

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 17, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO  
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL  
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-15544-57-9

Comunicación, campo(s), teorías y problemas.  
Una perspectiva internacional (2016)

Eduardo Vizer; Carlos Vidales (coordinadores)

## Separata

## Capítulo 4

### Título del Capítulo

«Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón»

### Autoría

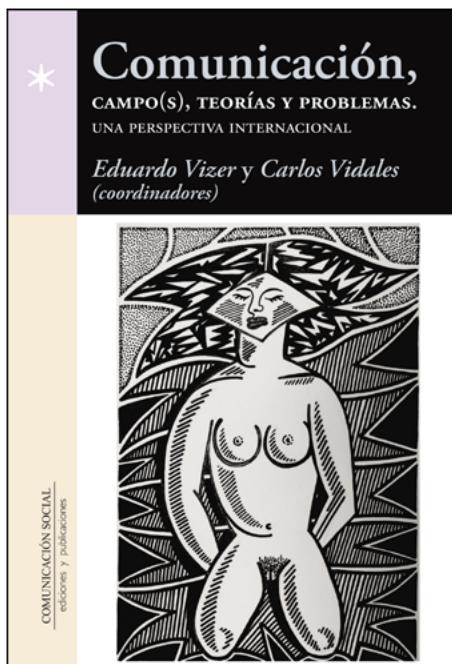
Mario Carlón

### Cómo citar este Capítulo

Carlón, M. (2016): «Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón». En Vizer, E.; Vidales, C., *Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-15544-57-9

### D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c4.emcs.17.ei13>



El libro *Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional* está integrado en la colección «Espacio Iberoamericano» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

*Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional* aborda asuntos centrales para la construcción teórica y epistemológica de las Ciencias de la Comunicación, desde una perspectiva teórica múltiple.

Los autores congregados en torno a este volumen discuten y analizan el estado actual del campo de la Comunicación, destacando la importancia que las dimensiones teórica e investigativa han tenido en su emergencia e institucionalización a escala internacional: debates, identidad académica, objetos de estudio, procesos regionales y globales de institucionalización, procesos de investigación, organización conceptual, enseñanza y profesionalización de este campo.

Este libro se plantea responder a estas tres cuestiones fundamentales:

- ¿Por qué y para qué repensar el campo de la Comunicación, su objeto de estudio y su estado actual?
- ¿Cuál es el escenario prospectivo de la teoría y la investigación internacional en Comunicación?
- ¿Cómo se vinculan estas discusiones con la agenda internacional de investigación de la Comunicación?

Eduardo Vizer y Carlos Vidales, coordinan este trabajo junto a autores de la talla de Raúl Fuentes Navarro, Robert T. Craig, Mario Carlón, Richard L. Lanigan, Luiz Martino, Søren Brier, Jairo Ferreira y Leonarda García.

# Índice

Presentación.....	9
-------------------	---

**PRIMERA PARTE:  
CAMPO, TEORÍA E INSTITUCIONALIZACIÓN  
DE LA COMUNICACIÓN**

<b>1. Notas para una ontología de la comunicación,</b> <i>por Eduardo Andrés Vizer</i> .....	<b>21</b>
1. ¿Qué hay de «comunicacional» en el campo <i>de la comunicación?</i> .....	21
2. <i>Ciencias de la comunicación y ciencias de la vida</i> .....	30
3. <i>La comunicación: entre los medios y la confusión</i> <i>teórica</i> .....	36
4. <i>La transversalidad de la comunicación</i> .....	39
5. ¿Tendría sentido pensar una ontología o una topología <i>de la comunicación?</i> .....	44
6. <i>La Gioconda y el gatito digital</i> .....	48
7. <i>Líneas teóricas para el abordaje de la mediatización.</i> <i>¿Cómo y por qué han logrado los medios ejercer tanto</i> <i>poder de transformación social y cultural en el espacio</i> <i>de pocas décadas?</i> .....	52
8. <i>La noción de referenciación y las tres dimensiones</i> <i>de creación topológica: una propuesta de modelización.</i>	58
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	65
<b>2. Significación de la teoría en un campo diversificado,</b> <i>por Luiz C. Martino</i> .....	<b>69</b>
1. <i>Campo y disciplina</i> .....	72
2. <i>Teoría y disciplina</i> .....	75

