chicas bondi* escaló de las redes sociales a los medios masivos.

Las otras dos operaciones que pretendemos realizar afectan a la problemática del enunciador. Pretendemos demostrar que esta cuestión es crucial en el caso *Chicas bondi* porque *fue el progresivo establecimiento de una hipótesis sobre su identidad un elemento que terminó jugando un papel clave en los distintos niveles (social, legal, mediático) en los que se jugó su destino*. Esperamos que esta demostración, tenga efectos más allá de *Chicas bondi* porque consideramos que la cuestión es clave para los nuevos estudios sobre circulación, que se despliegan en una época en la que reina una verdadera obsesión por su estatuto.

Finalmente se intentará mostrar cómo en casos como éste el estatuto del enunciador puede ser estudiado, que es *atendiendo a las operaciones que se construyen en la cadena producción/reconocimiento/*

14 La noción cambio de escala del sentido está inspirada en la de la mediatización como fenómenos de cambio de escala. Esta idea aparece en autores como Marshall McLuhan (2009 [1964]) para quien “el ‘mensaje’ de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala ritmo o patrones que introducen en los asuntos humanos” y Verón (2001), quien distinguió procesos de cambio de escala y de ruptura de escala.

producción (etcétera). Es decir, *en la circulación*. ¿A qué se debe el interés de esta demostración? A que si bien es cierto como se sostiene desde los estudios *en producción* que su estatuto jamás se devela completamente dado que nadie puede conocer plenamente al otro (¿acaso cada uno de nosotros no nos ignoramos en gran medida a nosotros mismos?) este hecho no debe impedir su focalización¹⁵. La figura del enunciador no debe ser lateralizada no sólo porque si nos ubicamos en el nivel de la circulación, es decir, en *sucesivos procesos de producción/reconocimiento puede ser conceptualizada*, sino porque las hipótesis que se establecen fase a fase sobre su construcción afectan profundamente a todos procesos de circulación del sentido.

Para que nuestra exposición sea más clara comenzamos distinguiendo tres figuras de enunciador: la que surge del análisis de la enunciación como efecto general del sentido, la figurada en el discurso y la “extra-discursiva”. Las dos primeras son conocidas y se encuentran ampliamente consensuadas, así que realizamos un primer comentario sobre la tercera. Como se fundamentará más adelante, cuando se presente una hipótesis sobre el funcionamiento de las redes sociales mediáticas, dos motivos justifican la consideración de esta figura extra-discursiva: por un lado, que sólo lo es parcialmente, porque afecta profundamente la dimensión del sentido; por otro lado, que no es una figura empírica no semiotizada, sino que su conceptualización es inseparable de la consideración de los enunciadores como signos inscriptos en una red semiótica/hipermediatizada.

Comenzamos el análisis ubicándonos *en producción*. Recordemos que inicialmente *Chicas bondi* se dio a conocer con este nombre de fantasía por lo cual se puede afirmar siguiendo consagradas categorías

¹⁵ Recordemos que una de las limitaciones que históricamente se autoasignaron los análisis discursivos y, en particular, los enunciativos, fue respecto a esta figura. Se consideró que el análisis debía recaer en el discurso pero que debía restringirse al ocuparse del enunciador: así un enunciador podía ser “didáctico”, “adversativo”, “pasional”, etcétera. Una figura que era, ante todo, un efecto del análisis del enunciado (del sentido del discurso).

que se aplican al análisis de redes sociales que como enunciador es un *fake* ¿Pero qué es, como enunciador, un *fake*? Es una categorización no nos dice mucho por ahora pero que nos permite empezar a pensar cómo inicialmente se auto-construyó. Lo hizo como *fake* a partir de la *generación de un flujo del sentido*: identificándose con una imagen y un texto fundacional como productor de fotografías de mujeres en situación cotidiana en los colectivos de la ciudad de Buenos Aires, sin pose y sin permiso, etcétera. Se encuentran presentes aquí ya las dos figuras enunciativas plenamente discursivas: la que se deduce del sentido del conjunto de los enunciados (discursiva) y la que figura presente en cada posteo como imagen de sí mismo (figuración del enunciador en el discurso).

Pasemos ahora al *reconocimiento*, que es el primer momento de la circulación, en el que verdaderamente se convierte en un *fake*, al menos en el sentido que aquí nos interesa. ¿En qué sentido lo es? En que se convierte en un ejemplo emblemático de lo que es un *signo*: *algo que se encuentra en lugar de otra cosa para algo o alguien*. Las diferencias entre producción y reconocimiento, es decir, de la circulación, en esta instancia son múltiples y evidentes. Hacemos referencia sólo a algunas: quienes están en reconocimiento no pueden subir fotografías, deben realizar otras operaciones (comentar, dar me gusta, etcétera) y, por supuesto, ignoran todo acerca del enunciador extra-discursivo. En otros términos: el éxito de *Chicas bondi* en esta etapa consistió en que sus seguidores aceptaron su enunciación sin que el hecho de que no develó su identidad extra-discursiva se convirtiera en un obstáculo para su crecimiento y valoración. Así muchos internautas empezaron a seguir a *Chicas bondi*, a darle “me gusta” a sus fotografías, a dialogar entre ellos e, incluso, con *Chicas bondi* en sus plataformas. Su estatuto como *fake* no concluyó en esta primera etapa, en la que se convirtió en un enunciador *intra-sistémico categorizado* (en el sistema de medios con base en Internet), sino que continuó cuando pasó a ser un *enunciador inter-sistémico o hipermediático categorizado* (reconocido por los medios masivos) y

se siguió respetando su contrato enunciativo, es decir, sin revelarse su identidad.¹⁶

7.2.El comienzo de un giro del sentido: la hipótesis sobre el *género* del enunciadador

Pero cuando irrumpió *Hollaback Buenos Aires* comenzó un proceso crucial e irreversible: a partir de entonces ya nada detendrá la discusión acerca del *estatuto del enunciadador*. Y la focalización de esta cuestión se va a volver cada vez más importante ¿A qué se debe? A que el discurso de *Hollaback* operó, ante todo, postulando cuál es el *género* del enunciadador (más que el del *sexo*, que según se ha consensuado afecta principalmente a su estatuto extra-discursivo).¹⁷ Porque lo que *Hollaback* vino a decir es que puede ignorar todo sobre *Chicas bondi* pero *aún así sabe quién es: una figura masculina que ejerce acoso*. ¿Dice que es masculina? No, pero se sobre-entiende porque el acoso en la vía pública es, principalmente, una *acción de una figura masculina*. No sólo eso: es una acción que los hombres practican *contra las mujeres*. ¿Y en qué se basa *Hollaback* para realizar semejante afirmación? ¿En una investigación sobre su identidad extra-discursiva? No, en su saber, que debido a

16 En otro lugar (Carlón, 2019a) distinguimos, atendiendo a la mediatización, tres momentos en los que *Chicas bondi* se convierte en enunciadador. El tercero, luego de los dos arriba referenciados, acontece luego de que tras el dictamen se revelara su identidad extra-mediática: cuando se convierte en un enunciadador hipermediático desvalorizado. El análisis que aquí se presenta no descuida la mediatización, pero profundiza en otros aspectos y pretende ser complementario. ¿En qué aspectos profundiza? Por un lado, como venimos expresando, en sus cambios de estatuto de enunciadador fake a enunciadador social (nos detendremos en este tema a continuación y en el próximo ítem). Por otro lado, en los flujos de sentido: el que inicia *Chicas bondi* que cambia de escala cuando da el salto hipermediático y en el giro de sentido o contraflujo que desencadenan la intervención de *Hollaback*, el dictamen y los medios de comunicación masiva. Al margen de este análisis el texto posee su interés, porque en él se intentó realizar un panorama sobre algunos de los estudios sobre circulación que se han desarrollado en estos años en Argentina y Brasil. Disponible en: <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2884>

17 Seguimos aquí la consagrada diferencia entre sexo y género establecida desde la década del cincuenta en los estudios sobre género a partir, entre otras proposiciones, de la célebre frase de expresión de Simone de Beauvoir de que “no se nace mujer, se llega a serlo” (Hustvedt, 2017 [2016]).

que es una organización contra el acoso callejero es muy específico.¹⁸ Es lo que expresa en un post cuando *Chicas bondi* le dice que actúa por prejuicio acerca de quién es. *Hollaback* le responde:

“no hay prejuicio... porque yo ya sé lo que estás haciendo, y de vos no tengo idea quién sos ni cómo sos. Pero si, sé lo que haces, y me parece mal. Tiene que ver con la realidad que vivimos las mujeres todos los días y la falta de respeto por la privacidad y la dignidad de las personas que tiene tu proyecto”.

Lo que *Hollaback* expresa, sintetizando, es que no conoce al productor de los discursos, no sabe nada sobre él, sin embargo, *su experiencia como organización contra el acoso callejero le permite interpretar que en esas imágenes, en el nivel del sentido, una versión del acoso está presente*, porque quedó fijada en las fotografías tomadas sin permiso y publicadas en Internet. Esta versión dice, podemos postular, que *un hombre tiene derecho a tomar una fotografía sin permiso en la calle a una mujer y publicarla en Internet*.

Con lo cual estamos, tras su intervención, ante una complejización de la figura del enunciador. No se develado nada sobre el enunciador extra-discursivo, pero se ha instalado una hipótesis, una lectura muy poderosa sobre el *género* del enunciador: se indica que su mirada es característica de un enunciador orgánico de género masculino.¹⁹ Así el estatuto pleno de *Chicas bondi* como enunciador anónimo o *fake* en la circulación social del sentido comienza a verse debilitado.

7.3. La confirmación del *giro del sentido*. La contaminación del discurso desde el enunciador extra-discursivo al enunciado y a la circulación. Los efectos del dictamen

18 De hecho, en 2014 *Hollaback* difundió una aplicación por la cual se puede denunciar a un acosador, subir fotos y ubicarlo en un mapa.

19 Al decir que es un enunciador orgánico y avanzar, de este modo, en el análisis de la figura del enunciador seguimos al último Eliseo Verón, quien distinguió dentro de los enunciadores sociales a los socio-institucionales de los socio-individuales, señalando que la principal diferencia entre unos y otros es que “la temporalidad de los sistemas socioindividuales es necesariamente la de un ciclo de vida orgánico” (2013, 431). Aquí agregamos, lo cual no es en este caso menor, que no sólo es un enunciador orgánico, sino que es *masculino*.

La tercera figura de enunciador, el extra-discursivo, se instalará luego. Su importancia radica en que su consideración, que dado el curso de los acontecimientos era inevitable, termina de establecer la consolidación del *giro del sentido* que generó *Hollaback* y de instaurar un parámetro para evaluar las fortalezas y debilidades del dictamen del CPDP.

Empecemos por el dictamen. Lo primero que hay que decir es que su evaluación es compleja. Para hacerlo nos parece interesante distinguir su posición, su estrategia y su fundamentación.

El CPDP debía arbitrar entre dos principios, el de la libertad de expresión y el del derecho a la imagen propia que se vulnera cuando hay una invasión a la privacidad en un espacio público. Su posición es clara, a favor de del derecho a la imagen. ¿Estamos de acuerdo? Claro que sí, en una sociedad patriarcal y marcada a fuego por femicidios y las múltiples expresiones que adoptan las violencias de género lo que estaba en juego no era menor.

Pasemos ahora a la fundamentación. En primer lugar cabe destacar su audacia dado que el CPDP aplicó un criterio sobre la invasión de la privacidad distinto del dominante nuestra tradición cultural. ¿Por qué puede decirse que va en contra de esa tradición? Porque si bien es cierto que lo público, lo privado y lo íntimo conviven en distintos espacios (por ejemplo, cuando susurro a alguien al oído en un espacio público ese discurso puede tener un carácter privado/íntimo) habitualmente nos resulta difícil aceptar que si captan nuestra imagen en un espacio público constituya una violación de nuestra privacidad e intimidad. Se debe, justamente, a nuestra historia cultural, al menos desde la modernidad. Si la Edad Media fue, como observa Rybczynski, un período en el cual la casa era pública²⁰, es a partir del siglo XVII, por sobre todo en los Países Bajos, que esa frontera se terminó de establecer. Según el autor desde que en ese período se separó firmemente en sus hogares el interior del exterior, la calle es en esencia un espacio público²¹. Y es

20 Expresa Rybczynski: “La casa medieval era un lugar público, y no privado” (2009 [1986]: 38).

21 La referencia es, por supuesto, a la historia “moderna”. Dice Rybczynski: “Cuando se exigía a los visitantes que se quitaran los zapatos o que se pusieran una zapatillas, no era inmediatamente al entrar en la casa – el piso bajo se seguía considerando como parte de la calle pública -, sino al subir las escaleras. Ahí era donde terminaba la esfera pública y empezaba la casa” (76).

en función de tal separación que aún hoy nos disponemos especialmente para franquear en nuestra vida cotidiana ese umbral: nos vestimos, adoptamos otra posición psicológica, etcétera.

Sin embargo el dictamen considera que en la calle puede haber una invasión a la privacidad. Y ese argumento no sólo va en contra de nuestra tradición en general sino, también, en contra de cierta historia específica de la fotografía. No nos referimos aquí sólo a los clásicos ejemplos de imágenes tomadas por *paparazzis* con grandes objetivos de espacios privados o íntimos sino a toda una tradición de fotografía callejera. Consideremos un ejemplo con restricciones similares a las de *Chicas bondi*: el proyecto *Subway* de Walker Evans. Inspirándose en *El vagón de tercera clase* (Honoré Daumier, 1862-64) Walker Evans tomó entre 1938 y 1941 fotografías con cámara escondida, es decir, sin permiso, a pasajeros del subte de Nueva York. Esas imágenes no fueron consideradas una invasión a la privacidad sino que, por el contrario, pasaron a formar parte de la historia grande la fotografía²².

En este terreno el CPDP sigue varios caminos para fundamentar su dictamen pero tuvo dificultades para establecer argumentos contundentes acerca de por qué los derechos a la imagen propia y a que no sea invadida la privacidad debían ser considerados en este caso más importantes que la libertad de expresión. Se debe a que por limitaciones que lo exceden y que veremos enseguida no terminó de exponer un importante motivo por el cual podía legitimar su accionar. Así todos sus argumentos son válidos, pero quizás insuficientemente fundamentados. Por ejemplo, reconoce que “resulta habitual que toda la información subida a la red sea defendida en el marco del derecho a la libertad de expresión y en esa línea se apoye una internet libre de regulación” pero que “ello debe sopesarse con la protección de la privacidad”. El problema es que cuando debe justificar desde un punto de vista legal por qué la libertad de expresión, que cuenta con garantía constitucional, no queda amparada en este caso, cita una resolución que trata sobre la

22 Y tampoco fueron consideradas racistas o machistas, como se podrían ser consideradas hoy pese a que algunas de ellas fueron tomadas a mujeres y otras a afroamericanos.

“inclusión injustificada del nombre e imagen de una persona en sitios web de contenido sexual, como modo de atraer la atención para el ingreso a ellos”, ejemplo que no se corresponde con la práctica desarrollada por *Chicas bondi*.

Otro argumento que sostiene es que a su juicio tampoco corren los derechos de autor, dado que:

...“el caso no está amparado por la normativa prevista en la ley de propiedad intelectual N° 11.723 del año 1933 que en su artículo 31 prevé en qué condiciones puede o no publicarse un retrato. La normativa expresa que “el retrato fotográfico de una persona no puede ser puesto en el comercio sin el consentimiento expreso de la persona misma”,

Al retomar este argumento el CPDP establece uno de los argumentos más fuertes por las cuales puede criticarse a *Chicas bondi*, que es la falta de consentimiento de las retratadas. Pero merece prestarse atención a que, acto seguido, cita que la normativa expresa que “es libre la publicación del retrato cuando se relacione con fines científicos, didácticos y en general culturales, o con hechos o con acontecimientos de interés público o que se hubieran desarrollado en público”. Con lo cual aparecen dos argumentos que tensionan su propia argumentación. El primero es si el CPDP es el organismo adecuado para establecer si *Chicas bondi*, que ya había realizado una muestra en una galería de arte a la que habían asistido muchas retratadas, carece de un fin cultural. El segundo, dejando de lado que las imágenes fueron captadas en público, es que como el propio dictamen reconoce *Chicas bondi* ya había alcanzado sólo en *Facebook* 30.000 seguidores, con lo cual es difícil o al menos discutible sostener que no posee interés público.

Por eso observamos cierta debilidad en los argumentos del CPDP. Que tampoco queda salvada en el ítem “La imagen de las mujeres jóvenes como eje central del proyecto”, en el que aparece el punto más fuerte del dictamen, en el que se cita la ley 26.485 de Protección Integral a las Mujeres. En el texto se hace referencia a que “la captura de las imágenes de estas jóvenes sin su consentimiento es un tipo de violencia simbólica” porque ubican a la mujer en un lugar de inacción, de falta de

decisión y pareciera volverlas ‘disponibles’ por el sólo hecho de circular en un espacio público, lo cual no debiera ser así”.

¿En que reside cierta debilidad del dictamen? En que la pregunta que nos debemos hacer es: ¿alcanza con estos argumentos para imponer sobre el derecho a la libertad de expresión el derecho a la imagen? ¿No debería una institución municipal explicar de modo más contundente, es decir, aportando la mayor cantidad de información posible, por qué el derecho a la libertad de expresión no debe en este caso prevalecer? La debilidad reside en que expresa que la “*propuesta no posee un responsable visible*” y *no devela la identidad legal del enunciador extra-discursivo, que es el principal argumento que desde su estatuto podría haber sumado* ¿Por qué es tan importante esta cuestión? Porque la principal justificación que podía tener el CPDP, que tiene otras obligaciones que la organización denunciante *es demostrar que el productor de las imágenes es un hombre y las retratadas son mujeres*.²³ Es decir, fortaleciendo aún más que hay acoso, que es una práctica que histórica y predominantemente los hombres ejercen en espacios públicos contra las mujeres. Al decir esto estamos expresando que debe prestarse atención a la articulación entre el enunciador discursivo y el extra-discursivo, que en el caso estudiado se presenta de modo específico en la relación sexo/género. El sexo no determina el género, pero tampoco es irrelevante en la construcción social de la identidad.²⁴ Por sobre todo

23 Cabe aquí una pregunta sobre el dictamen acerca de si es correcto privilegiar un principio por sobre otros. ¿Está bien dejar de lado el derecho a la libertad de expresión? Expertos en derecho que hemos consultado nos han manifestado que según la filosofía del derecho cuando dos derechos colisionan, como en este caso, no es incorrecto que uno prevalezca sobre el otro. Es decir que cuando dos normas están en contradicción, necesariamente prevalece una, una no puede ser válida si la que la contradice lo es. Es una ecuación lógica. Con los principios se presenta un fenómeno que se llama ponderación por el cual uno no elimina uno al otro, es decir que la limitación de uno no implica su invalidación, es un mecanismo de equilibrio. Cuanto mayor sea el grado de insatisfacción o restricción de un principio, mayor deberá ser el grado de la importancia de la satisfacción del otro.

24 En la consideración de esta dimensión hay además una dimensión epistémica y otra política. La epistémica se debe a que desde una perspectiva no antropocéntrica la dimensión biológica no es indiferente dado que los seres humanos no somos ajenos a otros seres vivientes. La radical separación de los humanos de otras especies acarrea, como ha demostrado Jean-Marie Schaeffer (2007) respecto de la tesis de la excepción humana múltiples consecuencias, entre ellas políticas, como la histórica puesta en juego de prácticas políticas ignorando a otras especies.

para los demás. Y aquí el CPDP tenía una responsabilidad no sólo legal, sino también pública y social. Aunque sea una hipótesis contra-fáctica debemos preguntarnos qué hubiera sucedido en la circulación, es decir, cómo se hubieran comportado los distintos actores sociales si González Agote en vez de llamarse Torcuato se hubiera llamado Juana²⁵ ¿Qué actitud hubieran adoptado, por ejemplo, los medios masivos? ¿Y los demás enunciadores? Cualquiera podría haber interpretado que había una debilidad en el dictamen. Aunque un nombre no dice mucho no es exagerado decir que hubiera quedado bajo examen.

Con lo cual hemos llegado finalmente a la tercera dimensión que nos propusimos para evaluar el dictamen: la estrategia. Se puede decir que el CPDP en vez de brindar información sobre el enunciador-extra discursivo estableció un discurso que permitió que la sospecha creciera, pero no confirmó su identidad. Que permitió que creciera es lo que nos dice su posición a favor del derecho a la imagen, el hecho de que no privilegió la libertad de expresión. De hecho, luego de que se diera a conocer el dictamen el proceso de revelación de su identidad se acelera. *Hollaback* publicó un post titulado “Ya sabemos lo que sos: acosador”.²⁶ González Agote dio una entrevista a una de las Radios líderes de audiencia, *Vortex*, en la que se presentó con el “seudónimo” Torcuato. Y dos días después el diario *Clarín* publicó una nota en la que dio a conocer su nombre y apellido. Es decir que si la estrategia del CPDP fue dar a conocer su dictamen pero no a su enunciador presuponiendo que su identidad se iba a dar a conocer de todos modos acertó, porque eso fue lo que sucedió. Ahora la pregunta sigue siendo la siguiente: ¿Por qué el CPDP no dio a conocer la identidad de Torcuato González Agote? Hay una respuesta posible, que quizás esté dicha en su nombre: porque, en

25 De hecho, Chicas bondi contaba con una vocera, Laurinha (Laura Videla Jáuregui), que brindó notas a programas de televisión como Banda 3.0 de Canal Metro (2 de agosto de 2012).

26 El post tras el veredicto se titula “Ya sabemos lo que sos: acosador”. Y empieza diciendo: “Luego de ya casi un año de campaña por nuestra parte junto con un conglomerado de organizaciones y individu@s contra la página Chicas Bondi, un fotógrafo anónimo quien toma fotos de mujeres jóvenes en el bondi “Sin Pose y Sin Permiso”, tenemos buenas noticias! El resultado de una investigación por la Defensoría del Pueblo CABA, ha sido triunfante. El Veredicto? Acosador Serial (y ahora marketinero promocionando a Levis a costo de las chicas acosadas)” Disponible en: <http://buenosaires.ihollaback.org/category/chicasbondi/>

definitiva, es un Centro de Protección de Datos Personales. ¿Y como se hubiera visto que diera a conocer la identidad de un *fake*? Pero esa no es la respuesta. Nuestra información es que el CPDP desconocía la verdadera identidad porque las corporaciones mediáticas internacionales a las que solicitó la información como Google se la negaron amparándose en la libertad de expresión. Es decir que la batalla entre el derecho a la imagen y la libertad de expresión se puso en juego en distintos niveles, local y global, con enunciadores de asimétrico poder.

A continuación se consolidó la contracorriente de sentido iniciada por *Hollaback Buenos Aires*. Luego del cambio de escala del flujo original sentido, etapa en la que *Chicas bondi* era un *fake*, el giro del flujo del sentido iniciado por *Hollaback*, que identificó el género del enunciador y debilitó su estatuto *fake*, resultó indetenible. Los medios masivos divulgaron el dictamen olvidando las notas elogiosas que le habían dedicado.²⁷ Este giro del sentido va a ser, para *Chicas bondi*, el principio del fin. Su soñada consagración cultural presente en la respuesta que le dio a *Hollaback* cuando debatieron en las redes en la que expresó “yo prefiero enmarcar el proyecto dentro de fines culturales”, ya no se va producir.

Teóricamente la revelación social de la identidad fue clave para comprender el caso que hemos estudiado. A partir de que se debilitó su estatuto *fake* se establecieron dos transformaciones. Si el análisis de *Hollaback* había comenzado con una hipótesis sobre el género del enunciador a partir del sentido fijado en el discurso, ahora se produjo un *circuito inverso*: es la identidad del enunciador extra-discursivo la que contaminó con la figura del acoso a las fotografías. En realidad, es posible sostener que no se sabe sobre el enunciador extra-discursivo mucho más que antes, porque ¿qué quiere decir un nombre? Pero con un nombre alcanzó. Porque a partir de entonces el sentido del discurso,

²⁷ Primero el responsable dio una nota a Vorterix en la que se presentó como “Torcuato” (disponible en <https://www.perfil.com/noticias/sociedad/chicas-bondi-rechaza-las-denuncias-no-voy-pedir-que-me-autoricen-por-escrito-20130401-0016.phtml>). El día 3 de abril Clarín publicó una nota con su nombre y apellido: https://www.clarin.com/home/chicas-bondi-defiende-quiero-belleza_0_rJYbDKYivXg.html

que es el del género, se articuló con una figura sexual, un hombre, y aunque *Chicas bondi* siguió, perdió legitimidad social.

7.4. Dos tesis sobre el funcionamiento básico de las redes sociales mediáticas. Reflexiones sobre los enunciadores: *sociales y fakes*. Enunciadores hipermediáticos de grado 1 y de grado 2.

Como consecuencia de haber elegido un caso emblemático dado que el enunciador es un *fake*, la cuestión del enunciador se convirtió en una problemática clave. Pero no hemos elegido el caso casualmente, lo privilegamos porque es típico de la situación contemporánea en la que desde la emergencia de las redes sociales mediáticas irrumpieron múltiples y diversos enunciadores. Como este proceso es tan importante vale la pena detenernos en él.

Nuestra tesis es que las redes sociales mediáticas poseen un modo de funcionamiento básico que se apoya en dos hipótesis.²⁸ La primera dice que se basan en el presupuesto de que una parte importante de los *enunciadores sociales*, es decir, instituciones, medios, colectivos de actores individuales e individuos son en las redes, en cierto nivel, quienes fuera de ellas dicen ser. La segunda que un segmento mayoritario de los internautas identifica exitosamente a estos enunciadores sociales y que a partir de dicha identificación establece diariamente múltiples intercambios discursivos. Lo que la tesis sostiene, por consiguiente, es que si bien en las redes sociales mediáticas hay otros tipos de enunciadores, como *bots, fakes y trolls*, sólo tienen vida debido a que los enunciadores sociales son una mayoría. Es decir que si los que no son sociales pasaran a ser dominantes las redes sociales tal como las conocemos implosionarían. Por lo tanto todo análisis de su funcionamiento debe partir de estos enunciadores sociales que podemos denominar también *auténticos*.

28 Esta tesis, al igual que la cuestión de los enunciadores extendida a *bots y trolls* se encuentra ampliamente expuesta en el Capítulo 3 de este libro, “Del poder de los enunciadores al poder del sentido. Enunciadores hipermediáticos, dimensión espacial y procesos de la circulación”. También la distinción entre enunciadores hipermediáticos de grado 1 y de grado 2.

Ya hemos expresado que los enunciadores no pueden conocerse plenamente pero que sí puede darse cuenta de ellos si se focalizan los procesos de circulación. La identidad se construye constantemente en la circulación como resultado de complejos procesos de producción/reconocimiento. Ahora bien ¿cuáles son los criterios a través de los cuales se construye socialmente en reconocimiento, y luego en la circulación, la figura del enunciador? Luego de la producción, la construcción de esa figura se produce a partir de la activación de una serie de “criterios de lectura”, que brindan un conjunto de *capas* que permiten conceptualizar al enunciador. Así que aquel que enuncia es en realidad, como mínimo²⁹, una articulación específica de distintas dimensiones:

a) un “signo” que siempre ocupa un lugar específico en la red semiótica: no sólo en producción o en reconocimiento como se pensaba en la era de los medios masivos, sino en cada subfase (intra-sistémica) o fase (inter-sistémica) de la circulación.

b) una “figura abstracta” que pone en juego ciertas estrategias discursivas: nivel de análisis enunciativo tradicional, que nos brinda a partir de un análisis del enunciado figuras como enunciador pedagógico, objetivo, simétrico, asimétrico, para-destinatario, pro-destinatario, contra-destinatario, etcétera.

c) un tipo específico de “actor social”: un medio, una institución, un individuo, un colectivo de actores individuales, siempre conceptualizado como *signo* situado, es decir, ocupando cada vez un lugar específico en la red semiótica hipermediatizada.

d) un “ser” con determinados atributos vivientes (o no): tal como lo conceptúa el análisis no antropocéntrico.

El enunciador se conceptualiza así en intercambios discursivos específicos como una interacción de capas cuya determinación crece al ponerse en juego distintos enfoques. Veamos lo que acabamos de señalar rápidamente en el caso *Chicas bondi*. Ya vimos que inicialmente es un

²⁹ Porque hay otras dimensiones además de las que aquí teóricamente se están focalizando: políticas, ecológicas, económicas, etcétera.

fake, es decir, un signo que ocupa el lugar de algo para algo o alguien en la red semiótica. El *fake* como adelantamos se *determina más por lo que no es que por lo que es*. En la primera etapa construye un colectivo, es decir, un conjunto de actores individuales cuyo estatuto es que en las redes son principalmente enunciadores sociales (algunos son *fakes* o imposibles de identificar, por lo cual no es erróneo especificar que ese colectivo posee un estatuto híbrido). En su construcción, por otra parte, participa un elemento maquinístico: por ejemplo, los algoritmos que se ocupan de comunicar al colectivo cada nuevo posteo, favoreciendo así el crecimiento y la vida del proyecto. Luego intervienen los medios de comunicación masiva, con notas firmadas por periodistas, es decir, enunciadores sociales individuales afectados por ciclos orgánicos que se pronuncian desde espacios institucionales. Acto seguido interviene una organización internacional, *Hollaback*, estableciendo una hipótesis sobre *Chicas bondi* como enunciador. El CPDP, un organismo gubernamental municipal establece el dictamen. Y un medio masivo como *Clarín* da a conocer la identidad estableciendo una ligazón entre las tres figuras de enunciador mencionadas. Con lo cual *Chicas bondi* deviene un enunciador hipermediático social masculino individual: es el proyecto de Torcuato González Agote. A partir de entonces *Chicas bondi* comienza una lenta declinación.

7.5. *Construcción social y maquinística de colectivos.*

El segundo elemento sobre el cual planteamos que nos interesaba hacer una reflexión es la construcción de colectivos. Como lo señalamos en otro artículo, demostrar que *Chicas bondi*, un enunciador anónimo sin ninguna capacidad previa para construir un colectivo había sido capaz de generar uno, era uno de los principales objetivos de la exposición que realizamos en Ciseco en 2014 y de la versión que se publicó un año después (Carlón, 2015a). Nos interesaba realizar la demostración porque la teoría de las mediatizaciones nos decía que la comunicación mediática se establecía de los dispositivos socio institucionales a los colectivos de actores individuales (Verón, 2013) y, que por consiguiente, quienes construían los colectivos eran los medios y las instituciones.

Así al final del trabajo destacamos que cuando el CPDP produce el dictamen el proyecto cuenta con más de 30.000 seguidores, “lo cual hacía suponer que *cierto colectivo de actores individuales* se ha constituido en torno a él”.

Lo interesante de este trabajo es que no sólo se constató la producción de un colectivo, sino que se puso atención a los procesos sociales por los cuales ese colectivo se construyó en la circulación. Dio cuenta no sólo de su enunciación sino del rol de otros enunciadores sociales, en particular a partir de *subfases* (como el *retuit* de Calu Rivero) y de *fases* que establecen procesos de cambio de escala de la mediatización (como las notas en los medios masivos). Son procesos a los que debe prestarse tanta atención como a los algoritmos, que también aquí ocupan un rol³⁰. Esos procesos, habitualmente no focalizados son muy importantes porque muestran la necesidad de una puesta en juego de una sofisticada perspectiva no antropocéntrica, capaz de distinguir la interacción de enunciadores no sólo de distinto estatuto, sino de estatutos que en procesos diacrónicos pueden ser altamente inestables además de cambiantes, como acabamos de comprobar.

Finalmente, nos interesa señalar en relación con esta dinámica maquinística/social que los procesos de construcción social de colectivos que aquí hemos estudiado muestran que no vivimos solamente inmersos en las llamadas “burbujas” (Parissier, 2017) porque en estos procesos dominan otras lógicas. Todo el tiempo flujos de sentido viajan de las redes sociales a los medios masivos y de los medios masivos a las redes sociales con lógicas diferentes de las de las burbujas que pretenden atraparnos y mantenernos atentos sólo a ciertos medios, proyectos, comunidades, etcétera.

30 Realizamos esta observación en “Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. (O cómo los individuos y los colectivos mediatizados se transforman en la contemporaneidad” (Carlón, 2019), cuando hicimos referencia a la “automatización de los protocolos” que ocurre cuando “a los seguidores de una cuenta, por ejemplo de *Twitter*, les llega información automatizada de nuevos posts. En este tipo de casos la construcción de colectivos se produce en articulación con *dispositivos maquinísticos*”.

8. Efectos de una circulación no lineal

8.1. El discurso de Chicas Bondi y los verosímiles de época: ¿chicas reales versus la moda y el *coolhunting*? Las retratadas, entre sentirse acosadas y considerarse homenajeadas. Narcisismo y voyeurismo.

En el ítem “La imagen de las mujeres jóvenes como eje cultural del proyecto” el dictamen señala que “no es casual que todas las fotografías sean de mujeres jóvenes que responden a patrones dominantes de belleza” y que parte de la violencia simbólica que se ejerce se debe a que en *Chicas bondi* hay “patrones estereotipados”. Cita la Ley 26.485 de *Protección Integral a las Mujeres* en la que se expresa que se ejerce violencia simbólica cuando “a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmite y reproduce dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad”.

Establecido que las fotografías fueron tomadas y publicadas sin permiso, y que en ellas aparece una figura masculina ejerciendo un poder sobre las mujeres semejante al que se practica en el acoso en la vía pública³¹ puede establecerse una reflexión sobre la afirmación de que el proyecto establece una “imagen estereotipada” de la mujer. Hay tres fenómenos desencadenados en la circulación del sentido por actores

31 Este fenómeno fue confirmado legalmente luego, en 2016, en la Ley 5742, del Código Contravencional de la Ciudad de Buenos Aires, en la que se explica qué se entiende por acoso callejero. Dice que se entiende por “acoso sexual en espacios públicos o de acceso público a las conductas físicas o verbales de naturaleza o connotación sexual, basadas en el género, identidad y/u orientación sexual, realizadas por una o más personas en contra de otra u otras, quienes no desean o rechazan estas conductas en tanto afectan su dignidad, sus derechos fundamentales como la libertad, integridad y libre tránsito, creando en ellas intimidación, hostilidad, degradación, humillación o un ambiente ofensivo en los espacios públicos y en los espacios privados de acceso público”. Ahí también se explica que forman parte del acoso callejero “las fotografías y grabaciones no consentidas”.

sociales a los que hasta ahora no hemos hecho referencia en los que nos deseamos detener.³²

En la nota “Es el turno de *Chicas bondi*” publicada en *La Nación* González Agote dice que lo que lo motiva es “generar una respuesta al “tratamiento que se da a la imagen de la mujer en los medios y, por ende, en la sociedad en general” observando que la industria de la moda “genera una fantasía irrealizable en el consumidor” y el concepto del *cool hunter* o cazador de tendencias “termina cayendo en la vereda de enfrente de lo *cool*”. Y termina diciendo: “*Chicas Bondi* es mi forma de expresar que los medios, la moda, lo *cool*, es todo una ilusión. Que ahí están ellas, las chicas verdaderas. Y están muy bien”.

Es claro que el proyecto no es inocente y que el final, donde expresa que “ahí están ellas, las chicas verdaderas” y que “están muy bien” indica, al igual que la restricción temática, su verdadero interés. Ahora que en Buenos Aires nos dicen “chicos” a todos, *Chicas bondi* podría haber tenido otras elecciones, privilegiado un verosímil más amplio. En la nota que al proyecto le dedicó *Brando* González Agote manifestó que *Chicas bondi* no tenía interés sexual. Sin embargo, es difícil negar la presencia de ese interés. Es más: por el recorte establecido no parece exagerado decir que si le interesaba que las chicas sean “verdaderas”, en la misma dimensión le interesaba que “están muy bien”. Otra vez, el reclamo de *Hollaback Buenos Aires*, organización tiene claramente donde hacer pie.

32 A nivel antropológico general el señalamiento de que *Chicas bondi* consagra una belleza estereotipada lleva inevitablemente a la pregunta acerca de cuál es el modelo de belleza dominante en *Chicas bondi* (algo que el dictamen no especifica). Nuestra respuesta es que si bien está anclada en su época contemporánea (la moda que viste a las “chicas bondi” es la de nuestra época) en muchos sentidos es transhistórico: responde a cánones vigentes en Occidente desde la Antigüedad que difícilmente puedan restringirse, además, a una mirada masculina heterosexual. Como se sabe, la presencia de rasgos no heterosexuales en el desarrollo de la cultura visual de Occidente fue determinante en la Antigüedad y luego en el Renacimiento (y probablemente lo haya sido en otros períodos mucho más de lo que se lo ha reconocido). Los ideales vigentes de belleza a los que parece aludir el fallo son previos, por dar un ejemplo, a la cultura punk: están encarnados desde hace mucho en la historia social

Pero por otro lado no parece falso lo otro que dice González Agote: que *Chicas bondi* ofreció una imagen de ciertas mujeres jóvenes que circulan en los ómnibus de la ciudad de Buenos Aires distinta de las que nos brindan la industria de la moda y del *coolhunting*, que por supuesto tampoco son los dos únicos dos verosímiles que hay. Negar que esto puede haber sucedido es desconocer el poder de la fotografía, que captura referentes reales en situaciones reales, que es una de las razones por las cuales tiene tanta historia como práctica en las calles de la ciudad. Si una de las acusaciones más graves que realizó *Hollaback a Chicas bondi* es que llevó adelante un “catálogo” de mujeres jóvenes que circulan por los medios de transporte de Buenos Aires y favoreció a la trata de personas³³, su contracara es que ese conjunto de fotografías, aún con su mirada y recorte, construyó un verosímil y llevó a cabo un registro amplio y diverso de prácticas sociales y de vestimenta. Que nunca puede haber sido idéntico al que ofrecen los medios y la publicidad.

Para confirmar lo que se está señalando vale la pena recordar aquí dos hechos que tuvieron como protagonistas a otros actores sociales, Candelaria Tinelli y la marca *Levi's Strauss*, que son significativos respecto del lugar que *Chicas bondi* llegó a alcanzar. Candelaria Tinelli, la hija del conductor de televisión más famoso de la Argentina publicó en *Instagram* una foto suya en la que ella misma se presenta como *Chica bondi*³⁴ que enseguida fue desmentida por los seguidores del proyecto, que detectaron que no se encontraba en un ómnibus común sino en uno de los que circulan en los aeropuertos. Por consiguiente, *no era una chica bondi*. El hecho de que se haya intentado presentar de esta manera y de que una marca como *Levi's* haya buscado legitimarse constituyéndo-

33 El argumento fue desarrollado por la responsable de *Hollaback* Buenos Aires, Inti María Tidball-Binz, quien sostiene que *Chicas bondi* y proyectos semejantes promueven la trata de personas: “La página de *Chicas bondi* se convierte en un catálogo confeccionado a medida de las redes de trata. No se puede analizar este fenómeno de forma aislada. Hablamos de un uso a conciencia de las fotografías, con fines explícitos. Se hace imprescindible comprender que con acciones de este tipo se fomenta la violencia de género”. Disponible en: <http://www.genderit.org/es/feminist-talk/acoso-callejero-y-tecnolog-nuevas-respuestas-viejos-problemas>.

34 http://www.larazon.com.ar/show/Candelaria-Tinelli-hacer-barrio-salio_0_546000187.html

se luego en su sponsor muestran hasta qué punto para cierto segmento social joven *Chicas bondi* antes que reproducir un estereotipo definió un verosímil nuevo y actual de las (y para las) chicas que circulan en transportes públicos en la ciudad de Buenos Aires³⁵.

Pasemos ahora a otro eslabón de la circulación discursiva, a otra interpretación. Luego del dictamen, el proyecto *Chicas bondi* se vio obligado a solicitar consentimiento para publicar. Muchas retratadas se negaron a que se publicara su imagen, gesto con el cual pusieron en evidencia que *Hollaback Buenos Aires* y *Adiós Barbie* no representaban sólo la voz de agrupaciones feministas sino que expresaban un modo más amplio de sentir y pensar. Otras, en cambio, asistieron, con una evidente cuota de narcisismo, a las distintas exposiciones fotográficas fuera de la red que *Chicas bondi* celebró. No es exagerado pensar que este segundo grupo de chicas consideró que antes que una mirada discriminatoria *Chicas bondi* las halagaba y les rendía un *homenaje* (tal como consideró Calu Rivero la publicación de la foto de su “bella” prima).

En síntesis: *Chicas bondi* no es sólo un proyecto *voyeurista*: en su despliegue en la vida social conviven el *voyeurismo/narcisismo* que caracteriza a época desembozadamente exhibicionista. Es indudable que en *Chicas bondi* hay un recorte y una mirada interesada, pero no es sólo eso lo que puso en juego en su circulación social. Apoyado en el poder de la fotografía construyó y difundió también su propio registro de la vida cotidiana, construyendo un *verosímil de la chica que transita por la calle* con el que muchas retratadas se identificaron, que fue ambicionado por grandes marcas y valorado por *celebrities* que pertenecen a otro estatuto social.

