



Contra la *mediatización de*. Sobre política, tecnologías y la ecología de lo público

*Contra a midiatização de. Sobre política,
tecnologias e a ecologia do público*

Mariano Fernández





Sobre el autor

Mariano Fernández

Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata (IdIHCS-CONICET). Universidad Nacional de las Artes (UNA)
Argentina



Cómo citar este artículo

Fernández, Mariano (2023). *Contra la mediatización de. Sobre política, tecnologías y la ecología de lo público* En: Busso, Mariana Patricia y Fernández, Mariano (eds.), "La democracia perforada: mediatización, redes, plataformas", pp. 69-93. Rosario: UNR Editora. Disponible en: <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/180/la-democracia-perforada-mediatizacion-redes-plataformas>



Resumen

En este trabajo propongo una reflexión epistemológica sobre la "mediatización de la política". La reflexión es epistemológica porque su primer movimiento consiste en desplazar el lugar de observación del fenómeno. En términos generales, los estudios sobre la mediatización "de" la política han sido en sus inicios la transposición analítica del malestar del propio sistema político (de sus instituciones y actores) frente a los medios, y en particular frente a la televisión. El punto de vista de estos estudios fue el de los propios actores políticos. De ahí la eficacia de la expresión "mediatización de": se trataba de mostrar cómo las prácticas políticas estabilizadas en la segunda mitad del siglo XX eran modificadas por una fuerza exterior -los medios- cuyo funcionamiento se regía por otras "lógicas". Esa forma de razonar sigue incólume en los estudios sobre el tema, ahora aplicados a las plataformas con base en Internet. Contra esa forma de razonamiento y de construcción de un objeto de estudio, pretendo tratar la "mediatización" a partir de las



■ La democracia perforada

transformaciones de lo público, es decir, de esa zona de la vida social en la que cohabitan instituciones e individuos que se tornan mutuamente visibles entre sí. Consecuentemente, postulo que lo que se transforma –o bien, lo que se va transformando- no es “la política”, sino las relaciones de los sistemas sociales con sus entornos públicos. Por esta razón este enfoque puede ser caracterizado como “ecológico”, en tanto se trata de reflexionar sobre la diferencia sistema/entorno y sus transformaciones.

Palabras Clave

espacio público, ecología, política, mediatización, tecnologías

Resumo

Neste trabalho proponho uma reflexão epistemológica sobre a “*mediatização da política*”. A reflexão é epistemológica porque seu primeiro movimento consiste em deslocar o lugar de observação do fenômeno. Em linhas gerais, os estudos sobre a mediatização “da” política têm sido, inicialmente, a transposição analítica do mal-estar do próprio sistema político (de suas instituições e atores) diante da mídia, e em particular diante da televisão. O ponto de vista desses estudos era o dos próprios atores políticos. Daí a eficácia da expressão “*mediatização de*”: tratava-se de mostrar como as práticas políticas estabilizadas na segunda metade do século XX foram modificadas por uma força externa -a mídia- cujo funcionamento era regido por outras “lógicas”. Essa forma de raciocínio continua inabalável nos estudos sobre o tema, agora aplicados em plataformas baseadas na Internet. Contra essa forma de raciocínio e construção de um objeto de estudo, pretendo tratar a “*mediatização*” a partir das transformações do público, ou seja, daquela zona da vida social em que coabitam instituições e indivíduos que se tornam mutuamente visíveis uns aos outros. Consecuentemente, postulo que o que está sendo transformado – ou melhor, o que está sendo transformado – não é a “política”, mas sim as relações dos sistemas sociais com seus ambientes públicos. Por isso caracterizamos esta abordagem como “ecológica”, pois procura refletir sobre a diferença sistema/ambiente e suas transformações.

Palavras-Chave

espaço público, ecologia, política, mediatização, tecnologias



Introducción

Los trabajos seminales sobre mediatización de la política tuvieron como horizonte histórico una era en que el ecosistema mediático macro era del tipo broadcasting y, consecuentemente, estaba dominado por esas instituciones sociales que conocemos como “medios” de comunicación. Hoy vivimos en un mundo en el que ese ecosistema se mezcla con uno de tipo networking. Esa convivencia es lo que Fernández (2021) llama post-broadcasting. Conviven, entonces, “medios masivos” con intercambios en red, con otras modalidades de producción discursiva mediática (por ejemplo, los podcasts). En esta superposición de ecosistemas, las condiciones de producción de atención pública se multiplican y desagregan en gran medida por la socialidad que emerge, se estabiliza y se autonomiza con plataformas y aplicaciones.

¿Podemos seguir pensando como “mediatización de la política” este escenario? O mejor dicho, ¿qué podemos hacer con este concepto en un ecosistema post-broadcasting, cuya configuración es igualmente revulsiva para “la política” como para “los medios”?