3. Algunas posiciones sobre el debate de la diversidad teórica del área.....	79
4. ¿Qué habría de equivocado en la teoría?.....	81
5. ¿Qué habría de equivocado en la teoría de la comunicación?.....	85
6. La diversidad teórica en la perspectiva del programa fuerte.....	90
Referencias bibliográficas .....	98
<b>3. Implicaciones de una «nueva» historia (internacional) de la institucionalización de los estudios de la comunicación en América Latina,</b>	
<i>por Raúl Fuentes Navarro .....</i>	<b>101</b>
1. Un marco teórico y un acercamiento heurístico a la institucionalización del campo.....	106
2. La fragmentación y la construcción inter- o transnacional del campo académico.....	111
3. Postdisciplinización y compromiso .....	116
Referencias Bibliográficas .....	120
<b>4. Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón,</b>	
<i>por Mario Carlón .....</i>	<b>125</b>
1. Nociones, discursos, modas, teorías .....	125
2. Mediatización, comunicación y la era en que nos toca vivir.....	126
3. La comunicación en la era moderna .....	129
4. La comunicación en la era posmoderna: estudios semióticos y culturalistas.....	131
5. La comunicación contemporánea: una apropiación del modelo de Verón.....	133
5.1. Desnaturalizando lo obvio (invisible): la dirección de la circulación en la era de los medios masivos .....	133
5.2. Estatuto de los enunciadores: instituciones, medios, colectivos y actores individuales .....	135
5.3. Chicas bondi: un ejemplo de comunicación ascendente. ¿De los actores individuales a los colectivos y a las instituciones?.....	138
5.3.1. Línea de tiempo .....	140
5.3.2. Una sociedad hipermediatizada .....	140

5.3.3. <i>Las direcciones comunicacionales</i> .....	141
5.3.4. <i>El análisis</i> .....	142
6. <i>La comunicación en la era actual: ¿convergencia o     circulación?</i> .....	147
<i>Bibliografía citada</i> .....	150
<i>Figuras</i> .....	153
5. <b>La construcción de casos sobre mediatización y circulación como objetos de investigación: de las lógicas de las analogías para estudiar la explosión de los desfases, por Jairo Ferreira</b> .....	155
1. <i>El objeto: investigación de los procesos mediáticos         en la perspectiva de la circulación</i> .....	156
1.1. <i>Esquemáticamente, el modelo de Verón</i> .....	157
1.2. <i>La explosión de los desfases: medios, dispositivos                 y circuitos-ambientes multipolares</i> .....	158
2. <i>El método: ¿cómo investigar los desfases-         la circulación?</i> .....	163
2.1. <i>Un hilo para investigar los objetos en expansión:                 de los indicios a las relaciones, de las lógicas                 a lo analógico</i> .....	165
2.2 <i>El diagrama: casi-símbolo, casi-objeto</i> .....	166
2.3. <i>Analogía y argumento</i> .....	167
3. <i>El lugar de la analogía en la construcción del caso         de investigación</i> .....	169
<i>Referencias Bibliográficas</i> .....	173

**SEGUNDA PARTE:  
UNA MIRADA EPISTEMOLÓGICA Y  
TRANSDISCIPLINAR DE LA COMUNICACIÓN**

6. <b>Cibersemiótica: un nuevo fundamento para una teoría interdisciplinar de la información, la cognición, la comunicación significativa y la interacción entre la naturaleza y la cultura, por Søren Brier</b> .....	177
1. <i>Una visión general de la estructura de         la argumentación en el capítulo</i> .....	178