Así *Chicas bondi* es un síntoma del cambio de época que estamos viviendo y es, también, en otra escala, la expansión de varias revoluciones posmodernas. El narcisismo posmoderno se ha expandido pero las nuevas condiciones de mediatización y circulación, que han dado el

35 Podemos también sumar a lo señalado el hecho de que la marca Levi's celebró la salida de uno de sus modelos de jeans con fotografías que publicó *Chicas bondi* (en este caso se publicaron fotos de modelos como si fueran “chicas bondi”, no verdaderas chicas bondi).

acceso a todos los internautas a sus propios medios de comunicación lo ha transformado. Los discursos de género alcanzaron una gran relevancia académica en la posmodernidad, pero hoy se han vuelto masivos, y dictámenes como el del CPDP no representan ya el discurso de una minoría. Como efecto de la expansión y legitimación social de esos discursos no alcanza ya con crear un proyecto fotográfico novedoso capaz de construir un nuevo verosímil social y a su propio colectivo, incluso con revestirlo con valores estéticos, como hubiera sucedido en la modernidad. O con ser consagrado por los medios masivos. Mientras los discursos puedan ser interpretados extensiones de prácticas que vulneran derechos de las mujeres, serán puestos en discusión. Y mucho más si se supone que el autor es de sexo/género masculino.

Pero lo interesante es, también, que los conflictos puestos sobre la mesa por *Chicas bondi* no se limitan a estas cuestiones, van mucho más allá porque nos permiten formularnos otras preguntas. Por ejemplo, es cierto que vivimos en una era en la que todas las intimidades son vulneradas *¿Pero acaso alguien tiene derecho a tomarnos una fotografía y publicarla sin nuestro consentimiento, más allá de cuál sea nuestro género? ¿Acaso no se trata de construir una sociedad que respete la diversidad y que sea más igualitaria para todes?*

9. Los hombres que miran a los hombres que miran a las mujeres

Siri Hustvedt (2017 [2016]: 26) ha publicado un breve ensayo a partir de la exhibición de lienzos de tres consagrados artistas modernos, Pablo Picasso, William de Kooning y Max Beckmann, titulado “Las mujeres que miran a los hombres que miran a las mujeres”. Deseo retomar ese título al final de este texto para establecer una auto-reflexión.

¿Por qué estudiar Chicas bondi? ¿Para qué me ha servido a mí? ¿Qué me permite el título de Hustvedt pensar que no había elaborado con anterioridad? Ver la forma en que se constituye la mirada de un hombre que mira a las mujeres, ver a las mujeres que aceptan esa mirada y a las que no, comprender el valor de un dictamen que desafía verosímiles

largamente naturalizados, ha sido una experiencia desafiante e, incluso, auto-cuestionadora. Me gustaría creer que este texto ha sido escrito desde un punto de vista deconstructivo de su primera versión y de algunos de los efectos que ha ejercido sobre mí haberme educado en una sociedad dominada por el patriarcado. Me gustaría pensar que la posición que he sostenido aquí, que no puede ser la de Hustvedt, puede hacerse cargo, en algunos aspectos, de ciertas cuestiones que la autora plantea. Más allá de *Chicas bondi* me gustaría pensar que el punto de vista expresado en este texto es el de *los hombres que miramos a los hombres que miran a las mujeres*. ¿En qué sentido? En el de los hombres que miramos al hombre que llevamos dentro, tratando de deconstruir el gesto que *Hollaback* deconstruyó: el disparo fotográfico sin consentimiento y su publicación. Me gustaría pensar que este texto no desentona con la profunda transformación que estamos viviendo, que tiene el poder de alterar la concepción de lo propio y lo público, de lo que se puede hacer y de lo que no, por sobre todo si el productor del discurso es un hombre y la representada es una mujer. ¿La respuesta? Obviamente no la tengo yo. Está en la circulación.

Este artículo está basado en la versión publicada en 2015 y se terminó de re-escribir en Buenos Aires en enero de 2020.

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.

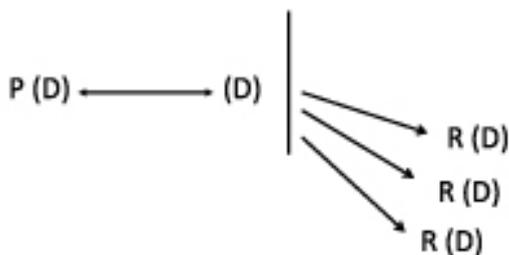


Figura 1

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 instaaura 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.

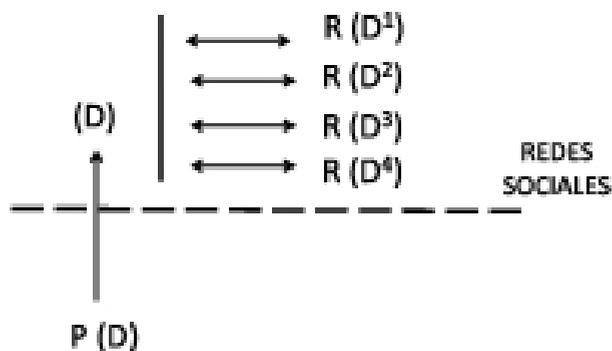
5.3.4. El análisis

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.

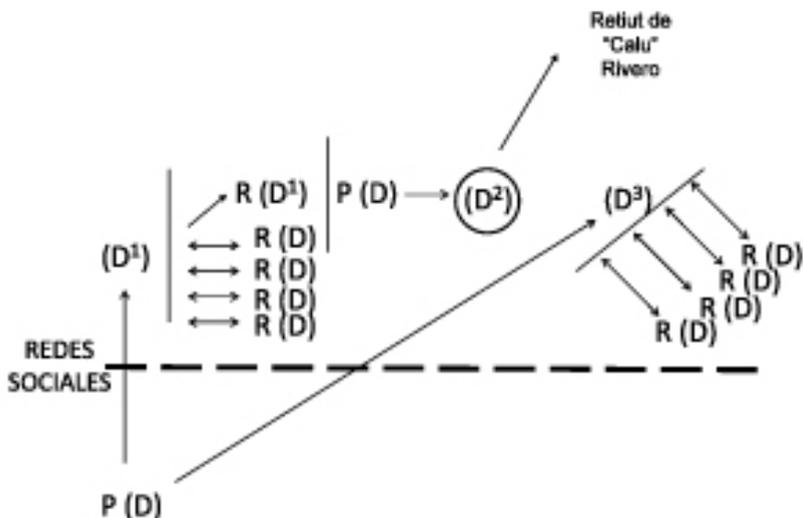


Figura 3

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.

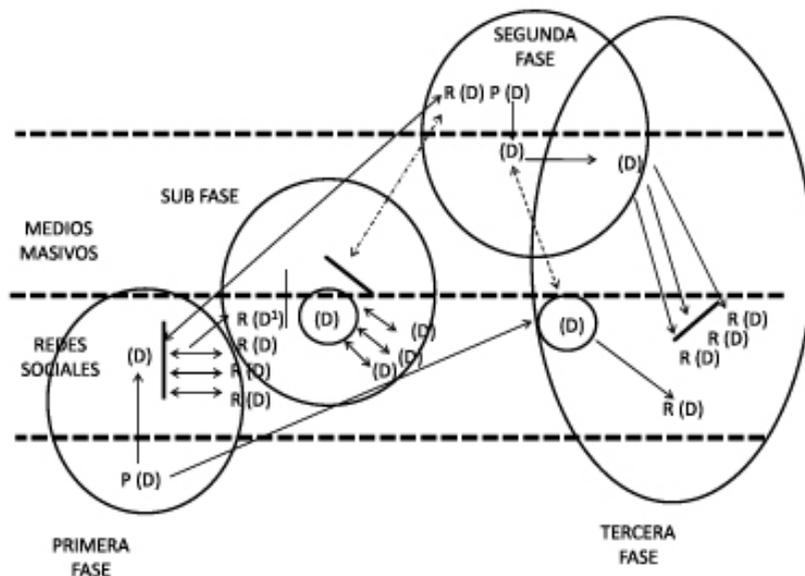


Figura 4

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:

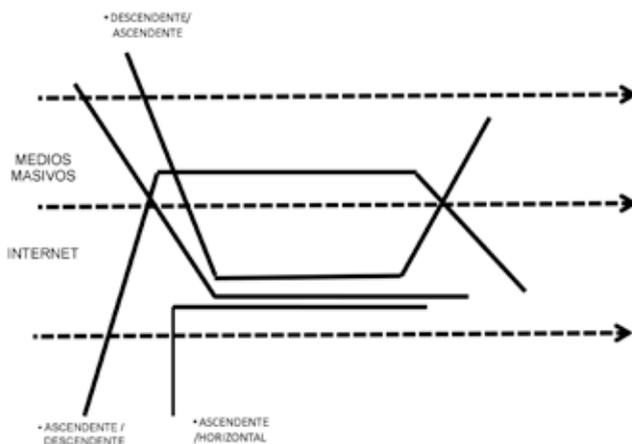


Figura 5

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 complexificación 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

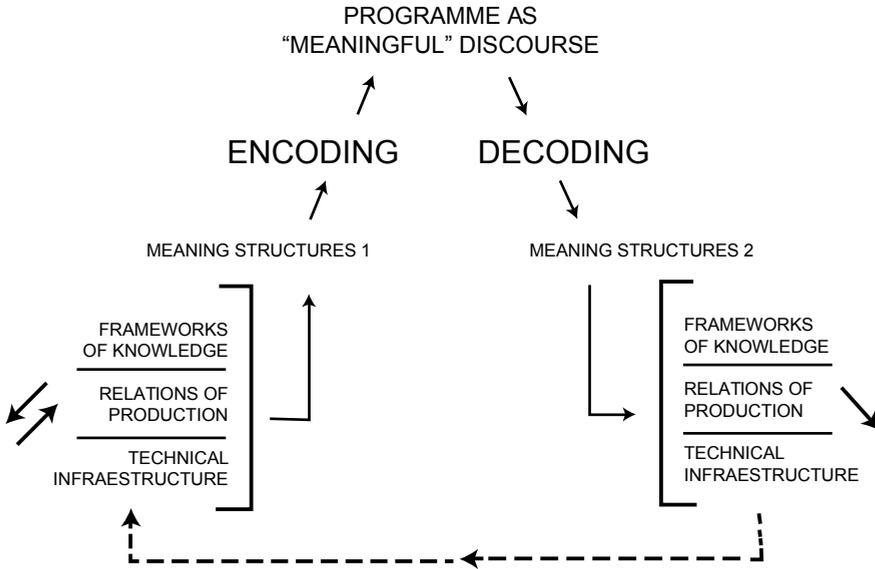


Figura 2. Encoding/decoding. Stuart Hall

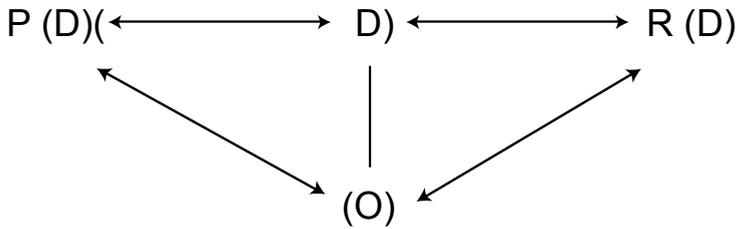


Figura 3. Doble triángulo de Eliseo Verón

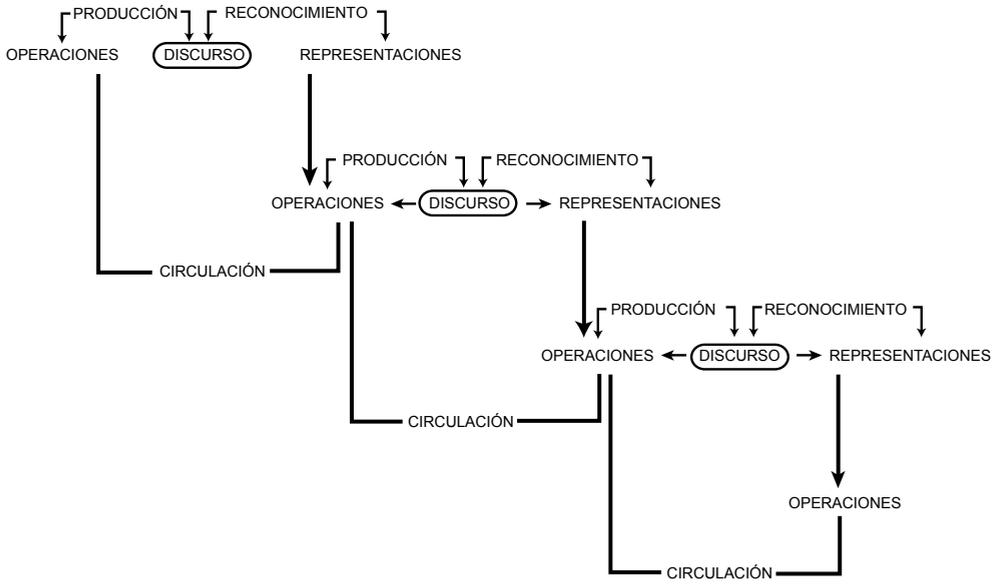


Figura 4. Trama de la semiosis

DEL PODER DE LOS ENUNCIADORES
AL PODER DE LA CIRCULACIÓN DEL SENTIDO.
ENUNCIADORES HIPERMEDIÁTICOS,
ANÁLISIS ESPACIAL Y PROCESOS
DE LA CIRCULACION

PRIMERA PARTE: EL PODER DE LOS ENUNCIADORES

1. Introducción

Varias tareas nos proponemos desarrollar en este texto pero hay algunas que son principales. La primera es avanzar en la presentación de un análisis *espacial*, complementario del *temporal* que presentamos en el capítulo anterior. Para llevar adelante esa tarea, que implica proponer un dispositivo analítico capaz de disponer a los enunciadores tal como se posicionan diacrónicamente en subfases y fases, deberemos antes llevar a cabo otras, porque el diseño de ese dispositivo articula varias dimensiones teóricas. Otra que nos proponemos desarrollar es reflexionar sobre algunas de las consecuencias que el tipo de análisis que se presentaremos, que pone acento en la distinción entre el poder de los enunciadores y el poder del sentido en la circulación hipermediática, debería tener en el amplio campo de los estudios sobre mediatización y circulación.

Comenzaremos la Primera Parte presentando una hipótesis en relación con el marco teórico. Distinguiremos cuatro grandes campos de investigación: el de la semiosis, el de la mediatización, el de los enunciadores y el de la circulación.⁷² El único que no será privilegiado, es

⁷² Estos cuatro campos fueron diferenciados a partir de una relectura de la obra de Eliseo Verón realizada para este libro, pero no están presentes solo en su obra: son cuatro grandes campos teóricos y de investigación de la cultura contemporánea.

decir, al que no se le dedicará un apartado específico, es el de la semiosis, cuyo análisis implica en nuestra contemporaneidad el pasaje de una perspectiva antropocéntrica a una no antropocéntrica⁷³. Luego nos detendremos en la mediatización, cuya transformación ha habilitado la circulación contemporánea. Y presentaremos un gráfico que nos permitirá conceptualizar el cambio que implica el pasaje a una sociedad hipermediatizada. Es un gráfico no fue incorporado en el segundo capítulo de este libro, porque el objetivo de ese texto era presentar las *direcciones de la comunicación* y el *análisis temporal* de la circulación, pero lo suponía. En él nos basaremos luego para analizar la disposición espacial de los enunciadores en distintas subfases y fases.

Distinguir a los enunciadores que dispondremos en gráficos espaciales y fundamentar su estatuto será una tarea que implicará el desarrollo de varias operaciones. En primer lugar nos obligará a volver sobre algunos de los presupuestos en los que se apoya el análisis de *Chicas bondi* que se presentó en el primer capítulo, en particular, a la tesis sobre un funcionamiento básico de las redes sociales mediáticas. Como esa tesis dice que las redes se apoyan en el presupuesto de que una parte esencial se los enunciadores sociales son en las redes quienes fuera de ellas dicen ser, y que un segmento mayoritario de los internautas identifica exitosamente a esos enunciadores con los cuales establece intercambios discursivos efectivos, nos veremos obligados a dedicar un segmento de nuestro análisis a la cuestión de los enunciadores. Intentaremos demostrar por qué es actualmente tan importante. Y que no lo es sólo para los

73 Este pasaje implica, en la obra de Verón el abandono de un modelo antropocéntrico (recordemos la doble hipótesis de su clásico “El sentido como producción discursiva” (1987a): a. “toda producción de sentido es necesariamente social”; b. “todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido”) a uno en el que lo humano ya no es conceptualizado independiente de otros seres vivientes sino como parte de la evolución. Si el vínculo con la *naturaleza* es uno de factores no antropocéntricos incorporados en la era contemporánea al análisis, el otro factor es el *maquinismo* (algunos textos de estos últimos años sobre este tema: Schaeffer, (2009 [2007]); Latour, (2008 [2005]); Carlón, 2008a, 2016a; Verón, 2013, Lemos, 2013; Di Felice 2017; Scolari, 2018). De todos modos, lo señalado no implica que el análisis no antropocéntrico estará ausente: recibirá especial atención en la Segunda Parte, cuando nos ocupemos de las *capas* analíticas que permiten conceptualizar a los enunciadores.

estudios sobre circulación sino, también, para otros análisis que han desarrollado en estos años que han logrado grandes avances apoyándose en la determinación de los enunciadores y de su poder. Nos preguntaremos qué aporte pueden hacer a esta cuestión los estudios sobre circulación.

En la Segunda Parte emprenderemos una profundización del análisis por *capas* que presentamos en *Chicas bondi*. Intentaremos sistematizar algunas de las dimensiones analíticas por las cuales ha sido pensada la figura del enunciador, tanto por el saber social como por el discurso científico. Nos apoyaremos en la obra de Philippe Lejeune (1991) pero, en particular, realizaremos una revisión de la obra de Eliseo Verón, que distintos momentos conceptualizó a esa figura. Lo haremos a la par de que emprenderemos el análisis de tres “escenas de la comunicación”⁷⁴: la de los medios masivos (moderna y posmoderna), la de las redes sociales mediáticas (intra-sistémica) y la que va de las redes sociales a los medios masivos y viceversa (inter-sistémica o hipermediática). Distinguiremos *enunciadores hipermediáticos de grado 1 y de grado 2*. Si bien ambos concentrarán nuestra atención serán los de grado 2 los que nos permitirán avanzar en la formulación del dispositivo de análisis espacial. Otra vez, puede decirse que los enunciadores de grado 2 estaban presentes en nuestros estudios desde el inicio, desde que comenzamos a estudiar *Chicas bondi*, pero su conceptualización se hizo esperar. Cerraremos esta parte haciendo referencia a cómo los enunciadores mediáticos logran realizar convocatorias a los espacios públicos.

Recién entonces estaremos en condiciones de presentar, en la Tercera Parte, el *análisis espacial de la circulación hipermediática*⁷⁵, que

74 Como la dimensión comunicación en la teoría de Verón corresponde al nivel de la circulación, entendemos que podemos hablar desde su marco teórico de “escenas de la circulación”.

75 Parte de esos resultados fueron presentados en VII Pentálogo de CISECO (2016), donde expuse el dispositivo analítico espacial y los primeros gráficos que elaborados para estudiar *Chicas bondi*. También se presentaron otros casos elegidos y graficados originalmente por alumnos de la de la asignatura de Comunicación Visual de la Universidad de San Andrés y de la cátedra de Semiótica de Redes de la UBA. Esos casos son procesados luego sistemáticamente en nuestros espacios de investigación (entre los casos presentados en esa oportunidad se encuentran #NiUnaMenos, estudiado por Ana Slimovich, #Zequiél79, investigado por Damián Fraticelli, y los memes sobre Sergio Massa, que focalicé en trabajos dedicados a la fotografía contemporánea - Carlón, 2015b).

se caracteriza por su capacidad para determinar *cómo se posicionan los enunciadores en distintas subfases y fases*. Si el análisis temporal cuenta la “película” de la circulación, cómo los enunciadores construyen colectivos, cómo logran que sus seguidores ocupen espacios públicos, cómo esos colectivos implosionan, etcétera, *el análisis espacial congela momentos como si fueran “fotos” y nos permite observar cómo distintos enunciadores se posicionan antes y después de algún acontecimiento relevante*. Al decir relevante nos referimos, por ejemplo, a aquellos que como el dictamen del CPDP sobre *Chicas bondi* hacen que quienes sostenían una posición de pronto se llamen a silencio o asuman la contraria; que quienes apoyan a alguien de repente lo abandonen (o viceversa); etcétera. Cerraremos este ítem enunciando tres transformaciones que acontecen en la circulación.⁷⁶

Después de la presentación de ese dispositivo, que se realizará a cabo a través del análisis de dos casos, *Chicas bondi* y *Soy Anto*, nuestra atención se concentrará, en la última parte, en otra cuestión: *en la diferencia entre el poder los enunciadores y el del sentido*. Es una operación que no debería sorprender porque si bien en nuestros análisis atendimos a enunciadores poderosos como, por ejemplo, los medios masivos, nuestras elecciones nunca se restringieron a la determinación de su lógica, de su enunciación y de su poder. Deseosos de dar cuenta de la *especificidad de la transformación que estamos viviendo no elegimos casos como Chicas bondi*, un *fake* que luego develó ser un joven sin ningún poder pre-existente, al azar. Lo mismo podemos decir de muchos otros que en estos años hemos estudiado, como *Soy Anto*, cuyo discurso de origen fue “generado” por una enunciativa social marginal. En estos años hemos estudiado a enunciadores poderosos pero también a muchos que no forman parte de los intereses tradicionales de las ciencias sociales que generalmente escogen para su estudio a los partidos políticos, los medios o las instituciones. O que parten de la consideración de macro-estructuras sociales. O de enunciadores legitimados por prestigiosas instituciones de la vida social, como sucede con los

⁷⁶ Un análisis extenso y pormenorizado de las tres transformaciones puede encontrarse en (Carlón, 2019a).

artistas. Por eso la elección de *Chicas bondi* puede interpretarse como un indicador de cuál ha sido, desde el origen, nuestro interés⁷⁷. No fue casual porque lo que nos interesaba era *develar qué estaba pasando con los discursos que ponían en juego otros enunciadores, como los fakes*. O sea, dar cuenta de los procesos de circulación del sentido que al habilitar a otros enunciadores generó la hipermediatización. Y examinar en qué medida los procesos generados por esos enunciadores son semejantes o diferentes de los que históricamente generaron los poderosos. Dicho en otras palabras: de los que generó en la modernidad y la posmodernidad, en las que dominaban las instituciones y los medios masivos, el poder.

Por eso el paso siguiente será reflexionar sobre lo que los análisis centrados en los discursos de los poderosos no contemplan. Y, también, sobre las limitaciones que tienen para dar cuenta de otros procesos que están aconteciendo y que caracterizan profundamente a nuestra contemporaneidad. Hay dos fenómenos que no pueden soslayarse hoy. Por un lado que mucho más que antes los enunciadores poderosos están siendo sometidos en espacios públicos mediatizados a flujos de sentido novedosos, generados por otros enunciadores, que relativizan constantemente su poder. Por otro que hay múltiples enunciadores que no son poderosos en situaciones pre-existentes pero que sí lo son en las redes y en la circulación hipermediática, porque son capaces de generar saltos hipermediáticos, construir colectivos y generar manifestaciones de colectivos en espacios públicos que escapan al radar analítico que privilegia al poder. Es que la circulación contemporánea se ha vuelto un escenario dinámico y complejo en el que los flujos de sentido ya no sólo provienen de los enunciadores tradicionales, sino también de otros que construyen de modo diferente su legitimidad y que desencadenan otros procesos de circulación.

⁷⁷ Nos referimos a indagaciones desarrolladas en sucesivos proyectos de Investigación Ubacyt asentados en el Instituto Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, en la cátedra Semiótica de Redes de la Carrera de Comunicación de la UBA, de la que estoy a cargo desde 2016, y en la materia Comunicación Visual de la Universidad San Andrés, que dicto desde 2009.

Para avanzar con este análisis se propondrá la noción *procesos de la circulación*. Es diferente de *direcciones de la comunicación* (ascendente, descendente y horizontal) cuya identificación nos permitió construir una tipología de análisis temporal. Ya hemos hecho referencia a estos procesos en el análisis de *Chicas bondi*: los denominamos *de cambio de escala del sentido* y *de giro del sentido*. Son fenómenos que pueden manifestarse en cualquier tipo de circulación, ascendente/descendente, ascendente/horizontal, etcétera. Esta distinción nos permitirá diferenciar *dos lógicas del poder; la de los enunciadorees y la del sentido*. Ambas son complementarias y caracterizan a una sociedad hipermediatizada; sin embargo, una de ellas, la de los enunciadorees, ha sido privilegiada, mientras que la otra, la de los discursos, no ha concentrado el mismo interés. Es un claro objetivo de este trabajo contribuir a disminuir esta desnivelada situación.

2. Fundamentos del dispositivo analítico: cuatro ejes temáticos de la obra de Eliseo Verón

El dispositivo analítico con el que trabajamos tiene distintas fuentes, pero en varios aspectos parte de las propuestas y los análisis realizados por Eliseo Verón a lo largo de su extensa obra. Su reflexión se abrió a múltiples problemáticas, pero en función de nuestros objetivos consideramos que es posible distinguir cuatro grandes ejes temáticos: a) una teoría sobre la producción social del sentido, expuesta en uno de sus libros más famosos (*La semiosis social, Fragmentos de una teoría de la discursividad*, 1987), que en sus últimos años derivó en una perspectiva *no antropocéntrica* (Verón, 2013); b) un enfoque sobre la “*comunicación*”, que sintetizó en un texto célebre, “El sentido como producción discursiva” (1987a), en el que brindó importantes precisiones sobre la noción de *circulación*; c) una teoría de la *mediatización*, que desarrolló a lo largo de los años luego de que tuvo su momento fundacional a inicios de la década del ochenta (Verón, 1995 [1986]; 2001 [1984]) y, d) una perspectiva sobre los *enunciadores y enunciatarios*, que tuvo un momento clave en la década del noventa, en la que publicó textos

como “Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia” (Verón, 1994) y “Esquema para el análisis de la mediatización” (1999).⁷⁸ Desde nuestro punto de vista es posible articular estos cuatro ejes en la construcción de diferentes *escenas de la circulación* (por lo tanto, comunicacionales) que constituyen un objeto clave del análisis que vamos a presentar.

Hay tres grandes escenas que nos interesan. La primera es la “unidad mínima” de red que Verón presentó en “El sentido como producción discursiva” (1987a) que “contiene dos veces el gráfico triádico de Peirce”, en la que nos apoyamos en el capítulo anterior para presentar un dispositivo de análisis temporal. Verón representó esa escena a través de un gráfico que fue muy difundido y utilizado, en particular en el campo de los análisis semióticos y discursivos de la comunicación. Sin embargo, no siempre se articuló con otros desarrollos teóricos de Verón, como su enfoque de los enunciadores y de la mediatización. El gráfico construye una escena elaborada en la posmodernidad, útil para pensar la comunicación mediatizada y no mediatizada, que en lo que hace a la dimensión mediática y a los principales enunciadores da cuenta de la situación en la era de los medios de comunicación masiva. Pero es innegable que desde entonces muchas transformaciones han acontecido, tanto en el campo teórico como de la comunicación.

La segunda y la tercera “escenas de la circulación” de la son contemporáneas y su emergencia y consolidación se deben a la aparición de Internet y de las redes sociales mediáticas, es decir, al nuevo sistema de mediatización. Una de ellas da cuenta de la circulación intra-sistémica: por ejemplo, en *Facebook*, o entre *Facebook* y *YouTube* (también acontece entre medios masivos: por ejemplo, cuando en la televisión se comenta un fragmento de un programa de radio). La segunda da cuenta de la circulación inter-sistémica: entre las redes sociales y los medios de comunicación masiva. Nuestro análisis de estas tres escenas se apropia de los cuatro ejes a los que hicimos referencia anteriormente:

78 Las fechas que ponemos como mojones de cada eje temático fueron elegidas por el poder representativo de esos textos, pero no ignoramos que en los próximos años puede haber ajustes, debido a que su obra es profusa y actualmente se está realizando una revisión de archivo

el de la semiosis, el de mediatización, el de los enunciadores y el de la circulación del sentido para dar cuenta de las diferencias que existen entre la era de los medios masivos (modernidad y posmodernidad) y la contemporánea.

Para que nuestra exposición sea más didáctica la desarrollaremos siguiendo tres de los ejes temáticos que acabamos de distinguir. Empezamos con el de la mediatización, que es el que ha habilitado la transformación de la circulación. Y nos concentramos luego a partir del análisis de las dos tesis sobre las redes sociales mediáticas, en la cuestión de los enunciadores. Pretendemos demostrar por qué es tan importante para los nuevos estudios de la circulación.

3. La era contemporánea

3.1. La hipermediatización

Si la mediatización es un proceso capaz de modelar cierto tipo de sociedad ese proceso que se establece principalmente a partir del accionar de los medios. Vivimos en una sociedad mucho más compleja que la moderna (mediática) y la posmoderna (mediatizada) porque es hipermediatizada⁷⁹. Al decir esto nos referimos, en primer lugar, a un nivel fáctico: a que ya no hay un solo sistema mediático, el de los medios masivos, sino que a dicho sistema se ha sumado el que tiene su base en las redes telefónicas (con ejemplos como *Whatsapp*) e internet (con medios como *Snapchat*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, etcétera). El hecho de que vivimos en una era en la que hay como mínimo dos sistemas mediáticos es clave para la exposición que vamos a presentar. Pero es importante que quede claro que el diagnóstico de que vivimos en una sociedad hipermediatizada no se restringe sólo a este nivel fáctico. Implica también el reconocimiento de que han emergido nuevos

⁷⁹ Pasos importante para el avance de la hipermediatización fueron el desarrollo de la convergencia tecnológica y de la hiperconexión, que transformaron al experiencia de vida en el hogar y en la ciudad (Igarza, 2009, 2008). Por otra parte, sobre Sociedad hipermediatizada acaba de publicarse un volumen sobre en el número 39 de la Revista Sociedad, de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Disponible en :<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/revistasociedad>

enunciadores, la transformación de los tradicionales, la expansión de un nuevo tipo de circulación (la hipermediática que está afectando a los distintos tipos discursivos y prácticas sociales) y nuevas *lógicas* (también hipermediáticas).

Respecto al nuevo sistema de mediatización con base en redes telefónicas e Internet aquí nos contentamos con observar que no todas las redes sociales favorecen estos procesos de circulación. Los lugares de asentamiento de los enunciadores capaces de generar fenómenos de producción de sentido que logran captar la atención de los medios masivos son, por ahora, preferentemente *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, y *YouTube*. Cada uno de estos medios tienen sus particularidades, pero también sus rasgos en común. Uno de ellos es que por su relevancia, poder de fuego y operatividad han sido elegidos por enunciadores profesionales jerarquizados y no jerarquizados para comunicarse con sus colectivos, con otros medios e instituciones, y con otros colectivos. Otro es que son medios con fluida articulación con los medios masivos. Este hecho se debe no sólo a la digitalización, sino a que por su importancia los medios masivos están muy atentos a todo lo que sucede en ellos. Y, también, que la aparición de fenómenos como los *hashtags*, que permiten la circulación “desde arriba hacia abajo” (de los medios masivos a las redes) y desde “abajo hacia arriba” (de las redes sociales a los medios masivos) y “horizontal” (entre pares en un mismo sistema mediático).

En relación a medios masivos y su situación actual nos interesa destacar que los debates sobre su fin (Verón, 2006 y 2009; Carlón 2008 y 2009; Carlón y Scolari, 2009; Carlón y Fehine, 2014) adelantaron, en muchos aspectos, el escenario actual: una sociedad en la que las ventas de periódicos se siguen desplomando, la asistencia a las salas de cine no deja de menguar y las audiencias televisivas de caer. Pero, también, en la que el sistema de medios masivos no ha desaparecido y su relevancia sigue siendo significativa. Lo es, sin dudas, para el estudio de nuevos casos de circulación discursiva que vamos a presentar. Los medios masivos siguen siendo importantes para sus tradicionales consumidores pero, también, para los enunciadores emergentes y para sus colectivos.

Para cerrar este apartado presentamos un gráfico que hemos realizado a partir del reconocimiento de estos dos sistemas mediáticos, el que tiene base en las redes telefónicas e Internet y el de los medios masivos, que especifica el escenario que ha habilitado una nueva circulación.⁸⁰ Será en la parte inferior en la que nos concentraremos en lo que resta de éste ítem, en particular en las redes sociales mediáticas (*Facebook, Instagram, Twitter, YouTube*), a través de un análisis del funcionamiento básico de las redes sociales. Nuestra atención se concentrará en la problemática de los intercambios discursivos efectivos y del enunciador.

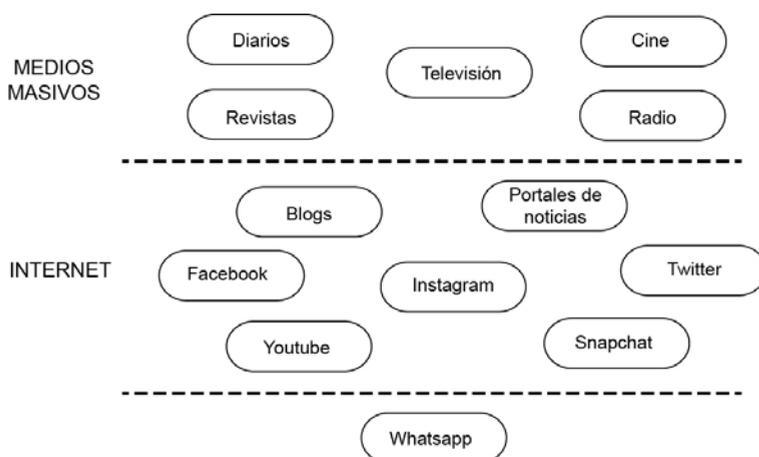


Figura 06

⁸⁰ Por razones de espacio es imposible ocuparnos en este capítulo de whatsapp. Lo único diremos es que hemos ubicado a esta red de mensajería instantánea, a la que consideramos el *underground* de los sistemas mediáticos, debajo del espacio en el que ubicamos a redes sociales mediáticas como Instagram, Facebook y Twitter debido a que posee características específicas. En primer lugar, la circulación del sentido en whatsapp no es pública, por lo cual es imposible realizar un estudio intra-sistémico en el sentido en que aquí se lo presenta. En segundo lugar, que este hecho no implica que no pueda ser analizado, pero su estudio debe ser indirecto: sus discursos deben ser estudiados por su impacto en otros sistemas mediáticos, considerándose los saltos de un sistema a otro verdaderos saltos hipermediáticos. Ya hay monografías que han producido importantes aportes desde esta perspectiva. Una es El “Caso Calafate”, que fue estudiado por un grupo integrado por: Chircoff, Mauro, De Marco, Juan, Fontana, Leandro, Mazzei, Vincenzo, Petrocelli, Sebastián, Sanabria, Diego; en una Comisión a cargo de Ana Slimovich en la Cátedra Semiótica de Redes en 2018. Otra de Adrián Jesús Romero, “Videovigilancia y violencia de género: un caso de circulación del sentido” (realizada como resultado de un curso que dicté en el Doctorado de la Universidad de Córdoba también en 2018). Y una tercera, que se encuentra a punto de concluirse, a cargo de Nicolás Silva Loreto sobre un “blooper” del gobernador Colombi.

3.2. Enunciación y enunciadores: transformaciones e interrogantes en los nuevos estudios sobre circulación

En la era de los medios masivos los enunciadores mediatizados eran pocos, los medios y algunas instituciones. Y las escenas de intercambio efectivo entre los enunciadores, que concentraban un altísimo poder, y los que se encontraban en reconocimiento, eran escasas (correos de lectores, llamadas telefónicas de la audiencia, etcétera). Vistos en retrospectiva resulta claro el lugar que en esa época desempeñaron los análisis enunciativos. Desplegados principalmente *en producción* (Verón, 1987a) se ocuparon fundamentalmente de determinar la “escena comunicacional” construida en los discursos⁸¹. Y quizás no sea exagerado decir que esto no cambió demasiado cuando los estudios en reconocimiento florecieron. Estos estudios, que muchas veces derivaron en análisis sobre la diferencia entre producción y reconocimiento, es decir, sobre la circulación, tenían también al análisis enunciativo como un momento fundamental: aquel a partir del cual se definía en gran parte lo que se iba a estudiar.

Actualmente, cuando la emergencia de las redes sociales ha cambiado la lógica mediática de predominio de la enunciación establecida en el seno de una gran brecha temporal y espacial entre producción y reconocimiento por otra de intercambio discursivo y alta interacción⁸², el lugar de los estudios enunciativos y, en particular, el de los enunciadores, debe ser un tema de reflexión. Es la situación en la que se encuentran los nuevos estudios sobre circulación, que están viviendo una etapa fundacional.

¿Cuál es el lugar de los estudios enunciativos hoy? Aquí no pretendemos decir una palabra definitiva sobre una cuestión tan compleja, que sólo podrá ser plenamente resuelta el día que se llegue a través de un

81 Sin apartarnos de la obra de Verón rápidamente podemos ejemplificar con su influyente texto sobre el discurso político “La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política” (1987b), en el que distingue un enunciador y tres enunciatarios.

82 Nos referimos extensamente sobre esta transformación en la entrevista que se publicó en Sociedad hipermediatizada, anteriormente citada. Disponible en: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/revistasociedad/article/view/5117>

conjunto de discusiones a un consenso. Pero sí nos proponemos plantear nuestra visión sobre el lugar del enunciador.

3.2.1. Tesis sobre un modo de funcionamiento básico de las redes sociales mediatizadas

En la medida en que la transformación contemporánea se ha desarrollado a partir de Internet y, en particular, de las redes sociales mediáticas, es clave tener algunas hipótesis acerca de cómo funcionan. Es decir, a que deben su pregnancia social. Para avanzar en ese análisis retomamos la tesis expuesta en el capítulo de apertura de este libro de un modo de funcionamiento básico de las redes sociales mediáticas. Entendemos por modo básico el que les permite tener tan alta pregnancia global, el que les confiere su uso y aceptación social. Es un modo que conceptualizamos partir de dos hipótesis. La primera dice que *las redes sociales mediáticas se apoyan en el presupuesto de que una parte importante de los enunciadores sociales, es decir, instituciones, medios, colectivos de actores individuales e individuos son en las redes, en cierto nivel, quienes fuera de ellas dicen ser*. La segunda que *un segmento mayoritario de los internautas identifica exitosamente a estos enunciadores sociales y que es partir de dicha identificación que establece diariamente intercambios discursivos*.

Se presentan así rápidamente dos temas a tratar. El primero es si los estudios sobre circulación deben constituirse a partir de estas hipótesis en un contexto en el que los análisis de redes, que son uno de los intertextos con los cuales debemos hoy dialogar, más que interesarse por esta cuestión parecen avanzar en otras direcciones, como el lugar de las *fake news*, los *trolls*, los *bots*, las filtraciones de datos, la polarización entre distintos colectivos, etcétera. El segundo es si estas hipótesis pueden ser comprobadas. Como a la demostración de estas dos hipótesis está dedicado lo que resta de este ítem y el siguiente, detengámonos un momento antes de avanzar en explicar por qué los estudios sobre de circulación del sentido deben brindarle un lugar al modo de funcionamiento básico. Aquel lector al que le resulte indiferente esta cuestión y que esté principalmente interesado en conocer cómo analizamos a través de gráficos

la circulación del sentido que va de las redes sociales mediáticas a los medios masivos (y viceversa) puede pasar a los dos últimos capítulos, dedicados al estudio de casos. Se perderá, eso sí, una explicación sobre los fundamentos en los que se basa nuestra investigación.

En cuanto a por qué los estudios sobre circulación pueden apoyarse en la tesis del modo de funcionamiento básico lo primero que debe tenerse en cuenta es que lo que sostiene no es algo menor: diferenciar a los enunciadores sociales de otros, como los *bots*; y a los enunciadores sociales entre sí, es decir, a amateurs, periodistas profesionales, etcétera, a partir de la presuposición de que los enunciadores sociales son, en cierto nivel, quienes fuera de ellas dicen ser, *es una de las primeras tareas que realiza actualmente toda investigación*. ¿Por qué? Porque es a partir de esta diferenciación que todo lo que acontece en el caso a estudiar, sea cual sea, adquiere sentido: si se operó a través de *bots* fue a favor de alguien y frecuentemente en contra de alguien; si se quiere saber cómo y por qué circulan *fake news* es importante saber quién las distribuye, a favor de quién y en contra de quién; si el discurso se polariza entre dos grandes espacios políticos es importante saber quiénes quedan de un lado y quiénes del otro, etcétera. Es decir que es a partir de la forma en que el modo de funcionamiento básico se hace presente en las redes sociales mediáticas que todas las demás prácticas comunicativas (*fake news*, ciberataques, etcétera) y despliegues de identidades (*fakes*, *trolls*, *bots*) que se encuentran en ellas tienen sentido.

Comprobemos lo que acabamos de argumentar a través del contraste analítico de algunas investigaciones que se han dado a conocer en estos últimos años. Primer caso, un informe⁸³ de una consultora de mercado, no académico: el ataque contra Marcelo Tinelli realizado en las redes sociales en el contexto de la imitación que el actor Freddy Villareal realizaba del Presidente Mauricio Macri en el programa *Showmatch*, el de mayor rating de la televisión argentina. En este marco de conflicto entre el conductor y el gobierno el diario *Perfil* dio a conocer en 2016

83 Puede consultarse aquí: https://tn.com.ar/politica/segun-una-consultora-digital-el-ataque-contra-tinelli-en-Twitter-estuvo-organizado-por-el-pro_692342. Chequeado el 27 de setiembre de 2018.

un informe realizado por una consultora contratada por Tinelli para demostrar que el ataque que instaló el *hashtag* #TinelliMercenarioK fue “implantado”.⁸⁴ El informe demuestra que no hubo una “conversación real” entre las cuentas que lanzaron el ataque, que operaron exclusivamente en ese *hashtag*, y que los contenidos no se “viralizaron”, es decir, no fueron compartidos a través de una “conversación real” sino que fueron operados en forma mecánica y repetitiva. Es decir que las cuentas que instalaron el *hashtag* tuvieron un comportamiento “robótico” y que plantaron lo que podemos considerar una *simulación de circulación social del sentido que en verdad fue de estatuto maquinística*. En sus “Conclusiones” el informe expresa: “menos del 2% de quienes hablaron negativamente del tema fueron – se supone – personas reales”.