Hoy resulta más claro que para un programa de investigación asentado en la perspectiva de la mediatización, el problema no es el rol de los medios sino la configuración de una nueva institucionalidad resultante de las interacciones de “la política”, “los medios”, “las plataformas”, los colectivos sociales y los individuos en lo que llamamos *orden de lo-público*.

El siguiente ensayo está dedicado a desarrollar este planteo.

0. Definiciones

No hay una teoría de la mediatización. Por eso, cualquier reflexión conceptual o cualquier estudio aplicado a problemas o fenómenos “mediatizados”, debe ofrecer una definición, alguna aclaración terminológica, posicionarse en el campo.



■ La democracia perforada

Porque no hay una teoría pero sí hay un campo cuando hablamos de la mediatización. Allí coexisten, sin convergencia o consensos claros, tradiciones académicas regionales (principalmente, europeas y latinoamericanas) que, con mayor o menor atención mutua, o mayor o menor voluntad de diálogo, desde mediados de la década de 1980 han hecho del concepto de “mediatización” una herramienta de intelección de las sociedades contemporáneas desde el punto de vista de los medios o de las tecnologías de comunicación.

Los investigadores europeos más renombrados parecen coincidir en que una buena manera de ordenar las perspectivas o posicionamientos que coexisten en ese campo es entre perspectivas “institucionalistas” y perspectivas “social-constructivistas”. Para la primera, la mediatización es un proceso por el cual actores sociales no-mediáticos deben adaptarse a las reglas, objetivos y lógicas de producción de los medios. Para la perspectiva social-constructivista, la mediatización es el proceso en el cual las tecnologías de la información y la comunicación generan cambios en las formas de comunicación y de la cultura en las sociedades. En un caso, la palabra “medios” refiere a las organizaciones o instituciones que hemos conocido como “medios de comunicación de masas” a las que se le asigna un “poder centrípeto”; en el otro, la noción parece referir a tecnologías de la comunicación que despliegan una presencia “centrífuga”, ubicua, en las relaciones sociales (Hepp, 2014, p. 1033; Couldry y Hepp, 2013, p. 195).

Para quienes intervenimos en estos intercambios desde Latinoamérica y tenemos al español como lengua madre, el rumbo teórico y la investigación aplicada ha estado signada por los trabajos de Eliseo Verón, o mejor dicho, por la traducción al español de trabajos que Verón fue publicando primero en francés desde inicios de la década de 1980. Entre esa época y su último libro (*La semiosis social II*, 2013) Verón desarrolló dos definiciones de la mediatización que podemos hacer coincidir con la distinción postulada por Hepp y Couldry.

En la primera formulación (“institucionalista”), *mediatización* describía, entonces, el pasaje de *sociedades industriales mediáticas* a las *sociedades post-industriales mediatizadas*. Una sociedad mediática “es una sociedad donde las tecnologías de comunicación se implantan progresivamente en el tejido social”; tal sociedad es el efecto de la instalación de la prensa gráfica

■ La democracia perforada

y del advenimiento de la fotografía, del cine, de la radio, de la televisión: “soportes tecnológicos cada vez más complejos se han vuelto socialmente disponibles y han dado nacimiento a nuevas formas de discursividad” (2001 [1984], p. 13). El paso de las sociedades mediáticas a las sociedades mediatizadas (proceso gradual que se acelera luego de la Segunda Guerra) “expresa en realidad la adaptación de las instituciones de las democracias industriales a los medios, que se transforman en los mediadores insoslayables de la gestión de lo social” (Verón, 2004 [1991], p. 225).

En la segunda formulación (“social-constructivista” en términos de Hepp y Couldry, aunque el propio Verón la llamaría “semio-antropológica”) “la mediatización es, en el contexto de la evolución de la especie, la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos”. Un fenómeno mediático sólo se constituye cuando “los signos poseen, en algún grado, las propiedades de autonomía, tanto respecto de la fuente como del destino, y de persistencia en el tiempo” (Verón, 2013, p. 147).

El gradual desplazamiento de la primera perspectiva hacia la segunda fue posible a partir de un ejercicio de reinención conceptual (Fernández, 2019), por el cual se desligó la noción moderna de “medio” (como institución) del propio concepto de mediatización, y, en su lugar, se propuso ese otro concepto, el de “fenómenos mediáticos”. De hecho, este desplazamiento es el que le ofreció a Verón la clave de lectura de su formulación más sistemática de la historia de la mediatización en tanto que sucesión de fenómenos mediáticos. Esta reformulación conceptual impactó necesariamente en los criterios de relevancia que definen los límites de las problemáticas que pueden ser estudiadas a partir de esta perspectiva. Tuvo, en este sentido, consecuencias epistemológicas importantes. Una de ellas es la amplitud del corte temporal, la delimitación del proceso histórico:

La ventaja conceptual de una perspectiva a largo plazo es recordarnos que lo que está sucediendo en las sociedades de la modernidad tardía comenzó, de hecho, hace mucho tiempo. La etapa inicial de cada momento crucial de la mediatización puede fecharse, porque consiste en un dispositivo técnico-comunicacional que ha aparecido y se ha estabilizado en comunidades humanas

■ La democracia perforada

identificables, lo que significa que ha sido, de una forma u otra, “adoptado”. (...) (Verón, 2014, p. 166)

Precisamente, es a partir de ese corrimiento –conceptual, epistemológico y teórico- que quiero cuestionar la definición de mediatización de la política a partir de las siguientes ideas o hipótesis de trabajo.