2. Una nueva fundación para la ciencias y las humanidades.....	178
3. Las cuatro miradas de la Estrella Cibersemiótica.....	184
4. El centro de la estrella.....	184
5. Los brazos de la estrella.....	195
6. El desarrollo de la comunicación en los humanos.....	197
7. Semiótica: ¿Por qué seleccionar a Peirce?.....	198
8. Biosemiótica: la conexión entre el significado, la racionalidad y la naturaleza.....	200
9. El concepto biosemiótico de código.....	203
10. Una visión del mundo desde la semiótica peirceana.....	210
11. El realismo escolástico: una tercera vía más allá del empirismo y el constructivismo.....	213
12. El aspecto Luhmanniano.....	226
13. La visión cibersemiótica de la comunicación.....	230
14. Una teoría cibersemiótica de la emergencia.....	234
15. Los niveles jerárquicos de la emergencia evolutiva cibersemiótica.....	239
16. Las bases ontológicas de la cibersemiótica.....	240
Conclusión.....	245
Referencias bibliográficas.....	248
<b>7. Hacia una teoría cibersemiótica de la comunicación: fundamentos epistemológicos,</b> <i>por Carlos Vidales González.....</i>	<b>255</b>
1. Pensando la comunicación desde la cibernética.....	258
2. Pensando la comunicación desde la semiótica.....	272
3. Pensando la comunicación desde la cibersemiótica.....	282
Referencias bibliográficas.....	290
<b>8. La teoría de la comunicología: el método de la fenomenología semiótica,</b> <i>por Richard L. Lanigan.....</i>	<b>293</b>
Referencias bibliográficas.....	304

**TERCERA PARTE:  
METACAMPO Y METATEORÍA DE LA COMUNICACIÓN**

- 9. El metamodelo constitutivo: una revisión a dieciséis años, por Robert T. Craig .....307**
1. *Revisión del metamodelo constitutivo, dieciséis años después.....308*
  2. *Aplicaciones .....310*
  3. *Reflexión Crítica sobre teorías y sub-campos.....313*
  4. *Tradiciones nuevas o redefinidas .....315*
  5. *Reconstruyendo el metamodelo.....318*
  6. *El sesgo epistemológico.....322*
  7. *La articulación de la teoría a la investigación.....324*
  8. *¿Qué tradiciones? ¿Tradiciones de quién?.....326*
  9. *El diálogo y la paradoja del Pluralismo .....328*
  - Conclusión.....330*
  - Referencias bibliográficas.....331*
- 10. No hay nada más práctico que una buena teoría: reflexiones a partir del metamodelo constitutivo de Robert T. Craig, por Leonarda García-Jiménez.....337**
1. *Metacomunicación en España y Estados Unidos: una aproximación .....341*
  2. *¿Cómo explicar similitudes y diferencias? Concluyendo con algunas notas culturales.....351*
  - Bibliografía.....353*





## Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón

*Mario Carlón*

«... 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*, pág. 43

### *1. Nociones, discursos, modas, teorías*

Este trabajo sobre comunicación en la era contemporánea se propone revisar una serie de escritos clave 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. La corriente *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 realizar.<sup>1</sup>

En los últimos años hemos asistido a la propagación de una serie de discursos y nociones: convergencia, digitalización, usuarios, interfaces, interactividad, narrativas transmediáticas, «nue-

---

<sup>1</sup> 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.

vos medios», etcétera. 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 acriticamente, 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 si no 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 consenso.

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 desarrolla nos proponemos en este trabajo, en el que intentaremos una *apropiación* de la teoría de Eliseo Verón, concentrarnos en la dimensión comunicacional. Lo hacemos porque creemos, ante cierta 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 es mejor que uno parcial.

## 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 ha producido porque hay también un cambio 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 la producción, distribución y consumo de bienes culturales, etcétera, implorionó? ¿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*. Al hacer referencia a este concepto expresamos que *lo que está cambiando es la relación entre pasado, presente y futuro* por una configuración en la que el *presente ha adquirido 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 ese cambio y, por otro, desarrollar una serie de propuestas tendentes 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*, p. 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, es imposible realizar una exposición mínimamente exhaustiva sobre la situación de los estudios comunicacionales en las eras moderna y posmoderna, así que pasamos rápidamente a la tesis fundamental:<sup>2</sup> 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]), un modelo en el que la comunicación 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 masiva.<sup>3</sup> A los cuales, debido a su concepción comunicacional 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 al poder de dichos medios de comunicación.

Debido a esta razón, la era moderna desarrolló un paquete 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

---

<sup>2</sup> Para una argumentación más detallada sobre este tema remitimos a «Posmodernidad y teorías del lenguaje: el fin de los funcionalismos» (Verón, 2004).