Segundo caso: un informe producido a pedido de Amnesty Argentina⁸⁵ en 2018 elaborado por investigadores reconocidos (Becerra y Gallup, 2018) que da cuenta de cierta evolución de los ataques del gobierno de Macri en Internet. Demuestra cómo *periodistas independientes* fueron atacados en *Twitter* por una cibertropa⁸⁶, es decir, por un conjunto de enunciadores distintos: referentes políticos, *trolls*, *bots* y seguidores regulares. La imagen que brinda este informe es que dos años después del caso #TinelliMercenarioK las “cibertropas” del gobierno del Presidente Macri funcionaron de modo más sofisticado al no apoyarse de modo tan evidente sólo en *bots* sin historia previa y combinar soldados de diferente estatuto⁸⁷.

84 El caso fue analizado en su circulación hipermediática por Ana Slimovich (2018) en “#TinelliMercenarioK. La mediatización del Presidente argentino y los trolls macristas”. Puede consultarse en: <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2830>

85 El informe se titula “El debate público limitado. Trolling y agresiones a la libre expresión de periodistas y defensores de derechos humanos en TwitterArgentina”, disponible en: <https://amnistia.org.ar/el-debate-publico-limitado-amnistia-internacional-da-cuenta-del-efecto-disciplinador-de-los-ataques-en-Twitter-argentina/>

86 El informe toma la categoría cibertropa de un trabajo de Samantha Bradshaw y Phillip N. Howard (2017) titulado *Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*, disponible en <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/07/Troops-Trolls-and-Troublemakers.pdf>

87 El informe sostiene que “El modus operandi de las agresiones en las redes sociales en Argentina consiste en una secuencia de responsabilidades en cuyo origen hay funcionarios o voceros

El tercer informe fue realizado por tres investigadores del MIT, *The spread of true and false news online* (Vosoughi, Roy y Aral, 2018)⁸⁸ y da cuenta de la propagabilidad de historias falsas y verdaderas en *Twitter* desde su inicio en 2006 hasta 2017. El dato que nos interesa aquí es el siguiente: los *bots* aceleran por igual la difusión de noticias verdaderas que las falsas, es decir que *son los humanos, no los bots, quienes difunden más las falsas*.

Investigaciones como las que acabamos de comentar muestran que a través de herramientas de análisis como las que procesan vínculos entre nodos es posible obtener una serie de resultados. Uno de ellos es que pueden *distinguir con cierta precisión a los enunciadores maquinísticos (robóticos) de los sociales*. También pueden establecer el lugar de los *bots* en la difusión en las *fake news*. O cómo se construyen ciber-tropas. Y que establecer estas distinciones sigue siendo un paso crucial de toda investigación. En todos estos casos y en muchos otros que podríamos citar, como la investigación pionera en Argentina de Ernesto Calvo (2015) que en su estudio del *#Nisman* distinguió cómo los enunciadores más poderosos, los más retuiteados, construyen colectivos, se pone en evidencia que *la identificación de enunciadores articulada con el presupuesto de que los enunciadores sociales son más allá de las*

formales del oficialismo pero también cuentas que, identificadas políticamente con el gobierno nacional, no tienen un vínculo formalizado o público aunque en las redes sociales son reconocidas (y en sus perfiles así también las reconocen las propias cuentas) por su oficialismo. El método utilizado en la Argentina combina la acción de cuentas personales de referentes políticos, trolls, (cuentas cuyo registro violento bloquea el debate y desvía la conversación), bots, (cuentas parcial o totalmente automatizadas en sus interacciones) y seguidores regulares. En los casos que el presente trabajo documenta, los voceros oficiosos, los formales y los informales, han defendido y reproducido información falsa (*fake news*) atacando a personas defensoras de derechos humanos y periodistas. En la mayoría de casos se trata de trolls, es decir, cuentas en *Twitter* que de modo directo (@AlfredoDarrigo), con seudónimo o en forma anónima, (@PajaritaTW), contribuyen a esparcir agresiones o difamaciones” (Becerra y Galup, 2018: 8). La tesis de la existencia de una cibertroupa fue confirmada por otra investigación publicada también en 2018, El troll center de cambiamos, contratada por el Frente Renovador de Sergio Massa, disponible en <https://www.tiempoar.com.ar/nota/el-troll-center-de-cambiamos-llego-a-diputados-con-nombre-y-apellido>.

88 Una versión sintética de este informe puede encontrarse en: <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf>

redes quienes dicen ser, es una operación clave en la que se apoya toda investigación, la que le brinda sentido. Porque es a partir de esta operación que pueden analizarse los intercambios entre enunciadores efectivos. Ahora bien, ¿no es también esta identificación la operación primordial que establecen cotidianamente de los internautas en las redes? ¿Y acaso no es por su capacidad de dar cuenta de estas operaciones que los internautas realizan que las investigaciones citadas nos resultan son tan interesantes? ¿Cómo pueden los estudios sobre circulación, que trabajan con otras herramientas, analizar y explicar este fenómeno?

3.3.1. Del conocimiento social al de las ciencias sociales y de los lenguajes.

Podemos argumentar que investigaciones como las que acabamos de comentar distinguen enunciadores gracias a que ponen en juego sofisticadas herramientas analíticas y teóricas pero que nada semejante está al alcance de los internautas en su uso social y que, por lo tanto, la hipótesis de que operan cotidianamente de acuerdo a la tesis del modo de funcionamiento básico es falsa. Sin embargo, es difícil negar que determinar los tipos de interacciones entre distintos enunciadores en las redes sociales mediatizadas es tan importante para los internautas como para los investigadores. Es decir, es cierto que los internautas no pueden establecer a ciencia cierta, por ejemplo, en el momento en que se constituye un *trending topic*, si fue generado a través de una conversación real o instalado a maquinísticamente a través de *bots*. Pero eso no implica necesariamente que vivan en estado de ignorancia absoluta, porque cotidianamente se difunden a través de los medios masivos y los portales investigaciones que denuncian operaciones políticas y empresariales en las redes sociales mediáticas. Los internautas están cada vez más advertidos de que las redes son manipuladas a través de *bots* con los que conviven en los espacios virtuales. Del mismo modo que perciben que hay *fakes*, por sobre todo si sus nombres son de fantasía, como @PajaritaTW o @EameoOK. E incluso pueden dilucidar que ciertos enunciadores profesionales como Fernando Iglesias (@FerIglesias, identificado en el informe de Becerra y Galup como un verdadero

troll) actúan como *trolls*, porque para saberlo basta con escucharlo por la radio o por televisión. Lo que queremos destacar es que *en su vida cotidiana los internautas distinguen a los diferentes enunciadores poniendo en juego complejos saberes sociales (acerca de quién es quién) y mediáticos (sobre cómo operar en las redes sociales) y lidian con sofisticados procesos de producción de sentido que cada día conocen más. Pero ¿cómo lo hacen? ¿Cuáles son esos saberes? ¿Y cuál es la tarea que en relación con ellos todo estudio teórico sobre el sentido debe realizar?*

Desde que se fundó la semiología del cine y, con ella, la de los medios, Christian Metz sostuvo que la tarea de todo semiólogo, que también es un nativo, es decir, que va al cine, es “elevar al estado explícito esa definición del film que, sin estar corrientemente formulada, funciona en la sociedad de manera muy real” (1974: 38). Para Metz el espectador común tiene en sí mismo en “estado de intuición semiológica”, algo así como una definición de qué es el cine, “porque el sujeto social no confunde un film con una pieza musical o con una obra de teatro” (38). Algo semejante es puesto en juego cotidianamente por los internautas: una intuición semiológica que por supuesto no es sólo una, sino múltiple. En el nivel en que ahora nos interesa, que es el del enunciador, esa intuición se establece a partir de la movilización de un conjunto de saberes no formalizados que les permiten postular quién es quién⁸⁹. Son saberes que han sido sistematizados por estudios específicos: la sociología, la socio-semiótica, el culturalismo, el psicoanálisis, las perspectivas no antropocéntricas, etcétera. Generalmente estos enfoques no suelen dialogar entre sí, debido a que la especialización domina. Pero dada la importancia que ha adquirido hoy la problemática del enunciador es indudable que algo se debe intentar.

89 En comparación con la que posee el sujeto espectador cinematográfico del que hablaba Metz, aquí nos interesan dos grandes diferencias. Por un lado, que ya no es una intuición en reconocimiento sino en complejos escenarios producción/reconocimiento. Por otro, que no es sobre un medio que incluía un complejo dispositivo y lenguaje, sino sobre enunciadores múltiples y diversos entre sí.

En este contexto expresamos nuestro argumento brutalmente, con la esperanza de que servirá para que se comprenda mejor. Cuando los estudios enunciativos comenzaron era posible dejar de lado al enunciador y concentrarse en el discurso: la imagen de enunciador que emergía, abstracta, surgía como efecto de ese análisis. Así el enunciador era didáctico, polemista, adversativo, etcétera. *Hoy la situación parece haberse invertido: el enunciador concentra tanta atención que parece que nada puede concluirse sobre el discurso si no se posee alguna hipótesis acerca de quién enuncia.* El enunciador parece concentrar más atención que el discurso, que será leído de acuerdo a quien se identifique como tal. En la época de la política mediática del escándalo y los ataques *ad-hominem*, el que reina es el enunciador. Y es así, también, por otro motivo: porque la emergencia de nuevos enunciadores resignifica a los anteriores. No sólo a ellos, también a los discursos que enuncia cada enunciador. Así es la emergencia de nuevos enunciadores y las modificaciones que están sufriendo los anteriores la que está sacando a la luz en la contemporaneidad definitivamente que la cuestión del enunciador, que ya no se puede soslayar.

¿Qué es lo que intentaremos hacer con este tema en este texto, en el que estamos llevando a cabo una revisión/apropiación de la teoría de Eliseo Verón? Pretendemos realizar dos operaciones. Por un lado establecer por qué pese a que el enunciador *no puede ser conocido plenamente en producción, sí puede ser analizado en reconocimiento y, mucho más, en el marco de un análisis de la circulación.* Por otro lado *determinar una serie de capas, de entradas analíticas que nos permitirán conceptualizar desde puntos de vista específicos a los enunciadores.* Esas capas son operadores claves que formalizan la intuición semiótica de los internautas, porque son puestas en juego, no formalizadas, en sus intercambios cotidianos en las redes sociales mediáticas para determinar quién es quién, es decir, con quiénes se comunican.

SEGUNDA PARTE: ENUNCIADORES HIPERMEDIÁTICOS

Regresemos a la tesis de un funcionamiento básico de las redes sociales mediáticas presentada en el primer capítulo. Recordemos que la tesis sostenía dos hipótesis. La primera era que las redes sociales mediáticas basan su pregnancia en que una parte importante de los enunciadores, es decir, los sociales (instituciones, medios, colectivos de actores individuales e individuos) son en las redes, en cierto nivel, quienes fuera de ellas dicen ser. La segunda que un segmento mayoritario de los internautas identifica exitosamente a estos enunciadores sociales y que es a partir de dicha identificación que establece diariamente múltiples intercambios discursivos.

Concentrémonos en la cuestión de los enunciadores. Es importante en este nivel insistir en la diferencia entre los estudios *en producción*, *en reconocimiento* y *de la circulación*. Como sostuvimos anteriormente no se puede avanzar en el estudio de los vínculos entre quienes son en las redes y quienes fuera de ellas dicen ser mientras el análisis se sitúe *en producción*. En producción *desconocemos cómo, por ejemplo, los internautas que están en reconocimiento construyen a los enunciadores que se encuentran en producción y los convierten en enunciadores sociales o auténticos. Es decir, cómo se instaura el lazo entre quienes en las redes dicen ser y quienes fuera de las redes dicen ser a partir del cual se establecen intercambios discursivos efectivos* (cuestión central para todo estudio comunicacional y toda semiótica de la “comunicación” o de la circulación). Para avanzar en esta dirección sólo hay, como hemos expresado, una opción: situarse en reconocimiento y enfrentar definitivamente la dimensión de la circulación. Es lo que haremos a continuación, cuando nos concentraremos, primero, en el análisis de la “escena” de la circulación de la era de los medios masivos (moderna y posmoderna) y, luego, en las escenas intra-sistémica e inter-sistémica (hipermediática).

2. Los enunciadores en la escena de circulación moderna y posmoderna: una cuestión de capas

¿Cómo se comprueba la tesis que sostiene que una parte importante de los enunciadores son en las redes quienes fuera de ellas dicen ser? ¿Cómo construyen conocimiento sobre quienes en las redes dicen ser y quienes fuera de las redes son los internautas y los analistas? ¿A través de qué categorías lo hacen?

Si nos situamos en reconocimiento aparece enseguida la cuestión de las “capas” planteadas en el primer capítulo. Para avanzar nos apoyaremos ahora en la obra de Eliseo Verón y, también de Philippe Lejeune (1991), quien realizó una importante reflexión situándose en reconocimiento sobre en sus estudios del género autobiográfico.

A modo de introducción podemos decir que Verón desarrolló a lo largo de su vida una serie de acercamientos a esta problemática cuyo resultado fue que sucesivamente fue sumando “capas” de complejidad que le permitieron conceptualizar de modo cada vez más sofisticado el estatuto del enunciador. Como muchos de los autores que estaban incorporando el análisis enunciativo más allá de la lingüística a otros campos, principalmente mediáticos, el lenguaje con el cual conceptualizaba a los enunciadores en la década del ochenta era “abstracto”. Así, por ejemplo, en el texto en el que propone un modelo, “El análisis del ‘Contrato de lectura’, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media” (1985), distingue un enunciador objetivo de uno pedagógico. Y en su acercamiento al discurso político, “La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política” (Verón, 1987b) construye una “escena comunicacional” empleando nociones como enunciador, acto de enunciación, pro-destinatario, contra-destinatario, para-destinatario y colectivos de identificación⁹⁰.

⁹⁰ Vale la pena recordar que Verón utiliza aquí una noción de colectivo que aún es de carácter discursivo, no sociológico: reenvía a Problemas de lingüística general, Benveniste (1999 [1966]) y dice que se basa en el “nosotros inclusivo”: “La relación entre el enunciador y el prodestinatario cobra, en el discurso político, la forma característica de una entidad que llamaremos colectivo de identificación. El colectivo de identificación se expresa en el ‘nosotros inclusivo’” (1987b: 5).

Pero a partir de la década del noventa su lenguaje, sus intertextos y su conceptualización se complexifican. En dos trabajos cruciales de esa época, “Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia” (Verón 1994)⁹¹ y “Esquema para el análisis de la mediatización” (1999)⁹², introduce, en sistema, nociones de la sociología: *medios, instituciones, colectivos e individuos*. Podemos caracterizar a su operación una apropiación debido a que está modelada por la teoría de Charles Sanders Peirce, que se encontraba presente ya en sus textos de la década del ochenta (nos interesa aquí en particular el uso que efectúa en “El sentido como producción discursiva” (1987a), sobre él volveremos enseguida). Esta modelización va a continuar en su último libro *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes* (2013) en el que en su época contemporánea elaboró finalmente, tras un intenso diálogo con Niklas Luhmann (1995 [1984]) y Jean-Marie Schaeffer (2009 [2007]), sus propias proposiciones no antropocéntricas en el marco de una articulación teórica original, densa y específica.

Lo interesante de llevar a cabo esta revisión es que nos permite ordenar una conceptualización que entrega una densidad mayor que la habitual para pensar la problemática de los enunciadores. Hay así al menos *cinco capas* que atender a través de la aplicación de distintos niveles de análisis que nos entregan una construcción epistémica del enunciador totalmente alejada de todo esencialismo. Decimos cinco porque aunque en esta parte de la exposición damos juntos enfoque semiótico y sociológico, respetando la forma en que Verón realizó su propuesta socio-semiótica, es claro que semiótica y sociología son dos perspectivas con identidad propia. Aunque en verdad, adelantándonos a nuestra exposición, si sumamos a estas cinco capas el análisis de las escenas contemporáneas, son *seis*. Es lo que haremos cuando distingamos

91 En este texto Verón se refiere a los colectivos como interpretantes, análisis que continúa hasta sus últimos textos, como puede corroborarse en “Cielos de vida” (Verón, 2013). En uno de ellos dice explícitamente que “esta noción de ‘colectivo’ remite, desde mi punto de vista, al concepto de ‘interpretante’ en la semiótica de Peirce y es un aspecto central del funcionamiento de las estrategias enunciativas de los discursos mediáticos” (Verón, 1997: 14).

92 Aquí la influencia de la sociología parece muy importante: “es conveniente caracterizar la noción de comunicación social de manera a la vez específica y decididamente sociológica” (Verón, 1999, 11).

en este mismo apartado a distintos enunciadores que emergieron con la nueva mediatización, tanto intra como inter-sistémicos.

1) El nivel de análisis *enunciativo* tradicional que nos brinda a través de los resultados del análisis discursivo figuras altamente abstractas: enunciador pedagógico, objetivo, simétrico, asimétrico, etcétera. Es un tema conocido al que hicimos referencia en el primer capítulo.

2) El nivel *socio-semiótico*, que nos permite conceptualizar vía Charles Sanders Peirce, es decir, semióticamente, a las categorías sociológicas instituciones, medios, colectivos de actores individuales e individuos. ¿Cómo lo hace? Disponiendo a estos actores en la red semiótica. Esta articulación teórica se encuentra ya en “Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia” (Verón 1994), en la que *conceptualiza a los colectivos interpretantes en reconocimiento*. Es interesante atender a que este análisis puede relacionarse con el que brindó pocos años antes en el gráfico que presentó en “El sentido como producción discursiva” (1987a). Para que se comprenda mejor nuestra exposición hemos diseñado la siguiente figura en la que hemos sumado a su “doble triángulo” dos niveles de análisis, es decir, dos *capas*: el de los *signos*, que aparece a través de círculos en el interior del “doble triángulo”, tal como Verón lo expuso en su texto verbalmente⁹³, y el de los *actores sociales*, que aparecen en *producción y en reconocimiento*.

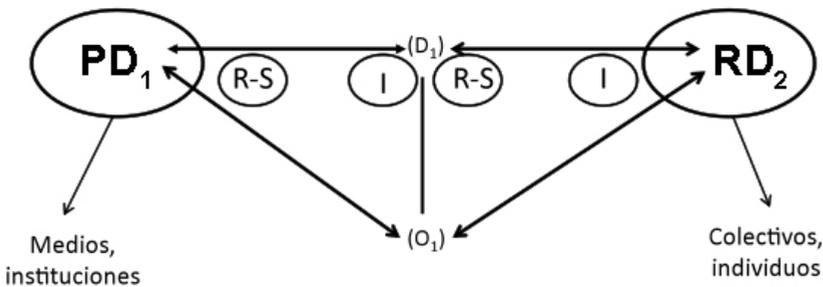


Figura 7

93 Dice Verón: “Este modelo de ‘unidad mínima’ de la red discursiva contiene dos veces el gráfico triádico de Peirce. Considerado en relación con sus condiciones discursivas de producción, (D1) es el interpretante de estas condiciones, y es sólo en esta medida que constituye a (O1) como su objeto. Considerado en relación con sus condiciones productivas de reconocimiento, por otro lado, (D1) es signo de su objeto y R (D1) deviene el interpretante, dentro de la relación triádica” (1987a: 132).

Recordemos lo que hace Verón: a través de un “doble triángulo” presenta la situación en producción y en reconocimiento. En cada caso dispone al representamen-signo, al interpretante y al objeto. El interpretante en reconocimiento que Verón (1994) conceptualiza *colectivo* se corresponde con el lugar que esta noción tiene en la clásica escena comunicativa de la era de los medios masivos: dispositivos socio-institucionales en producción y colectivos de actores individuales en reconocimiento (Verón, 2013). Es decir que en este caso el *medio como institución* se ubica en la instancia de producción y produce un discurso que es su propio interpretante. Y en reconocimiento ese discurso es signo-representamen para un *colectivo* que es su interpretante.

¿Qué sucede en el caso de que el enunciador no sea una institución sino un individuo, algo que no era frecuentemente analizado en la era de los medios masivos desde esta perspectiva pero que hoy es una situación imposible de soslayar? ¿Es posible una modelización semejante? Podemos apelar a Philippe Lejeune (1991), quien se ubicó *en reconocimiento* y desarrolló, en la misma época que Verón, una teoría sobre el discurso autobiográfico especialmente interesante para la exposición que estamos desarrollando. Lejeune plantea que para comprender a un discurso autobiográfico necesita ubicarse desde la partida *en reconocimiento: en el lugar del lector*⁹⁴. Así señala:

“He concebido mi definición, no situándome sub specie aeternitatis, examinando las ‘cosas-en-sí’ que serían los textos, sino poniéndome en el lugar de un lector de hoy que trata de distinguir algún orden en la masa de textos publicados cuyo rasgo en común es que cuentan la vida de alguien” (1991: 47).

Este desplazamiento le permite avanzar en una definición específica del género: “para que haya autobiografía es necesario que coincidan la

94 Al igual que otro autor que al ubicarse en reconocimiento hizo un gran aporte, Jean-Marie Schaeffer (1990 [1987]), aunque en su caso el objeto de estudio fue la fotografía. Schaeffer, recordémoslo, considera que el signo fotográfico es un signo en recepción. A partir de esta concepción aplica un análisis inspirado como Verón en Charles Sanders Peirce por el cual entiende que un signo es un representamen que está en lugar de un objeto para un interpretante. Lejeune no utiliza esta conceptualización pero dado que se ubica en el lugar de un lector perfectamente podría haberlo hecho.

identidad del autor, la del narrador, y la del personaje” (1991: 481). Lo que se establece es un “pacto” que legitima al autor en producción para narrar su vida. Su conceptualización nos resulta interesante porque nos permite superar los límites del análisis en producción e introducimos en el examen del enunciador sin retornar a una idea inocente del autor: *la identidad de las tres figuras es sólo tal para un lector*⁹⁵. Como señala Lejeune: “Textualmente, parto de la posición del lector: no se trata ni de partir de la interioridad de un autor (la cual constituye precisamente el problema), ni de establecer los cánones de un género literario...” (1991: 48).

Para cerrar este análisis es importante efectuar dos comentarios. En primer lugar que es posible postular cómo sería la circulación en el caso de un texto autobiográfico a partir del modelo de Verón: *en este caso es un individuo quien produce un discurso que es su interpretante y ese discurso es signo-representamen para un interpretante que también es un individuo* (aunque en verdad son, por supuesto, muchos más: son individuos generalmente célebres en producción, como Jean-Jaques Rosseau, Henry Adams, etcétera, y también, muchos más que Lejeune en reconocimiento: el colectivo de los que adoptan el régimen de lectura autobiográfico⁹⁶). En segundo lugar que su conceptualización nos permite referirnos al enunciador sin reponer la figura del autor: *la relación entre las tres figuras es sistémica*. Estos son los motivos por

95 Expresa Lejeune: “Un autor no es una persona. Es una persona que escribe y publica. A caballo entre lo extratextual y el texto, el autor es la línea de contacto entre ambos. El autor se define simultáneamente como una persona real socialmente responsable y el productor del discurso. Para el lector, que no conoce a la persona real, pero cree en su existencia, el autor se define como la persona capaz de producir ese discurso, y lo imagina a partir de lo que produce.” (1991:51)

96 Lo señalado admite una aclaración desde el contexto contemporáneo: como se supo en estos últimos años tras la emergencia de un nuevo sistema de mediatización la relación entre el individuo y el colectivo tal como aparece representada en este texto es propia de la era de los medios masivos y, por lo tanto, una entre otras posibles. Pensemos por ejemplo en cómo nos encontramos con una situación diferente si quien produce el discurso es un YouTuber y ese discurso es retomado por los medios masivos, fenómeno absolutamente cotidiano hoy en día: el individuo produce un discurso que es su interpretante y ese discurso es signo-representamen para un interpretante que es una institución. Esta variación es apenas un indicador de lo que sucede si nos adentramos en la complejidad de la circulación hipermediática en la que todo cambia en forma abrupta de escala y complejidad.

los cuales el análisis de Lejeune nos resulta tan interesante para *la tesis de que las redes sociales mediáticas poseen un funcionamiento básico en el que los enunciadores que son, en cierto nivel, quienes dicen ser: lo son para quien se encuentra en reconocimiento.*

3) El nivel *no antropocéntrico*: en *La semiosis social 2* Verón no abandonó el uso de las nociones sociológicas pero introdujo, inspirado en una perspectiva no antropocéntrica, una interesante diferenciación: entre sistemas sociales y socio-individuales. En los sistemas sociales podemos ubicar como enunciadores a medios e instituciones, y en los socio-individuales, a los individuos. Para efectuar esta distinción Verón le brinda relevancia a la diferencia que existe entre enunciadores orgánicos, biológicos, finitos (los socio-individuales) y no orgánicos (instituciones, medios). Puede decirse que es una distinción que parte de la consideración de la “vida” y que, por lo tanto, es la atención a la *naturaleza* como factor productor de sentido el que le permite establecer la diferenciación. De este modo “lo viviente” se constituye en un elemento clave para instaurar la distinción. Capa analítica que cuando es articulada con otras suma una importante significación. Volvamos por un instante al análisis de Lejeune. ¿Hay acaso autobiografía de un ser no viviente, de alguien a quien el lector no le adjudica el estatuto viviente? Por supuesto que no: es, por ejemplo, el caso de los *bots*.⁹⁷

Más allá de eso ¿qué acontece con este régimen en los intercambios que se realizan en las redes entre distintos enunciadores (por *Twitter*, por *Facebook*, por ejemplo) a través de comentarios, apropiaciones, me gusta, etcétera? Depende del ejemplo. Los “hilos” en las redes *no están*

97 El lector puede imaginarse qué sucede cuando los enunciadores no son individuos sino medios, instituciones, colectivos. Lo que brevemente podemos enunciar es que funciona una escena semejante, pero distinta. Si cuando el enunciadador es un individuo se activa como analizó Lejeune una lectura biográfica a partir de la presuposición de que quien enuncia es un ser orgánico (vivo o muerto, depende del caso), cuando el enunciadador es una institución, hay un triple estatuto: en parte institucional, en parte orgánico (porque opera una encarnadura de la institución en un determinado momento histórico por parte de un conjunto de individuos, de modo semejante a como ocurre con los colectivos) y en parte maquinística, por sobre todo en las redes (porque a esta altura todos estamos afectados, también como enunciadores, por los algoritmos). Si quien enuncia es un *bot* las preguntas se desplazan, al menos por ahora, acerca de quién lo ha activado.

necesariamente penetrados por la vida como lo están las transmisiones en directo. Es decir que, en sentido estricto, no contienen tiempo. Pero la vida está presente en el nivel de la *presuposición*: se intenta dialogar sólo con quienes se presupone pueden responder. Y, de modo semejante, pueden construirse colectivos a partir de la ruptura autobiográfica que implica haber recibido y hacer público un diagnóstico de cáncer de mama sólo si quienes se encuentran en reconocimiento brindan al enunciador el estatuto de ser doliente (y viviente).⁹⁸ Por eso lo viviente para esta perspectiva es una dimensión que puede atravesar (o no) a los discursos y afectar (o no) al estatuto del enunciador, pero siempre es clave: porque todo cambia de acuerdo a si se cree que del otro lado hay vida o no. Y es a la vez articulado con el *presentismo* (Carlón, 2017b) un rasgo distintivo de la contemporaneidad. Porque la irrupción masiva como enunciadores en espacios públicos de individuos y colectivos, es decir, de enunciadores orgánicos y finitos con capacidad de construir colectivos y de alterar el sentido compartido en la escena pública, ha dejado atrás a la posmodernidad.

Estas cinco capas analíticas nos brindan una conceptualización densa y compleja de la figura habitualmente encapsulada del enunciador que nos permite avanzar más allá de las empíricas nociones del autor y del emisor e, incluso, de como muchas veces se la focaliza, la del actor. Es decir que aquel que enuncia es en realidad una articulación específica de distintas dimensiones (entre otras que se podrían especificar): a) una “figura abstracta” que pone en juego ciertas estrategias discursivas; b) un “actor social”; c) un “signo” en una específica red semiótica; d) un “ser” con determinados atributos (o no) vivientes. El enunciador se presenta así como una interacción de capas cuya conceptualización crece si se ponen en juego distintos enfoques.

¿Qué queda por hacer en este nivel? En primer lugar *pasar de los enunciadores a las escenas de la circulación en las redes sociales mediáticas, en las que se producen los intercambios efectivos*. En segundo

⁹⁸ Como puede interpretarse de la investigación de Soares de Araujo, Lerner, Aguiar y Protasio (2018) dedicada a blogueras que padecen cáncer de mama que tuvimos oportunidad de comentar (Carlón, 2019).

término, abordar *la dimensión hipermediática*, son empresas que nos brindarán una *sexta* capa y que nos llevarán distinguir, por ejemplo, a enunciadores hipermediáticos de grado 1 y 2.

3. La “escena mínima” de la circulación intra-sistémica. El enunciador como resultado de encadenamientos sucesivos de operaciones de producción/reconocimiento. Enunciador extra-discursivo, enunciador y figuración del enunciador

¿Qué acontece en las redes sociales mediáticas? Para que se produzcan intercambios efectivos es necesario que quien se encuentra en producción identifique a quien se encuentra en reconocimiento y viceversa. Esta situación tenía, como hemos visto, alta estabilidad durante la modernidad y la posmodernidad, cuando había dispositivos socio-institucionales en producción y colectivos de actores individuales en reconocimiento. Y se encuentra profundamente alterada hoy. Pero este hecho no impide que la identificación en producción y en reconocimiento de instituciones, medios, colectivos e individuos siga siendo la primera acción a realizar en todo intercambio entre enunciadores sociales. Es claro que, por dos razones, esta identificación es una operación compleja, que se encuentra siempre en suspenso y que no siempre es exitosa. Por un lado, porque toda mediatización implica una descontextualización, y toda descontextualización habilita muchas posibilidades. Por otro lado, *porque en las redes hay una mayor diversidad de enunciadores que la que había en las escenas moderna y posmoderna: fakes, bots, trolls, cibertropas, enunciadores que no dicen quiénes son o que dicen ser quienes no son; museos y galerías que se presentan como tales y que no comunican que no tienen correlato físico, arquitectónico, institucional (Carlón, 2010); infinidad de portales dedicados a la política, la economía, el deporte, la gastronomía, que no son suficientemente conocidos por una inmensa mayoría de los internautas, etcétera. Pero en su funcionamiento básico lo que domina en los intercambios entre los enunciadores sociales son los fenómenos comunicativos que se establecen a partir del momento en que se estabiliza la escena pro-*

ducción/reconocimiento que es la escena mínima de la circulación. Esa escena se estabiliza cada vez que en las redes sociales mediáticas uno de los participantes del intercambio ya sea una institución, un medio, un colectivo o un individuo, *crea en reconocimiento que coinciden el enunciador extra-discursivo, el enunciador y la figuración de ese enunciador construida en el discurso*⁹⁹. Ese participante puede a continuación iniciar un intercambio o realizar una apropiación, por ejemplo, compartir un contenido. Mientras crea en la identidad de las tres figuras la escena de circulación entre enunciadores sociales en los intercambios discursivos en las redes sociales mediáticas, que denominamos intra-sistémicos, funciona.

¿Cómo se comprueba empíricamente el funcionamiento de la escena mínima de la circulación entre enunciadores sociales, que a su vez demuestra el funcionamiento básico? Su vigencia ha sido comprobada por nuestras investigaciones en el estudio empírico de múltiples casos. Lo que generalmente acontece es un encadenamiento de operaciones: *a una operación en reconocimiento la siguen operaciones en producción que son seguidas por operaciones en reconocimiento, etcétera*. Así lo que muestran los casos que hemos estudiado es que *una vez que se han establecido las identidades, soportan toda la comunicación. Es un hecho que acontece en distintos niveles: en el intra-mediático, es decir, entre pares en la red, y en el nivel inter-sistémico, en la circulación de contenidos entre las redes sociales mediáticas y los medios masivos*.

Ejemplo: cuando el 11 de mayo de 2015 una serie de periodistas entre las que se encontraban Florencia Etcheves, Soledad Vallejos y Connie Ansaldi contesta a un correo de Marcela Ojeda por la muerte de Chiara Páez ninguna dudó de la identidad de las otras con las que dialo-

⁹⁹ Otra vez: lo importante es cómo se instaura el régimen de creencia. Dice Lejeune (1991): “Un autor no es una persona. Es una persona que escribe y publica. A caballo entre lo extratextual y el texto, el autor es la línea de contacto entre ambos. El autor se define simultáneamente como una persona real socialmente responsable y el productor del discurso. Para el lector, que no conoce a la persona real, pero cree en su existencia, el autor se define como la persona capaz de producir ese discurso, y lo imagina a partir de lo que produce (el resaltado es nuestro).” (51)

gaba.¹⁰⁰ Ese lazo entre enunciadores sociales permitió el origen del movimiento mediatizado de la convocatoria multitudinaria #NiUnaMenos,



Ahora bien: es importante no olvidar que son escenas que no se establecen de una vez para siempre, sino que deben renovarse cada vez que un intercambio discursivo comienza¹⁰¹ e, incluso, cuando se continúa.

100 El caso, al que ya se hizo referencia, fue estudiado en la Cátedra Semiótica de Redes en comisiones coordinadas por Martina Jiménez y Ana Slimovich.

101 De modo semejante al que, como señala Lejeune para la autobiografía "Frente a una narración de aspecto autobiográfico, el lector suele tender a convertirse en detective, es decir, a buscar los momentos en que no se respeta el contrato (cualquiera este sea)" (1991: 53).

Es decir que los participantes de cualquier intercambio, en el caso de que los enunciadores sean individuales, se encuentran en permanente vigilia respecto del funcionamiento del intersticio entre un enunciador extra-discursivo, el enunciador y la figuración construida. Porque ese contrato puede fracasar y de hecho fracasa frecuentemente debido a la complejidad y dispersión que el sistema de enunciadores ha alcanzado nuestra sociedad.

4. Enunciadores sociales, *fakes*, *bots* y *trolls* en la escena mínima producción/reconocimiento: el poder del análisis por capas

¿Qué sucede en otros intercambios en los que intervienen otros enunciadores, distintos de los que hemos considerado sociales? Como sabemos hay múltiples casos que nos obligan a pensar en la vigencia de distintas escenas. Nuestra tesis es que establecida la tesis del modo de funcionamiento canónico es posible avanzar, a partir de la identificación de diferencias y semejanzas, con cierto rigor. Realizaremos aquí rápidamente algunos comentarios con la intención de determinar qué puede aportar el análisis de capas que acabamos de presentar. En este ítem seguiremos posicionándonos en reconocimiento, hecho que implica en cierto nivel un análisis de la circulación porque permite focalizar la diferencia. Pero será en el próximo ítem en el cual nos posicionaremos plenamente en el nivel de la circulación.

El análisis parte de la consideración de las escenas y, por consiguiente, de la atención a la red semiótica, en la que todos son signos que ocupan un determinado lugar (Verón, 1987a, 1994, 1999). Los primeros resultados que podemos obtener parten de la aplicación del análisis no antropocéntrico, que nos brinda una diferenciación específica debido al hecho de que los *bots* son enunciadores maquinísticos. Enunciadores sociales y *bots* forman parte de un mismo sistema debido a que se definen teóricamente por la misma distinción: si son seres vivientes o no. *Fakes* y *trolls* tienen en común que no especifican el estatuto del enunciador extra-discursivo en su relación intersticial con el enunciador y la figuración del enunciador en el discurso. Si bien el enunciador y su

figuración parecen o simulan ser sociales, su constitución es distinta de la de los enunciadores sociales “auténticos” que venimos estudiando en los que se construye una identidad y aquí lo que domina es la incógnita. La diferencia es que si los *fakes* definen un tipo de enunciador no lo hacen por una aserción sino por la negativa, abriendo un complejo espacio de enunciación. Y que los trolls definen un enunciador pero como efecto de sentido de una operación discursiva de la que debe darse cuenta a través del análisis tradicional del discurso sobre el enunciado o, mucho mejor aún, sobre intercambios discursivos. El hecho de que para circunscribir a estos distintos enunciadores deban atenderse diferentes rasgos o componentes es un síntoma de la heterogeneidad y de las dificultades que enfrenta la clasificación que los ubica a todos como parte de un mismo sistema que asume que las diferencias que los identifican operan en un mismo nivel y que los conceptualiza, en síntesis, como si fueran ejemplares de una misma especie. Veamos lo que acabamos de expresar con más detalle.

Enunciadores sociales/*bots*: como acabamos de señalar la distinción implica determinar si son seres vivos o no. Desde nuestro punto de vista al margen de la complejidad que actualmente ha alcanzado esta diferenciación, es una distinción que mientras opere en el mismo nivel es conceptualmente sólida porque trabaja con el mismo marco teórico y sobre el mismo objeto: la constitución del enunciador y sus efectos. La distinción diferencia seres vivos, que pertenecen al orden natural, de máquinas, que son creaciones tecnológicas.¹⁰²

Fake es una categoría que plantea la cuestión del enunciador, pero que se determina más por lo que no es que por lo que es.¹⁰³ El *fake* no

102 Los límites que encuentra esta diferenciación se presentan, como en otros ámbitos, debido a que el desarrollo científico y tecnológico vuelve cada día más compleja la interacción entre ambos campos, generando productos híbridos, con un pie en lo vivo y otro en la tecnología, hecho que cada vez es más frecuente no sólo en el mundo virtual.

103 Dada la amplitud que tienen nociones como *fake* (que puede aplicarse a un archivo corrupto, o ser el nombre de una estrategia en la guerrilla de la comunicación) o *bot* (que puede aplicarse a motores de búsqueda o a las cuentas mecanizadas) es necesario aclarar que la observación que estamos realizando se restringe a la utilización de estas nociones cuando refieren al estatuto del enunciador y/o a la identidad.

puede ser circunscripto por un análisis no antropocéntrico, sino sólo a través de su lugar como signo en la red semiótica. En los *fakes* el enunciador puede ser tanto un organismo viviente (un individuo, como @juancampanella o @EameoOk, que es un colectivo) o una máquina, es decir, un *bot* (como @sofiazapatta, cuenta que participó de la gestación del #TinelliMercenarioK). Por eso preferimos decir que su estatuto es no especificado o anónimo, porque es un enunciador social que asume otra identidad o simplemente no se da a conocer. Esta ambigüedad se debe a que el *fake* lleva al extremo los dos componentes que lo definen: su estatuto como signo, es decir, de ser algo en el lugar de algo, y como proceso de la mediatización, en la medida en que toda mediatización implica una descontextualización o recontextualización (Fernández, 2018). Así, si estamos ante un enunciador social cada vez que se cree en reconocimiento que coinciden el enunciador extra-discursivo, el enunciador y la figuración de ese enunciador construida en el discurso, podemos considerar *fakes* los casos en los que, vistos en reconocimiento, el enunciador extra discursivo se conceptualiza no especificado y coinciden el enunciador y la figuración de ese enunciador en el discurso. Desde esta dimensión las cuentas *fakes* realizan a nivel del estatuto del enunciador dos grandes operaciones: se hacen pasar por cierta persona, como la histórica @lanataenel13, que remite al periodista Jorge Lanata¹⁰⁴, que no posee cuenta en *Twitter*, o poseen un nombre de fantasía, como @EameoOk o @AlciraPignata. Entre ambas operaciones se presentan múltiples casos intermedios, como @AndinoOK, que explicita que es un admirador; o @HeMagnetto, que parece el CEO del grupo Clarín, Héctor Magnetto pero explicita “Soy el falso Magnetto”, etcétera. Las estrategias discursivas de los *fakes* son apropiaciones indeterminadas dado que pueden ser múltiples: un homenaje, la apropiación de un personaje conocido de una serie, una estrategia para ganar seguidores, una parodia de una cuenta original, una burla, etcétera¹⁰⁵. En el primer capítulo vimos un ejemplo, que fue el de *Chi-*

104 Cuenta actualmente dada de baja que era administrada por Octavio Paulise, denunciado por el documento “El troll center de cambiemos” (2018).

105 Los ejemplos son múltiples e incluyen a enunciadores anónimos, como Chicas bondi, Alpataco o @PajaritaTW; *fakes* de sujetos o instituciones sociales reales, como @gobiernoepa,

cas bondi, en el que los intercambios, cuando se produjo el debate entre *Hollaback* y el proyecto, fue entre enunciadores que prácticamente no sabían nada uno del otro de su vida extra-discursiva.¹⁰⁶

Los *trolls*, finalmente, no pueden determinarse aplicando un análisis no antropocéntrico (motivo por el cual es común que llamen trolls a los *bots*) y no definen por su estatuto a ningún tipo de enunciador extra-discursivo, pero puede postularse un enunciador como efecto de las estrategias discursivas que pusieron en juego, que pueden determinarse al menos parcialmente a través de la aplicación del análisis del discurso tradicional. En otros términos: podemos saber si un enunciador es un troll sin saber cuál es su estatuto como enunciador extra-discursivo, a partir de un análisis discursivo. Sin embargo, no es secundario que el análisis se establezca a nivel de la circulación aunque el análisis sea sólo en reconocimiento: todas las operaciones discursivas que pueden analizarse que ayudan a determinar si se está ante un *fake*, se ponen en juego en el seno de intercambios discursivos¹⁰⁷.