<sup>3</sup> 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).

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 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*, p. 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 distintas posiciones interpretativas 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 mediatización,<sup>4</sup> Eliseo Verón desa-

---

<sup>4</sup> 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.

rolló en la década del ochenta una teoría comunicacional que luego sintetizó en «El sentido como producción discursiva» (1987), 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*,<sup>5</sup> 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 no.<sup>6</sup> 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.

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.

---

<sup>5</sup> Dice Verón (1987: 129): «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 significantes 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 conjunto significante 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.»

<sup>6</sup> 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).



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 (en términos de Verón) 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 (2010), 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 su obra, debido a que su sofisticada reflexión 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 po-

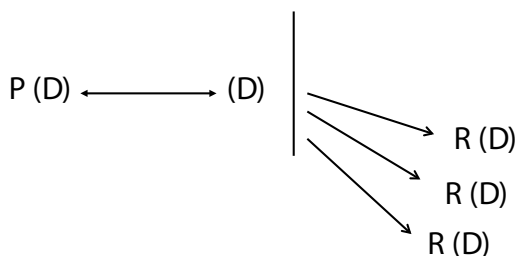
der lo tenían los medios o si los poderosos eran los receptores, pero que no iba acompañada necesariamente del reconocimiento de que existía una dirección comunicacional. No es que en las eras moderna y posmoderna no hubiera «arriba» y «abajo», pero como estas categorías se utilizaban principalmente 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 Hall,<sup>7</sup> 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, 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 «vertical», descendente, etcétera. 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 e insoslayable ¿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 graficarlo está representada en la figura 4.

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 asi-

---

<sup>7</sup> El de Stuart Hall tiene la singularidad 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 4



metría, entre *los participantes en la comunicación*, que si bien no fue graficada por Verón, no fue ajena a su reflexión.<sup>8</sup> Es el tema en el que nos vamos a detener en el próximo epígrafe.

### *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:

<sup>8</sup> ¿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 figura 6, en el 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 semiótica 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 enunciadore*s. 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 un importante artículo de 1977, «Esquema para el análisis de la mediatización». 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 1977 Verón diferencia medios, instituciones, actores individuales y colectivos (un colectivo, para Verón, es un «conjunto de actores sociales».)<sup>9</sup> Queda claro que lo que le interesa son las mediatizaciones capaces de producir «colectivos»,<sup>10</sup> y que asigna esa capacidad a

---

<sup>9</sup> 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.»

<sup>10</sup> 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.») 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 cómo se constituyó un colectivo una tarde en Japara-

los medios y a las instituciones, pero no a los actores 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 inverso.<sup>11</sup>

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 co-

---

tinga 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).

<sup>11</sup> 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.

municacionales.<sup>12</sup> Pero debe adaptarse creativamente al estudio de casos de circulación en un sistema mediático que ha sufrido fuertes transformaciones: en el que la situación dispositivos socio-institucionales en producción y colectivos de actores individuales en reconocimiento ya no es el único 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

---

<sup>12</sup> 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* (dejamos para otro momento su comparación con comunidades). Comparémosla con *fans*: colectivos tiene la ventaja evidente de su ascetismo, de que inmediatamente nos despega 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 específico de consumidores suelen recibir en este último tiempo.

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 específicos.<sup>13</sup>

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);<sup>14</sup> b) que difundió sus contenidos simultáneamente por distintos medios (*blog, Facebook, Tumblr; Twitter; etcétera*);<sup>15</sup> 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 fotografías ya publicadas en la red a las que asistió público incluyendo muchas retratadas y,

---

<sup>13</sup> Una exposición más completa del modelo analítico puede consultarse en el «Documento Teórico metodológico» de la Cátedra Semiótica de Redes de la Carrera de Ciencias de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (Carlón, Fraticelli, Slimovich y Jiménez, 2016). Disponible en: <http://semioticaderedes-carlon.com/>

<sup>14</sup> 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 trasciende la que se detiene en el usuario cuando se reduce a la interacción hombre-máquina.

<sup>15</sup> 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 independientes entre sí.