El examen que acabamos de considerar brinda elementos útiles para seguir profundizando el análisis de la problemática del enunciador distinguiendo enunciadores sociales y no sociales. La clave es que distintas figuras de enunciador construidas en reconocimiento no son esencias clausuradas con bordes nítidos debido a que lo que pregna muchas veces es un componente entre otros. Por eso las categorías presentan complejas interacciones entre sí. Esto se debe a que un *fake*, que es anónimo, puede ser tanto un organismo viviente (como @Eameo, que es un colectivo) o una máquina, es decir, un *bot* (como @sofiazapatta, que participó en la gestión del hashtag #TinelliMercenarioK diciendo:

@andinook (*fake* que se burla del verdadero Guillermo Andino), @r_canaletti, @norcoreano (cuenta falsa de Kim jong-un), etcétera.

106 Chicas bondi: cuando Hollaback comienza a dialogar con el proyecto fotográfico, no conoce nada de la identidad del enunciador (situación que, podría decirse, era bastante horizontal, porque Chicas bondi tampoco sabía mucho acerca de Hollaback). Pero eso no impidió que sostuviera un diálogo, lo escrachara y, finalmente, lo denunciara ante el CPDP.

107 Por ejemplo, si realiza ataques ad hominem, desvía la conversación provocando o agrediendo, bloquea sistemáticamente temas propios del desarrollo de la conversación pública en democracia, etcétera.

“Patota de la cámpora. No olvidar”), que finge ser un enunciador social. Y a que un troll puede ser un *bot* como @ricardOsmith que intervino en la construcción del #TinelliMercenarioK con discursos como “sos un delincuente” o “Patota de la cámpora. No olvidar”; un *fake* como @winstondunhill¹⁰⁸, o enunciadores sociales como Fernando Iglesias (@FerIglesias) o Eduardo Feinman (@edufeioK) según Becerra y Galup.

5. Zona de contacto, escena hipermediática, enunciadores hipermediáticos de grado 1 y de grado 2. Rupturas de escala hipermediáticas

La escena de la circulación en la que nos acabamos de detener en el capítulo anterior es la que rige en intercambios efectivos en las redes sociales mediáticas, es decir, cuando la comunicación es horizontal, entre pares. La referencia a que es horizontal está establecida en este caso por la dimensión comunicacional más que por su estatuto como enunciadores: se considera que son pares porque se desempeñan en el mismo sistema mediático.

Ahora bien ¿qué sucede cuando la circulación es entre redes sociales y medios masivos (o viceversa), es decir, desde “abajo hacia arriba” o desde “arriba hacia abajo”? En estos casos consideramos que están funcionando *escenas de la circulación hipermediáticas* y que participan *enunciadores hipermediáticos*. Es una noción que los ubica entre dos sistemas, el de las redes sociales mediáticas y el de los medios masivos. Pero es necesario distinguir *enunciadores hipermediáticos de grado 1 y de grado 2*. Esta diferenciación no depende de la identificación de ninguna esencia, sino del tipo de proceso de producción de sentido que en cada caso establecen y, lo que es más importante aún, de la circulación que son capaces de desencadenar.

Los enunciadores *hipermediáticos de grado 1* producen contenidos que publican, ya sea en el sistema de medios masivos o en las redes so-

108 Cuenta denunciada en el Informe de Amnistía Argentina bloqueada por Amnistía Internacional.

ciales mediáticas poniendo en juego un proceso a través del cual pueden *interpelar a enunciadore de otro sistema mediático*: un medio masivo puede generar un *hashtag* para que participen amateurs; un enunciador social (individual, un medio, etcétera) puede interpelar en un *hashtag* en *Twitter* a un programa de radio, etcétera.¹⁰⁹ En los últimos años se desarrolló esta posibilidad de que todos seamos potencialmente enunciadore hipermediáticos: basta con que tengamos una página en *Facebook*, una cuenta en *Twitter*, en *Instagram*, o en otra red mediática. Es una enunciación que antes no existía porque para que podamos hablar de estos procesos enunciativos debe haber, como mínimo, dos sistemas mediáticos en funcionamiento y articulados entre sí.

Pero el verdadero carácter hipermediático de un enunciador aparece cuando se convierte en enunciador hipermediático de grado 2.¹¹⁰ Para que se produzca este tipo de circulación no alcanza con que un enunciador, por ejemplo, un medio masivo, intente instalar un *hashtag* o con que un enunciador participe en un *hashtag* creado por un medio masivo si su contenido no es recuperado. *Para que haya circulación hipermediática debe desencadenarse la circulación inter-sistémica, es decir, el contenido producido por un enunciador debe ser retomado por otro desde otro sistema mediático*. Es decir que debe articularse un encadenamiento sucesivo de procesos de producción y reconocimiento entre sistema y sistema, una serie de retomas.

Otra vez, rápido ejemplo: cuando Juan Martín del Potro anunció el 8 de agosto de 2018 a las 11:52 a través de su cuenta certificada de *Twitter* @delpotrojuan que contaba con 3,29M de seguidores que no iba a participar en el Masters 1000 de Toronto, la noticia inmediatamente llegó no solo a sus fans, sino que recorrió los principales portales de-

109 Son muchos los desarrollos mediáticos que habilitaron esta posibilidad. Un ejemplo: la creación de los *hashtags*, propuestos por Chris Messina en 2007

110 Es un proceso que venimos estudiando desde hace tiempo, desde que analizamos la votación por la Ley de Matrimonio Igualitario por el canal C5N, que incluyó discursos que venían “desde abajo”, desde las redes sociales, a los medios masivos (Carlón 2012) y que conceptualizamos a través del uso de *hashtags* en las redes sociales y en los canales de televisión (Carlón, 2016b).

portivos del mundo¹¹¹. Todo caso de circulación que hemos estudiado, no importa el género discursivo al que pertenezca, si a la política, al de los conflictos sociales, al mundo del entretenimiento, etcétera, presenta casos semejantes.



No solo hay múltiples casos de circulación hipermediática, sino que en estos años se han desarrollado diferentes acercamientos analíticos y se ha avanzado en el estudio de distintos ejemplos. Así “A circulação alem das borda”, un trabajo de Antonio Fausto Neto (2010) que fue impulsor de los nuevos estudios sobre circulación se ocupa de casos de circulación hipermediática “descendente”, de “arriba hacia abajo”. Apoyándose en “De los sujetos a los actores. La semiótica abierta a las interfaces” un texto de Verón y Boutaud (2007) en el que Verón hace referencia a las “lógicas de las interfaces”, Fausto Neto propone la noción “zona de contacto” a partir del reconocimiento de la idea de que “nuevas condiciones de circulación afectan las lógicas de las instituciones productoras y de los sujetos receptores” (Fausto Neto, 2010: 14). El estudio de la “zona de contacto” implica la atención a un ambiente

111 Y tuvo múltiples respuestas en Twitter, entre ellas una de la cuenta oficial de @usopen que expresó: “Feel better Delpo”. Aquí la referencia en Infobae: <https://www.infobae.com/deportes-2/2018/08/08/juan-martin-del-potro-se-bajo-del-masters-de-toronto-por-un-problema-en-la-muneca/>

interaccional en el que el espectador es inscripto en un proceso de interacción por la institución emisora. En este campo es interesante la distinción entre dos tipos de protocolos, los de inducción y los de incursión (Fausto Neto y Sgorla, 2013; Pedroso, 2015). El término inducción busca dar cuenta de las formas por las cuales la actividad discursiva de los actores sociales es accionada por la televisión (es decir de los modos en que suministran instrucciones y reglas de participación que construyen una etapa pedagógica). Incursión, en cambio, se refiere a las formas como la actividad discursiva de los espectadores es procesada por la televisión y transformada en un discurso televisivo. En este proceso tanto la institución como los espectadores se convierten en enunciadores hipermediáticos de grado 2: el discurso de televisión desencadena el de los espectadores que a su vez es retomado por la televisión.¹¹² Estas proposiciones impulsaron el estudio de las nuevas condiciones de circulación y han motivado el desarrollo de investigaciones particulares sobre el tema (Sgorla, 2015; Pedroso 2015), que han puesto acento en cómo las instituciones promueven la acción de los espectadores pero a la vez lo realizan a través de pautas y monitoreos específicos sobre sus producciones¹¹³.

No nos detenemos aquí en el otro tipo de circulación hipermediática, que acontece cuando la circulación es desde las redes sociales mediáticas a los medios masivos, es decir, ascendente, de “abajo hacia arriba”, dado que en el próximo ítem dedicado al análisis espacial cuando pasemos a presentar el estudio de casos nos concentraremos en dos que son de este tipo: Chicas bondi y Soy Anto.

Finalmente, nos gustaría realizar una observación más ya no sobre la dimensión de la “comunicación” sino sobre la del *desfase*. En este nivel hay que recordar que nos encontramos ante una situación de *rupturas*

112 La particularidad de este proceso en relación con los casos típicos que nosotros estudiamos es que los discursos de los espectadores no son públicos hasta que la televisión los da a conocer bajo sus propias reglas y escenificación.

113 Además el propio Fausto Neto (2016) ha brindado en textos como “Los circuitos a la sentencia; el juicio político a Dilma Rousseff” en el espacio de la circulación mediática complejos análisis de circulación discursiva en el estudio de casos particulares.

*de escala hipermediáticas*¹¹⁴. Es decir, si en la circulación moderna y posmoderna se hacía presente, como decía, Verón, la indeterminación del sentido en estos casos es siempre mayor, porque la circulación no solo se establece temporalmente en otra instancia, sino desde un reconocimiento emplazado en otro sistema mediático. Esta aseveración quedará ampliamente demostrada en los casos que presentaremos a continuación.

6. De los medios a los espacios públicos

Para terminar de cumplir con promesas realizadas nos queda por hacer una referencia al lugar de las escenas de la circulación en los intercambios mediáticos en las redes o, entre las redes y los medios masivos, que luego habilitan prácticas en los espacios públicos. Los saltos de la circulación del sentido desde el nuevo sistema de mediación a espacios públicos como la plaza, una galería de arte, etcétera, entre individuos que pueden contarse en miles y frecuentemente no se conocen sólo se explican a partir de la constitución de escenas de la circulación como a las que venimos haciendo referencia. Una vez que una escena se ha establecido y se ha generado la confianza suficiente entre distintos enunciadores, están dadas las condiciones para el pasaje de lo mediático a lo público: un colectivo, como #NiUnaMenos, puede realizar una convocatoria a través de sus medios y a partir de ella asistir una multitud que confía en el enunciador colectivo; o un enunciador anónimo, como *Chicas bondi*, puede invitar a una muestra en una gale-

114 La noción se propone a partir de observaciones del propio Verón (2001). Recordemos que él se refería en “Conversación sobre el futuro”, incluido en *Espacios mentales. Efectos de agenda 2*, a cambios de escala respecto de la mediatización de la escritura (de lo simbólico) y que conceptualizó rupturas de escala a la mediatización de las operaciones “primeras y segundas, es decir, de las representaciones icónicas y del contacto inicial” (132). Decía entonces Verón: “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: 2001: 132). En este marco las rupturas de escala hipermediáticas se establecen cuando la circulación de los contenidos se establece de un sistema mediático a otro.

ría de arte y a la misma asistir muchas de las retratadas, etcétera. Esto se debe a que *es en el seno de las escenas donde se establece el vínculo entre todo enunciador social (medio, institución, colectivo, individuo) y su colectivo*. Como cualquier lector atento puede deducir, no sólo se pone en juego aquí un vínculo de confianza, sino de *poder*. Esta última cuestión nos interesa especialmente y será analizada en el próximo ítem, pero no podemos focalizarla aquí y ahora directamente, antes deberemos detenernos en los ejemplos con los que aspiramos a mostrar cómo se articulan el análisis temporal y el espacial.

TERCERA PARTE: EL ANÁLISIS ESPACIAL

El análisis sobre circulación del sentido que presentamos en el primer capítulo de este libro privilegió la dimensión temporal. Por eso la línea de tiempo y la identificación de fases. Esto no supone que nuestro análisis careciera de una dimensión espacial: obviamente al poner arriba a los medios masivos y abajo al sistema con base en Internet y redes telefónicas ya se encuentra presente esta dimensión. Del mismo modo que también implica una dimensión espacial situar a ciertos enunciadores “más arriba” o “más abajo” en los gráficos. La lógica que se encuentra presente detrás de esa disposición es que ubicamos en el espacio mediático de arriba a los enunciadores poderosos, a instituciones como los medios masivos y abajo a las redes sociales mediáticas, que permiten que miles de millones de enunciadores *amateurs* administren sus propios medios de comunicación.¹¹⁵ Del mismo modo, dentro del espacio de Internet disponemos arriba de los enunciadores *amateurs* a las instituciones mediáticas en la red (las llamadas punto com. y sus cuentas en Twitter: @pagina12, @LANACION), a las *celebrities*, los portales y los *blogs* destacados. Porque la sociedad no es plana y la mediatización tampoco. Pero la dimensión

115 Este lógica no niega, por supuesto, que empresas redes sociales mediáticas como *Facebook*, *Twitter* o *YouTube* sean grandes corporaciones internacionales.

espacial que nos proponemos presentar aquí es de otro tipo: implica una especie de *close up* de ciertos momentos de la circulación.

Desde hace años hay en desarrollo importantes modelos de análisis espacial para la investigación de redes.¹¹⁶ Lo que nos interesa de esos dispositivos analíticos es que construyen mapas que, como señalamos al inicio, “congelan” momentos de la circulación discursiva estableciendo zonas y que sitúan en lugares específicos a los distintos enunciadores¹¹⁷. Construyen un escenario, una arena agonística que permite determinar en qué lugar se ubica cada uno de ellos. Para ejemplificar la forma en que estamos trabajando actualmente la dimensión espacial ejemplificaremos con dos casos: *Chicas bondi* y *Soy Anto*. Volvemos sobre *Chicas bondi* porque su análisis fue el primero que se llevó a cabo, dado que se presentó en una versión anterior de este artículo.¹¹⁸ El de *Soy Anto* se realizó en el marco de la Cátedra Semiótica de Redes.

1. *Chicas bondi*: enunciadores hipermediáticos de grado 2 y gráficos de circulación espacial

116 Uno de ellos es, al que ya hicimos referencia, es el que presentó Ernesto Calvo (2015) en Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman, que se apoya en una larga tradición en investigación sobre redes (ARS). Decir que ese modelo es ante todo espacial no es ninguna interpretación sofisticada de este autor. Basta con prestar atención a las metáforas que utiliza para que nuestra interpretación se vuelva evidente. Todas son de tipo espacial y no temporal: geografías, barrios, mapas, etcétera. Así dice que “los usuarios en Twitter forman geografías de discursivas, que podemos dibujar mediante algoritmos de visualización y estadísticas de redes” (24). Y, también: “distintas geografías en Twitter están definidas por sus propios grupos de usuarios. Cuanto mayor es el número de conexiones en el interior de las comunidades, mayor es la segregación de las distintas narrativas a las cuales son expuestos sus miembros. Quienes viven en los barrios de la oposición reciben un número desproporcionado de tuits generados por opositores. Quienes viven en los barrios del gobierno reciben un número desproporcionado de tuits afines al gobierno. Cada usuario vive en un barrio que está políticamente segregado, o por lo menos mucho más segregado que el de sus vidas no virtuales” (27).

117 Como trabaja un caso, la muerte del fiscal Alberto Nisman, de gran repercusión pública y específicamente política en un contexto altamente polarizado, el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, no le fue difícil agrupar de un lado al gobierno y, del otro, a la oposición. Es un escenario característico de la política, que se organiza en base a fuertes adversarios.

118 Esa exposición se presentó en el Simposio de Ciseco 2017 titulado A circulação discursiva entre produção e reconhecimento y se publicó bajo el título “La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión. Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial” cuando se publicaron las actas (Carlón, 2018).

Desde 2017 comenzamos a estudiar la dimensión espacial de la circulación a partir de un análisis de *Chicas bondi* en el que identificamos por primera vez a los enunciadores hipermediáticos en gráficos específicos. En una versión anterior de este artículo señalamos que debido a la complejidad que la situación había alcanzado no era posible hacer un inventario de todos los intervinientes en los intercambios hipermediáticos. Son tantos y con tantas especificidades que es una tarea imposible de desarrollar. Pero, como siempre, el hecho de que no sea posible la exhaustividad no impide que se pueda avanzar. Siempre se pueden determinar trayectorias.

Para desarrollar nuestro análisis partimos de las principales figuras de las que se ocupa la teoría de la mediatización que son, obviamente, los enunciadores que nuestro análisis considera pre-existentes. Actualizando esa clasificación diferenciamos medios (M), instituciones, (I), colectivos (C), individuos (IND). Entre los medios, subdividimos esta categoría en medios masivos (MM), medios masivos digitales (MMD) y medios digitales (MD), que comprenden portales y *blogs*. Y entre los colectivos diferenciamos los colectivos sociales (CS) y los colectivos mediatizados (CM).¹¹⁹ En el caso de los individuos segmentamos entre individuos profesionales o categorizados (INDP) y *amateurs* (IA). Esta clasificación es de enunciadores sociales a los cuales hay que sumar *fakes*, *bots* y *trolls*.

El análisis espacial de *Chicas bondi* comprende dos gráficos que representan momentos diferentes de la circulación, antes y después del dictamen del CPDP, que hemos identificado como una instancia de ruptura. En relación con el análisis temporal presentado en el capítulo de este libro dedicado a este tema debe tomarse nota de que el momento que hemos considerado de ruptura no fue entonces graficado, porque

119 Aquí se impone una aclaración: es cierto que en los estudios sobre mediatizaciones siempre encontramos a los colectivos mediatizados. Pero esto no implica que en el análisis el vínculo entre lo social no mediatizado y la mediatización no deba ser privilegiada. Por ejemplo, en el caso de *Chicas bondi*, el colectivo se constituyó en la red dado que los participantes no se conocían en la vida social no mediatizada entre sí, pero luego de las muestras en las galerías de arte parte de ese colectivo alcanzó contacto inter-subjetivo (y a veces es el revés: se constituyen los grupos en la vida social y luego se mediatizan).

en ese trabajo nos concentramos en cómo construyó *Chicas bondi* su colectivo y privilegiamos su “ascenso” a los medios masivos.

El primer gráfico muestra cómo se disponen los enunciadores antes del dictamen. El segundo muestra cómo se posicionan después, instancia en que el escenario se altera y se producen *desplazamientos espaciales en los posicionamientos de los enunciadores*. Veamos el primer gráfico.

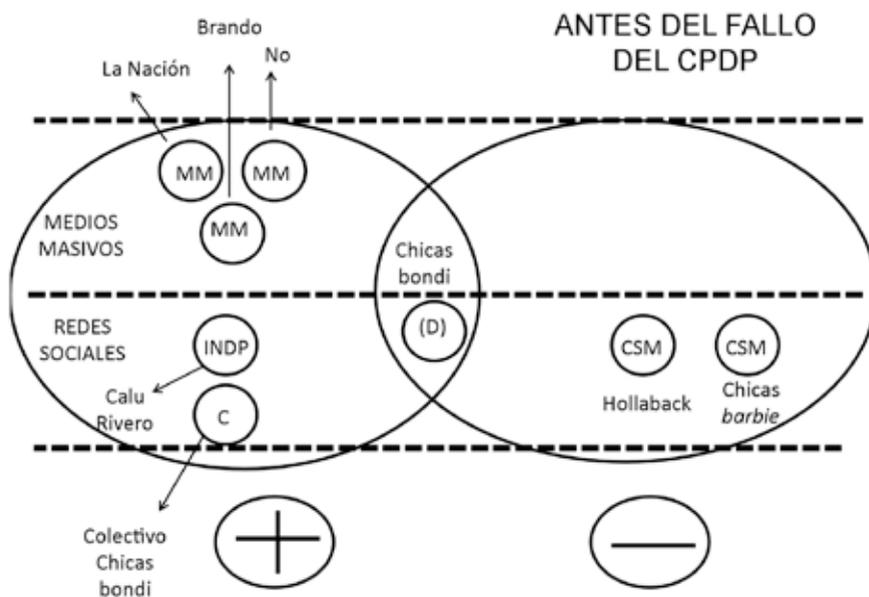


Figura 8

En este momento *Chicas bondi* gozaba de alta estimación. El proyecto había sido consagrado por los medios masivos y su colectivo estaba en alza (9000 seguidores en *Twitter*, más de 50.000 me gusta en *Facebook*). Del lado izquierdo hemos graficado a quienes poseían una valoración positiva del proyecto y del derecho a quienes sostenían una

negativa (en este último sector aparecen dos organizaciones sociales feministas - *Hollaback* es la que lo denuncia).

Veamos ahora el gráfico siguiente, que ilustra la situación después del dictamen del CPDP a fines de marzo de 2013.

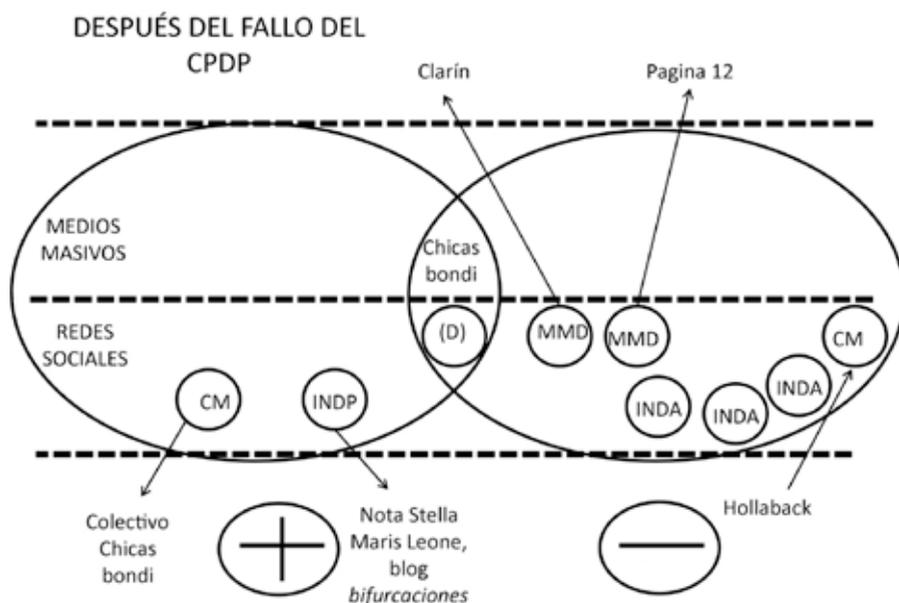


Figura 9

El primero de abril de 2013 *Clarín* y *Página 12* hacen público el fallo. Destacan la condena y no hay comentarios positivos. Además, crece la polémica y la cantidad de enunciadore *amateurs* críticos con el proyecto en la red (INDA). Del otro lado, el colectivo se mantiene en pie (al menos, parte de él lo sigue por un buen tiempo, hasta 2016). El 14 de abril el *blog Bifurcaciones* publica un post de una artista plástica,

Stella Maris Leone, que fue consultada por el tema y defiende a *Chicas bondi* manifestando incluso su desacuerdo con las “organizaciones feministas”.¹²⁰

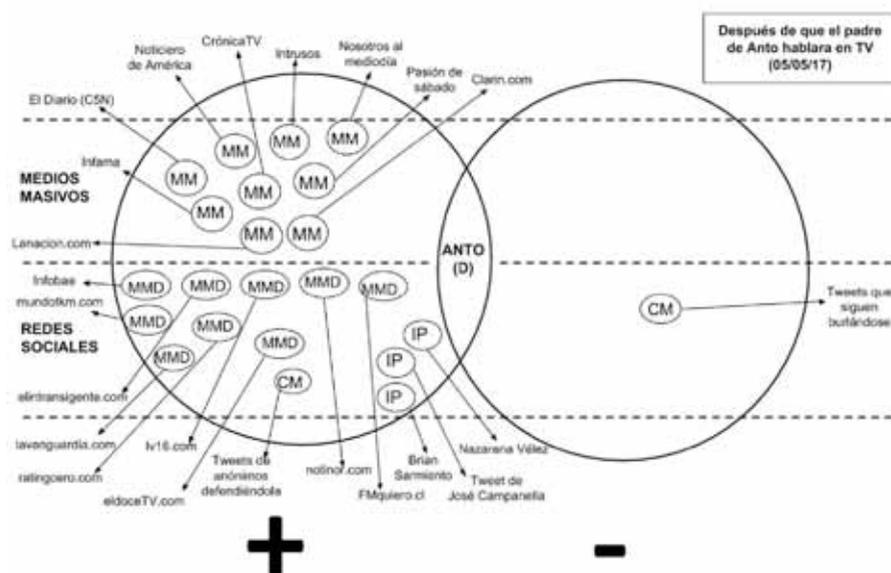
2. Soy Anto: el poder de una respuesta seria en otro caso de bullying¹²¹

El segundo caso que deseamos presentar también es producido por un enunciador individual, pero difiere de *Chicas bondi* en que no es un *fake* sino un enunciador social: una adolescente hasta entonces desconocida, Antonella Schiattis. Como sucede en estos casos con este tipo de enunciadores, que no son *bots*, terminó tematizándose su biografía, su vida.

Los acontecimientos son los siguientes: el 12 de diciembre de 2016 Antonella realiza una transmisión por *Facebook* desde el patio de su casa intentando comunicarse con “los amigos del face” que no le responden durante casi tres minutos. En abril de 2017, cinco meses después, un *Youtuber*, Gaby Gerrero Z, sube el video, que comienza a tener repercusiones en las redes: varios internautas dan a conocer videos paródicos y realizan comentarios en *Twitter*. Luego el jugador de fútbol Brian Sarmiento y personalidades mediáticas como Nazarena Vélez, Noelia Marsol y Tomasito Suller suben sus propias parodias. En este

120 Termina diciendo: “Quienes me leen saben de mi trabajo sobre la Violencia de Género, pero en esta oportunidad estoy en total desacuerdo con las organizaciones feministas: las fotos no son tomadas en espacios íntimos y no son exhibidas en actos o situaciones que podrían dañar su moral; es más, muchas chicas se buscan en la red para etiquetarse, otras piden que les saquen fotos, y la organización además borra todas aquellas que lo solicitan. Ahora bien, si las mujeres retratadas por Chicas Bondi autorizan la publicación, ¿qué es entonces lo que molesta? En lo personal lo único que lamento es que por mi edad quedo afuera del proyecto y a la espera de que alguien arme un proyecto Mujeres Bondi, a ver si por ahí tengo suerte de salir retratada”. Disponible en: <http://www.bifurcaciones.cl/2015/04/chicas-bondi/>

121 El caso fue estudiado por los alumnos Joaquín López Calvo, María Victoria Leiva, Olivia Rivalora, Guadalupe Vergara, Antonio Riccobene, Josefina Anschutz y Rocio Banegas en la Comisión 21 de la Cátedra Semiótica de Redes, coordinada por Damian Fraticelli, en 2016. Los gráficos fueron realizados por los alumnos.



Este segundo muestra lo acontecido *después* de la aparición del padre en televisión.

Creemos que los gráficos son ilustrativos tanto del poder del análisis espacial hipermediático como del proceso de expiación de la culpa que se produjo en la circulación: el brusco *giro del sentido* que aconteció debido a que la mayoría de los actores se retrataron. El caso Anto es una muestra de los riesgos y de la imprevisibilidad que caracterizan a la circulación hipermediática: al hacer circular públicamente su discurso Anto abrió las puertas a un proceso de *bullying* de escala nacional.

Como últimas observaciones podemos decir que el análisis hipermediático espacial permite establecer escenarios y graficar relaciones entre enunciadores que como han demostrado los ARS son claves para comprender las transformaciones actuales de la sociedad. También podemos afirmar que no sólo es útil para el análisis del discurso político que construye adversarios. También lo es para trabajar otros discursos, por ejemplo éticos y estéticos. Y otros conflictos, como lo hizo Damián Fraticelli (2019) con los posicionamientos de las instituciones según su reconoci-

miento (o no) a los videos producidos por el *YouTuber*, *Zekiel79*: mientras que algunas no reconocieron la *autoría* (borraron la marca de agua de sus videos, los enlaces al canal, etcétera) otras no nombraron al autor especialmente, pero dejaron la marca de agua que lo identifica.

4. Tres cambios en la circulación

¿Qué transformaciones se producen entre fase y fase? ¿Qué podemos aprender de los casos estudiados, además de que en las subfases puede haber importantes transformaciones del sentido?¹²² La primera es un *cambio de escala en la mediatización*: como en *Chicas bondi*, *Soy Anto* y otros ejemplos que hemos analizado sucede que un discurso que nace en *YouTube* se difunde, llega a los medios masivos y, por consiguiente, a nuevos colectivos.

La segunda es una serie de *cambios que afectan al estatuto del enunciador* (transformaciones que afectan al vínculo del enunciador con los pares, las instituciones y los colectivos). En simultaneidad con esas transformaciones se producen otras, en el nivel de los discursos, que a partir de ese momento debe enunciar. Así por ejemplo *Chicas bondi* debió abandonar su estatuto *fake* luego del dictamen y tuvo que comenzar a dar respuestas públicas sobre temas que seguramente no eran de su preferencia: si pedía permiso o no, por qué no lo hacía, etcétera. En el caso *Soy Anto* todos los enunciadores se ven afectados y las disculpas que deben salir a formular se deben a su intención de abandonar su estatuto de enunciadores que hicieron *bullying* a una joven con algún tipo de discapacidad.¹²³

La tercera es una *complexificación de las direcciones comunicacionales* que estalla a medida que el proyecto circula en distintos medios y sistemas mediáticos. *Chicas bondi*, luego de su origen ascendente en las redes sociales mediáticas fue retomado por los medios masivos y

122 El tema fue extensamente tratado en un texto en el que comentamos análisis realizados en Argentina y Brasil (Carlón, 2019a).

123 De acuerdo a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.

creció en popularidad, pero en simultáneo siguió publicando fotografías en las redes sociales mediáticas y dialogando con sus seguidores. *Soy Anto* llega a los medios masivos también en un curso ascendente, pero durante varios días el proyecto es retomado y comentado en todos los medios de comunicación, desplegándose en distintas direcciones comunicacionales en simultáneo.

CUARTA PARTE:

EL PODER DE LA CIRCULACIÓN DEL SENTIDO

1. Procesos de la circulación del sentido: de las direcciones de la comunicación al *impacto* de los discursos.

A partir de aquí seguiremos atendiendo a la circulación hipermediática del sentido. Pero nos concentraremos en otra dimensión, en sus *grandes procesos de circulación*. Estos procesos son distintos de las direcciones de la comunicación porque atienden privilegiadamente a otra dimensión: a la del poder. Esto no quiere decir que los análisis que hasta aquí presentamos no atiendan al poder: la pregunta por el poder estuvo presente desde el principio, desde que nos interrogamos quiénes son los nuevos enunciadores que pueden construir colectivos en la era contemporánea. Pero la identificación de las direcciones comunicacionales ascendente, descendente y horizontal no alcanza a dar cuenta de lo que a partir de este momento deseamos especificar, que es el *impacto de los discursos* de nuevos y viejos enunciadores en la circulación.

El análisis que presentamos a continuación se interroga por el poder desde un enfoque específico. Decir que se va a atender al poder no es novedoso, muchas perspectivas lo hacen. La especificidad reside en dos aspectos. El primero es que *si bien contempla, como otras, a los enunciadores poderosos, determina también quiénes lo son de modo diferente: a través del sentido*. Esta lógica no reemplaza a la de los enun-

ciadores poderosos, es complementaria.¹²⁴ El segundo es que *atiende al poder en el seno de la circulación sistémica e inter-sistémica (hipermediática)*. Ambos señalamientos están íntimamente relacionados entre sí y ameritan explicaciones.

Aunque a esta altura no sea necesario decirlo podemos comenzar expresando que nuestra perspectiva no parte de la atención a quiénes son los enunciadores poderosos en la vida social. Conocemos a grandes rasgos, por supuesto, quienes detentan el poder. Pero ese conocimiento no alcanza para determinar nuestros objetos de análisis: si sólo miráramos al poder instituido hubiésemos privilegiado, como en la modernidad o la posmodernidad a los medios, a las instituciones y a los individuos categorizados, y no hubiéramos elegido para analizar a enunciadores emergentes como los que aparecen en casos como *Chicas bondi*, *Soy Anto*, *Zekiel 79*, *#NiUnaMenos*, *#CampAbortoLegal*, *#Justina*, *#Lagenteandadiciendo*, etcétera. Tampoco partimos de quiénes son enunciadores poderosos en las redes sociales mediáticas si esto significa quiénes reciben más fav, retuits o Me gusta. Esa información nos interesa y siempre que se encuentran a nuestro alcance investigaciones específicas las incorporamos en nuestros análisis. Identificar a los enunciadores auténticos, muchos de los cuales son poderosos, es clave para comprender el funcionamiento básico de las redes sociales. Pero la atención no debería restringirse la atención sólo a los poderosos. Por un lado porque los medios, las instituciones y los individuos categorizados *no son todopoderosos*: se encuentran sometidos cotidianamente a múltiples operaciones de erosión en procesos específicos de circulación.

124 La observación no es gratuita dado que muchos análisis basados en ARS brindan importante información, por ejemplo, acerca de cómo se construyen colectivos, pero no focalizan necesariamente el sentido. Se debe a que indicadores como la cantidad de veces que los mensajes de un enunciador auténtico han sido compartidos o retuiteados nos brinda una cierta idea de su poder, pero no demasiado sobre la circulación del sentido (no debe olvidarse aquí que la mayoría de las operaciones que implican apropiaciones son complejas y resignifican a los mensajes de los que se apropian (Danto, 2005). Es claro que no todos somos iguales en las redes, que hay jerarquías y hay enunciadores más caracterizados que otros. Pero la circulación hipermediática es un escenario de complejas disputas por el sentido y el poder.

Consideremos un ejemplo. El día 19 de setiembre de 2018 Mauricio Macri recibió a legisladores norteamericanos. La noticia fue publicada en casi todos los medios masivos nacionales. En el portal de *TN*¹²⁵ del diario *Clarín* titularon “Mauricio Macri recibió el apoyo de congresistas de EEUU en la previa de su viaje a Nueva York”. La imagen que se difundió fue la siguiente:



Acto seguido en su cuenta de *Twitter* el colectivo @Eameo publicó la siguiente imagen, en la que al Presidente se lo muestra desnudo antes que fortalecido por el “apoyo” de los legisladores americanos.



125 https://tn.com.ar/politica/mauricio-macri-recibio-el-apoyo-de-congresistas-de-eeuu-en-la-previa-de-su-viaje-nueva-york_898570

Esta simple operación de conmutación¹²⁶ invierte el sentido con el que la noticia fue difundida por medios como *TN* e *Infobae*¹²⁷. No es un fenómeno excepcional: es cotidiano en la circulación en las redes sociales mediáticas.

La atención a los enunciadores poderosos tampoco es suficiente porque constantemente aparecen enunciadores supuestamente poco poderosos logrando lo que hasta hace poco era prácticamente imposible: instaurar agendas, construir colectivos y alcanzar reconocimiento de los medios masivos.¹²⁸ Todo esto se debe a que el poder, como ya ha sido dicho, *es de naturaleza relacional, no es algo que se posee*.¹²⁹ Es una especificidad que identificó Michel Foucault que sigue vigente.¹³⁰ No sólo continúa: se ha incrementado de modo radical en las sociedades hipermediatizadas. Es lo que está sucediendo, por ejemplo, con los discursos producidos a través de la red de mensajería instantánea *WhatsApp*, que están penetrando cada vez más gracias a una lógica basada en el poder del sentido tanto el sistema de los medios masivos como el de las redes sociales.

¿Qué es lo que nos interesa, entonces? Ya señalamos que nos interesa el poder, pero a través de un análisis del sentido ¿De qué modo lo estudiaremos, desde qué concepción del poder? Como lo hicimos a lo largo de este texto, focalizando la circulación. Para hacerlo partiremos de ciertas precisiones realizadas por Eliseo Verón acerca de las diferen-

126 Operación de sustracción más adjunción según el Grupo Mu (1987 [1982]).

127 Disponible en : <https://www.infobae.com/politica/2018/09/19/mauricio-macri-re-cibio-un-nuevo-respaldo-de-estados-unidos-antes-de-viajar-a-la-onu/>

128 Otro ejemplo: es lo que aconteció en el caso “Camila Coelho”, una maquilladora se convirtió en celebridad y construyó sus propios colectivos subiendo, primero, tutoriales a *YouTube*, y luego, ampliando esa narración a su vida privada (Weschenfelder, 2019).

129 Acerca de la vigencia del relacionismo puede consultarse el ensayo de Emily Erikson “Las redes y la teoría de redes. Itinerarios para su unificación” (en Benzecry, Krause y Reed, 2019 [2017]).

130 Como sintetiza Gilles Deleuze: “las grandes tesis de Foucault sobre el poder, tal y como las hemos visto precedentemente, se desarrollan en tres apartados: el poder no es esencialmente represivo (puesto que ‘incita, suscita, produce’); se ejerce mas que se posee (puesto que sólo se posee bajo una forma determinable, clase y determinada, Estado); pasa por los dominados tanto como por los dominantes (puesto que pasa por todas las fuerzas en relación)” (Deleuze, 2008 [1986]: 100).

cias entre lo ideológico y el poder. Esta concepción si bien es específica no es ajena a otras, como a la que expone Manuel Castells (2009) en *Comunicación y poder*. Recordemos que Castells señala dos formas de ejercicio del poder, la coacción y la construcción de significado. Dice: “El poder se ejerce mediante la coacción (o la capacidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones.” (Castells, 2009: 33)¹³¹.

Comencemos entonces con el análisis que efectúa Verón. En el capítulo “La red de distancias” (Verón, 1987c) establece una distinción. Dice que lo ideológico es el “sistema de relaciones de un discurso (o de un tipo de discurso) con sus condiciones de producción, cuando éstas ponen en juego mecanismos de base del funcionamiento de una sociedad” (134). En cambio el poder es “el sistema de relaciones de un discurso con sus efectos, cuando las condiciones de reconocimiento conciernen a los mecanismos de base de funcionamiento de una sociedad” (134). Es decir que lo ideológico es un vínculo con las condiciones de producción y, por consiguiente, pueden estudiarse sus huellas, mientras que del poder *no hay huellas*, sólo puede estudiarse a partir de un estudio en reconocimiento que focalice la circulación.¹³²

Retomemos entonces la diferencia entre estudios en producción, en reconocimiento y de la circulación. Queda claro que según Verón un análisis en reconocimiento a partir de la perspectiva de la circulación se abre al estudio del poder. Así los efectos de los discursos televisivos o radiofónicos pudieron ser estudiados en reconocimiento, como se lo hizo mu-

131 Antes Castells había destacado el carácter relacional del poder: “El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder.” (2009: 33) y expredado que “La capacidad relacional significa que el poder no es un atributo sino una relación” (entre empoderados y sometidos) (34).

132 Dice Verón (1987c: 137): “La descripción de lo ideológico de un discurso no nos autoriza a deducir sus efectos en recepción: un mismo discurso puede producir efectos diferentes en contextos históricos diferentes (basta con pensar en los avatares de los textos asociados a las prácticas científicas); un mismo discurso puede tener efectos diferentes en diferentes ‘zonas’ de la sociedad (por ejemplo, en niveles de clases diferentes)”.

chas veces en la era de los medios masivos a través de una combinación de mediciones de rating, entrevistas, *focus groups* en los que se aplicaron herramientas de análisis discursivo, etcétera. En estos últimos años se han realizado múltiples análisis de este tipo focalizando medios masivos e instituciones emplazadas en las redes sociales mediáticas. A veces se pone en juego un análisis ideológico en producción aplicando categorías de análisis discursivo (sobre medios², instituciones, individuos profesionales o categorizados)¹³³. Otras se realiza un análisis en reconocimiento a partir de la “escena mínima”: ciertos enunciadores en producción, generalmente medios e instituciones, ciertos efectos en reconocimiento, principalmente a través del estudio de discursos de enunciadores *amateurs*. Pero ¿cómo estudiar el poder en la circulación hipermediática? Como adelantamos, focalizando los *procesos de circulación del sentido*. Para dar cuenta de esta cuestión pasamos a explicar rápidamente en qué consisten diferenciándolos de las direcciones de la comunicación.

2. Direcciones comunicacionales y procesos de circulación del sentido. “Cambio de escala” y “giro” del sentido.

Los procesos de circulación del sentido difieren de las direcciones comunicacionales en que su análisis se ocupa, principalmente, del *impacto en la circulación*. El impacto se determina capturando la dinámica *cambio de escala/giros del sentido* como lo hicimos en el análisis de *Chicas bondi* cuando irrumpió *Hollaback Buenos Aires*. Una forma también específica de determinar el impacto, en la que nos detendremos aquí, es atendiendo a los *saltos hipermediáticos*, es decir, a la *capacidad que tienen ciertos enunciadores de producir discursos que son retomados más allá de los límites del sistema mediático en el que se encuentran inscriptos*¹³⁴. Por ejemplo: cuando los medios masivos difundieron el dictamen, hicieron referencia a *Hollaback* y a su discurso.

133 Análisis de huellas que se pregunta, por ejemplo, ¿cuáles son las condiciones de producción del discurso de Donald Trump, de Lula o de Bolsonaro?

134 Esto no implica, por supuesto, que si no hay saltos hipermediáticos no hay poder: muchos discursos demuestran su poder en la circulación intra-sistémica, en las distintas redes (un video se sube a YouTube y se comparte en Facebook, Twitter, etcétera).

Lo interesante de esta focalización es que nos permitirá identificar con mayor precisión *la lógica en la que se basa el poder de los discursos o del sentido*. Será a partir de esta circunscripción que distinguiremos a *dos tipos de saltos hipermediáticos: basados en el poder de los enunciadores o en el poder del sentido*.

Distinguímos aquí dos grandes procesos comunicacionales, aunque es probable que haya más. Ambos se entretajan frecuentemente de modo complejo en el seno de distintos casos que se pueden focalizar.¹³⁵

A) Procesos de *cambio de escala* del sentido: esta distinción está inspirada en la definición básica de la mediatización.¹³⁶ La circulación hipermediática implica siempre un proceso de cambio de escala del o de los discursos que tiene efectos en otro sistema mediático y, frecuentemente, en los espacios públicos. Estos procesos de cambio de escala se caracterizan porque *un sentido que emerge de un sistema mediático llega al otro*. ¿Cuál es la diferencia entre dirección comunicacional y cambio de escala? Que aquí estamos evaluando su *impacto en la circulación*. Por ejemplo: tanto el caso *Chicas bondi* como *Massa-taj-ahí*[□] son desde el punto de vista de la dirección comunicacional ascendentes. Pero su *impacto* es diferente: cuando *Chicas bondi* llega a los medios masivos recibe reconocimiento mientras que de *Massa* se publican las burlas que recibió.

Hay dos procesos principales de cambio de escala: *positivo (+)* y *negativo (-)*. Nos detenemos en ellos.

Cambio de escala positivo (+): acontece cuando una corriente de sentido iniciada por un discurso o conjunto de discursos considerada positiva para un enunciador llega a otro sistema mediático. Decimos que estos cambios de escala son positivos porque hay signos evidentes

¹³⁵ Como observamos estos no son seguramente los únicos procesos de circulación del sentido que hay, pero es indudable que al ser opuestos su identificación es útil para pensar casos híbridos o intermedios: entre el pasaje del sentido de un sistema mediático a otro y el giro generado por una contracorriente que viene a contradecir o disputar una nueva oleada hay espacio para identificar otro tipo de procesos.

¹³⁶ Realice una breve revisión de la presencia de este concepto en la obra de Verón y McLuhan en: Carlón, 2017b.

de que así suelen ser evaluados tanto por otros enunciadores (medios masivos, colectivos, etcétera) como ellos mismos.

Otorgamos dos ejemplos. El primero es #NiUnaMenos, el movimiento feminista más importante de la historia Argentina. En “Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. O cómo los individuos y los colectivos mediatizados se transforman en la contemporaneidad” (Carlón, 2019)” destacamos un trabajo de Ana Slimovich en el que a través de un análisis hipermediático demostró que también los colectivos construyen colectivos.¹³⁷ Slimovich observa que “la amplia cobertura de las movilizaciones generadas, difundidas y organizadas por el colectivo” generaron “el surgimiento de otros movimientos anclados en las redes sociales cuyo centro de interés también está ligado a las luchas por la violencia contra la mujer”. Entre ellos se encuentran el movimiento #NosotrasParamos (2016), el #8M (2017-2018), #Menes-truAcción (2017), todos “ascendentes/descendentes”. Comentamos entonces que en su desarrollo diacrónico estos movimientos no sólo generaron colectivos sino que se transformaron a sí mismos. #NiUnaMenos, por ejemplo, estableció nuevos vínculos a medida que incorporó otros temas a su agenda de reclamos como el derecho al aborto y la defensa de los derechos de otras sexualidades a partir de 2017 (Slimovich, 2019).¹³⁸ ¿Cómo logró #NiUnamenos semejante repercusión social? Porque no sólo es un movimiento ascendente/descendente sino porque desde el punto de vista de los procesos de circulación es un claro ejemplo de *cambio de escala del sentido (+)* de las redes a los medios masivos y de los medios masivos a los espacios públicos. De hecho, el movimiento no careció de críticas, por sobre todo en el marco de la mo-

137 Estos movimientos fueron estudiados en el marco de la cátedra Semiótica de Redes en comisiones coordinadas por Ana Slimovich.

138 Dos investigaciones realizadas en la Universidad San Andrés, una titulada, “De las redes a la calle: El pañuelazo” (Cutignola, Agostina, Ferracutti, Delfina, Ferro, Josefina y Giqueaux, Rosario; 2018) y otra “Cuidemos las dos vidas” (Cho, Eunice, Komiyama, Geraldine; Martino, Lorena; Montesano, Micaela y Rubino, Maria Fátima), en el marco de la Campaña por el Aborto Legal desarrollada en 2018 demostraron también cuán diversos y dinámicos son actualmente los vínculos entre distintos colectivos..

vilización desarrollada en 2016. Sin embargo esos discursos no fueron capaces de generar un *giro del sentido*.

El segundo es *La campaña por Justina*, basada en el caso de Justina Lo Cane¹³⁹, una niña de doce años que necesitaba con urgencia un corazón. Justina falleció pero con motivo de su necesidad los padres generaron una campaña en las redes que tuvo gran impacto, repercusión en los medios masivos y culminó con la sanción de una Ley que cambió la legislación sobre la donación de órganos en la Argentina.

Es importante realizar ciertas precisiones para que se comprenda por qué no consideramos a los casos de cambio de escala (+) de “comunicación exitosa” y sí, en cambio, de cambio de escala en la circulación. Los procesos comunicacionales considerados “exitosos” por modelos de comunicación históricos de la modernidad se apoyaban en la noción de código compartido y creían en una comunicación lineal en una era en la que había un sólo sistema mediático, el de los medios masivos. Los procesos a los que estamos haciendo referencia no son lineales y se diferencian de ellos, como mínimo, porque: a) instauran cambios de escala en la mediatización de sus discursos entre dos sistemas mediáticos; b) van creciendo de “abajo hacia arriba” o de “arriba hacia abajo”, c) van construyendo colectivos gracias a una serie de procesos de retoma

139 Caso estudiado por el grupo integrado por Constantini, Dell’Acqua, Herrera y Valimbri del Curso que dicté en Comunicación Visual en la Universidad San Andrés en 2018. Justina Lo Cane nació con cardiopatía transgénica que le fue diagnosticada a los 18 meses de vida. En 2017 pasó dos meses internada en la Fundación Favaloro, necesitaba urgente un corazón. El día 8 de setiembre sus padres publicaron en una página en Facebook una foto de Justina con un corazón. Tuvo 286 “Me gusta” y fue compartida 302 veces. Rápidamente pasó a Twitter e Instagram. Celebrities como los cantantes Diego Torres y Oriana Sabatini, jugadores de fútbol como Fernando Gago y actores como Facundo Arana y Esteban Lamothe enviaron videos dándole fuerza. El día 9 de setiembre Juan Pablo Varsky, conocido de familiares, hizo una emotiva columna en radio Metro. La campaña por Justina fue cubierta por diarios como La Nación y Clarín, dejó de ser sólo por ella y pasó a ser por la donación de órganos con #MultiplyX7. Los padres de Justina organizaron un abrazo solidario a la Fundación Favaloro. Justina murió el miércoles 22 de noviembre de 2017. El 30 de mayo de 2018 se aprobó una Ley para cambiar la legislación sobre la donación de órganos, en la que se expresa que todos los ciudadanos mayores de edad son donantes de órganos a menos que hayan manifestado anteriormente su voluntad de no serlos.

que se establecen entre ambos sistemas mediáticos¹⁴⁰, d) se presentan en ellos desfases intra e inter-sistémicos y e) desarrollan transformaciones que son constitutivas de toda circulación (a nivel de la mediatización, de las direcciones comunicacionales y de los enunciadores). Es lo que muestran análisis de casos como Chicas bondi, Zekiel79 y #NiUnaMenos #Justina, #Mamacultiva, #La gente anda diciendo, entre muchos otros que se podrían citar.

Cambios de escala negativos (-): acontecen cuando una corriente de sentido negativa llega a otro sistema mediático. Claramente entran en esta categoría muchos casos de denuncias. También los que hemos llamado *boomerang* o “fuego amigo”.¹⁴¹ Un ejemplo es el caso del “Manual para conquistar chicas” en el Mundial de Rusia, que provocó un escándalo que tuvo como centro a la Asociación del Fútbol de la Argentina (AFA)¹⁴². El 15 de mayo de 2018 a las 15:08 PM el periodista Nacho Catullo difundió en su perfil de *Twitter* información de un Manual producido por la AFA dado a conocer en una reunión con periodistas que viajarían al Mundial de Rusia 2018 que explica “como tener una oportunidad con una chica rusa”. A las 16 37PM la habían difundido los medios *La Nacion*, *Página 12* y los canales de noticias *TN* y *C5N* y el de deportes *TyCSports* además de medios internacionales como *El País* y *El tiempo*. En la hora siguiente la información fue retuiteada por Tinelli y retomada de nuevo por medios masivos. *TN* compartió enseguida los *tuits* de Tinelli en un vértigo circulatorio que duró pocos días, pero tuvo gran intensidad. Finalmente intervino la AFA haciéndose cargo de la situación. El encargado de prensa Roberto Taraborelli fue despedido y “Chiqui” Tapia, el Presidente de la institución, realizó una visita a la Embajadora de Rusia en Argentina para disculparse.

140 También, por supuesto, van perdiendo a sus colectivos, como sucede con muchos fenómenos fugaces. ¿Acaso no es también característico de nuestra época ver como comunidades de fans reclaman que no discontinúen a las series de televisión y, más que verlos tener éxito, comprobamos cómo fracasan en el intento?

141 Son, también, casos de *circulación transversal* (Carlón, 2018b), que comentaremos en el último capítulo de este libro, como el caso del ex titular de la AFIP, Ricardo Echegaray.

142 El caso fue estudiado en la comisión a cargo de Rocio Rovner en 2018 por los alumnos Aguilera Vallejo, Rocio; Frumento, Agustín; Gasko Oriz, Lorena; Herrera, Sebastián; Martínez, Sol; Ramirez, Stefania y Yanez, Abril.

B) Proceso de *giro o cambio de sentido*. Son casos en los que un enunciador *inicia una corriente de sentido que de pronto recibe una contra-corriente que produce un brusco giro en la circulación*. Ya analizamos con detalle el *giro del sentido* que *Hollaback Buenos Aires* instaló en el caso *Chicas bondi*. También analizamos *Soy Anto* en el que en el inicio se expanden la burla y el *bullying*, pero la intervención *radicalmente seria* del padre produce un quiebre, una contracorriente que obliga a los enunciadores que se habían expresado a abandonar la burla por un serio tono de disculpa.¹⁴³

A continuación inscribiremos en el seno de estos procesos a los enunciadores para diferenciar *dos grandes lógicas, la que se apoya en el poder de los enunciadores sociales* (instituciones, medios, colectivos, individuos, etcétera) *y la que lo hace en el poder de los discursos*. Si sobre la primera conocemos mucho porque es habitualmente focalizada, de la segunda sabemos menos. Sin embargo, la percibimos cada día más, porque vivimos inmersos en ella. Hecho por el cual su focalización, como esperamos demostrar, se vuelve cada vez más imprescindible.

3. Dos lógicas de la circulación hipermediáticas: poder de los enunciadores sociales versus poder del sentido

El poder de los enunciadores sociales aparece cuando un enunciador *auténtico*, es decir, para el cual su dimensión extra-discursiva es tan importante como su dimensión de enunciador (discursivo) y su figuración en el discurso, *interviene en un proceso de circulación y tiene una injerencia radical por la cual se produce un salto de escala en la mediatización que genera una Subfase o una Fase, desencadenándose un proceso de cambio de escala o de giro en la corriente de sentido*.

Para ejemplificar lo que acabamos de señalar volvemos sobre algunos de los casos que acabamos de analizar. Tanto el retuit de Calu Ri-

143 Entiendo que el proceso que aquí se identifica como *contracorriente* tiene vínculos con los conceptualizados José Luiz Braga (2012).

vero de una fotografía de *Chicas bondi* o la parodia de Brian Sarmiento y Nazarena Vélez de *Soy Anto* son ejemplos de *poder del enunciador*. Los tres son *celebrities* cuyas cuentas son seguidas atentamente por los medios masivos. En estos casos la fase siguiente a sus intervenciones fue que los medios masivos se ocuparon de sus discursos, que venían “desde abajo”.

En cambio, *el poder de los discursos* acontece cuando la intervención en el proceso de circulación del cual participa o desencadena, que es significativo porque establece un salto de escala en la mediatización o un giro en la corriente del sentido, *no se apoya en quién es el enunciador extra-discursivo, sino en el interés que genera el discurso*. En estos casos estamos ante una lógica semiótica, o del poder del discurso. Ejemplificamos distinguiendo dos desarrollos diferentes:

a) cuando *se puede identificar quién es el enunciador extra-discursivo pero es alguien que hasta el momento no es relevante en las redes*, ya sea porque no tiene muchos seguidores, no ha producido discursos conocidos, no lo siguen los medios masivos, etcétera. Ejemplo 1: el 16 de mayo 2014, antes de #NiUnaMenos, una ciudadana común hasta entonces desconocida, Claudia Nicora, publica en su cuenta de *Facebook* una foto con su rostro golpeado y la de su marido, Bernabé Insaulralde, a quien denuncia por violencia de género, sonriente. Dice en su muro: “Hace años que sufro de violencia de género a causa de este psicópata que aparece en la foto. Estoy harta de hacer denuncias civiles y penales en la comisaria de Florencio Varela y que no hagan nada por detenerlo, además se te ríen en mi cara. Esto va todo muy lento”. La información escaló, como noticia fue publicada por diarios digitales y al día siguiente le hicieron una nota en canal de cable *TN*.¹⁴⁴ Ejemplo 2: el *YouTuber* GabyGuerreroZ, que hizo circular el video *Soy Anto*, que luego fue pa-

144 https://tn.com.ar/policiales/cansada-de-hacer-denuncias-conto-las-palizas-de-su-marido-en-facebook_499570

rodiado por *celebrities* y retomado por los medios masivos¹⁴⁵. No produjo un salto hipermediático directamente, pero sin su intervención el salto jamás hubiera sucedido, porque distribuyó el discurso que luego fue retomado por enunciadores más categorizados. Ejemplo 2:

b) cuando es anónimo, es decir, *se ignora quién es el enunciador-extra discursivo* (frecuentemente es un *fake*). Ejemplos: la cuenta de *YouTube Alpataco*, que publicó el video “Taj-ahí”; o *@EameoOK*, que produjo un contenido específico en el caso Massa y cuyos *tuits* frecuentemente son retomados por los medios masivos.

Si bien analíticamente estos dos fenómenos pueden distinguirse es frecuente que coincidan el poder de los discursos y el del enunciador. En estos casos, la capacidad de dar un salto hipermediático es, por supuesto, mucho mayor.

ÚLTIMA PARTE: CAMBIO HISTÓRICO, TEMPORALIDAD Y ESPACIALIDAD EN LA CIRCULACION CONTEMPORÁNEA

En el capítulo “La comprensión espacio-temporal y el auge del modernismo como fuerza cultural”, de su clásico *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, David Harvey (2017 [1990]) sostiene que “la depresión que asoló a Gran Bretaña en 1846-1847 y que rápidamente se extendió a todo el mundo puede ser considerada como la primera crisis de hiper-acumulación capitalista” (288). Para Harvey esa crisis se produjo en el seno de un proceso de *comprensión espacio-temporal globalizador* que hizo tambalear los modos de representación realistas de la literatura y las artes

145 GabyGuerreroZ no era importante antes de que publicara este video ni lo fue después. Sin embargo, el discurso generó importantísimos fenómenos que afectaron la circulación hipermediática del sentido. Esta lógica del poder de los discursos es dominante también en el caso de muchos *fakes* como *@EameoOK*, o los históricos *@elkaiser*, *@vivianasarnosa*, *@malcolmgoomez* etcétera.

plásticas y dio origen al modernismo. En ese proceso de comprensión espacio-temporal que se continuó en el tiempo jugaron un rol importante los medios de transporte (del ferrocarril a la bicicleta) y los de *comunicación* (como las radiocomunicaciones, que desde que en 1913 emitieron la primera señal desde la Torre Eiffel pusieron de manifiesto “la posibilidad de reducir al espacio a la simultaneidad de un instante en el tiempo público universal” (295)).

La tesis de la existencia de estos procesos de compresión espacio-temporal nos resulta extremadamente atractiva debido a que todo parece indicar que nos encontramos en un nuevo proceso de hiperacumulación, globalización y de profundas transformaciones espacio-temporales merced al accionar de un nuevo sistema de mediatización con base en Internet y de su articulación con el sistema de medios de comunicación masiva.

En el marco de una comparación con la teoría estética, que según entiende se ocupa de “fundamentalmente de la ‘espacialización del tiempo’” (230)¹⁴⁶, Harvey sostiene que, en cambio “las teorías sociales (y en este caso pienso en las tradiciones que provienen de Marx, Weber, Adam Smith y Marshall) suelen privilegiar el tiempo sobre el espacio en sus formulaciones” (230). Así afirma que: “en el plano superficial, la diferencia no es tan difícil de entender. La teoría social siempre se ha concentrado en los procesos sociales de cambio, modernización y revolución (técnica, social, política). El progreso es su objeto teórico, y el tiempo histórico, su dimensión fundamental” (230). La pregunta que se instala aquí es en qué medida la teoría social puede ocuparse del tiempo histórico sino se ocupa cada vez más de la mediatización y la circulación.

¹⁴⁶ Esto se debe a que a su juicio “la teoría estética busca las reglas que posibilitan la transmisión de verdades eternas e inmutables en medio de la vorágine y el cambio” (2017 [1990]: 230). En este punto nos interesa señalar que si bien su análisis es comprensible, dado que se ocupa de la estética, disciplina que nació con las Bellas Artes, esta al menos no parece ser esa ya la situación actual arte, que en nuestra contemporaneidad el arte se ha transformado profundamente. Corrientes características del arte contemporáneo como el conceptualismo y la performance, por ejemplo, no pueden pensarse sólo como procesos de espacialización. Del mismo modo que el arte efímero se basa en otros valores y procedimientos.

¿Donde ubicar los aportes que hemos tratado de realizar? La mediación contemporánea habilitó nuevas formas de circulación y una revolución de los enunciadores, porque permitió a los excluidos administrar sus propios “medios de comunicación”. El orden público ya no está dominado sólo por los medios y las instituciones, y los enunciadores vivientes transformaron la semiosis en infinitas narraciones de seres *finitos*, individuos y colectivos que no sólo buscan cómo transformarse a sí mismos (y a veces lo logran) sino, también, su relación con los demás, con los que están arriba y con los que están abajo, con los que están lejos y con los que están cerca, con los débiles y los poderosos, usando medios en los que día a día van dejando una trazabilidad. Frente a lo que sucede ahora, que es que podemos seguir paso a paso la circulación, de las redes sociales mediáticas a los medios masivos, de los medios masivos a las redes sociales mediáticas, y de los sistemas de medios a los espacios públicos, antes *la circulación del sentido era invisible. Ahora, en cambio, prácticamente está a la vista, podemos seguir su rastro temporal y espacial y hasta la podemos graficar.*

Pensar que porque no hay una revolución no hemos ingresado aún en una nueva época es considerar que los cambios que instauran las cuatro transformaciones a las que hemos hecho referencia no son profundos. Pero esos cambios son profundos y estamos convencidos que se verán con mayor claridad en el mediano y el largo plazo. Vivimos un *big bang*. Nadie sabe, por supuesto, hacia dónde vamos, pero cuesta creer que tantas transformaciones simultáneas no deriven otras, más significativas.

LA CIRCULACION TRANSVERSAL: DESDE “ADENTRO HACIA AFUERA” Y DESDE “AFUERA HACIA ADENTRO” DE LOS INDIVIDUOS, LOS COLECTIVOS Y LAS INSTITUCIONES SOCIALES.

1. Introducción

El título del VIII Pentálogo, “Circulação discursiva e transformação da sociedade” nos enfrenta, como pocas veces, a una de las cuestiones más importantes de la actualidad. Lo dice claramente: el tema a tratar es la transformación que en la sociedad se está desarrollando producto del cambio que está aconteciendo en la circulación del sentido. Es una cuestión apasionante, porque es un nivel en el que ha sido poco tratada.¹⁴⁷

En general las transformaciones de la vida social suelen discutirse a partir de otro tipo de cuestiones. Por ejemplo, a partir de la emergencia de revoluciones sociales (la revolución francesa, la bolchevique, etcétera), de la implosión de estructuras centenarias (la caída del imperio romano), de la irrupción de una revolución tecnológica (la revolución industrial, la de la ahora llamada “cuarta revolución industrial”, Schwab 2017 [2016]) e, incluso, de la crisis de los grandes relatos (como sucedió en la era posmoderna a partir de la intervención de Lyotard, 1986 [1979]). También han sido discutidas a la luz de procesos sociales como el individualismo, la globalización, el urbanismo, el cambio demográfico o las migraciones.

Pero pocas veces se ha puesto en el centro de la escena el estatuto de los procesos comunicacionales. Es cierto que durante la moderni-

147 Este Simposio es continuación del anterior, “A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento” y por consiguiente una profundización de la temática. En estos últimos años, los estudios sobre circulación del sentido han sido impulsados por autores como Antonio Fausto Neto (2010, 2013) y José Luiz Braga (2017b, 2012), quien propuso la noción circuitos.

dad, por sobre todo a partir de la consolidación de los medios masivos, comenzó a hablarse de una “sociedad de la comunicación”¹⁴⁸. Fue un proceso importante en el que se consideró que los medios eran efectivos instrumentos comunicacionales de instituciones pre-existentes que se apoyó en concepciones lineales de la comunicación (Jakobson, 1985 [1960], fue tal vez el máximo exponente). En la posmodernidad este diagnóstico fue objetado (Hall, 2004 [1973]; Giddens, 2015 [1984]¹⁴⁹; Verón, 1987; Martín-Barbero, 1987;) tanto porque surgieron nuevas concepciones comunicacionales no lineales más capacitadas para estudiar una sociedad en la que se empezó a poner en duda la fuerza y la cohesión de sus instituciones dominantes, como porque los medios cambiaron de rol en la vida social.

En estos últimos años muchos procesos se aceleraron, entre ellos, una *progresiva mediatización de la vida social*. Es así que en estas últimas décadas ha comenzado a advertirse, cada vez más, que entre los procesos que había que considerar para entender la transformación social debía incorporarse la mediatización (Hjarvard, 2014 [2013], Verón 2001). Son diagnósticos muy importantes pero que, a su vez, deben ser actualizados en el contexto contemporáneo, dado el grado de aceleración del nuevo proceso de mediatización que estamos viviendo producto de la aparición y consolidación de Internet. El diagnóstico de los

148 En “El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica” (Verón, 2001 [1984]), el importante texto en el que distingue una sociedad mediática de una mediatizada, señala Verón sobre el proceso de emergencia de los medios de masas que en un primer momento fue “pensado a la luz de una concepción representacional, característica de la modernidad y fundada en una visión funcional e instrumental de la comunicación: todos esos nuevos soportes que han aparecido a un ritmo cada vez más rápido son, como su nombre lo indica, *medios* al servicio de un fin: la comunicación” (13).

149 Expresa Giddens” (2015 [1984]: 65-66): “El concepto de comunicación, en tanto elemento general de una interacción, es más extenso que el de intención comunicativa (o sea, lo que un actor “quiere” decir o hacer). Una vez más, hay que evitar aquí dos formas de reduccionismo. Algunos filósofos han intentado deducir teorías globales del sentido o la comunicación a partir de la intención comunicativa; otros, en cambio, supusieron que una intención comunicativa es a lo sumo marginal respecto de la constitución de las cualidades significativas de una interacción, porque el ‘sentido’ es gobernado por el ordenamiento estructural de sistemas de signos. Ahora bien, en la teoría de la estructuración se atribuye interés e importancia equivalentes a esas dos formas, aspectos de una dualidad más que constitutivas de un dualismo mutuamente excluyente.

estudios de mediatizaciones sobre la situación actual está lejos de haber concluido, tanto porque la revolución tecnológica en la que se apoyan como las prácticas sociales que pretenden instaurar (o con las que intentan conectar) cambian constantemente en una sociedad que se está construyendo, más allá de la modernidad, bajo un nuevo paradigma, el del presentismo (Carlón, 2017b). Sin embargo, ya ha avanzado lo suficiente como para que quede claro que con focalizar mediatizaciones *no alcanza* y que para avanzar en la comprensión de la sociedad actual es imprescindible atender a la dimensión comunicacional y, con ella, la problemática de la circulación.¹⁵⁰

Como no puede ser de otra forma, los estudios sobre la circulación del sentido en la sociedad contemporánea se encuentran en una etapa fundacional. En estos últimos años nuestros trabajos estuvieron concentrados en tratar de generar *un dispositivo analítico para estudiar la circulación vertical-horizontal del sentido*, que es *ascendente* (va desde “abajo hacia arriba”, es decir, de las redes sociales mediáticas a los medios masivos), y *descendente* (“desde arriba hacia abajo”, de los medios masivos a las redes sociales mediáticas), y que frecuentemente tiene un momento *horizontal* (por ejemplo, entre pares en las redes sociales mediáticas).

Pero lo que pretendemos ahora es avanzar sobre *otra área de los estudios sobre circulación del sentido, que podemos considerar transversal*.¹⁵¹ Así, en el marco de este trabajo pondremos foco en determinar

150 A punto tal que el concepto circulación, que nos habla de la diferencia entre producción y reconocimiento (Verón, 1987), es clave para conceptualizar cómo incide para Verón el proceso de mediatización en la vida social: antes que incrementar la unidimensionalidad, tiende a aumentar la complejidad: “Contrariamente a muchas profecías (...) que fueron formuladas ante el surgimiento de las tecnologías de la comunicación llamadas de ‘masas’, los soportes tecnológicos cuya emergencia han hecho posible diferentes modalidades de comunicación colectiva, tienden en el largo plazo a acentuar el desfase y no a reducirlo; tienden, dicho de otro modo a *aumentar la complejidad* de la circulación” (Verón, 2001: 130).

151 Es el tema de investigación principal del nuevo Proyecto de Investigación Ubacyt “La mediatización en el entretejido de los vínculos sociales. Cambios en la circulación del sentido a partir de la nueva mediatización de individuos, colectivos e instituciones en la sociedad contemporánea”, que hemos presentado con un amplio grupo de trabajo entre los cuales se encuentran Damián Fraticelli, Ana Slimovich, Rocio Rovner, Josefina de Mattei, Noelia Manso, Federico Fort y otros investigadores.

algunas de las transformaciones que se establecen desde que cierto tipo de enunciadores, los individuos, hacen circular sus discursos a través de “medios de comunicación individuales”. Porque esos discursos mantienen relaciones tensas y complejas con instituciones sociales que se encuentran en crisis como la familia, la escuela, los partidos políticos, la democracia, etcétera. Como la investigación recién está comenzando, lamentablemente no presentaremos grandes resultados. Pero brindaremos ejemplos que permitirán comprender mejor el campo circunscripto e intentaremos distinguir otras formas contemporáneas de circulación del sentido.

2. La mediatización contemporánea. La hora de los “medios colectivos” y de los “medios individuales”

Tanto la teoría de las mediatizaciones surgida a partir de los textos de Eliseo Verón como importantes referentes de la nórdica sostienen desde los años ochenta que en Occidente avanza el proceso de mediatización de la sociedad y que su principal consecuencia es un incremento de la complejidad. Este diagnóstico persiste en un campo en el que históricamente los análisis que parten de las instituciones y los medios (en su sentido tradicional, por el cual también son instituciones) han sido, hasta hace poco, dominantes, debido a que los medios de comunicación masiva reinaron de modo hegemónico y sin competencias durante la modernidad y la posmodernidad.

Pero es probable que el proceso de mediatización de la sociedad en que vivimos, contemporánea, sea aún mucho mayor. Es decir, que esté sub-diagnosticado. No porque haya aumentado el poder de las instituciones (lo más probable es que haya disminuido, como lo atestiguan debates como el del “fin” de los medios masivos (Carlón y Scolari, 2009) o los análisis de Jenkins, Ford y Green (2014 [2013]) sobre las apropiaciones de contenidos de las franquicias realizadas por los fans), sino porque el contexto mediático de la modernidad y la posmodernidad no hizo necesario que se avanzara en la consideración de otros medios que los institucionales. Por eso es habitual que los estudios sobre

mediatizaciones *no privilegien a los individuos mediatizados*, a no ser que sean en sí mismos instituciones (como el Presidente), representantes de importantes instituciones (diputados, jueces, senadores, etcétera) o referentes mediáticos (*celebrities*). Ni siquiera ahora, que todos están veinticuatro horas los siete días de la semana conectados.

Pero esa etapa tal como la conocimos ha acabado. Es probable que a partir de ahora debamos ocuparnos más de otros objetos, como *la mediatización de los colectivos y de los actores individuales*. No es que los actores individuales o los colectivos hayan sido soslayados hasta ahora por las teorías de la mediatización. El problema es que fueron pensados más *en reconocimiento* (en recepción) que *en producción* (en emisión). Y el asunto es que dado el desarrollo acontecido tras la emergencia de la web 2.0 y de las *redes sociales mediáticas* en estos últimos años, *el proceso de mediatización de todos los actores sociales (que así se vuelven enunciadores mediáticos) se ha vuelto indetenible*.

Por eso nos interesa, en este contexto, plantear la necesidad de examinar la situación actual desde otro punto de vista. Uno que pretende atender especialmente a los discursos de los colectivos y de los individuos mediatizados (incluyendo en estos últimos no solo los más relevantes sino, también, a los *amateurs*), ya no sólo en reconocimiento, sino también *en producción* y, aún más, *de acuerdo a su inscripción en la circulación*. Es un punto de vista que parte de la hipótesis de que para comprender a los procesos de circulación que caracterizan a la sociedad contemporánea es necesario abandonar ciertos esquemas mentales que funcionan como configuradores preterminados para el análisis que establecen situaciones fijas (por ejemplo aquellos que parten de ubicar a las instituciones en producción y a los colectivos de actores individuales en reconocimiento), y asumir que *producción y reconocimiento son instancias que puede ocupar cualquier enunciator*.

En este contexto partimos de la tesis de que las *redes sociales mediáticas* (*Facebook, Instagram, Twitter*, etcétera), que son diferentes de las *redes sociales*, son “*redes de medios*” (Carlón, 2012). Lo son porque son redes que aglutinan diversos “medios de comunicación” que en

cierto nivel poseen, por supuesto, diferencias entre sí, pero que *comparten ser espacios en los que diferentes enunciadores (institucionales, individuales y colectivos) pueden apropiarse de contenidos generados por otros para difundirlos o resignificarlos y, también, producir y dar a conocer discursos que una vez publicados circulan libremente. Es en este marco que nos interesa detenernos en los medios individuales. No para evaluarlos o juzgar sus prácticas, sino para poner a prueba la tesis que sostiene que la emergencia generalizada de enunciadores que administran “medios individuales” (lo mismo vale para los “medios colectivos”¹⁵²) que producen discursos específicos es tan influyente a*

152 En general los colectivos se consideraron en reconocimiento. Pero desde la emergencia de las redes sociales mediáticas la mayoría de los *medios colectivos* de la era de los medios masivos, ya sea los surgidos como forma de expresión de colectivos sociales preexistentes como los que se originaron a partir de fenómenos mediáticos generados por la industria pasaron a tener su expresión en internet: *blogs*, cuentas en *twitter*, páginas en *Facebook*. En estos últimos años se ha estudiado la circulación hipermediática de varios colectivos para los cuales la mediatización ha sido clave: #NiUnamenos (Slimovich 2018), #Ayotzinapa (Slimovich, Ana y Tonatiuh Lay Arellano, I., 2017). No son iguales: mientras #NiUnaMenos surge como resultado de un proceso que tenía ciertos antecedentes y *escala* y se constituye definitivamente gracias a la mediatización, #Ayotzinapa surge en relación antagónica con instituciones del poder, “desde abajo” como respuesta a fenómenos discursivos que vienen “desde arriba”. Siguiendo el desarrollo de estos procesos es posible pensar que luego de atender a *cómo se construyeron a través de la mediatización, nos encontramos a la puerta de otros niveles de análisis, que focalizan desde una posición “meta” el estatuto de los colectivos y, también a las manifestaciones sistémicas que mantienen entre sí.* En una monografía que analizó la circulación hipermediática de colectivos surgidos con motivo de la votación de la ley de aborto legal en la Argentina, “*De las redes a la calle: El pañuelazo*” (Cutignola, Ferracutti, Ferro, y Giqueaux, 2018), se sostuvo también que hay colectivos que surgen de otros colectivos (refiriéndose así, por ejemplo, a “línea peluda” y “actrices argentinas”, colectivo surgido en el marco del proceso iniciado por el tuit que convocaba a un “tuitazo” y un “pañuelazo” desde la cuenta @CampAbortoLegal). En otra monografía (Cho, Eunice, Komiyama, Geraldine; Martino, Lorena; Montesano, Micaela y Rubino, Maria Fátima, 2018) se demostró que hay colectivos que surgen en *relación antagónica a otros colectivos que acababan de constituirse* (el colectivo de actrices argentinas surge en respuesta al video “Cuidemos las dos vidas” subido a una cuenta de *YouTube* por la Red de Integración Social y Estratégica). Estos análisis nos permiten pensar en relación con los colectivos mediatizados distintos procesos: a) algunos son “madres” de otros colectivos (como #NiUnaMenos); b) otros surgen por fragmentación o desmembramiento de un colectivo original; c) existen los que emergen debido a procesos de adhesión o de oposición a colectivos existentes y d) están los que surgen en oposición a las instituciones del poder, como #Ayotzinapa).

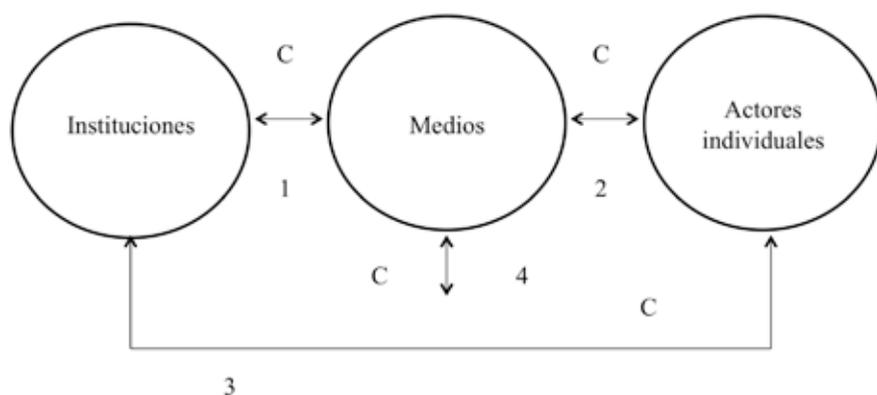
*diferentes escalas y niveles de interacción, que está transformando la circulación del sentido en la sociedad contemporánea, generando nuevas formas, ausentes en la modernidad y la posmodernidad, como la vertical-horizontal, a la que hicimos referencia, y la transversal, cuya distinción en este texto vamos a proponer. Y que en todos los niveles en los que esos discursos circulan la transformación que instalan, muchas veces a contracorriente de las instituciones, tiene un efecto insoslayable*¹⁵³.

Obviamente esa tesis no podrá ser explorada en todas sus dimensiones en este texto. Lo que aquí *nos proponemos es identificar ciertas transformaciones* que afectan distintos niveles. En primer lugar, *en el nivel de las interacciones entre los individuos y las instituciones*, es decir, en el nivel de circulación que, como adelantamos, aquí llamamos *transversal*. En segundo lugar, *en un nivel interindividual, que es en el que se modifican las relaciones entre el on line y el off line*.

3. La circulación transversal en la era de los medios masivos: desde “desde adentro hacia afuera” y “desde afuera hacia adentro”. La posición del observador.

Para avanzar con el análisis, determinar en qué consiste la circulación transversal y establecer algunas de las múltiples consecuencias que se derivan de ella vamos a retomar de Eliseo Verón “Esquema para el análisis de la mediatización” (1999), un texto en el que utilizando lenguaje sociológico presentó un grafico de relaciones entre instituciones, medios, colectivos y actores individuales. Vamos a apropiarnos de él para pasar a explicar en el próximo ítem cómo se instala la circulación transversal.

153 En lo que hace a la importancia de los individuos y de los discursos individuales podemos recordar lo que expresaba Eliseo Verón en “Conversación sobre el futuro” (2001: 138): “de todos los factores actuantes en el meta-espacio social, el individualismo es sin dudas el responsable de la aceleración de la divergencia”. Es decir que ocuparse de los discursos que hacen circular los individuos mediatizados en relación con instituciones de la vida social es, de algún modo también, ocuparse del principal factor de aceleración de la divergencia en las sociedades contemporáneas.



Lo primero que hay que recordar es cuál era el objetivo de Eliseo Verón al presentar este esquema: *explicar cómo se generan los colectivos en una sociedad mediatizada*. Su respuesta, propia de una época en la que aún no existían “los medios individuales” y los “medios colectivos” a los que nos venimos refiriendo fue que había *cuatro grandes campos de relaciones en los que se generaban los colectivos*, que denominó C1, C2, C3 y C4. Repasamos rápidamente los dos primeros, que son conocidos porque son habitualmente tematizados en las investigaciones sobre medios, para pasar luego a ocuparnos de los otros dos.

C1) *Relación de los medios con las instituciones*: permanentemente asistimos a la construcción de nuevos colectivos en la vida social por la articulación entre medios e instituciones: por ejemplo, nuevos partidos políticos o simplemente nuevos políticos que se dan a conocer gracias a la mediatización y representan a nuevos colectivos. Es un campo de análisis tradicional que permite observar en qué forma se construye (y reconstruye) en cada momento histórico el gran colectivo ciudadanos (y en qué forma específica se construyen los colectivos cada vez en la vida social).

C2) *Relación de los medios con los actores individuales*: campo que considera la evolución de las estrategias de los actores individuales en

relación con el consumo de los medios (televidentes, lectores de prensa, etcétera). Siguiendo análisis posteriores de Verón (2009) podemos decir que luego de la instalación de los medios masivos en el siglo XX (prensa, radio, cine, televisión) la vida cotidiana se vio fuertemente afectada por su presencia, que programó desde la oferta el consumo y la vida social (a través, principalmente, de las grillas de programación). También podría incluirse aquí un fenómeno no ejemplificado en este texto por Verón pero teorizado por él (y estudiado también por otros) que es la *capacidad de los medios de construir una realidad compartida para todos los actores individuales de la sociedad* (sigo aquí a Verón, 1987 [1981]). En los últimos años el cambio de prácticas de lectores, oyentes y espectadores ha hecho que cada vez estén menos dispuestos a seguir los tiempos de la oferta institucional, hecho que ha generado no sólo la “crisis” de los medios masivos (sujetos que quieren ver y oír las cosas cuando lo desean y bajo la forma en que lo desean) sino, también, de las “realidades sociales compartidas” que eran capaces de construir esos medios de comunicación.

Dos comentarios sobre estas dos relaciones capaces de generar colectivos. Entendemos que en ambos casos Eliseo Verón adoptó una posición tradicional porque se puso “afuera” y jugó el juego de quien observa el funcionamiento de los medios y las instituciones en la vida social de acuerdo a metodologías consolidadas de los estudios de comunicación. La primera relación incluye una circulación típica de la era de los medios masivos: viene “desde arriba hacia abajo” y es una expresión de la capacidad de los medios de generar colectivos. La segunda también viene “desde arriba hacia abajo” y se inscribe en el tradicional campo de análisis de los “efectos”.

Veamos ahora las otras áreas delimitadas por Verón, que son aquellas en las que nos vamos a detener.

C3) *Relación de los actores con las instituciones*: aquí señala la transformación de la cultura interna de las organizaciones por obra de

la mediatización. Aunque no da un ejemplo en particular no es difícil imaginarse casos. En los años noventa se habían vuelto muy importantes en la cultura empresaria los *house organs*. Tomando a estos medios como ejemplos podemos considerar un caso de la relación delimitada por Verón el hecho de que un empleado en particular haya sido destacado como empleado del mes. La mediatización, como en otros espacios de la vida social, permite destacarse a unos y relega a otros, etcétera. Y estos procesos siempre tienen consecuencias.

C4) *Cómo los medios afectan la relación entre actores e instituciones*: en este caso Verón ejemplifica con un caso de la época, la causa de coimas pagadas por la empresa IBM para obtener el contrato de informatización del Banco Nación de la República Argentina, y se refiere al “shock psicológico identitario del ejecutivo de IBM” (aunque no da nombres es probable que se refiera a uno de los imputados, que fue el subgerente, Carlos Soriani): “su relación con la empresa en que trabaja no volverá a ser nunca como antes”, dice Verón.

Lo interesante de los dos últimos campos de relaciones es que Verón *realizó un desplazamiento como observador: se ubicó en el interior de las instituciones*. En la primera puso acento en los efectos de la mediatización de una publicación que habitualmente viene, en el *interior* de las empresas, “desde arriba hacia abajo”, y que es capaz de afectar conductas, vínculos, reglas, etcétera. En la segunda los efectos de la mediatización vienen también “desde arriba hacia abajo”, pero *desde afuera hacia adentro*: se trata de cómo una noticia publicada en los medios masivos impacta en un miembro de una institución (y entendemos que también en los demás empleados de la empresa).

Aunque Verón no haya utilizado los términos “desde adentro” y “desde afuera” interpretamos que la distinción de este campo en particular delimita una problemática que puede ser especialmente atendida por los estudios sobre mediatización y, en particular, de circulación.