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 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 su 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 comienza y cuándo termina (o, si continúa vigente, hasta donde se produce el punto de corte del análisis). Gracias a la línea de tiempo se van determinando las distintas *fases* en que se va desplegando temporalmente el objeto de estudio. Cada fase constituye un *cambio de escala en la mediatización*<sup>16</sup> y, generalmente, un *cambio de dirección comunicacional*. Por lo tanto, cada fase instaura una complejificación en la circulación.

### 5.3.2. *Una sociedad hipermediatizada*

Desde el punto de vista de la mediatización lo primero a atender es que, más allá de las sociedades mediática (moderna) y mediatizada (posmoderna) la contemporánea en que vivimos es una sociedad hipermediatizada (Carlón, 2015b).<sup>17</sup> Esto quiere

---

<sup>16</sup> 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 (2015c) disponible en: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5627>

<sup>17</sup> En la sociedad posmoderna esto sucedía en función de los medios masivos. Hoy vivimos en una sociedad hipermediatizada debido a la emergencia de un nuevo sistema de mediatización con base en Internet en el que las relaciones entre ambos sistemas han complejificado



decir que ya no vivimos con un sistema mediático, el de los medios masivos, sino con 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 masiva.<sup>18</sup>

### 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 horizontal.<sup>19</sup> El crecimiento de la complejidad que estalla cuando se produce una relación inter-sistémica se manifies-

---

notablemente la mediatización, tal como en este trabajo lo estamos describiendo. De hecho, uno de los efectos obvios de la emergencia de este nuevo sistema es que los internautas disponen muchas de sus prácticas sociales en función de sus propios medios de comunicación (por ejemplo, se sacan *selfies* con la intención expresa de publicarlas en sus páginas en *Facebook*). Pero éste es sólo uno de los muchos cambios en las prácticas sociales que estamos viviendo.

<sup>18</sup> 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 lo que llegaba desde la red social.

<sup>19</sup> 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 (Botton Up) realizadas por los usuarios y difundidas en plataformas colaborativas como YouTube, Facebook, o blogs.»

ta 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.

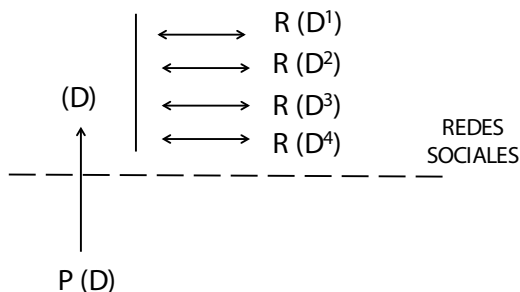
#### 5.3.4. *El análisis*

Un comentario sobre lo que vamos a presentar a continuación. *Chicas bondi* es un proyecto que comenzó en octubre de 2011 y que, como sigue publicando fotografías, continúa aún hoy (lleva publicadas más de 600). 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.

##### *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 jóve-

Figura 5



nes 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 (en el caso de *Chicas bondi* y otros semejantes<sup>20</sup> permitió establecer, por ejemplo, que no era una narrativa transmediática.) Graficamos este primer momento de cambio de escala intra-mediático a través de esquema que invierte el sentido de la comunicación masiva (presentado en la figura 4):

<sup>20</sup> 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.

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. La barra punteada representa el espacio de las Redes Sociales, en el 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 prácticas en reconocimiento (R (D)<sup>1</sup>, R (D)<sup>2</sup>, R (D)<sup>3</sup> y R (D)<sup>4</sup>) ilustra el proceso mismo de la circulación.