4. La era contemporánea

4.1. La circulación transversal

En la era contemporánea no sólo ha emergido gracias a la hipermediatización el modo de circulación *vertical-horizontal*. También ha surgido otro, de carácter transversal. Se debe a que los individuos mediatizados no solo intercambian discursos entre sí a través de distintas “redes sociales mediáticas”. También *se encuentran “adentro” de todas las instituciones, medios y colectivos, porque instituciones, medios y colectivos están compuestos por individuos*. Por consiguiente *los contenidos ahora no van “hacia afuera” sólo desde los voceros o los medios institucionales de partidos políticos, empresas, iglesias, fuerzas armadas, etcétera, como lo hacían en la modernidad y la posmodernidad*. Eras en las que acceder a información del “interior” de instituciones era excepcional. *También lo hacen cotidianamente desde los “medios individuales” que administran quienes forman parte de cada institución. Y no sólo llegan “hacia adentro”, desde los medios masivos a las instituciones. También lo hacen desde los “medios individuales” y desde los “medios colectivos” emplazados de las redes sociales mediáticas*. Es decir en puntos de encuentro entre la circulación vertical-horizontal y la transversal en los que se producen un conjunto de cambios de escala y de transformaciones.¹⁵⁴ Veamos ciertos casos con más detalle. Para que quede más claro lo que acabamos de expresar, empecemos con el análisis de la lógica de circulación transversal más conocida:

154 Al menos aparecen las tres transformaciones detectadas en la circulación hipermediática: cambios de escala en la mediatización, complexificación en las direcciones comunicacionales y cambios de estatuto del enunciador y del vínculo con los pares, las instituciones y los colectivos (Carlón, 2019a). A las cuales debe sumarse una más: *cambios en las relaciones de lo que se considera interno/externo*, que en ocasiones puede corresponderse con lo público/lo íntimo/y lo privado.

1) *Circulación “hacia adentro”, de los medios hacia la “vida interna” de la familia, los colectivos, las instituciones, los medios.*

Encontramos aquí principalmente dos grandes espacios de investigación:

a) *“desde arriba hacia abajo” y desde “afuera hacia adentro”*: es un caso semejante al circunscripto por Eliseo Verón cuando ejemplificó con IBM/Banco Nación. Se parte del conocido poder de los medios masivos de construir agendas compartidas por todos y de producir información que puede afectar a cualquier institución (una familia, un sindicato), un medio o un colectivo. De acuerdo a la relevancia y al poder de la institución afectada en la vida social puede ser desde “arriba abajo” (de un medio masivo a una familia) o una relación más igualitaria (entre un medio de comunicación masiva y un poder del estado, por ejemplo). Son fenómenos que cada vez hay que determinar en las complejas y dinámicas sociedades actuales.

b) *de “abajo hacia arriba” y “desde afuera hacia adentro”*: en este caso la información no parte de los medios masivos, sino de cualquier otro enunciador desde las redes sociales mediáticas (“de abajo”) y llega al interior de una institución. Es un proceso que es característico de la sociedad en que vivimos, fuertemente “desintermediada”, en la que las redes sociales mediáticas se han convertido en grandes fuentes de información.¹⁵⁵

Los discursos que circulan desde *afuera hacia adentro* pueden llegar a tener gran poder de impacto. Vemos aquí, como mínimo, *tres posibles tipos de informaciones*: positivas, negativas y ambiguas. *Y tres modos de procesamiento interno*: repudio, reconocimiento, desinterés.¹⁵⁶

155 Debe atenderse a que el proceso puede hacer, también, un largo y complejo viaje hipermediático. Por ejemplo, pueden venir “desde abajo”, ascender por parte de cualquier enunciador a los medios masivos, y luego tener impacto en el interior de cualquier institución.

156 El caso IBM/Banco Nación es un típico caso de una noticia negativa, que supone, según Verón, un repudio dentro de la institución. Pero las noticias también pueden ser positivas, de reconocimiento y tener tanto impacto como una negativa: el medio masivo publica que alguien es premiado, distinguido, etcétera. Un tercer tipo de casos serían los ambiguos. Es obvio que estas posibilidades pueden complejizarse y que se abra aquí un campo complejo de investigación. Se produce un típico “cambio de escala” producto de la mediatización,

Veamos ahora el otro tipo de circulación, mucho menos estudiado:

2) *Circulación “hacia afuera”*: se focalizan los cambios de escala de circulación “hacia afuera” de discursos producidos por individuos que pertenecen a instituciones, medios y colectivos a través de los medios que administran en las redes sociales mediáticas.

Consideremos tres ejemplos.

a) de “*adentro (de un medio masivo) hacia afuera*” (“*hacia arriba y hacia abajo*”): en la Argentina, podemos citar el caso del periodista Roberto Navarro, que trabajaba en un medio de comunicación masiva y se peleó públicamente a través de *Twitter* con Federico Maya, Gerente General de Contenidos del canal de televisión donde trabajaba (C5N) y finalmente fue despedido. La noticia fue retomada por los medios masivos y por otras redes sociales mediáticas.¹⁵⁷

b) de “*adentro*” hacia “*afuera*” y hacia “*adentro*” (*efecto boomerang*): un miembro de una institución publica algo en las redes y ese contenido es interpretado de modo sorprendente para el enunciador y se vuelve en su contra (o no).¹⁵⁸ Veamos un ejemplo. El 27 de julio de 2018 el diario *Clarín* publicó una nota titulada “Cómo una torta de casamiento dejó en evidencia a uno de los médicos truchos de Cañuelas”.¹⁵⁹ La historia que se narra cuenta que un médico, el brasilero Felipe Nori, contrajo matrimonio con un policía, Leandro Alberto Acevedo, y que Felipe Nori subió a su cuenta en *Facebook* una serie de fotos del festejo, entre ellas, de la torta de bodas que tenía dos iniciales, L & F. Como Felipe Nori había usurpado la identidad del médico Joao Peixoto dos Santos, a un compañero de trabajo le llamó la atención que no estuviera

157 <http://www.lanacion.com.ar/2064575-echaron-a-roberto-navarro-de-c5n>

158 En ocasiones el sentido “escala” más allá de sus contactos y llega a los medios masivos, teniendo luego importantes efectos. Un ejemplo de este tipo que involucra a una institución familiar es el del contenido publicado por Camila, la hija del funcionario Ricardo Echegaray, que tuvo consecuencias para su padre. Se comenta en este libro en el próximo capítulo “Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea”.

159 La noticia también publicada por Página 12 y otros medios nacionales. Disponibles en: https://www.clarin.com/sociedad/torta-casamiento-dejo-evidencia-medico-trucho-canuelas_0_SymvIhd47.html y en <https://www.pagina12.com.ar/131079-deschavado-por-la-torta-de-casamiento>

la “J” del doctor Joao en la sigla. Este descubrimiento inició una investigación, que culminó con el descubrimiento y la denuncia hacia Felipe Nori por los delitos de estafa, falsificación de documento público, ejercicio ilegal de la medicina y usurpación de títulos y honores. A Felipe Nori le faltaban tres materias y ejercía en el Hospital Marzetti de Cañuelas. Como resultado del escándalo también hubieron otras víctimas, como el Director de la Institución y el Jefe de Emergencias.

c) de “adentro” (de una familia amateur) hacia “afuera”, horizontal y hacia “arriba”: en 2014 Claudia Nicora¹⁶⁰, una ciudadana común hasta entonces desconocida, publica en su cuenta de *Facebook* su foto con el rostro golpeado y la de su marido, Bernabé Insaurralde, a quien denuncia por violencia de género. Dice: “Hace años que sufro de violencia de género a causa de psicópata que aparece en la foto. Estoy harta de hacer denuncias civiles y penales en la comisaría de la mujer de Florencio Varela y que no hagan nada por detenerlo, además que se ríen en mi cara. Esto va todo muy lento”. La información escaló y como noticia fue publicada por diarios digitales. Además un canal de televisión, *TN*, le realizó una entrevista.

4.2. La circulación del sentido entre individuos mediatizados. Transformaciones entre el *on line* y el *off line*: la generación de nuevos intertextos y contextos interpretativos

Como venimos expresando la emergencia y la consolidación de la circulación *vertical-horizontal* y la *transversal* solo es posible gracias a la mediatización masiva de los individuos y a la publicación de discursos de todo tipo en *medios individuales*. Pero este proceso no solo tiene consecuencias a nivel de la relación entre los individuos y las instituciones, las tiene también en los vínculos que los individuos mantienen, en todos los niveles, entre sí. Si bien este hecho ha sido observado falta

160 “Retomo aquí el caso de Claudia Nicora brindado anteriormente como ejemplo de el poder de los discursos, ahora privilegiando su dimensión transversal. Es interesante observar que es tan importante que es un enunciador desconocido capaz de generar un discurso que realiza un ‘salto hipermediático’ como que posee emplazamiento familiar. Y por supuesto, que al ser un caso de violencia de género forma parte de la agenda noticiosa de los medios”.

aún avanzar en una explicación acerca de qué modo específico las relaciones *off line* se ven afectadas por la circulación discursiva *on line*.

En este campo nuestra tesis es que la publicación de discursos *on line* producida por individuos mediatizados genera una circulación que se continúa y tiene efectos en el *off line* (y luego en el *on line*, después en el *off line* y así siguiendo). Así, por ejemplo, uno de los modos específicos en que se desarrolla es a través de la generación permanente de *nuevos intertextos y contextos interpretativos en el off line*. Se debe a que lo que cada individuo publica a través de su propio “medio de comunicación” *on line*, tiene efectos cuando ese individuo interactúa después con otros *off line* e, incluso, cuando no interactúa¹⁶¹. Esto vale tanto para la apropiación que realiza de contenidos públicos como para la publicación de contenidos personales de carácter íntimo o privado. En el caso de la circulación transversal este proceso afecta tanto el *hacia adentro* como el *hacia afuera* de medios, instituciones y colectivos.

5. Los efectos de estas dos grandes formas de circulación del sentido específicos de la cultura contemporánea

La identificación de un modo de circulación transversal, además del vertical-horizontal, muestra la complejidad de la cultura mediática contemporánea y su diferencia con la moderna y la posmoderna. Aunque es difícil realizar aún una evaluación general se puede hipotetizar que el modo de circulación *transversal* permite además realizar un aporte

161 En principio pueden delimitarse, como mínimo, cuatro tipos de circulación. A) Cuando un individuo publica un discurso en la red y ese discurso tiene efecto en aquellos con quienes que mantiene vínculos no sólo mediatizados sino también sociales intersubjetivos (*off line*). Aunque no haya recibido comentarios mediáticos, este tipo de circulación de los contenidos afecta el vínculo comunitario: entre amigos, familiares, el colectivo, la institución a la que pertenece. Nos parece importante destacarlo porque este tipo de circulación es estudiada desde otros enfoques, pero no ponen acento en la dimensión vincular. B) Cuando el discurso que publica un individuo es comentado (dicho en sentido amplio: compartido, “me gustado”, criticado, etcétera), por otro con quien mantiene un vínculo intersubjetivo fuera de la red. C) Cuando el discurso publicado por un individuo no es comentado por otros con quienes no se mantiene un vínculo intersubjetivo fuera de la red. D) cuando el discurso publicado por un individuo es comentado, por otros con quienes no se mantiene un vínculo intersubjetivo fuera de la red.

al estudio de cómo los individuos mediatizados producen lo que Verón llamaba la *aceleración de la divergencia*. Un proceso que suma inestabilidad a la ya muchas veces diagnosticada crítica situación de las instituciones desde la posmodernidad.

CIRCULACIÓN TRANSVERSAL Y CONTROVERSIAS EN EL CASO DE LOS CANALES EDUCATIVOS EN INSTAGRAM Y YOUTUBE “FÍSICA EN SEGUNDOS”¹⁶²

En los albores de la era contemporánea vivimos en un mundo en el que la mediatización se ha vuelto omnipresente 24/7, hecho que en principio parece favorecer el contacto de las instituciones con los sujetos que se vinculan con ellas. Educación virtual, cátedras mediatizadas a través de sus páginas en *Facebook*, exposiciones audiovisuales con cañones y *powerpoints* en las aulas, profesores *youtubers*.

Sin embargo, las diferencias entre las lógicas institucionales y las de los individuos no sólo permanecen, sino que se han acrecentado, producto de que los procesos de divergencia que caracterizan a la circulación no cesan.

No solo porque hay diferencias generacionales entre profesores y alumnos, entre nativos e inmigrantes digitales, sino porque la *crisis del tiempo* en que vivimos, que se expresa a través de una nueva relación entre *pasado, presente y futuro* (Hartog, 2007 [2003]), en la que el presente tiene un nuevo valor, pone en discusión constantemente contenidos que deberían ser útiles herramientas para “mañana”.

Es una crisis que afecta a todos los ámbitos por igual, pero a la transmisión de saberes y a los procesos comunicacionales en particular debido a que es propio de las instituciones educacionales brindar instrumentos para un futuro tan agigantado como devaluado ante un presente omnipresente. Un futuro más que nunca en construcción.

162 Esta exposición se presentó en el Pentágono X de Ciseco “Comunicação e Aprendizagens e Sentidos (Difusão, mediação, interfaces, bifurcações)” el día 26 de noviembre de 2020 en Japaratinga, Brasil. Hay un registro audiovisual de la exposición que puede encontrarse en: <https://www.youtube.com/watch?v=rAKFCKpJero&t=1536s>

En este texto vamos referirnos a un caso singular, el de un Profesor del Ciclo Básico Común¹⁶³, que tiene un exitoso canal en YouTube y fue noticia por un conflicto en el mes de noviembre de 2019.

1. Objetivos

El objetivo que nos propusimos al analizar este caso fue ver qué acontece en un conflicto entre un profesor y una institución que tuvo difusión mediática realizada por el mismo profesor a través de las redes sociales mediáticas, en particular *Youtube* e *Instagram*. Nos interesa examinar cómo se articuló un colectivo de seguidores en relación al conflicto y cuáles fueron sus argumentos. Nos parece importante comprender cómo se manifestaron otros miembros de la comunidad académica internacional: otros difusores de conocimiento a través de *Youtube*. Asimismo establecer cómo cubrieron la noticia otros canales de *YouTube* dedicados a la cobertura mas general de temas de ciencia y noticias. Determinar cuál fue el comportamiento de portales de noticias y el de portales que funcionan como medios masivos. Y analizar cómo se comportó la institución educativa, la Universidad de Buenos Aires.

2. Mediatización y circulación: ¿qué tipo de caso es? Algunos rasgos generales

Es importante determinar el caso para enmarcar el análisis. En una sociedad fuertemente hipermediatizada este es un caso de circulación principalmente intra-sistémica: se origina en las redes sociales mediáticas y circula en ellas, a través de diversos medios y plataformas. Si bien no hay circulación inter-sistémica o hipermediática, es decir, el caso no escaló a los medios masivos, constataremos que hubo diferencias de lógicas entre las redes de producción de contenidos de los internautas, de los portales y de los portales que pertenecen a los medios de comunicación masiva al igual que de los que fueron medios de comunicación masiva,

163 CBC es la sigla del Ciclo Basico Común, que se cursa de modo obligatorio para realizar el ingreso en la Universidad de Buenos Aires

devinieron en portales y se siguen comportando en gran medida como tales. Este hecho no debería sorprender: la distinción entre el sistema de medios masivos de las redes sociales mediáticas es real y efectiva a nivel macro, pero no implica que en cada caso no se deba prestar atención específica a las lógicas discursivas y de protocolo, y justamente los portales de los medios masivos en las redes si bien son distintos de sus versiones originales (dado que no están estructurados igual porque influye menos la lógica de la edición periodística y más la de los *clicks* de los internautas; los contenidos están diseñados para ser compartidos, etcétera) eso no quiere decir que ciertas lógicas y protocolos no se mantengan en las versiones en las redes: el chequeo de la información, el respeto a la línea editorial, etcétera. Considerando todo lo señalado identificamos en el nivel de la circulación que el caso se encuentra enmarcado en el tipo *ascendente/horizontal* (Carlón, 2016b), es decir, es inter-sistémico.

3. El discurso

En lo que hace al discurso el que se enuncia desde el canal “Física en segundos” es claramente de tipo científico-didáctico. Es un discurso asimétrico, dado que quien sabe se dirige a quien tiene que aprender. Pero, a la vez, está tensionado por las modalidades propias de los *youtubers*: enuncia mirando a cámara, musicaliza e, incluso, lo que es más sorprendente, incluye recursos “humorísticos” de edición¹⁶⁴. Además, establece “guiños”, complicidades con los alumnos refiriéndose, por ejemplo, a los contenidos que los miembros de la cátedra a la que pertenece toman en los exámenes y deben aprender para aprobar. Esto le hace brindar *tips*. Dice: esto lo tenes que aprender porque lo toman en los exámenes, etcétera.¹⁶⁵

164 Un interesante aporte al estudio de los dispositivos de producción de sentido de los *youtubers* puede encontrarse en: Scolari Carlos A. y Fraticelli, Damian (2016).

165 Queda un amplio tema a investigar aquí, que es cuáles y cuántas son las transformaciones entre la aparición de discursos educativos en la era de los medios masivos, en la que ocupaba un lugar muy importante la institución (de hecho, como señaló en este Simposio Suzanne de Cheivigny quien recordó una investigación realizada junto a Eliseo Verón, un tema central de investigación era la relación entre la institución mediática y la educativa), y la era actual, en la que institución tiende a estar “borrada” y el enunciador aparece personalizado.

4. La controversia

El conflicto se desata a partir de publicaciones que realiza el autor en sus cuentas en *YouTube* e *Instagram* tituladas “Quieren ECHARME de la facultad SI NO CIERRO EL CANAL” el día 6 de noviembre de 2019. Graba un vídeo en *Youtube* en el que se presenta en hablando a cámara y en *Instagram* publica además un texto. El texto es el siguiente:

“Las autoridades del CBC me citaron la semana pasada para decirme que en virtud de las quejas de otros docentes, creen que mi rol en la facultad es incompatible con la continuidad del canal. En resumen: ¡quieren echarme del CBC si no cierro el canal! Vos sabés... yo hago todo esto por los alumnos. Es mucho esfuerzo (físico y económico) filmar y editar cada video, generar contenido, responder consultas a toda hora por aquí y por Instagram. ¡No te das una idea de la cantidad de plata que invierto para que los chicos puedan ver gratis mis clases! Vas a ver que ni siquiera pongo publicidad en el canal (no está “monetizado”, como se dice en la jerga de YouTube) para que le experiencia sea más amigable. Esto está creciendo mucho, cada vez somos más, los chicos me reconocen en las sedes, se sacan fotos conmigo, me expresan mucho cariño... y eso molesta terriblemente a algunos. Pero bueno, esta es la situación ahora. No sé si cerrar el canal y conservar mi trabajo (doy clase en el CBC desde la década del ochenta, ¡imaginate!), o seguir y afrontar mi despido. Por eso te cuento esto. Si querés decirme qué te parece esto, o darme algún consejo, u opinar, te leo en los comentarios. Gracias por el apoyo”

Su modo de comunicar tiene características singulares porque Kalo-cero enuncia dirigiéndose a “vos”, pero ese vos al que se dirige *no son los alumnos, sino el que ve el video a través de la plataforma*. Es decir que es un enunciatario específico de *YouTube* e *Instagram*, probablemente más amplio que sus alumnos y de bordes indefinido. Llama la atención el hecho de que expresa que hay quejas de los pares (docentes) porque los alumnos prefieren ver sus clases por *Youtube*. Que expresa se reunió con autoridades del CBC. Y que le dijeron que cierre el canal. Pero aún más hay dos datos singulares aquí, que lo muestran a Kalo-cero manejándose más como una celebridad que como un profesor. Por un lado, que exprese el reconocimiento social que posee (que le piden sacarse fotos con él, por ejemplo). Por otro lado, que le solicite a su colectivo que le envíe su opinión. Es decir que se maneje como una *ce-*

lebrity que consulta la opinión de su colectivo para tomar una decisión de un conflicto que según dice es de orden institucional.

5. Los mensajes del colectivo y de una compañera de trabajo

Luego de su publicación las respuestas no se hicieron esperar. Entre los distintos mensajes que publica su colectivo se destacan algunos: a) que se siga comunicando como un *fake*; b) que debe llevar la situación a la prensa y la tv; c) que a los que les molesta son “dinosaurios” y d) que molesta al “sistema”. También se distingue el de alguien que dice ser su compañera de trabajo que lo “destaca como persona y profesional” además de señalar el “comportamiento solidario de los alumnos” de Kalocero.

6. La circulación en otros canales de *YouTube*

El mensaje de Kalocero tuvo inmediata repercusión en otros canales de *YouTube* de carácter académico. En uno de ellos, denominado *Álgebra para todos* el mismo 7 de noviembre se publica un video con el título “APOYEMOS A ANÍBAL. Física en segundos CORRE PELIGRO”. En él el enunciador expresa hablando a cámara: “Hola, soy Juan Ignacio, y estoy muy indignado”. Muestra el video de Aníbal y apela a los estudiantes pidiéndoles que apoyen al canal de dos modos. Por un lado, a través de la mediatización. Por otro, solicitando que vayan a protestar a los espacios públicos. Y revela cuál es, en su opinión, “la razón” del conflicto: porque hay estudiantes que prefieren ver a Aníbal por *YouTube* y quedarse en sus casas. Este video el día 7 de noviembre, es decir, al día siguiente de la publicación de Aníbal, tenía 13. 808 visualizaciones.

7. La circulación en portales de noticias

Dos portales de noticias dan a conocer lo comunicado por “Física en segundos” el día 7 de noviembre. *Tecno*, del canal *TN*, del grupo *Clarín*, lo hace con el título “Docente denuncia que lo quieren echar del CBC por dar clases en *YouTube*. Tiene un canal “Física en segundos”, con

más de 15.000 suscriptores. Desde la UBA niegan que corra peligro su puesto de trabajo” Y el portal de noticias *Infobae*, que originalmente era un medio de prensa (BAE), titula: “Polémica con un profesor *youtuber* de la UBA: denunció que le pidieron que cierre su canal”.

La noticia también se publica en otros medios. El día 8 noviembre *El cronista*, un diario histórico que mudó a versión digital hace años, publica en su sitio web: “El escándalo del profesor *YouTube* en la UBA: enseña todo por internet pero lo quieren echar”. Y un portal, *Infotechnology*, publica: ayuda a sus alumnos por YouTube, pero en la UBA amenazaron con despedirlo”. El mismo título aparece en otro portal, “El liberal”.¹⁶⁶

8. La respuesta del Ciclo Básico Común

Ante la escalada del escándalo la cuenta en *Twitter* @ciclobasicouba publica un hilo que expresa lo siguiente:



Esta respuesta por este canal es muy interesante y volveremos sobre ella.

9. El canal se queda

El 8 de noviembre Aníbal Kalocero publica un nuevo video, que alcanzó 12.427 reproducciones en su canal de *YouTube* titulado “El ca-

¹⁶⁶ Incluso un medio, ABCdiario (argentina) publica tardíamente el día 13 de noviembre, a cinco días del conflicto: “Directivos de la UBA amenazan con echar a un docente si no cierra su canal de YouTube”

nal SE QUEDA, decisión tomada”, en el que agradece el apoyo recibido. Esas muestras de apoyo fueron múltiples y según relata abarcaron desde quienes se ofrecían a juntar firmas para que el canal continuara a quienes le dijeron que después de treinta años podía cobrar una cuantiosa jubilación. Mucha gente avisó a los medios masivos de lo que estaba pasando. Kalocero se muestra sorprendido por semejantes respuestas de apoyo y expresa que no está dispuesto a hacer un juicio a la Universidad de Buenos Aires, en la que estudió gratis, que tanto le brindó. También deja en claro que el canal va a continuar y que se siente muy feliz por todos los que pudieron promocionar y aprender biofísica gracias a sus videos.

10. El informe de “Usted está aquí: canal de Ciencia, curiosidades, análisis y noticias”

En el marco del análisis que venimos realizando nos interesa destacar un informe de un portal español que cuenta con más de 380.000 suscriptores. El día 10 de noviembre publica un video en el que una voz en *off* joven más cercana a la del informe televisivo que a la del documentalista comenta lo que está sucediendo. Aunque dice que lo ve con “ternura”, porque es un hombre grande el que se comunica a través de un lenguaje que no le es propio, es crítico de la forma en que se expresa. Así destaca con distancia que en el video Kalocero se dirige a “vos”, no a “todos”: dice “gracias a vos”. En cambio sí valora que los videos están hechos con varias cámaras.

Respecto del conflicto dice que molesta que enseñe por *Youtube*: que les molesta a otros profesores porque los alumnos no van a tomar clases presenciales. Dice: “es lo que cuenta en el video”. Le interesa el crecimiento comunitario del video: que pasó de 10.000 a 40.000 suscriptores en pocos días.

Este video, a diferencia de otros enunciadores, suma información de portales periodísticos específicos, como *Tecno e Infobae*, que explicaron que conflicto fue “en el marco de una cátedra”. Y también suma in-

formación de la cuenta en *Twitter* del CBC de la UBA. Plantea el tema de que parte del problema es el lenguaje informal, algo que no se había señalado hasta ese momento. Y recupera la pregunta que se hace Aníbal en el video en el que da por cerrado el conflicto, que es ¿por qué le enviaron tantos mensajes? ensayando una respuesta, que es la siguiente: a) porque a la gente en Internet le gusta sumarse a causas, b) porque en las redes se quiere a los que les hablan de contenidos, c) porque todos los que lo apoyan aprendieron algo por tutoriales, así que saben de qué se trata y no tienen prejuicios y c) porque la situación es vista como una injusticia sufrida por un *Youtuber* frente a una poderosa institución.

11. Análisis de una práctica educativa post-presencial

El caso del Profesor *youtuber* Aníbal Kalocero y de su canal “Física en segundos” es interesante para el tema de este Simposio por varios motivos pero, ante todo, porque a través de un caso particular nos permite pensar la situación actual de la Universidad y de las prácticas educativas en un mundo en profunda transformación debido al drástico cambio que en nuestra contemporaneidad se ha producido en la circulación del sentido y la mediatización.

Tal como lo revelaron los portales *Tecno e Infobae* Kalocero parece haber desplazado en su comunicación el verdadero motivo de la controversia. Mientras sus mensajes a través de sus canales de *YouTube* e *Instagram* se refieren a que autoridades de la Universidad le pidieron que cierre su canal porque molestaba la cuenta del Ciclo Básico Común desmintió que su cargo haya corrido algún peligro. Y más importante aún informaron que se trató de un conflicto interno de una cátedra. Kalocero no desmintió esa información, dio rápidamente cerrado el conflicto y no brindó ninguna entrevista a un medio de información masiva. Todo parece indicar que fue un conflicto entre un individuo y una institución, pero esa institución más que “la” Universidad de Buenos Aires, fue una cátedra.

Los conflictos de cátedra son tan antiguos como la existencia de las cátedras, pero generalmente se manifestaban al interior de las instituciones y no cobraban estado público. En este caso se hizo público, es decir, cambió de escala, gracias a que Kalocero administra dos importantes canales de comunicación, uno en *Instagram* y otro en *YouTube*. Es decir, gracias al uso que realizó de la nueva mediatización.

Dicho esto, podemos profundizar en ese análisis. Lo primero que podemos observar es que no sólo la controversia cambió de escala gracias a la mediatización, también lo hicieron las clases de Kalocero al haberse registrado y distribuido públicamente. ¿Qué cambia cuando una clase deja de ser presencial y pasa a filmada y publicada? Algo muy importante señala Kalocero al pasar en uno de sus videos pese a que no es ningún experto en análisis de los lenguajes. Mira a cámara y dice: “Ojo, voy rápido. ¿Te quedaste? ¿Te atrasaste? No pasa nada, vuelves para atrás y miras todo de nuevo”. Este señalamiento es muy importante, porque pese a todas las ventajas que pueden atribuírsele a la clase presencial, que permite a los docentes hacer contacto visual (indicial) y llevarla a un ritmo específico de acuerdo al asentimiento de los alumnos, la experiencia que el grabado audiovisual permite a cada individuo es diferente. Un alumno al que le que costó entender un párrafo o un pasaje en una clase grabada puede “volver a verlo” a su voluntad las veces que lo considere necesario. Nada semejante puede hacerse en una clase presencial: aunque le puede solicitar al profesor que vuelva a explicar un pasaje ¿cuántas veces puede hacerlo sin sentir vergüenza?¹⁶⁷

167 La mediatización transforma nuestra experiencia social y lo hace de acuerdo a especificidad de los lenguajes, dispositivos e interfaces que se utilizan. Adjudicamos a este señalamiento un carácter general debido a que si bien aquí nos concentramos en el aprendizaje, en un texto anterior (Carlón, 2004 [2003]) lo hicimos en relación con la memoria. Brindo un ejemplo actual: la relación con la memoria de los acontecimientos vividos en la infancia es actualmente, en una sociedad en la que prolifera la producción de imágenes, muy distinta de la que podíamos tener los que pertenecemos a generaciones mayores. Hoy a un chico le debe costar mucho más separar su recuerdo personal de los videos de su cumpleaños que guarda su familia, que lo que nos costaba a nosotros, que en comparación tenemos muchas menos imágenes de nuestras infancias.

Otra cuestión se presenta en otro nivel, también debido a la mediatización, y es una conclusión que podemos realizar debido a lo que aprendimos cuando se desarrolló el debate sobre el fin de los medios masivos (Carlón y Scolari, 2009). Los medios masivos, como señalaba Eliseo Verón, *programaban la vida social* (Verón, 2009; Carlón, 2016a). Es decir, ponían a circular contenidos en ciertos momentos y no en otros (programas de la mañana, de la tarde, de la noche). Lo hacían gracias a que se basaron en el modelo del *broadcasting* de los medios masivos: gracias a sus grillas de programación. Ahora bien *la Universidad como institución también tiene con sus clases presenciales su grilla de programación*. Que es más exigente que la de la radio y la televisión porque *no sólo obliga a estar a disposición en el tiempo que dice la institución sino también a asistir en el espacio*. Este modo de funcionamiento es muy semejante desde este punto de vista al de los medios masivos, instituciones de la modernidad. Lo que los profesores como Kalocero hacen al subir sus clases a plataformas como *YouTube* e *Instagram* es adaptarse a un modelo que es más *on demand*, de programación desde el reconocimiento (la recepción) que desde la producción. *Esta adaptabilidad a los tiempos y los espacios de los alumnos* es un proceso que pone en discusión gran parte del funcionamiento de las instituciones educativas. Una educación post-presencial que no ha dejado de crecer en los últimos años y que (por ahora) difícilmente encuentre otros límites de aquellos que la virtualidad no puede salvar: clases de anatomía, de arquitectura, etcétera.

Un tercer elemento que se corresponde al nivel de la mediatización es el de la construcción del colectivo de seguidores. Kalocero era ya un profesor muy popular antes del conflicto, como puede corroborarse con el hecho de que cuando la controversia estalló se identificaron alumnos que seguían sus videos pese a que pertenecían a otras instituciones universitarias (como el Instituto Tecnológico de Buenos Aires, ITBA, que es una Universidad Privada). Pero creció rápidamente en pocos días: de 10.000 a 40.000 suscriptores. ¿A qué se debe? Por supuesto que en gran parte se debe al poder de la controversia. Como lo sabe muy bien el periodismo desde su fundación los conflictos generan interés del público.

Pero también se debe, es posible hipotetizar, a la difusión que recibió la controversia en portales y medios de comunicación masiva en la red. Y al apoyo que recibió de otros sitios académicos y, probablemente, de otros estudiantes, que siguen esos y otros sitios académicos.

Para terminar algunos comentarios sobre la circulación, sobre el comportamiento de quienes se manifestaron. La circulación, vale la pena recordarlo, “es el nombre de una diferencia”, que se manifiesta entre producción y reconocimiento (Verón, 1987a). En nuestra contemporaneidad estudiamos encadenamientos de diferencias entre discursos que acontecen en relación con un suceso.

La circulación del sentido originada por el caso puede estudiarse de dos formas. Por un lado es vertical/horizontal y, en particular, ascendente/horizontal. Kalocero comunicó, tuvo respuestas de apoyo de su colectivo y otros pares académicos que también divulgan conocimiento científico a través de plataformas. Y el caso “escaló” a portales diversos, entre ellos, algunos que se manejan con lógicas de los medios de comunicación masiva. La distinción entre quienes se manejan con esas lógicas y quiénes no es clave para comprender la circulación de este caso. Portales como *Tecno* (del canal *TN* del diario *Clarín*) e *Infobae* (ex diario BAE) no se contentaron con publicar lo que había expresado Kalocero en su video. Consultaron a la Universidad y le dieron espacio a lo comunicado por el CBC desde su cuenta institucional en *Twitter*. Así expresaron también que desde la universidad decían que no se había reunido con ninguna alta autoridad que le haya pedido que cierre el canal y surgió la información de que era un conflicto interno a una cátedra. El caso tuvo una circulación intra-sistémica y no llegó a dar el salto hipermediático¹⁶⁸.

La segunda posibilidad para estudiar la circulación es la dimensión *transversal* (Carlón, 2018b), que sucede cuando el sentido circula desde “adentro hacia afuera” o desde “afuera hacia adentro” de instituciones, medios, colectivos e individuos. Desde este segundo punto de vista

168 Kalocero expresó en otro texto que aunque habían querido entrevistarlos medios masivos como *La Nación* y *Clarín* y desde canales de televisión, no había aceptado.

el caso del canal “Física en segundos” es un ejemplo de *circulación transversal* que se despliega, en primera instancia, de “*adentro hacia afuera*” de una cátedra, que es una institución educativa (con normas, recursos, etcétera), y de una institución aún mayor, la Universidad de Buenos Aires, hacia los medios informativos. Un conflicto de cátedra llega al colectivo, a los portales, a los medios, y en una segunda instancia, circula de “*afuera hacia adentro*”, hacia el interior de la cátedra, con resultados que desconocemos exactamente, porque no hubo una manifestación oficial. Pero sí sabemos que Kalocero creció en conocimiento público y que inmediatamente dio por cerrado el conflicto.

Todos estos procesos caracterizan también, además de la virtualidad, a la enseñanza y al aprendizaje en nuestra contemporaneidad. Muchos de ellos, como la opción *consumo por grillas versus consumo on demand* tensionarán intensamente a la Universidad en las próximas décadas. Y hasta dentro de un tiempo no sabremos si seguiremos con un sistema mixto o con la mayor parte de los edificios en desuso y las aulas vacías, porque habrá ganado el *on demand*. Pero no sería de extrañar que también, lo cual es novedoso, nos encontremos cada vez más con la mediatización pública de conflictos que hasta hace poco se resolvían en el interior de las instituciones. ¿Está la Universidad preparada para enfrentar exitosamente estos escenarios?

BAJO EL SIGNO DEL PRESENTISMO: MEDIATIZACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo se propone destacar la necesidad de introducir en la teoría de las mediatizaciones el concepto contemporáneo. Este gesto implica que ha llegado la hora de abordar definitivamente la problemática de las periodizaciones. Es una consecuencia inevitable de la ambición de nuestro campo de realizar un aporte amplio para la comprensión de la época en que vivimos dado que, si pretendemos ser efectivos en esa tarea, necesitamos dialogar a partir de las nociones con que nuestra época se autodefine y utiliza. Pero ese no es el único motivo: también necesitamos introducir el concepto contemporáneo para identificar las diferencias que se presentan entre nuestra época y las anteriores.

No puede decirse que la problemática de las periodizaciones haya estado ausente, hasta ahora, en las teorías de las mediatizaciones. Desde su fundación a través de la obra de Eliseo Verón (2001 [1984]), la teoría latinoamericana ha mostrado interés por distinguir su época de las precedentes. Y lo mismo parece haber acontecido, hasta donde sabemos, con importantes representantes de la teoría nórdica, que distinguen una era premoderna, una moderna y la alta modernidad (Hjarvard, (2014 [2013])). Pero tal vez lo que se ha realizado en esta dirección sea insuficiente. Porque parece encontrarse en suspenso la definición del momento actual. Sin embargo, una delimitación del momento en que vivimos puede ser un paso adelante dado que, por un lado, ayudará a ordenar cómo las teorías cuentan la historia de las mediatizaciones y, a la vez, su propia historia. Y, por otro, porque ayudará a otros a comprender mejor el momento en que vivimos, en un contexto en el que la atención al rol de los medios en la vida social se ha vuelto insoslayable.

2. LAS TEORÍAS DE LAS MEDIATIZACIONES SON POSMODERNAS¹⁶⁹

Un aspecto que a cualquiera al que le interese este tema no puede dejar de llamar la atención es que tanto la teoría latinoamericana de las mediatizaciones como la nórdica parecen haber surgido en la misma época. Eliseo Verón (2001 [1984]) publica sus primeros trabajos sobre mediatizaciones a principios de la década del ochenta¹⁷⁰. Y lo mismo parece haber sucedido, hasta donde sabemos, con la teoría nórdica: según Stig Hjarvard (2014 [2013]: 23), el sueco Kent Asp fue el primero en utilizar el término mediatización aplicado al campo de la política en 1986. Esta observación no parece poder ser fácilmente objetada por alguna precisión que surja en los próximos años: dado que la posmodernidad tampoco tiene una fecha de inicio exacta, si tomamos algunos años antes o después como momento de origen de estas dos grandes teorías y campos de investigación, nada se modifica sustancialmente.

Reflexionar por qué ambos campos teóricos y de investigación nacen hacia la misma época es muy interesante. Siguiendo las respuestas brindadas no puede haber muchas dudas: porque es el *momento en el que cambia el rol de los medios masivos en la vida social*. Esto no quiere decir, por supuesto, que el debate en el que puso acento Eliseo Verón (2014) acerca del origen de la mediatización carezca de relevancia o deba ser abandonado¹⁷¹. Pero sí que es importante que ese debate no vuelva invisible para la reflexión que algo muy importante sucedió en el último tramo del siglo XX. Para Eliseo Verón se produce en este

169 O de la alta modernidad, o de la modernidad tardía. En el nivel en que nos ubicamos no son demasiado significativas las distintas denominaciones. Lo que interesa es que surgieron a fines de siglo XX, aparentemente en la década del ochenta, cuando había un solo sistema de mediatización.

170 Esta afirmación puede estar sujeta a correcciones debido a que la obra de Verón es muy profusa, comienza antes y actualmente está llevándose a cabo la revisión de su archivo.

171 Al partir, en su último libro (Verón, 2013, 2014), de una definición que dice que los fenómenos mediáticos son exteriorizaciones de los procesos mentales de los *sapiens*, y que las primeras manifestaciones fueron herramientas de piedra realizadas hace dos millones y medio de años, Verón establece una perspectiva de *largo plazo* (muy largo) para narrar la historia de la mediatización, que se aleja de las habituales que fechan el origen de esta historia generalmente a principios del siglo XIX.

momento el pasaje de una sociedad *mediática*, en la que los medios operaban con una lógica representacional (actuaban como espejos de lo social, más o menos deformantes) a una *mediatizada*, en la que “el funcionamiento de las instituciones, las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (2001 [1984]: 15). Esto se debe a que los medios se asumen productores de sentido, comienzan a autonomizarse y a jugar otro rol en la vida social. Y a que las demás instituciones sociales comprenden la nueva situación, lo cual las obliga a transformar sus modo de vincularse con los medios. Semejante, en este nivel, es la lectura que realizan los estudios que detectan que éste es el momento histórico en el que las sociedades industriales se mediatizan. Según Hjarvard los medios dejan de actuar como instituciones culturales orientadas por el interés público y comienzan a hacerlo como instituciones semi-independientes (en función de sus propios públicos) e integradas a otras instituciones¹⁷². Esta semi-independencia implicó un proceso de autonomización.

El hecho de que Verón haya reconocido en ese momento de su obra explícitamente que estaba utilizando un paradigma posmoderno y que, en cambio, representantes emblemáticos de dicho campo de investigación, como Stig Hjarvard, hayan tomado distancia de este rótulo, tampoco es razón suficiente para objetar nuestra afirmación de que las teorías de la mediatización surgen en la posmodernidad. La toma de distancia de la teoría posmoderna que realiza Hjarvard tiene nombre y apellido: Jean Baudrillard (2005 [1978])¹⁷³. De lo que se aleja es de su teoría de los simulacros y de la hiperrealidad. Teoría que, no viene mal recordar, no era de ningún modo la referencia de Verón cuando asume cierta condición posmoderna. El carácter posmoderno que Verón asume se debe a que percibe la existencia de un cambio de paradigma epistemológico que le parece útil para las operaciones que intentaba instalar

172 Al poner acento en esta semejanza no pretendemos obliterar las diferencias, que sin dudas son muchas, entre ambas perspectivas.

173 Baudrillard es una cara de la posmodernidad. Importante, sin dudas, pero sólo una de una época compleja.

en el campo intelectual, no a la teoría sobre los medios de Baudrillard, que bastante explícitamente refutó por esos años en uno de sus textos clásicos (Verón, 1987a)¹⁷⁴.

Pero actualmente hemos dejado atrás la posmodernidad e ingresado en otra era, contemporánea, que constituye, todo un desafío para los estudios sobre mediatizaciones. Determinar qué perdura, que continúa, y qué hay de nuevo son algunos de los desafíos que tendremos que enfrentar.

3. PRESENTISMO Y CONTEMPORANEIDAD

Nuestra tesis es que el concepto contemporáneo tiene valor epistémico y es fecundo para pensar el momento actual. Así hemos adoptado el concepto contemporáneo debido, principalmente, a cinco motivos: a) que las categorías moderno y posmoderno, con derivaciones como hipermoderno, están agotadas), b) que la denominación contemporáneo ya ha sido adoptada para denominar a nuestra época en campos de referencia ineludible para la cultura como el del Arte; c) que el campo del Arte es aquel en el cual este tipo de fenómenos culturales antes se manifiestan, d) que es una categoría que trabaja en el mismo nivel que moderno y posmoderno y, e) que es una categoría en incesante expansión¹⁷⁵.