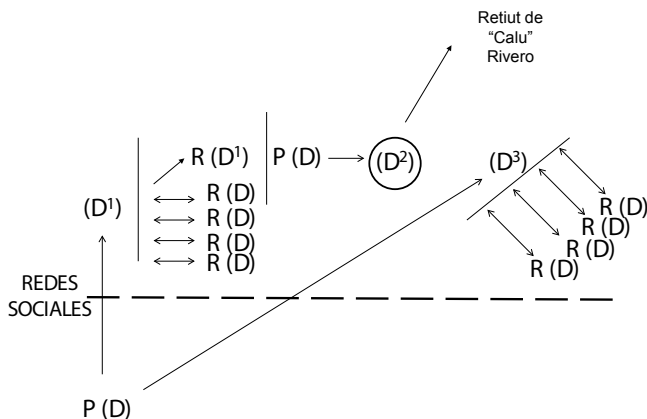
Desde el punto de vista de las direcciones comunicacionales se despliegan aquí, en realidad, dos fenómenos simultáneos. Por un lado, se advierte que el proyecto es ‘ascendente’, debido a que se publica originalmente en una red social. Por otro, que a la par de esa dirección se establece casi simultáneamente una ‘horizontal’, establecida por los intercambios con los «pares» en las redes con quienes el enunciador dialoga: es decir, los otros enunciadorees que comentan las fotografías o simplemente *click-kean* «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*, entre pares, hay que tener en cuenta que en el mismo momento *Chicas bondi* comienza a establecer su estatuto como enunciadoree y la dirección se complejiza, porque pronto asumirá un rol capaz de establecer una enunciación *descendente* con quienes hasta ese momento eran sus pares.

### *Segunda fase: la intervención intra-sistémica de una celebrity*

El día 17 de marzo de 2011 «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 (D<sup>1</sup>) al conjunto de fotos publicadas por *Chicas bondi* hasta el 17 de marzo de 2011, (D<sup>2</sup>) al retuit de Calu Rivero y (D<sup>3</sup>) a las fotos posteriores. (Ver figura 6).

En esta segunda fase 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 no-

Figura 6



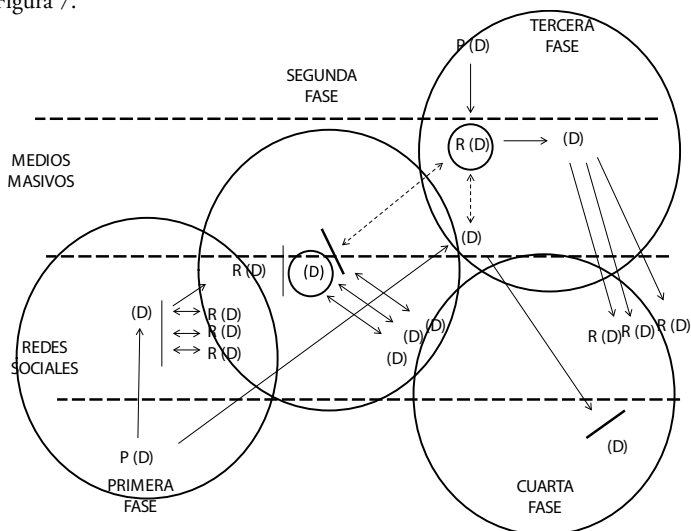
vedades respecto a la comunicación moderna y posmoderna: *un «colectivo de comunicación» es resultado de los discursos producidos por un enunciador amateur, gracias a que dispone de medios de comunicación individuales que le permiten publicar en distintas redes sociales. Pero no sólo eso: la novedad se debe también a que pone en juego una enunciación que ya no puede considerarse individual, subjetiva, sino social o supraindividual<sup>21</sup> (hecho que revela la vigencia de la categoría sujeto para conceptualizar al productor.) Por supuesto que el hecho de que «Calu» Rivero tenga un conocimiento ganado en los medios masivos no es un hecho menor. Pero este hecho no quita al proceso enunciado por Chicas bondi novedad.*

<sup>21</sup> Es la conclusión a la que llegamos 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).

*Tercera 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 7.



Esta figura muestra las cuatro fases que nos interesaba ilustrar aquí de la circulación de *Chicas bondi*. A la primera fase, *ascendente*, ya hicimos referencia: el discurso 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* (en marzo 2013 cuando el CPDP realiza su dictamen tenía 30.000 seguidores.) Esta fase intra-sistémica se continúa con el retuit de Calu Rivero al que ya hicimos referencia. Luego se inicia la tercera fase, inter-sistémica, que estalla cuando comienzan a publicarse notas sobre *Chicas bondi* en los medios de comunicación masiva, con lo cual 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 cuarta 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 intervinientes y de los reconocimientos que obtuvo (algunos positivos, otros negativos.)<sup>22</sup> 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 fenómeno de circulación comunicacional contemporáneo.