174 En el segundo “Prefacio” a *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*, en el que luego de señalar que “lo que llamamos ‘actualidad’ es también el resultado de un proceso productivo, del mismo modo que la mesa en la que almorzamos y que el sillón en que nos instalamos para leer el diario” (Verón, 1987 [1981]: III) dice: “Esto no quiere decir que la ‘actualidad’ sea una ilusión o (como dicen algunos, siguiendo una moda intelectual un poco mas reciente) un ‘simulacro’. Por el contrario: de lo que se trata es de la *producción de la realidad social como experiencia colectiva*. Un ‘simulacro’ es siempre un simulacro de *alguna otra cosa*: la noción de ‘simulacro’ conserva su poder sugestivo en la medida en que permanece asociada a una ideología de la re-presentación. Si a través de no sé qué malabarismos filosóficos ella pierde esta connotación, sólo resta un juego de palabras que es apenas un simulacro de teoría. La ‘actualidad’ no es un simulacro porque el discurso que la construye no representa nada: no hay, en ningún lado, un ‘original’” (IV).

175 Estos temas fueron planteados en distintos trabajos, entre ellos en Carlón, 2014 y 2016a.

Al decir que trabaja en el mismo nivel que moderno y posmoderno nos referimos a que, entre otras cosas, implica una concepción sobre la vivencia social y cultural del tiempo. Si la modernidad quedó asociada al futuro (la utopía, la revolución, la historia como construcción teleológica) y la posmodernidad a una crisis de los relatos y de las concepciones lineales de la historia, que fue muchas veces reemplazada por la memoria y el pastiche revivalista que remitían al pasado, lo contemporáneo implica la emergencia de un nuevo régimen de historicidad: el *presentismo*. Según autores como François Hartog (2007 [2003]) este régimen aparece cuando el futuro “empezó a ceder terreno al presente, que tomaría cada vez más su lugar, hasta poco después parecer ocuparlo todo por completo. Daba inicio así a un tiempo en el que prevalecería el punto de vista del presente: justamente el del presentismo” (135). Para Hartog la noción régimen de historicidad intenta brindar una herramienta que “contribuya a aprehender mejor no el tiempo, ni todos los tiempos ni todo el tiempo sino, principalmente, *momentos de crisis del tiempo, aquí y allá, justo cuando las articulaciones entre el pasado, el presente y el futuro dejan de parecer obvias*” (38).

El señalamiento de que el presente se ha vuelto importante no se ha realizado sólo para nuestra época, de hecho, Hartog observa que el crecimiento del presentismo es importante en los ochenta y este diagnóstico también fue formulado respecto al posmodernismo cuando se analizó su dimensión narcisista. Así, en el capítulo dedicado al narcisismo en su clásico sobre el posmodernismo Gilles Lipovetsky (1994 [1983]) señala:

“Vivir el presente, sólo en el presente y no en función del pasado y el futuro, es ‘esa pérdida de sentido de la continuidad histórica’ esa erosión del sentimiento de pertenencia a una ‘sucesión de generaciones enraizadas en el pasado y que se prolonga en el futuro’, la que, según Chr. Lash caracteriza y engendra la generación narcisista” (51)

Sin embargo, hay grandes diferencias entre las eras posmoderna y la contemporánea. Mientras el narcisismo posmoderno se expresaba en el cuidado de uno mismo, la realización personal y el abandono del interés

por los temas públicos, empezando por la política, el contemporáneo es en muchos sentidos una continuidad de aquel, pero con una gran diferencia: cada narciso administra hoy sus propio medio de comunicación¹⁷⁶. A esta articulación entre individualismo y redes sociales está dedicado en parte este trabajo. Pero el centro no estará puesto en temas que ya han comenzado a ser discutidos como, por ejemplo, la expresión de la subjetividad. Nos interesan otros, como la transformación del espacio público por la emergencia de nuevos enunciadores individuales, profesionales y *amateurs*. Y, también, como se transforman, dentro y fuera de la red, los vínculos sociales a partir del crecimiento exponencial de información sobre los demás a la que, de repente, todos hemos accedido.

Volviendo a Hartog, cabe destacar que no focaliza el rol de los medios de comunicación en la instalación del presentismo¹⁷⁷, por consiguiente, lo que aquí presentamos es un análisis a partir de su diagnóstico. Desde nuestro punto de vista, del hecho de que Hartog, que es un historiógrafo, no brinde ejemplos de comunicación mediática, no se desprende que el concepto de presentismo no pueda aplicarse al estudio de la mediatización contemporánea. Lo interesante del concepto de presentismo es que nos permite además de comprender transformaciones alejarnos del determinismo tecnológico que han naturalizado muchos discursos sobre la época actual. La introducción de este concepto permite que la emergencia de un nuevo régimen de mediatización con base en Internet no aparezca como monocausa del nuevo presentismo global. Desde este punto de vista Internet consolidó al presentismo, pero este régimen de historicidad tiene también causas sociales y culturales que

176 Desde nuestro punto de vista las llamadas redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* son redes sociales mediáticas y lo que las define es que cada una de ellas son redes de medios de amateurs, de individuos profesionales, de colectivos, etcétera. Es decir que, cada uno administra en esas redes su propio medio de comunicación (Carlón, 2012).

177 En uno de los pocos ejemplos de este tipo que otorga dice que “en la carrera cada vez más acelerada a lo directo, producen, consumen, y reciclan siempre cada vez más rápido palabras e imágenes, y comprimen el tiempo: cualquier tema, cualquier cosa de un minuto y medio por treinta años de historia” (Hartog, 2007 [2003]: 140).

habilitaron la emergencia y consolidación social de Internet. Dicho en otros términos: Internet fue el canal mediático adecuado para la emergencia de este nuevo régimen de historicidad, pero no menos importante es la crisis de la modernidad y la emergencia de una nueva experiencia social que se define por la emergencia de nuevos enunciadores en los espacios públicos. Para comprender la dimensión del proceso al que estamos haciendo referencia podemos recordar qué significó, desde este punto de vista, la querrela entre antiguos y modernos. En un contexto en el que “el sentimiento general era que los modernos eran enanos en comparación con los antiguos gigantes” (Calinescu, 1991 [1987]: 34), la modernidad significó, entre otras muchas cosas, la emergencia de nuevos enunciadores que, a diferencia de los poblaban las bibliotecas, *estaban vivos*. Esa emergencia de los vivos como enunciadores en los espacios públicos es cuantitativamente insignificante frente a que la que acaban de realizar las redes sociales al brindarle la posibilidad de administrar sus propios medios de comunicación a profesionales y *amateurs* (solo considerando a *Facebook*, que tenía 1.800 millones de cuentas activas a fines de 2016, debemos contar a la mitad de la población mundial conectada a Internet). Comprender esta irrupción más allá de las instituciones de los vivos en la cultura contemporánea es algo que nos llevará probablemente mucho más tiempo y esfuerzo de lo que imaginamos. Para avanzar en esa tarea no tenemos dudas que conceptos como presentismo pueden ser de gran ayuda.

Para caracterizar a lo contemporáneo focalizaremos tres niveles que se encuentran íntimamente ligados entre sí: a) el de la mediatización, fundamental para el desarrollo de los otros dos, b) el de la emergencia de nuevos enunciadores y enunciatarios, y la transformación de los históricos, que nos permitirá enfocar la mutación del espacio público y social, c) el de la nueva circulación del sentido mediática y no mediatizada, que nos permitirá pensar la transformación cultural y social que se deriva del cambio en la circulación de la información sobre los enunciadores sociales.

4. PRESENTISMO Y MEDIATIZACIÓN

Hay, en primera instancia, dos grandes transformaciones a considerar. La primera es que el sistema de medios masivos ya no es lo que era, ha perdido poder en su modo de funcionamiento tradicional. El debate latinoamericano sobre el fin de los medios masivos y el anglosajón sobre el fin de la televisión permitieron obtener ciertas conclusiones (Carlón, 2016a). Sin entrar en detalles podemos decir que los medios masivos, en particular los de mayor penetración cotidiana, radio y televisión, realizaron ciertas operaciones exitosas en la vida social: a) generaron discursos que construyeron un *mundo compartido*¹⁷⁸, b) *programaron la vida social* (Verón, 2009), al adoptar la oferta después de la emergencia de la radio una estructura de grilla de programación que se articuló con los hábitos y rutinas de la vida cotidiana (programas de la mañana, de la tarde y de la noche) y, c) en una época de *escasez* lograron *controlar la circulación discursiva*, porque los programas solo podían verse y oírse en los horarios en que las instituciones emisoras los emitían. Este modo de funcionamiento perdura, no ha desaparecido totalmente, pero la vida social cada vez se estructura menos en torno a él. Todas las estadísticas que conocemos nos dicen que: en los países con alta penetración de Internet la televisión no detiene la caída de sus ratings históricos (el caso de la televisión abierta argentina, por ejemplo, es dramático: perdió 13 puntos de rating, de 39 a 23 de 2004 a 2012) y que la concurrencia a las salas de cine también ha disminuido (en los cincuenta y los sesenta no era inusual la asistencia entre seis y diez veces al año, hoy apenas supera una). ¿Qué es lo que está detrás de esta crisis? Desde nuestro punto de vista el presentismo, encarnado en el hecho de que *el espectador vive y desea vivir cada vez más en un presente que él modela de acuerdo a sus propias necesidades, no el que le imponen las instituciones*. Las instituciones mediáticas no generaron el *on demand* o ponen sus contenidos a nuestra disposición (con el a esta altura repetido “lo que quieras, cuando lo quieras, a través del dispositivo que quieras”) porque sea un gran negocio. Mucho mejor negocio

178 Como señalaba Verón: “...los medios producen la realidad de una sociedad industrial en tanto realidad en devenir, presente como experiencia colectiva para los actores sociales” (IV).

era establecer públicos cautivos a través del rating, pautar publicidad a partir de la grilla y monetizar cada etapa de la circulación social. Si ya no lo hacen más, es porque cada vez hay menos espectadores dispuestos a seguir los tiempos de las instituciones.

La segunda transformación es que se ha consolidado un segundo sistema de mediatización con base en las redes telefónicas e Internet (que soporta redes sociales mediáticas como *Twitter*, *Facebook*, *Snapchat*, *Instagram*, etcétera) con cada vez mayor relevancia en la vida social. Este panorama nos permite afirmar que hemos dejado atrás la modernidad y la posmodernidad, en las que había un solo sistema mediático. El vínculo de este nuevo sistema de mediatización con base en Internet con el presentismo es evidente. En primer lugar, como ya adelantamos, Internet ha puesto a disposición de todos un nuevo y dinámico espacio de producción, recepción, apropiación y publicación de contenidos y, al hacerlo, nos ha introducido en un *presente expandido*¹⁷⁹. Lo ha logrado porque su lógica está basada en *interactuar en tiempo presente*, razón por la cual ha sido diseñado para que encuentran en ella su lugar *antes que las instituciones que dominaron aún en la modernidad, los enunciadores biológicos y orgánicos, es decir, los que están vivos*¹⁸⁰. Así la producción discursiva dominante no se realiza con parámetros semejantes a los de la publicación de un libro, que espera encontrar sus lectores a lo largo de los años y, mucho menos, con el de una obra de arte, que se presupone capaz de sobrepasar las barreras temporales, hacerse eterna. Son tiempos mucho más cercanos a los de *Snapchat*, que ha adoptado la política de que los mensajes se borran a las 24hs. Es esta lógica de la fugacidad, que no es más que otro síntoma de la dominancia del presentismo, la que ya ha sido rápidamente adoptada por

179 Que si bien no es el de la toma directa, que se encuentra sobredeterminada por las condiciones naturales (razón por la cual no puede enunciar *flashbacks* ni *flashforwards*, Carlón, 2009) enmarca con la temporalidad propia de su uso dominante estos discursos (hecho que se debe a que en Internet la interacción se realiza generalmente para conversar con otro u otros en un lapso de tiempo breve, cuando no inmediato).

180 Siguiendo al último Eliseo Verón podemos decir: por sistemas socioindividuales antes que sociales debido a que “la temporalidad de los sistemas socioindividuales es necesariamente la de un ciclo de vida orgánico. No es este el caso de los sistemas sociales” (Verón, 2013: 431).

otras redes sociales. No sólo eso, *la lógica de la interacción tensiona la temporalidad de los discursos producidos por los grandes dispositivos y lenguajes que embalsamaron el tiempo cuando se hacen presentes en la red* (Carlón, 2013 y 2014), es decir, de aquellos que nos permitieron acceder desde un presente a un pasado (la fotografía y el grabado televisivo y cinematográfico), que tan bien sirvieron a las instituciones¹⁸¹. *En la red los discursos de estos dispositivos y lenguajes modernos quedan sometidos al presentismo de la interacción y su temporalidad se reconfigura* ¿Qué temporalidad no se modifica en la red? La del discurso del directo, por supuesto, que como es *en presente*, se acopla perfectamente. Por eso el directo fue, en el campo de los lenguajes mediáticos, el que adelantó la emergencia del presentismo y la contemporaneidad. Y fue un paria en los análisis modernos y posmodernos de los dispositivos y lenguajes: su enfoque implicaba la necesidad de otra perspectiva, no antropocéntrica y contemporánea.

5. SOCIEDAD: ENUNCIADORES Y ENUNCIATARIOS BAJO EL SIGNO DEL PRESENTISMO

*Retirado en la paz de estos desiertos,
con pocos, pero doctos libros juntos,
vivo en conversación con los difuntos
y escucho con mis ojos a los muertos.*

Primeras líneas del “Soneto”, de Quevedo

No es nuevo manifestar que la modernidad fue la época de las instituciones fuertes, principalmente a nivel nacional, que crearon además de un espacio público común, vínculos con audiencias masivas y estables. En la posmodernidad sucede una importante transformación, porque las

181 En “Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea” (Carlón, 2016c), presentamos un análisis sobre el presentismo fotográfico en la red, que atiende a cómo los usos comunicacionales de la fotografía la someten a una temporalidad de la interacción distinta de la que identificaron los ensayos históricos dedicados a este dispositivo.

instituciones mediáticas asumieron su rol como productoras de sentido y se volvieron más independientes, pero también inestables. Son los años en los que se siembran las semillas de la “crisis” de los medios masivos (así es como fueron interpretados luego, cuando comenzó a hablarse del “fin” de la televisión generalista) y en los que los públicos empiezan a fragmentarse en diversos colectivos que se conceptualizaron de distintas formas: fans, comunidades, nichos de consumidores, tribus, etcétera. Pese a estos cambios hay entre modernidad y posmodernidad importantes continuidades: el espacio público está dominado, más o menos, por los mismos enunciadores, las instituciones mediáticas y las instituciones históricas (la Iglesia, el Estado, etcétera), aunque ahora se dirijan, cada vez más, a colectivos. Es decir, por enunciadores cuya vida no se rige por los ciclos naturales, no tiene los tiempos de los organismos biológicos.

Pero en la contemporaneidad a la par de que se impone el presentismo surgen un conjunto de transformaciones. La primera es que el nuevo sistema mediático basado en Internet se articula, en muchos sentidos, con la fragmentación social en colectivos e individuos que emergió en la posmodernidad. Esto implica una gigantesca reconfiguración de los espacios públicos, con un cambio de estatuto y de rol de quienes antes se encontraban en reconocimiento y ahora, también, se encuentran en producción. De estatuto porque, como ya lo señalamos, cada vez dominan más, por primera vez en la historia, en los espacios públicos, enunciadores orgánicos, que están *vivos*. De rol porque el pasaje de situarse en reconocimiento a hacerlo también en producción, ha transformado la circulación de los contenidos. Además, es un sistema que ha permitido, por un lado, la emergencia en espacios públicos de nuevos enunciadores individuales y, por otro, un nuevo lugar de lo grupal, de colectivos de mayor o menor tamaño¹⁸². Sintetizando, podemos distinguir aquí tres tipos de nuevos enunciadores: a) individuales pro-

182 Sólo porque por motivos de espacio es imposible ocuparnos en el marco de este trabajo dejamos de lado aquí los proyectos y los colectivos (sociales, políticos, ecológicos, etcétera) que al igual que los enunciadores individuales encontraron en las redes un lugar privilegiado de acción.

fesionales, b) individuales *amateurs* y, c) colectivos. Y establecer tres fases en su incorporación a la mediatización: en la primera, accedieron a *publicar*, gracias a la posibilidad de administrar, cada uno, su propio medio personal. En la segunda, pasaron a *editar*, gracias a la difusión masiva de programas de edición de relativamente baja complejidad y, en especial, a los “filtros” que las redes sociales ponen actualmente a su disposición (que ofrecen a los internautas poner en juego fácilmente las grandes operaciones del arte contemporáneo: apropiación, montaje, intervención, yuxtaposición, repetición, incrustación, etcétera). En la tercera, comenzaron definitivamente a *performar*: gracias a las *stories* de *Instagram*, a las transmisiones en directo de *Facebook*, etcétera¹⁸³ (proceso que había comenzado antes, con las *selfies* por ejemplo, pero que con la promoción de los lenguajes audiovisuales directo y grabado en las redes se ha incrementado en frecuencia de uso y complejizado en su mediatización).

Una forma de realizar un rápido acercamiento a esta dimensión del desarrollo contemporáneo consiste en concentrarse en los individuos, que también conforman los colectivos (recordemos que Verón los conceptualizaba como conjunto de actores individuales). En la era contemporánea los nuevos enunciadores interactúan en el marco de un sistema de mediatización en el que en relación al moderno predomina la fragmentación social. No solo eso: es un sistema muy flexible. Los enunciadores forman parte de redes estables (familiares, amigos íntimos, algunas pertenencias institucionales) e inestables, que se activan y desactivan continuamente de modo cada vez diferente. Ahora son los individuos, ya sean *amateurs* o profesionales, quienes *a partir del presente de sus vidas configuran día a día, a partir de sus decisiones, los grupos*

183 Si, como decía Andreas Huyssen (2002 [1986]), respecto de la situación de la vanguardia en el posmodernismo, “sus invenciones y técnicas artísticas han sido absorbidas y capturadas por la cultura de masas occidental en todas sus formas, desde el cine de Hollywood, la televisión, la publicidad, el diseño industrial y la arquitectura hasta la estetización de la tecnología y la estética del consumo” (39), hoy podemos decir que las redes sociales, *al apropiarse de las operaciones del arte contemporáneo a través de los filtros han continuado ese camino* (Carlón, 2014). Pero no sólo eso: al promover las *performances* via las *stories* y *disolver la diferencia entre discurso y vida, están haciendo algo semejante respecto al arte más propiamente contemporáneo, el basado en los hapennings, las performances, etcétera.*

y colectivos con los cuales interactúan y de los cuales forman parte. Operaciones que realizan cotidianamente dando de baja viejos contactos y vinculándose con nuevos, aceptando solicitudes o solicitando ser aceptados. Hecho por el cual, por ejemplo, el *Facebook* o *Instagram* de cada uno es diferente. No solo eso: les es común sostener vínculos a lo largo del tiempo con quienes difícilmente lleguen a conocer personalmente (algo muy común en el campo académico, pero no sólo en el), y sostener vínculos intensos y fugaces con otros que moran cerca (porque inician una actividad que armó un grupo en una red social pero luego la discontinuaron, etcétera). Toda esta intensa y compleja vida social mediatizada, que se acopla perfectamente a la labilidad de los vínculos, deja permanente huellas discursivas en la red, pero es imposible en el marco de este escrito ocuparnos de ella. Lo que haremos los próximos ítems será concentrarnos en sólo tres aspectos. En primer lugar, en cierto tipo de contenidos producidos por estos enunciadore, los que están íntimamente vinculados al presentismo. En segundo término, en explicar cómo la circulación de los contenidos mediáticos *on line* está transformando la vida social *off line*. Finalmente, focalizaremos cómo circulan los contenidos entre los dos sistemas, el de los medios masivos y el de los “nuevos medios”. Todos estos fenómenos son característicos de la era contemporánea y de su principal novedad, que es en la transformación en la circulación¹⁸⁴.

6. LA CULTURA CONTEMPORÁNEA: NUEVA PRODUCCION Y CIRCULACION DEL SENTIDO Y NUEVOS CONTEXTOS INTERPRETATIVOS

6.1. PRESENTISMO Y PRODUCCION DE LOS INTERNAUTAS: NUEVOS TIPOS DE ACTUALIDAD

Si se desea focalizar cómo está cambiando la cultura merced a la mediatización no hay otra alternativa que detenerse en el nivel del sen-

¹⁸⁴ El tema viene siendo especialmente focalizado en América Latina también por otros autores, como Antonio Fausto Neto (2016, 2010a) y José Luiz Braga (2012).

tido. Como nos vamos a concentrar en los discursos de los internautas individuales y el tema ha recibido ya importantes estudios, realizamos un breve comentario antes de avanzar, en particular sobre la diferencia entre el análisis que se va a presentar aquí y otros¹⁸⁵ que focalizan cómo se exhibe la intimidad en las redes sociales. Lo específico de nuestro análisis, que continúa otros que venimos desarrollando¹⁸⁶, reside en que focaliza *dos aspectos distintos de los privilegiados por ese tipo de estudios: el vínculo con el presentismo, análisis que nos permitirá incorporar un desarrollo conceptual específico del concepto de actualidad, y los efectos sociales (online y offline) de esa discursividad.*

¿Qué han traído de nuevo los enunciadores mediáticos contemporáneos y cuál es su vínculo con el presentismo? Para responder a esta pregunta es importante recordar que el vínculo entre el presentismo y la mediatización no comenzó con Internet. Hay ciertas lógicas íntimamente vinculadas con la mediatización que han sido predominantes a lo largo de la historia. Una de ellas es la de la *actualidad*. La de los medios masivos históricamente se concentró en los grandes temas internacionales y nacionales y, por supuesto, esos temas perduran para estos medios como principal foco de interés¹⁸⁷. Pero es interesante destacar que conforme se fue desarrollando en estos últimos años la crisis de los medios masivos a la par de que su poder disminuyó también lo hizo la dominancia, que era hegemónica, de su agenda en la vida social. ¿Quiere decir esto que ya no es importante la actualidad? No, lo que ha sucedido, más bien, es que han surgido *nuevos*

185 Como el que puso en juego Paula Sibilia (2008) en *La intimidad como espectáculo*. La autora analiza cómo más allá de la modernidad, en la que había rígidas separaciones entre lo público y lo privado, se manifiestan actualmente las “escrituras de sí mismo”. Este hecho es innegable e importante, pero nos parece necesario completar ese análisis con otro, más atento a la construcción contemporánea de la sociabilidad, que se realiza a través de fenómenos de circulación.

186 En particular sobre el *dispositivo enunciativo contemporáneo* (Carlón, 2017a).

187 Es cierto que los contenidos de los medios masivos son altamente comentados en las redes sociales. Pero también es cierto que los contenidos de los medios masivos han cambiado y que una parte importante de ese contenido actualmente surge desde las redes sociales. Es una consecuencia del proceso de desintermediación que desencadenaron, que permitió a cada uno comunicar sus acciones, sentimientos y opiniones directamente a través de sus propios canales de comunicación.

*tipos de actualidad*¹⁸⁸. Un hecho evidente: si bien en las redes sociales los contenidos de las instituciones mediáticas siguen siendo relevantes no son los únicos: se han diversificado notablemente. Se debe a que se han vuelto muy importantes los que emergen producidos por otros enunciadores, como individuos y colectivos.

Entre esos nuevos tipos de actualidad nos interesa espacialmente la de *la vida cotidiana de los individuos*. Es un tipo de contenido que antes pertenecía principalmente al reino de la privacidad y la intimidad y que ha sido fuertemente estimulado por las redes sociales mediatizadas a través de preguntas como ¿qué estas pensando (*Facebook*)? o ¿qué estás haciendo (*Twitter*)? Actualizando su vida cotidiana profesionales y *amateurs* comunican diariamente a través de textos, fotografías y videos que periódicos y libros han *leído*, que series han *visto*, qué muestras han visitado, a qué eventos sociales, políticos, deportivos han asistido, etcétera (los eventos son múltiples: desde si se fueron de vacaciones o si sus hijos egresaron del colegio, hasta si falleció su perro, cómo es su casa, cómo se visten, que comen, etcétera¹⁸⁹).

Ahora bien, lo que nos interesa señalar aquí es que toda esta producción no sólo debe ser considerada por lo que significa en sí misma, por su ruptura con los valores modernos de privacidad a través de su dimensión exhibicionista y narcisista, o por el complejo vínculo que mantiene con las instituciones del capitalismo mediático (*Facebook, Twitter, Instagram, etcétera*), que sin dudas la han promovido y tratan de explotarla, sino que puede ser atendida, también, desde otro punto de vista: *de cómo los discursos de la nueva mediatización están cam-*

188 El primer tipo de actualidad, en el que no nos vamos a detener, es el de los acontecimientos que los medios masivos ignoran, que han encontrado en las redes un canal privilegiado de comunicación: eventos académicos, muestras artísticas, cursos, jornadas sociales, acontecimientos deportivos, etcétera. Toda una gigantesca actividad social, política, cultural, ecológica, religiosa, etcétera, que la sociedad despliega cotidianamente y que no será nunca contenido destacado en un portal de noticias internacional, nacional, regional o local.

189 Además, lo cual no es menor desde el punto de vista del análisis del sentido, los dispositivos y lenguajes utilizados para comunicar estos contenidos han crecido notablemente en cantidad y complejidad enunciativa en estos últimos años, desde que se expandieron los lenguajes “performativos”: el periscope de Twitter, las stories de Instagram, las transmisiones en directo de Facebook, las snaps de Snapchat, etcétera.

biando la vida social. Es sabido que producto de la mediatización en las sociedades se produjo un incremento de la complejidad. Lo interesante de este enfoque es que nos permite avanzar en el análisis de *una de las razones que explican por qué las sociedades se han vuelto más complejas.* El hecho de que ahora todos seamos enunciadores mediáticos ha producido un escenario de circulación del sentido muy distinto en la sociedad contemporánea, tanto en situaciones mediatizadas como no mediatizadas. Se debe a que ha producido un *incremento exponencial de la información que la sociedad hace circular sobre sí misma, ya no sólo sobre las instituciones, sino sobre todos nosotros.* Y este hecho tiene profundas consecuencias. ¿Por qué? Nuestra tesis es porque estos contenidos están construyendo permanentemente *nuevos contextos interpretativos que antes no existían sobre las prácticas sociales offline de las instituciones, los colectivos y los individuos de la vida contemporánea.* Esto sucede tanto con quienes se mantiene un vínculo solo mediatizado como con quienes se sostiene, además, un vínculo interpersonal. Si a esto sumamos, como lo vamos a ver en el próximo ítem, que la circulación contemporánea se caracteriza porque la existencia de un nuevo sistema de mediatización ha permitido que los sentidos circulen ya no sólo “desde arriba hacia abajo”, de los dispositivos socio-institucionales a los los colectivos de actores individuales, no quedan dudas de que la transformación que estamos viviendo es radical.

En el próximo ítem expondremos brevemente cómo funciona en la época contemporánea la circulación hipermediática, que va *de los medios masivos a las redes y de las redes a los medios masivos.* Luego cerraremos esta parte de nuestra exposición con el análisis de un caso que nos permitirá mostrar cómo los contenidos producidos por la actualidad de los internautas se articulan con la circulación hipermediática, generándose un imprevisible pero no por eso excepcional ejemplo de nuestra época.

6.2. PRESENTISMO Y CIRCULACIÓN HIPERMEDIÁTICA

En la modernidad y la posmodernidad los contenidos mediatizados circulaban principalmente “desde arriba” “hacia abajo”, es decir, desde

las instituciones y los medios a los colectivos de actores individuales (Verón, 1999, 2013). Pero la emergencia y consolidación de un nuevo sistema de mediatización trajo nuevas formas de circulación, que recién comienzan a estudiarse.

Antes de avanzar nos gustaría señalar por qué es importante atender a las formas de circulación. Para que sea más claro lo que queremos decir realizamos un breve comentario sobre un importante enfoque reciente: el que puso en juego José Van Dijk (2016 [2013]) en *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Van Dijk se concentra en la sociabilidad dentro de cada plataforma y entre las plataformas¹⁹⁰, pero *no focaliza la relación entre las que denomina plataformas y la vida social no mediatizada ni, tampoco, entre plataformas y medios masivos*. Es un análisis intra-sistémico (entre redes), que no atiende a la circulación inter-sistémica (entre redes y medios masivos) que para nosotros, en cambio, es central (Carlón, 2016b). Y que tampoco atiende espacialmente a los vínculos entre el *online* y *offline*.

En cambio, quien si ha atendido a otra forma de circulación del sentido característica de nuestra época ha sido Henry Jenkins (2003, 2008 [2006]) y quienes trabajan en su fecunda estela. Son estudios que focalizan cómo las comunicaciones masivas “descendentes” (*top down*), luego son apropiadas, resignificadas y respondidas “desde abajo”, en dirección “ascendente” (*botton up*) para, muchas veces, ser nuevamente apropiadas “desde arriba”. Como muestra el último libro de Jenkins, Ford y Green (2014 [2013]), se están realizando importantes avances en este terreno.

Pero desde nuestro punto de vista lo que se está haciendo es insuficiente. Es necesario, ampliar el alcance de estos estudios. Al decir

190 Realizando distinciones muy importantes, como las establece al diferenciar dos modalidades del compartir: “Desde un punto de vista tecnológico, los dos grandes significados de ‘compartir’ tienen relación con dos tipos de formas de codificación. El primero de ellos se relaciona con la *conexión*, impulsa a los usuarios a compartir información con otros a través de interfaces diseñadas para ello... (...)... El segundo tipo de características de codificación se relaciona con la *conectividad*, en la medida en que tiene el propósito de compartir los datos de los usuarios con terceros como ocurre con Beacon (ya extinto), Open Graph o el botón ‘me gusta’” (Van Dijk 2016 [2013]: 80).

esto nos referimos a que han estallado otras modalidades de circulación del sentido. Hoy muchos nuevos enunciadores, no sólo profesionales sino también *amateurs*, son capaces de generar desde las redes nuevos colectivos, imponiendo una lógica de circulación discursiva totalmente distinta de la que caracterizaba a la modernidad y la posmodernidad. Sus producciones siguen caminos imprevisibles. Producen contenidos desde sus páginas y cuentas (no siempre refiriéndose a los medios masivos) y ganan en seguidores. Luego se mantienen en el tiempo. O alcanzan el reconocimiento de los medios masivos. En el camino, el vínculo con sus seguidores se transforma: los colectivos crecen, o se fragmentan, etcétera. Son fenómenos absolutamente nuevos, que están cambiando radicalmente la circulación mediática del sentido mucho más allá de lo que se lo viene advirtiendo. En textos recientes (Carlón, 2015a, 2016b), hemos estudiado en detalle un caso de este tipo, el proyecto fotográfico *Chicas bondi*, presentado un dispositivo analítico para el estudio de *nuevos casos de circulación hipermediática del sentido* (entre ambos sistemas de medios, el de los medios masivos y el de los nuevos medios) y *una tipología que intenta formalizar las nuevas formas de circulación* (Carlón, 2017a)¹⁹¹.

¿Cómo se manifiesta aquí el presentismo? De distintas formas, pero ante todo debe tenerse en cuenta que al haber surgido un sistema mediático que se apoya en Internet y las redes telefónicas basado en el presentismo, *el ritmo en el que circulan los contenidos se ha acelerado*. Un solo ejemplo: antes, cuando la respuesta a lo que decía un medio masivo debía realizarla otro de estatuto similar, debido a la naturaleza misma de sus rutinas, el ritmo de los procesos de circulación era, visto desde la era actual, lento. Los medios masivos piensan, evalúan, chequean, antes de brindar una información u opinión. Hoy hay importantes actores activos en las redes que no se guían por esas rutinas,

191 Distinguimos entonces, a partir de la consideración de tres grandes direcciones comunicacionales (ascendente, descendente y horizontal) tres grandes formas de circulación hipermediática: 1) ascendente/descendente; 2) descendente/ascendente; 3) descendente/horizontal. Y también un cuarto tipo, que no es hipermediático porque los contenidos no viajan entre ambos sistemas, pero que por su relevancia no puede dejar de ser considerado: comienza siendo *ascendente* y luego es *horizontal*.

comentan y responden inmediatamente, y el ritmo de circulación entre el “arriba” y el “abajo” se ha acelerado hasta volverse vertiginoso. Veremos una muestra de lo que estamos diciendo a través de un ejemplo que analizaremos en el próximo ítem.

6.3. EL RITMO DE LA CIRCULACION HIPERMEDIÁTICA Y LOS EFECTOS DE LOS NUEVOS CONTEXTOS INTERPRETATIVOS: “FUEGO AMIGO”

Tanto los sentidos que los internautas ponen en juego bajo la forma “actualidad de sus vidas privadas”, que construyen nuevos contextos interpretativos en la vida social *offline*¹⁹², como los que circulan de modo hipermediático, caracterizan a la era contemporánea. Pero ¿qué vínculos hay entre estos dos modos de circulación del sentido? Concluimos este artículo dando un ejemplo reciente que nos resulta emblemático. Pero es un solo un ejemplo de lo que entendemos constituye todo un campo de investigación.

El 7 de setiembre de 2013, un día antes de su cumpleaños, Camila Echegaray, de 18 años, se encontró cuando iba a salir a festejar con sus amigas el sábado a la noche un auto 0 km envuelto con un moño azul. Feliz, publicó la foto en su cuenta en *Instagram*. El auto era un Audi A1, valuado entre 35.000 y 45.000 USD¹⁹³ y era un regalo de su padre, Ricardo Echegaray, Director General de la AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos). La foto se “viralizó” en las redes sociales, con comentarios diversos, la mayoría irónicos. En los días siguientes,

192 Decimos vida social entre comillas porque cada vez es más difícil separar ambas esferas, por sobre todo debido a la hiperconexión y a la evolución de los *smartphones*. Sin embargo, y pese a que nuestra vida tiende cada vez más a ser híbrida, mantener la distinción es importante, al menos por dos razones. Por un lado, porque nos permite comparar nuestra era con la anterior. Por otro, porque aunque la mediatización de la vida social no se detiene, seguimos en muchos momentos del día teniendo una vida no mediatizada. ¿Cuándo? Simplificando cada vez que, por distintos motivos, desconectamos el celular. Y todos lo hacemos muchas veces a lo largo del día.

193 El tema dio origen a una serie de notas de diferentes diarios en la Argentina (La Nación, Página 12, Clarín, etcétera). En este link puede consultarse la cobertura de la Nación: <http://www.lanacion.com.ar/1618843-ricardo-echegaray-le-regalo-un-audi-a-su-hija-y-estallaron-las-redes>

la noticia llegó a los medios masivos¹⁹⁴ y fue comentada por diversos referentes sociales, entre ellos, el director de cine Juan José Campanella, ganador del premio Oscar, quien criticó la ostentación. Camila borró el contenido de su cuenta, aunque no sirvió de mucho, porque el contenido ya había circulado. Y el padre, consultado por los medios masivos, finalmente no pudo evitar hacer declaraciones en una emisora AM, Radio del Plata, donde no pudo desmentir la noticia. Se limitó a decir: “Cuando uno quiere a sus hijos les da todo lo que les puede dar”. No había forma de negar una información que había surgido bajo la modalidad *fuego amigo*, dado que había sido su propia hija quien la había hecho pública por su propia voluntad, aunque, obviamente, sin la intencionalidad con la que fue leída. Producto del presentismo que domina en la hipermediatización contemporánea todo esto sucedió en poco más de cuatro días.

Antes de comentar este caso reconstruyamos, aunque sea esquemáticamente, su circulación para que quede más claro cómo ambos sistemas de medios se articulan. Primera fase: un contenido publicado en su cuenta en *Instagram*, es decir, en su medio de administración personal por una joven que contaba un acontecimiento feliz de la actualidad de su vida a su círculo de amistades en la red, comienza a circular en las redes mas allá de lo que había imaginado (entre desconocidos, algo evidente que se desprende del análisis de los contenidos que circularon que pudimos analizar). Segunda fase, hipermediática: la noticia despierta el interés de los medios masivos debido a que su padre es funcionario. Los medios masivos publican la noticia. En esta fase el padre no puede evitar ser interpelado por dichos medios y dar explicaciones en una nota radial. Tercera fase, también hipermediática: referentes sociales comentan desde sus cuentas en las redes la noticia.

Este caso es uno de los tantos que se podrían citar que muestra cómo ha cambiado la circulación del sentido en la sociedad contemporánea, frente las eras moderna y posmoderna. En la era de los medios masivos

194 Disponible en el diario La Nación: <http://www.lanacion.com.ar/1618843-ricardo-echegaray-le-regalo-un-audi-a-su-hija-y-estallaron-las-redes>

los periodistas debían obtener la información. Luego, si la información a la que accedían era capaz de suscitar un escándalo que iba a afectar la vida de un personaje público, es decir, a *cambiar la interpretación pública de su vida*, lo habitual, antes de publicarla, era tratar de contactarlo. Se le comunicaba cuál era el contenido que se iba a publicar y se le daba la palabra para que lo desmintiera o lo confirmara. Sabemos qué es lo primero que ese funcionario hubiera intentado hacer: negar el hecho. ¿Pero como negar un hecho si la fuente del acontecimiento que creó un *nuevo contexto interpretativo de su vida* fue espontáneamente su propia hija? ¿Y si, además, lo hizo público? Son algunos de los rasgos que caracterizan a la nueva circulación, en la que constantemente se construyen nuevos contextos interpretativos y el desarrollo de los acontecimientos además de que vuelve más imprevisible se acelera¹⁹⁵.

7. PRESENTISMO COMO FACTOR TRANSVERSAL DE LA CONTEMPORANEIDAD: MEDIATIZACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD

Para concluir, dos reflexiones. La primera es que es difícil evitar al hacer referencia a la emergencia del presentismo en la historia de Occidente establecer vínculos entre la historia de la mediatización, de la globalización y el desarrollo de la sociedad de consumo. Aunque el tema excede ampliamente el marco de este artículo nos gustaría dejar una reflexión. Señalamos que Hartog no vincula especialmente mediatización y presentismo. Quien, en cambio, según nuestra lectura, estableció un vínculo explícito entre estos temas fue Jonathan Crary (2015 [2013]) en *24/7: El capitalismo tardío y el fin del sueño*. Para Crary la mediatización juega un rol fundamental en la transformación de la experiencia del tiempo en la historia de occidente, debido a que los medios se van volviendo cada vez más omnipresentes en la vida cotidiana. Desde otro punto de vista del que hemos trabajado aquí, y en sus

195 También sabemos qué es lo otro que el funcionario hubiera intentado hacer en caso de que no hubiera podido negar el hecho: decir que el sentido del acontecimiento era otro, que fue sacado de contexto. ¿Qué habilita esa respuesta? Que todos sabemos muy bien ya que la mediatización consiste, ante todo, en una descontextualización, que es otra de las formas de definir en qué consiste una mediatización.

propios términos, Crary narra cómo avanzó en Occidente lo que Verón llamó, por parte de las instituciones mediáticas, la *programación de la vida social*, que fue invadiendo con una lógica basada en el estímulo del consumo y el espectáculo la vida cotidiana. También para Crary los ochenta son un momento muy importante, porque hasta ese momento “los canales (de televisión) organizaban sus programación de acuerdo a los patrones tradicionales del sueño de los seres humanos” (105). Desde entonces comienzan las transmisiones nocturnas e Internet termina de instalar un régimen que culmina con la conectividad 24/7 actual alejada de los ciclos naturales. Un régimen de funcionamiento maquínico, “un entorno 24/7 que tiene la apariencia de un mundo social, pero en realidad es un modelo no social de rendimiento maquínico y una suspensión de la vida, que no revela el costo humano que se necesita para mantener su eficacia” (36). Tenemos absoluta coincidencia con el diagnóstico de Crary en cuanto a que nos encontramos en un entorno 24/7 de profundas consecuencias, que es una de las caras más oscuras de la emergencia del presentismo y de la vida contemporánea. En lo que tenemos diferencias es en lo que señala en cuanto en al poder que le brinda a este sistema y organización, poder que de ningún modo subestimamos, pero que, al menos puntualmente, nos gustaría comentar. Crary argumenta, por ejemplo, que la construcción de la subjetividad desde los años 90 la realizaron las corporaciones mediáticas, debido a que en el momento en que aparece el ciberespacio fue anunciado como un conjunto de herramientas con el poder de reinventar el yo y su relación con el mundo, pero a mediados de los noventa ya había quedado claro que “aunque el ciberespacio era, de hecho una reinención del yo, esa transformación y reinención la hacían las corporaciones transnacionales” (98). Desde nuestro punto de vista es cierto que la irrupción de las grandes corporaciones (por sobre todo desde la emergencia de *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Instagram*, etcétera), al establecerse como intermediarias exitosas en la vida social, establecieron los marcos para la expresión de las subjetividades en una Internet que aún no era predominantemente vista bajo una perspectiva distópica, al servicio del capitalismo global. No sólo eso, también consideramos que si la estimulación del consumo que

hacían los medios masivos bajo la forma de una pauta publicitaria basada en la grilla programación entró en crisis junto con los medios masivos, las nuevas corporaciones, empezando por *Facebook* y *Google*, desarrollaron una publicidad que estimula el consumo cada vez más ubicua, personalizada y, quizás, más poderosa. Pero la tesis a la que hemos suscripto en este trabajo dice que *el presentismo no fue establecido solo por el mediatización y las instituciones del mundo empresarial, se debe también a la crisis de los paradigmas moderno y posmoderno, y a que los efectos del presentismo mediático 24/7 tal como lo describe Crary deben contrastarse permanentemente, punto por punto, con el presentismo social que ahora ha devenido, además, mediatizado*. Un rápido comentario: nadie, y mucho menos las corporaciones transnacionales pudieron prever exactamente los usos que las sociedades le dieron a las redes sociales en la primavera árabe, en las protestas en Brasil, o el que llevó adelante el colectivo feminista #niunamenos en Argentina. Los usos que instituciones, colectivos e individuos realizan de las redes en una sociedad cada vez más compleja que *basada en el presentismo de su vida* hace circular cada vez más información sobre sí misma son, en muchos sentidos, imprevisibles.