#### 6. *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

---

<sup>22</sup> Por ejemplo: *Chicas bondi* organizó muestras en galerías 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 el 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.

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» (301). Así, «convergencia creciente en producción, divergencia creciente en recepción: la distinción entre producción y reconocimiento es hoy más necesaria que nunca» (301).<sup>23</sup>

Por otro lado, teóricos como Henry Jenkins, han sostenido que vivimos más que en una época de convergencia tecnológica<sup>24</sup> 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» (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):<sup>25</sup> «una buena franquicia transmediática trabaja para atraer públicos introduciendo los contenidos de una manera algo distinta en los diferentes medios» (102).

Las narrativas transmedia pueden ser el nuevo modelo de producción de contenidos, en una era en que los medios masivos ya no tienen a sus públicos cautivos (ya no pueden programar la vida social) y los públicos deciden qué ver, cuándo y cómo. Tienen la capacidad, cuando son exitosas, de generar «colectivos de comunicación» fieles, activos y con gran capacidad de invo-

---

<sup>23</sup> Tesis que recientemente ha retomado Antonio Fausto Neto (2015).

<sup>24</sup> 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).

<sup>25</sup> *Matrix* empujó a los fans a seguir el relato en films de animación como *Animatrix* (2003), videojuegos como *Enter the Matrix*, etcétera.



lucramiento. 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 transmedia son 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]).<sup>26</sup>

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, que hemos analizado en este trabajo. ¿Otro? *La gente anda diciendo*, un formato nacido en las redes que fue adoptado por muchas instituciones comunicacionales incluyendo 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 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 ex-

---

<sup>26</sup> Es interesante observar que si bien Jenkins es un referente teórico de la convergencia en muchas ocasiones Jenkins sus análisis, desde el que realizó de la comunidad de espectadores de *Survivor* (Jenkins, 2009) al de lo acontecido con la apropiación de los fans en *You Tube* de la performance televisiva de Susan Boyle, (Jenkins, Ford y Green, 2014 [2013]), destacan más los procesos de divergencia que de convergencia.

plican si fase tras fase estallan múltiples reconocimientos. Y si hay algo que el análisis también evidencia es la progresiva complejización 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.

### Referencias bibliográficas

- Bombau, Tomás; Grinberg, Iván; Nudel, Carla; Schiavone, Flornana; Sposito, Florencia y Wells, Karen (2014). «¿Sacate la mochila!», monografía del curso Comunicación Visual, Universidad San Andrés.
- Carlón, Mario (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 Paulo César Castro (organizador). *Dicotomía público/privado: estamos no camino certo?* Maceió: EDUFAL.
- \_(2015b). «Registrar, subir compartir. Prácticas fotográficas en la era contemporánea. En *Actas V Simposio Internacional de Estética: estética, medios y subjetividades*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica.
- \_(2015c), (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/pacla.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 investigaciones sobre mediatizaciones*, Florencia Rovetto y María Cecilia Reviglio (compiladoras), dirigido por Sandra Valdettaro. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- \_(2012), «En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de *Facebook* durante la transmisión de la Ley de Matrimonio Igualitario», en *Las políticas de los internautas*, Carlón, Mario y Antonio Fausto Neto (eds.). Buenos Aires: La Crujía.
- 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.
- 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.
- Fausto Neto, Antonio (2015). «O correio Verón - CISECO», en *Di-*

- cotomia Público/privado: estamos no caminho certo?*, Maceió: Edufal.
- Fausto Neto, Antonio (2010). «A circulação alem das bordas», en Fausto Neto, Antonio, Valdetaro, Sandra (directores). *Mediatização, sociedade y sentido: aproximações comparativas de modelos brasileiros y argentinos*. Rosario: UNR. p. 2-17.
- 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>)
- 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>)
- Jenkins, Henry; Ford, Sam y Green, Joshua (2014 [2013]). *Cultura da conexão. Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph. (*Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*, by Henry Jenkins, Sam Ford, and Joshua Green).
- 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.
- Jenkins, Henry (2009 [2006]), «*Star Trek* respuesta, reinterpretada y reescrita: la escritura de los fans como caza furtiva textual», en *Fans, bloggers 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/transmedia-storytelling/>
- Negroponte, Nicholas (1995). *Ser digital (being digital)*. Buenos Aires: Atlántida.
- Kim, Jin, «The institutionalization of YouTube: from user-generated content to professionally generated content», *Media, Culture & Society*, Volume 34, issue 1 (January 2012): 53-67.
- Manovich, Lev (2006). «La interfaz», en *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- Mektoubdjian, Pampa, Mermelstein, Mariela y Priani, Soledad (2015). «La campaña del miedo. Un análisis de las relaciones intermedias durante las elecciones presidenciales en Argentina» monografía del curso Comunicación Visual, Universidad San Andrés.
- Negroponte, Nicholas (1995). *Ser digital (being digital)*. Buenos Aires: Atlántida.
- Scolari, Carlos A. (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.

- 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).
- Steimberg, Oscar (1980). «Producción de sentido en los medios masivos: las transposiciones de la literatura», en *Revista Lenguajes N°4*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Verón, Eliseo (2014). «Teoría da midiatizaçáo: 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.
- \_(2011), «El canto de las sirenas», en *Papeles en el tiempo*. Buenos Aires: Paidós.
- \_(2007), «Semiótica como socio-semiótica. 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.
- Verón, Eliseo(2004), «Posmodernidad y teorías del lenguaje: el fin de los funcionalismos», en *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- \_(1995 [1986]), «La mediatización», en *Semiosis de lo ideológico y del poder/La mediatización*. Buenos Aires: UBA.
- \_(2001 [1984]), «El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica», en *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- \_Verón, Eliseo (1987). «El sentido como producción discursiva», en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.
- Vizer, E. y Carvalho, H. (Diciembre de 2015). «La perspectiva ecológica y la hipermediatización social». *Palabra Clave*, 18(4), 1087-1110. DOI: 10.5294/pa-cla.2015.18.4.6

*Figuras*

Figura 1.

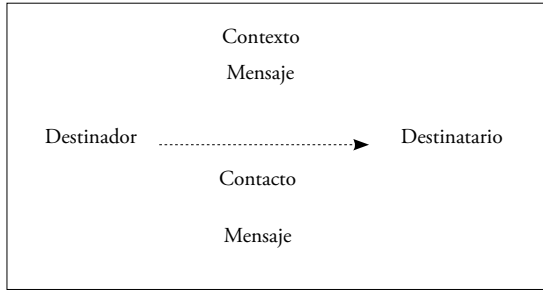


Figura 2. Encoding /decoding, Stuart Hall

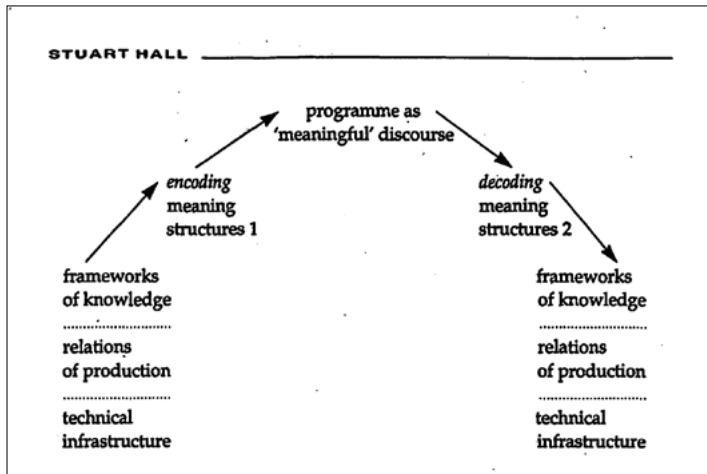


Figura 3. Doble triángulo de Eliseo Verón.

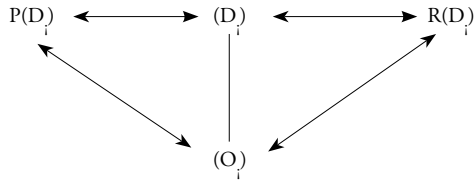


Figura 4. Trama de la semiosis.