Mientras ese debate, del cual hay signos ya entre nosotros, se cristaliza y desarrolla, entiendo que la adopción o no de la categoría contemporáneo constituye un desafío para nuestro campo. En el final de este texto me limito a decir que aunque esa pregunta sea evitada hay una que a esta altura ya no podemos eludir: *¿qué sucede cuando individualmente la mitad de la población mundial se mediatiza, y lo mismo hacen todas las instituciones y colectivos sociales?* Para dar una respuesta, aunque sea táctica y provisoria a estas preguntas, debemos interrogarnos: ¿tenemos en nuestro campo un enfoque *macro*, que nos permita abordar semejante complejidad? Aunque en su último libro Eliseo Verón (2013) no abordó explícitamente esta discusión, nos brindó importantes observaciones para avanzar. En el capítulo dedicado a la fotografía, en el que retoma su análisis de la imprenta, su vínculo con el protestantismo y la importancia que la tuvo para el desarrollo de la modernidad, hace refe-

rencia a los grandes momentos de la historia de la mediatización. Dice que los fenómenos mediáticos, son “desde el punto de las variables que nos permiten explicar los procesos históricos, *factores transversales*: su emergencia afecta de una manera radial y, podríamos decir, simultánea, a todos los sectores del funcionamiento social” (248). Esos momentos generan a la vez “*gigantescos procesos de feedback positivo*, con el consiguiente refuerzo circular de las variables en juego, procesos a los que es imposible aplicar el modelo lineal de la relación causa/efecto” (Verón, 2013: 248). Desde nuestro punto de vista, si eso puede decirse sobre la emergencia de un dispositivo como el fotográfico, mucho más puede afirmarse de las transformaciones contemporáneas que afectan tanto al nivel de la mediatización como el de la circulación, que se han vuelto hipermediáticas y por lo tanto están transformando la cultura y la sociedad. Son mutaciones que están afectando a la vez a las prácticas sociales *online y offline* de las instituciones, los colectivos y los individuos. A punto tal que han reconfigurado divisiones que tradicionalmente organizaban la vida social en la modernidad, como la existente entre el tiempo del trabajo y el del ocio, o entre la vida pública, la íntima y la privada. Desde este punto de vista no sólo los fenómenos mediáticos son transversales. Quizás mucho más lo sea el *presentismo*, que no influye sólo al nivel mediático sino que parece afectar todo: las prácticas sociales, al sistema de medios masivos y al nuevo sistema de mediatización.

USO DE LOS TÉRMINOS: REDES SOCIALES MEDIÁTICAS, MEDIOS INDIVIDUALES Y MEDIOS COLECTIVOS

A lo largo de este libro hemos utilizado una serie de nominaciones para designar a fenómenos mediáticos diversos. Muchas de ellas se han explicado en distintos textos ya publicados. Para facilitar la tarea del lector nos referimos brevemente a tres características de nuestra contemporaneidad:

Redes sociales mediáticas: las redes sociales existen desde tiempos inmemoriales. Según autores como Michael Mann (1986-1993 [1991-1997]), por ejemplo, la sociedad griega estaba compuesta por una serie de redes sociales de poder.¹⁹⁶ Aquí llamamos redes sociales mediáticas a las que surgen a partir de medios que tienen su base en Internet (*Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Instagram*, etcétera). Las redes sociales mediáticas son “redes de medios”: los medios que individuos, instituciones, fakes, *trolls*, colectivos y otros medios de comunicación administran en ellas¹⁹⁷. Tanto las redes sociales preexistentes como las redes sociales mediáticas son redes semióticas (Verón, 1987). Lo novedoso es que desde la emergencia de las redes sociales mediáticas la red semiótica ha devenido definitivamente hipermediatizada y global.

Medios individuales: una de las primeras cuestiones a atender a la hora de considerar a los “medios individuales”, es su diversidad. Pese a la que existe entre las instituciones sociales los teóricos de la mediación parecen haber llegado a ciertos acuerdos acerca del uso de estas nociones, sus características y función. Por un lado, las instituciones so-

196 Al menos esa es lectura que realiza Peter Burke (2005 [1991]), quien destaca que Mann “aboliría el concepto de sociedad” y lo reemplazaría por lo que llama “múltiples redes socioespaciales de poder superpuestas y entrecruzadas” (247).

197 Distinguimos *redes sociales* de *redes sociales mediáticas* e identificamos a *medios individuales* en Carlón (2012).

ciales, como sostiene Stig Hjarvard (2014 [2013]) siguiendo a Anthony Giddens (2015 [1984]) se definen por *dos atributos*: manejan recursos (materiales y de autoridad) y poseen reglas (normativas). Por otro lado, como expresa Verón (2013), tienen *dos funciones* principales: reforzar colectivos existentes y generar, en el caso particular de los medios como instituciones, sus propios colectivos (colectivos mediáticos).¹⁹⁸

¿Qué sucede con los “medios individuales” que los individuos administran en las redes sociales mediáticas? Que su diversidad parece mucho mayor. Algunos, como ciertos *youtubers*, son verdaderas instituciones, con recursos (tienen empleados, editores de contenidos, etcétera), reglas y capacidad de generar colectivos. Y otros parecen carecer de cualquiera de estos tres rasgos. Sin embargo, es difícil dejar de lado su participación en la vida social si se pretende comprender el estado actual de la mediatización y la circulación. En primer lugar, porque muchos son padres o madres y están al frente de esa institución social que es la familia. En segundo lugar porque aunque no sean padres o madres pertenecen a alguna familia y se encuentran inscriptos en múltiples instituciones: educativas, de salud, eleccionarias, crediticias, de ocio, de relaciones de trabajo, etcétera. De este modo desencadenan gracias a que los discursos que generan muchas veces circulan por espacios públicos¹⁹⁹, múltiples procesos de circulación vertical-horizontal y transversal.

198 Es sabido que los colectivos existen, tal como los entendemos hoy, al menos, desde la modernidad, periodo en el que los medios de comunicación eran generalmente medios de expresión de los intereses de distintos colectivos sociales. Asociaciones de abogados, de escribanos, cámaras de la construcción, de agentes de bolsa, partidos políticos, instituciones religiosas, clubes de fútbol, grupos artísticos, etcétera, tenían sus propias revistas y publicaciones. Luego, las profesiones modernas, por ejemplo, los psicoanalistas y los sociólogos, tuvieron sus propios medios colectivos. En general, en la modernidad y la posmodernidad, más temprano o más tarde, los colectivos tuvieron sus propios medios de comunicación. Pero en el área de la industria del entretenimiento el proceso parece haber sido, muchas veces, inverso. Los “medios colectivos” surgieron luego de las franquicias pusieron a los discursos a circular dando origen a los fanzines. Es decir que los medios de comunicación masiva con sus distintas franquicias, dieron origen a los colectivos.

199 A diferencia de los que les permitían hacer circular el teléfono o el correo electrónico. Este rasgo es tan importante para la teoría de las mediatizaciones como su estatuto social.

Medios colectivos: en general los colectivos se consideraron, al igual que los individuos, en reconocimiento. Como ya se ha señalado en la era moderna la comunicación fluía de los dispositivos socio-institucionales a los colectivos de actores individuales. Así, las instituciones y los medios fueron considerados generadores de colectivos y, también, quienes refuerzan los colectivos existentes.

Desde la emergencia de las redes sociales mediáticas la mayoría de los medios colectivos de la era de los medios masivos, ya sea los surgidos como forma de expresión de colectivos sociales preexistentes como los que surgieron a partir de fenómenos mediáticos generados por la industria pasaron a tener su expresión en internet: *blogs*, cuentas en *twitter*, páginas en *Facebook*. Pero no solo sucedió eso: las redes sociales mediáticas se mostraron especialmente eficaces para el surgimiento de otros colectivos, de los cuales actualmente es común que surjan, a su vez nuevos colectivos.²⁰⁰. Todo esto ha llevado a que los colectivos, al igual que los individuos, deban ser considerados definitivamente *en producción*.

²⁰⁰Es el caso de #Pañuelazo, del cual surgieron colectivos como #provida y #LineaPeluda (también colectivos de actrices que discutieron con #Provida, etc). Otros colectivos son, por ejemplo, periodísticos, como #InvestigaLavaJato, que ganó el premio Trace en Washington <http://www.perfil.com/noticias/politica/el-colectivo-periodistico.phtml>

BIBLIOGRAFÍA

ANNUNZIATA, Rocío, ARIZA, Andrea Fernanda y MARCH, Andrea Romina. “Gobernar es estar cerca”. Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal”, en Revista Mexicana de Opinión Pública, año 13, Nº 24, enero-junio 2018, pp. 71-93.

AGAMBEN, Giorgio (2008). ¿Qué es lo contemporáneo? Disponible en: http://salonkritik.net/08-09/2008/12/que_es_lo_contemporaneo_giorgi.php

ARFUCH, Leonor (2002). El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea. Buenos Aires: FCE.

BAUDRILLARD, Jean (2005 [1978]). Cultura y simulacro. Barcelona: Kairos.

BOUTAUD, Jean-Jacques y VERON, Eliseo (2007). « Du sujet aux acteurs. La sémiotique ouverte aux interfaces», en Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication. Paris, Lavoisier, Hermès Science, 2007. (Traducción de Gastón Cingolani: “Del sujeto a los actores. La semiótica abierta a sus interfaces”).

BRAGA, Jose Luiz y Calazans, Regina (2017a). Matrizes interacionais. A comunicação constrói a sociedade. Campina Grande: EduPB.

___ (2017b). “Circulação & circuitos”, en A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento, Paulo César Castro (org.). Maceió, Brasil, Edufal.

___ (2012). “La política de los internautas es producir circuitos”, en Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación; Carlón, Mario y Fausto Neto, Antonio (eds.). Buenos Aires: La Crujía.

BORGES, Graciela (2014). Qualidade na tv pública portuguesa. Juiz de Fora: UFJF

BURKE, Peter (2005 [1991]). Historia y teoría social. Buenos Aires: Amorrortu.

BURGESS Jean y GREEN, Joshua (2009). YouTube e a revolução digital. Como o maior fenômeno da cultura participativa esta transformando a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph.

BUTLER, Judith (2019 [1990]). El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad. Barcelona: Paidós.

CALINESCU, Matei (1991 [1987]). *Cinco caras de la modernidad. Modernismo, vanguardia, decadencia, kitsch, posmodernismo*. Madrid: Tecnos.

CALVO Ernesto (2015). “Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuteando #Nisman”. Buenos Aires: Capital Intelectual.

CARLÓN, Mario (2020). “Entre el poder de los enunciadores y el poder de los discursos. La circulación hipermediáticas de las imágenes contemporáneas”, *Actas del III Seminario Miatização e Processos Sociais*. Sao Leopoldo: Unisinos.

___ (2019a). “Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. O cómo los individuos y los colectivos mediatizados se transforman en la contemporaneidad”, en *Revista Inmediaciones Vol14 N1*. Montevideo: ORT.

___ (2019b) “Crisis de la democracia representativa. Mediatización y circulación”, en *Miatização e reconfigurações da democracia representativa*, en Paulo César Castro (org.). Maceió: Edufal.

___ (2018a), “Sur les traces de Verón. Une approche aux nouvelles conditions de circulation du sens dans l’ère contemporaine” *Communication & langages*, N° 196, Paris, CELSA - Univ. Paris-Sorbonne, 4, / *NecPlus*, eISSN 1778-7459, DOI 10.3406/.

___ (2018b), “Medios individuales, medios colectivos y circulación transversal. Desde ‘adentro’ hacia ‘afuera’ y desde ‘afuera’ hacia ‘adentro’ (o cómo afecta la nueva circulación a las instituciones sociales)”, en *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*”, en Paulo César Castro (org.). Maceió: Edufal.

___ (2018c), “¿Cómo seguir? La teoría veroniana y las nuevas condiciones de circulación del sentido”, en *La semiosis social. Homenaje a Eliseo Verón; Lucrecia Escudero, Oscar Traversa y Marita Soto* (org.). Rosario: UNR. Disponible en: <http://www.designisfels.net/revista/29/designis-i29p145-155.pdf>

___ (2017a). “La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial), en Castro, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: Edufal, 2017.

___ (2017b). “Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea”. Ferreira, Jairo; Rosa, Ana Paula (Org.); Braga, J. L. (Org.); Fausto Neto, Antonio (Org.); Gomes, Pedro Gilberto (Org.). *Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a miatização?* 1. ed. Santa Maria: Facos, 2017. v.

1. 299p. (Ed. En inglés: Under the sign of presentism: mediatization, culture and contemporary society).

__ (2016a). Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube. Buenos Aires: La Crujía.

__ (2016b). “Apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón”, en Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional; en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores). Salamanca: Comunicación Social Ediciones. ISBN (edición impresa): 978-84-15544-57-9, 360 páginas.

__ (2016c). “Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea”, en Estética, medios y subjetividades, Pablo Corro y Constanza Robles (editores). Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica.

__ (2015a). “Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea”, en “Dicotomía público/privado: estamos no camino cierto?”, Paulo César Castro (organizador). Maceió: EDUFAL.

__ (2015b), (Diciembre de 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?”, Palabra Clave, 18(4), 1111-1136. DOI: 10.5294/palabra.2015.18.4.7

__ (2014), “¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de Internet”, en Estado actual de las mediatizaciones, Florencia Laura Rovetto y María Cecilia Reviglio (comp.) Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2014). Disponible en: <http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim2.pdf> ISBN: 978-987-702-072-4

__ (2013), “Contrato fundacional, poder y mediatización: noticias desde el frente sobre la invasión a YouTube, campamento de los bárbaros”, en Matrices Vol 7, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, Sao Paulo. Indexado en: Latindex, Disponible en: <http://www.matrices.usp.br/index.php/matrices/article/view/433> . ISSN: 1982-8160.

__ (2012), “En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la ley de matrimonio igualitario”,

en Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. Carlón Mario y Fauto Neto, Antonio (eds.). Buenos Aires: La Crujía.

__ (2010), “La mediatización del ‘mundo del arte’”, en Mediatización, sociedad y sentido. Diálogos entre Argentina y Brasil. Antonio Fausto Neto y Sandra Valdetaro (directores.). aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos”. Rosario: UNR. p. 187-215.

__ (2009) “¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era”, en El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate; Carlón, Mario y Scolari, Carlos A. Buenos Aires: La Crujía.

__ (2008a), “Maquinismo, naturaleza y sociedad en el discurso de las cámaras de informes climáticos y de control de tránsito por televisión”, en Cuadernos de Información y Comunicación. Madrid: Universidad Complutense.

__ (2008b), “Sobre el fin de la televisión”, en Artes y medios audiovisuales. Un estado de situación II. Las prácticas mediáticas pre-digitales y post-analógicas; Jorge La Ferla (editor). Buenos Aires: Aurelia Rivera.

__ (2006), “Metatelevisión: un giro metatelevisivo de la televisión argentina”, en De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevision, lenguaje y temporalidad. Buenos Aires: La Crujía.

__ 2004 [2003], “Sujetos telespectadores y memoria social”, en Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos. Buenos Aires: La Crujía.

__ (1994), Imagen de arte/imagen de información. Problemas actuales de la relación entre el arte y los medios. Buenos Aires: Atuel.

CARLÓN, Mario y FECHINE, Yvana (2014). O fim da televisão. Rio de Janeiro: Confraria do vento.

CARLÓN, Mario y SCOLARI, Carlos A. (2009). El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía. (Re-edición ampliada en 2014: El fin de los medios masivos. El debate continúa. Buenos Aires: La Crujía).

CARROLL, Noël (2002 [1998]). Una filosofía del arte de masas. Madrid: Machado.

CHERESKY, Isidoro (2015). El nuevo rostro de la democracia. Buenos Aires: FCE.

CASTELLS, Manuel (2009). Comunicación y poder. México: Siglo XXI.

CRARY Jonathan (2015 [2013]). 24/7: El capitalismo tardío y el fin del sueño. Paidós: Buenos Aires.

COULDRY, Nick (2013). “Mediatization and the future of field theory”, *Communicative figurations*, 1-18, Bremen: University of Bremen.

CINGOLANI, Gastón (2018). “La Semiosis Sociale en reconnaissance. La médiatisation et les individus dans la dernière étape du travail d’Eliseo Verón”, *Communication & langages*, N° 196, Paris, CELSA - Univ. Paris-Sorbonne, 4, / *NecPlus*, eISSN 1778-7459, DOI 10.3406/colan (en prensa). (Español: “La Semiosis Social en reconocimiento. Mediatización e individuos en la última etapa de la obra de Eliseo Verón”).

__ (2017). “Estrategias para el acceso: los sitios de recomendación como espacios de tensiones en la circulación y mediatización del reconocimiento”, en *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*, en Paulo César Castro (org.). Maceió: Edufal.

CONTURSI, María Eugenia y TUFRÓ Manuel (2019). “Usos de Twitter en Intratables. La domesticación de la política y de las audiencias en el infoentretenimiento” en *Sociedad hipermediatizada*, *Revista Sociedad* N°39. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

DAYAN Daniel (1994). “Relatar al público”, en *En busca de lo público*. Barcelona: Gedisa.

DE CHEVEIGNÉ, Suzanne (2017). “Pesquisas empíricas sobre a circulação de discursos mediáticos”, en *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*, en Paulo César Castro (org.). Maceió, Brasil, Edufal.

DANTO, Arthur C. (1999 [1997]). “Introducción: moderno, posmoderno, contemporáneo” en *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Barcelona: Paidós.

__ (2005) “Tres cajas brillo: cuestiones de estilo”, en *Estética después del fin del arte. Ensayos sobre Arthur Danto*. Madrid: Machado Libros.

DELEUZE, Gilles (2008 [1986]). *Foucault*. Buenos Aires: Paidós.

DIRETORIA DO CISECO (2017). “Circulação discursiva e transformação da sociedade: o que muda com a circulação do sentido na vida social?”, *Proposta temática do Pentálogo VIII*. Disponible en: <http://www.ihu.unisinos.br/186-noticias/noticias-2017/568368-circulacao-discursiva-e-transformacao-da-sociedade>

DAGATTI, Mariano (2017). “Presentación. El discurso político en Argentina”, Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso; Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso; 17; 2; 12-2017; 4-9.

DI FELICE, Massimo (2017). Net-ativismo. De ação social para ato conectivo. São Paulo: Paulus.

ECO, Umberto (1994). “Tv: la transparencia perdida”, en La estrategia de la ilusión. Buenos Aires: Lumen.

__ (1995 [1976]). Tratado de semiótica general. Barcelona: Lumen.

__ (1984 [1962]), “El caso y la trama. La experiencia televisiva y la estética”, en Obra abierta. Barcelona: Planeta-Agostini.

ERIKSON, Emily (2019 [2017]). “Las redes y la teoría de redes. Itinerarios para su unificación”, en La teoría social ahora. Nuevas corrientes, nuevas discusiones, Benzecry, Claudio E.; Krause, Mónica y Reed, Isaac Ariali. Buenos Aires: Siglo XXI.

FAUSTO NETO, Antônio (2019). “Circulação do discurso político: entre meios e atores, as redes e aglomerações momentâneas”- nas eleições presidenciais brasileiras de 2018.. Porto Alegre, Brasil , COMPOS.

__ (2017a). “A circulação do impeachment do artigo de fundo a página virada”, en A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento, Paulo César Castro (org.). Maceió, Brasil, Edufal.

__ (2017b) “Revés na midiáticação”. Said, Gustavo; Xavier, Monalisa (orgs). Comunicação, Identidade e Subjetividade. Teresina, Brasil, Editora e Livraria Nova Aliança. p.93-114.

__ (2016). “Los circuitos a la sentencia; el juicio político a Dilma Rousseff en el espacio de la circulación mediática”, en Revista Inmediaciones de la Comunicación. Montevideo: Universidad ORT.

__ (2015). “O correio Verón CISECO”, en Dicotomia Público/privado: estamos no caminho certo?, Maceió: Edufal.

__ (2013), “Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação?”, en 10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação; Braga, José Luiz; Ferreira, Jairo; Fausto Neto, Antônio; Gomes Pedro Gilberto (orgs). São Leopoldo, Brasil, Unisinos.

__ (2012), *Midiatização da ciência. Cenários, desafios, possibilidades*. Campina Grande-PB. EDUEPB.

__ (2010a). “A circulação além das borda”, en Fausto Neto, Antonio, Valdetaro, Sandra (directores). *Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos*”. Rosario, Argentina, UNR. p. 2-17.

__ (2010) “Enunciação midiática: das gramáticas às “zonas de pregnancies”, en *Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos*; Fausto Neto, Antônio [et al] (orgs). Santa Cruz do Sul, Brasil, EDUNISC. p.13-28

FECHINE, Yvana, MOREIRA, Diego, RODRIGUES LIMA, Cecilia y CAVALCANTI, Gese, (2017). “Tv social como estratégia de produção na ficção seriada da Globo: a controvérsia como recurso”, em *Por uma teoria de fas no ambiente da cultura participativa*. Porto Alegre: Sulina.

FERERIRA, Giovandro, de ANDRADE, Ivanise (2015). “Percurso da reflexão sobre a mediatização nos estudos de Eliseo Verón”. Publicado em XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro-RJ – 4 a 7/9/2015, V Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

FERREIRA, Jairo (2017). “As metamorfoses da circulação: dos fluxos as questões de reconhecimento”, en *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*, Paulo César Castro (org.). Maceió, Brasil, Edufal.

FERREIRA, Soraya (2014). *A televisão em tempos de convergência*. Juiz de Fora: Editoria UFJF.

FERNÁNDEZ, José Luis (2018). “Circulación / circulaciones en la investigación en plataformas mediáticas”, en *Revista Rizoma 2, Volumen 6* (julio a setiembre de 2018), Santa Cruz, Brasil, Universidad de Santa Cruz do Sul.

FERNÁNDEZ, Mariano (2014). “Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica”, en *La Trama en La Comunicación*, Vol 18, pag. 189-209. Rosario: UNR.

FINNEMANN, Niels Ole (2014). “Digitization: new trajectories of mediatization? en *Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science*, vol 21. Ed. Knut Lundby (pp.297-322)

FOCCROULLE, Bernard, LEGROS, Robert y TODOROV, Tzvetan (2006). *El nacimiento del individuo en el arte*. Buenos Aires: Nueva Vision.

FRATICELLI, Damián (2019). El ocaso triunfal de los programas cómicos. De viendo a Biondi a Peter Capusotto y sus videos. Buenos Aires: Teseo.

__ (2020). “Zekiel 79: youtubers y médios masivos. La circulación de una relación compleja”, en Carlón, Mario (próxima edición).

__ (2018) “El ascenso de la burla en las sociedades contemporáneas. Nuevas circulaciones del humor mediático”, en Revista Rizoma 2, Volumen 6 (julio a setiembre de 2018), Santa Cruz, Brasil, Universidad de Santa Cruz do Sul.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2005 [1997]). “Después del posmodernismo. La reapertura del debate sobre la modernidad”, en Imaginarios urbanos. Buenos Aires: Eudeba.

GIDDENS, Anthony (2015 [1984]). La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración. Buenos Aires: Amorrortu.

GIDDENS, Anthony y HUTTON, Will (2001 [2000]). En el límite. La vida en el capitalismo global. Barcelona: Tusquets.

GOFFMAN, Erving (1997 [1959]). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu.

GOMES, Pedro Gilberto (2017). Dois meios a midiatização. Um conceito em evolução. São Leopoldo: Unisinos.

GRUPO MU (1987 [1982]). Retórica general. Barcelona: Paidós.

HABERMAS, Jürgen (1991 [1980]). “Modernidad, un proyecto incompleto”, en El debate modernidad-posmodernidad, Casullo, Nicolás (editor). Buenos Aires: Puntosur.

HALL Stuart, (2004 [1973]). “Codificación y descodificación en el discurso televisivo”, Cuadernos de Información y decodificación. Cultura de masas. Vol 9. Madrid: Universidad Complutense. (Disponible en: <http://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/history/cccs/stencilled-occasional-papers/1to8and11to24and38to48/SOP07.pdf>)

HARTOG, François (2007 [2003]). Regímenes de historicidad. Presentismo y experiencias del tiempo. México: Universidad Iberoamericana.

HARVEY, David (2017 [1990]). La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural. Buenos Aires: Amorrortu.

HJARVARD, Stig (2016). “Mediatización: reencuadrando el análisis de los efectos de los medios”, en Revista Inmediaciones de la Comunicación. Montevideo: Universidad ORT.

__ (2014 [2013]). “Introdução. Da mediação a midiatização” y “Midiatização. Uma nova perspectiva teórica”, en A midiatização da cultura e da sociedade. Sao Leopoldo: Editora Unisinos.

HUSTVEDT, Siri (2017 [2016]). La mujer que mira a los hombres que miran a las mujeres. Ensayos sobre feminismo, arte y ciencia. Buenos Aires: Seix Barral.

HUYSEN, Andreas (2010). Modernismo después de la posmodernidad. Buenos Aires: Gedisa.

__ (2007 [2001]). En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

__ (2002 [1986]), Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

IGARZA, Roberto (2009). Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural. Buenos Aires: La Crujía.

__ (2008), Nuevos medios. Estrategias de convergencia. Buenos Aires: La Crujía.

ILLOUZ, Eva y CABANAS, Edgar (2019 [2018]). Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas. Bogotá: Paidós.

ILLOUZ Eva (2007). Intimidades congeladas. Las emociones del capitalismo. Buenos Aires: Katz.

JAKOBSON, Roman (1985 [1960]). “Lingüística y poética”, en Ensayos de lingüística general. Barcelona: Planeta-Agostini. (Disponible en: <http://varenne.tc.columbia.edu/bib/texts/jakbsromn600constat.pdf>)

JAMESON, Fredric (2004 [2002]). Una modernidad singular. Ensayo sobre la ontología del presente. Barcelona: Gedisa.

__ (1999 [1998]). El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998. Buenos Aires: Manantial.

__ (1991) Ensayos sobre el posmodernismo. Buenos Aires: Imago Mundi.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua y FORD, Sam (2014 [2013]). Cultura da conexão. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Pau-

lo: Aleph. (Edición original (2013): Spreadable media. Creating value and meaning in a networked culture, NYU Press).

JENKINS, Henry (2008 [2006]). “Adoración en el altar de la convergencia: Un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático”, “Destripando Survivor: la anatomía de una comunidad de conocimientos” y “En busca del unicornio de papel: Matrix y la narración transmediática”, en *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

__ (2009 [2006]), “Star Trek respuesta, reinterpretada y reescrita: la escritura de los fans como caza furtiva textual”, en *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.

__ (2003, January, 15). Transmedia Storytelling. Moving characters from book to films to video games can make them stronger and more compelling, *Technology review*. <http://www.technologyreview.com/news/401760/trans-media-storytelling/>

__ (2009 [1992]). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.

KATZ, Elihu, (2009), “The end of television?” *The annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625:6. <http://ann.sagepub.com/content/625/1/6>

KIM, Jin, “The institutionalization of YouTube: from user-generated content to professionally generated content”, *Media, Culture & Society*, Volume 34, issue 1 (January 2012), p. 53-67.

__ (2010), “User generated content (UGC) revolution?: critique of the promise of YouTube”, dissertation, University of Iowa

KEEN, Andrew (2007). *The cult of the amateur. How today’s Internet is killing our culture*. New York: Doubleday. (Trad. al portugués: *O culto do amor. Como blogs, My Space, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*, Rio de Janeiro: Zahar.)

LATOUR, Bruno (2008 [2005]). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.

LEJEUNE, Philippe (1991). “El pacto autobiográfico”, *Revista Anthropos* N°9. Barcelona: Anthropos.

LEMOS, André (2013). *A comunicação das coisas. Teoria ator-rede e cibertultura*. São Paulo: Annablume Editora.

___ (2002), *Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina.

LIPOVETSKY, Gilles (1994 [1983]). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.

LYOTARD, Jean-Francois (1992 [1986]). *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona: Gedisa.

___ (1986 [1979]). *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.

LUHMANN, Niklas (1998 [1984]). *Sistemas sociales*. Barcelona: Anthropos.

MANN, Michael, (1986-1993 [1991-1997]). *Las fuentes del poder social*. Madrid: Alianza.

MANOVICH, Lev (2016). “Instagram and Contemporary Image”, disponible en: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>

MATÉ, Diego, (2019). “El museo en el videojuego: mediatizaciones de espacios, obras y recorridos”, en *Sociedad hipermediatizada*, Revista Sociedad N°39. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

MCLUHAN, Marshall (2009 [1964]). “El medio es el mensaje”, en *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2003 [1987]). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Andrés Bello.

MEDINA, Cuauhtémoc, *Contem(t)orary: once tesis*, Revista de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica, Volumen 2, 2012.

METZ, Christian (1974). “El estudio semiológico del lenguaje cinematográfico”, en *Revista Lenguajes N°2*. Buenos Aires: Nueva Visión.

NEGROPONTE, Nicholas (1995). *Ser digital (being digital)*. Buenos Aires: Atlántida.

PARISSIER, Eli (2017 [2011]). *El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus.

PEDROSO SILVA, Daniel (2015). “Interações entre a telenovela e o telespectador na sociedade em vias de midiaticização: um estudo de caso do quadro a empregada mais cheia de charme do Brasil do programa Fantástico”. São Leopoldo: Unisinos. Tesis de doctorado dirigida por Antonio Fausto Neto.

RAIMONDO ANSELMINO, Natalia (2019). “Colectivos, circulación de discursos sociales y movilización ciudadana: el caso #RosarioSangra”, en Sociedad hipermediatizada, Revista Sociedad N°39. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

RYBCZYNSKI, Witold (2009 [1986]). La casa, historia de una idea. Buenos Aires

SCHAEFFER, Jean-Marie (2009 [2007]). El fin de la excepción humana. México: FCE.

__ (1990 [1987]). La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico. Madrid: Cátedra.

SCHWAB, Klaus (2017 [2016]). La cuarta revolución industrial. Buenos Aires: Debate.

SCOLARI, Carlos A. (2018). Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología. Barcelona: Gedisa.

__ (2013). Media evolution: emergence, dominance, survival, and extinction in media ecology. International Journal of communication 7, 1418-1441.

__ (2012), “El texto DIY (Do It Yourself)”, en Colabor_arte. Medios y arte en la era de la producción colaborativa. Buenos Aires: La Crujía.

__ (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.

SCOLARI Carlos A. y FRATICELLI, Damian (2016). New media subjects in the media ecology: the case of spanish YouTubers. European Journal of Communication (en prensa).

SENNET, Richard (2001 [1974]). El declive del hombre público. Barcelona: Península.

SHINER, Larry (2004 [2001]). La invención del arte. Una historia cultural. Barcelona: Paidós.

SIBILIA, Paula (2008). La intimidad como espectáculo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

SGORLA, Fabiane (2015). “Complexificacao da zona de contato na ambiência midiaticizada. Um estudo da interação do Jornal Nacional com os receptores na fan Page no Facebook”, Tesis de doctorado. São Leopoldo, Brasil, Unisinos.

SGORLA, Fabiane y FAUSTO NETO, Antonio (2013). “Zona em construção: acceso e mobilidades da recepção na ambiência jornalística. Trabalho apresentado no “GT Recepcao: processos da interpretação, uso e consumos midiáticos” do XXII Encontro Anual da Compos, na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013.

SLIMOVICH, Ana (2020) “Surgimiento y circulación del colectivo #NiUnaMenos. Entre las redes sociales, el espacio urbano y los medios masivos” Documento Cátedra Semiótica de Redes.

___ (2018). “#TinelliMercenarioK. La mediatización del Presidente argentino y los trolls macristas”, en Revista Inmediaciones de la Comunicación, Vol. 13 N|1. Montevideo: ORT.

___ (2016). “La mediatización de lo político”; en La interfaz entre lo político y lo informativo en la mediatización televisiva y las redes sociales en las campañas argentinas de 2009 y 2011, tesis de doctorado inédita. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

SLIMOVICH, A. y TONATIUH Lay Arellano, I. (2017). “La reacción ciudadana en la sociedad hipermediática contemporánea. El caso de la movilización por los estudiantes mexicanos desaparecidos de Ayotzinapa”, en PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad, N°13, Año 7, Universidad de Guadalajara.

SMITH Terry (2012 [2009]). ¿Qué es el arte contemporáneo?, Buenos Aires, Siglo XXI.

STRÖMBÄCK, Jesper (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *International Journal of Press/Politics*, 13 (3), 228–246. Recuperado de <http://hij.sagepub.com/content/13/3/228.short?rss=1&ssource=mfr>

SOARES DE ARAUJO, Inesita; LERNER Katia; AGUIAR Raquel y PROTASIO, Joao Verani (2018). “A circulação do sofrimento. Visibilidade e protagonismo em novas configurações comunicacionais”, en *Circulação discursiva e transformação da sociedade*, Paulo César Castro (org.). Campina grande PB, EduePB. Disponible em: <http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/373-livro-circulacao-discursiva-e-transformacao-da-sociedade>

STEIMBERG, Oscar (1980). “Producción de sentido en los medios masivos: las transposiciones de la literatura”, en Revista Lenguajes N°4. Buenos Aires: Nueva Visión.

TOBI Ximena (2019). “UBA-Sociales den plataformas: de la difusión a la comunión” en Sociedad hipermediatizada, Revista Sociedad N°39. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

TRAVERSA, Oscar (2017). “La presse/La mode/La moda”, en “A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento”, en Paulo César Castro (org.). Maceió, Brasil, Edufal.

VALDERRAMA, Miguel (2011). ¿Qué es lo contemporáneo? Actualidad. Tiempo histórico, utopías del presente. Santiago de Chile. Universidad Finis Terrae.

VAN DIJK, José (). La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales. Buenos Aires: Siglo XXI.

VERÓN, Eliseo (2014). “Teoría da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências”, en Revista Matrizes N° 1, jan./jun. São Paulo: Brasil.

__ (2013), La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós.

__ (2012), “La mediatización, ayer y hoy”, en Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación; Carlón, Mario y Fausto Neto, Antonio (eds.). Buenos Aires: La Crujía.

__ (2012 [2008]) “Mediatización de la política: estrategias, actores y construcción de colectivos”, en La comunicación política, Arnaud Mercier (coordinador). Buenos Aires: La Crujía

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

__ (2009), “El fin de la historia de un mueble”, en Carlón, Mario y Scolari, Carlos A. (2009). El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía.

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

__ (2006) “Os públicos entre produção e recepção: os problemas para uma teoria do reconhecimento”, en *Televisão das audiências aos públicos*; Abrantes, José Carlos y Dayan, Daniel. Lisboa: Livros Horizonte.

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

__ (2001), “Conversación sobre el futuro”, en *Espacios mentales. Efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa.

__ “Esquema para el análisis de la mediatización”, en *Diálogos de la Comunicación*, N°48. Lima: Felafacs, p. 9-17, 1999.

__ (1994). “Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia”. *Semiosfera 2*, pp. 5-36.

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

__ (1987b), “La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política”, en *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (Verón et al). Buenos Aires: Hachette.

__ (1987c), “La red de distancias”, en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.

__ (1987 [1981]), “Prefacio”, en *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa.

__ (1995 [1986]), “La mediatización”, en *Semiosis de lo ideológico y del poder/La mediatización*. Buenos Aires: UBA.

__ (1985), “El análisis del ‘contrato de lectura’, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media”, (ficha, Carrera de Cs. de la Comunicación, UBA). Edición original: en *Les medias: experiences, recherches actuelles, applications*”, IREP, París, 1985.

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

VIZER, Eduardo A., Carvalho H. (Diciembre de 2015). “La perspectiva ecológica y la hipermediatización social”. *Palabra Clave*, 18(4), 1087-1110. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.6

WESCHENFELDER, Aline (2019). “Manifestações da midiatização. Transformação dos atores sociais em produção e recepção: o caso Camilha Coelho”. São Leopoldo: Unisinos. Tesis de doctorado dirigida por Antonio Fausto Neto.

Documentos de Cátedra Semiótica de Redes (UBA)

CARLÓN, Mario; FRATICELLI, Damian; SLIMOVICH, Ana y JIMÉNEZ, Martina (2016). “Documento Teórico Metodológico” (TP.DOC), de la Cátedra Semiótica de Redes de la Carrera de Ciencias de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires.

Fraticegli, Damian (2020). “YouTubers y medios masivos. La circulación de una relación compleja”. Material de la Cátedra Semiótica de Redes UBA, en prensa.

Slimovich, Ana (2020). “#NiUnaMenos. La circulación intermediática e intersistémica de un movimiento socio-político contemporáneo”. Material de la Cátedra Semiótica de Redes UBA, en prensa.

Monografías de alumnos Cátedra Semiótica de Redes (UBA)

Cohen, Lucas; Sasbón, Camila; Lasserre, Luciano; Kelly, Macarena; Quercia, Nicolas; Porta C. Florencia; Luna, Julieta; Sosa Jorge (2016). #CristinaconNavarro”, comisión a cargo de Ana Slimovich.

Luciano Schiffer, Pablo González, Camila Pereyra, Aldana Grobly, Florencia Vega, Lucia Centaro y Diego Canale (2016), “Caso Zekiel79”, comisión a cargo de Damian Fraticelli.

Heredia Rodríguez, Daniela; Galeano Colindres, Andrea Dominique; Melo, Nieves; Rodríguez Jessica; Nerina (2016). “Mamá cultiva”, comisión a cargo de Banga, Daniela; Cabassi, Victoria; Jara, Florencia y Vega, Andrés (2016). “Gregorio Rossello”, comisión a cargo de Damián Fraticelli.

Chircoff, Mauro, De Marco, Juan, Fontana, Leandro, Mazzei, Vincenzo, Petrocelli, Sebastián, Sanabria, Diego (2018). “Caso Calafate”, comisión a cargo de Ana Slimovich.

López Calvo, Joaquín, Leiva, María Victoria, Rivarola, Olivia, Vergara, Gualdupe, Riccobene, Antonio, Anschutz Josefina y Rocio Banegas (2016). Caso “Soy Anto” comisión a cargo de Damian Fraticelli.

Aguilera Vallejo, Rocio; Frumento, Agustín; Gasko Oriz, Lorena; Herrera, Sebastián; Martínez, Sol; Ramirez, Stefania y Yanez, Abril (2018). Caso “Manual de la AFA”, comisión a cargo de Rocío Rovner.

Martinez, Aldana Micaela; Panizzi Laila; Somoza, Gabriela; Palomino, Melisa; Nield, Desirée, Muñiz, Camila Mía (2016). #NiUnaMenos, comisión a cargo de Martina Jiménez.

Los materiales de la Cátedra Semiótica de redes UBA pueden consultarse en: <http://semioticaderedes-carlon.com/>

Monografías de alumnos Universidad San Andrés

Bombau, Tomás; Grinberg, Iván; Nudel, Carla; Schiavone, Floriana; Sposito, Florencia y Wells, Karen (2014). “¡Sacate la mochila!”, monografía del curso Comunicación Visual, Universidad San Andrés.

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

Mektoubdjian, Pampa, Mermelstein, Mariela y Priani, Soledad (2015). “La campaña del miedo. Un análisis de las relaciones intermediáticas durante las elecciones presidenciales en Argentina” monografía del curso Comunicación Visual, Universidad San Andrés.

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.

Cho, Eunice, Komiyama, Geraldine; Martino, Lorena; Montesano, Micaela y Rubino, Maria Fátima; Cuidemos las dos vidas, Trabajo monográfico desarrollado en el curso “Comunicación Visual” de la Universidad de San Andrés, 2018.

Cutignola, Agostina, Ferracutti, Delfina, Ferro, Josefina y Giqueaux, Rosario; De las redes a la calle: El pañuelazo, Trabajo monográfico desarrollado en el curso “Comunicación Visual” de la Universidad de San Andrés, 2018.

Monografía Doctorado en Semiótica Córdoba

Romero, Adrián Jesus (2019). “Videovigilancia y violencia de género: un caso de circulación del sentido”, resultado de una Seminario.

“Tanto las nociones circulación como sociedad hipermeditizada son desarrolladas en, al menos, tres de los cinco capítulos dedicados a la cultura contemporánea, a las complejas relaciones entre “nuevos” y “viejos” medios, a los efectos de la circulación en la transformación y el funcionamiento de los procesos de enunciación en el contexto de los nuevos medios, y a los flujos de la circulación transversal que afectan a las performances de los individuos, de los colectivos y de las instituciones. Este amplio universo de sub-temas y de ángulos abordados se apoya en una cuidadosa investigación en varios corpus estudiados. Más allá del aparato conceptual veroniano que opera como un metatexto sobre las elaboraciones del autor, se destacan sus contactos con un universo diverso de fuentes y de interlocuciones, cuyas pistas pueden ser valiosas para el avance de otras investigaciones sobre las cuestiones aquí presentadas.”

Del Prólogo de Antônio Fausto Neto / Presidente de CISECO
(Centro Internacional de Semiótica y Comunicación)



RED DE EDITORIALES
DE UNIVERSIDADES
NACIONALES



Universidad
Nacional
de San Luis