1. La mediatización también afecta a los medios: transformación de las infraestructuras de la vida pública

El ordenamiento de las perspectivas sobre la mediatización entre “institucionalistas” y “social-constructivistas” tiene un punto ciego que es muy problemático: supone una suerte de distribución equitativa de las problemáticas que trata cada corriente, una delimitación prolija de áreas de interés. Por esa razón, el ejercicio que planteamos en el apartado anterior de ubicar a Verón en ese esquema de presentación es tramposo. En realidad, la definición de mediatización como secuencia de fenómenos mediáticos supone un cambio de nivel de análisis; es, más bien, una perspectiva que trabaja de forma ubi-cua o transversal sobre aquella división arbitraria.

Esto se hace evidente al reflexionar sobre uno de los tópicos centrales de los estudios de mediatización, el de la llamada *mediatización de la política*.

Los estudios pioneros sobre esta cuestión, y las sucesivas actualizaciones que buscaron adaptar el concepto a la era digital, se posicionan en una perspectiva claramente “institucionalista”, que hunde sus raíces en la sociología de la diferenciación social. Para estos estudios, la mediatización de la política es un fenómeno que emerge en la historia de las sociedades occidentales en una etapa ya tardía del funcionamiento de los medios de comunicación como instituciones sociales, por un lado, y de la “política” como un ordenamiento institucional estabilizado, por el otro (Hjarvard, 2008). De allí que las definiciones canónicas al respecto explican cómo, a partir de cierto momento entre las décadas del ‘60 y de los ‘80 del siglo XX según los países, los profesionales de la actividad política institucional debieron adaptarse a ciertas “lógicas” narrativas, expositivas, escénicas creadas e impuestas por

■ La democracia perforada

“los medios” para construir su vínculo con la ciudadanía. No desconozco las variaciones más o menos sofisticadas en que esta perspectiva se fue formulando, pero en general el postulado de base sobre el que se constituyó esta idea de la mediatización de la política fue el siguiente:

El término mediatización denota las concomitancias problemáticas o las consecuencias del desarrollo de los modernos medios de masas. Se distingue de la mediación, que refiere en un sentido neutral a cualquier acto de intervención, transmisión o reconciliación entre diferentes actores, colectivos o instituciones. (...) Hablar de la política moderna como mediada es meramente un enunciado descriptivo. (...) Caracterizar a la política como mediatizada trasciende la mera descripción de los requerimientos del sistema [político]. La política mediatizada es política que ha perdido su autonomía, se ha vuelto dependiente, en sus funciones centrales, de los medios de masas. (Mazzoleni y Schulz, 1999, p. 250)

La mediatización de la política podría definirse como un proceso a largo plazo a través del cual la importancia de los medios de comunicación y sus efectos indirectos en los procesos políticos, las instituciones, las organizaciones y actores ha aumentado. (Strömbäck y Esser, p. 2014)

El problema con estas caracterizaciones es que confunden el efecto adaptativo contingente con el fenómeno que supuestamente estudian. Hacer spots publicitarios en campaña electoral, participar de debates pautados con otros candidatos, conceder entrevistas al periodismo, confeccionar líneas argumentales y/o narrativas que se adapten tiempos limitados de la televisión, cuidar la vestimenta, aprender a controlar los gestos faciales frente a las cámaras: cualquiera de estos típicos indicadores no son la “mediatización de la política” sino su efecto.

De otra manera, la expresión “mediatización de la política” no sólo implica una hipótesis causal errada (el ejercicio externo de presión sobre diversas áreas de la vida social, compelidas a realizar una adaptación forzosa, o forzada) sino que, al hacerlo, cancela una pregunta, necesariamente previa y fundamental: ¿por qué “la política” debe adaptarse a las “lógicas mediáticas”? ¿Qué condiciones sociales convierten a los medios en intermediarios necesarios para la puesta en circulación pública de discursos y para la construcción de espacios de contacto con la ciudadanía? Empezar el problema

■ La democracia perforada

por “los medios” supone un corte arbitrario y abrupto, que ciega el análisis diacrónico. Porque una vez declarados los efectos disruptivos de “los medios” (y particularmente de la televisión, y aún más, de la televisión por cable¹) es necesario preguntarse cómo era la política antes de los medios, y esa pregunta nos lleva a inicios del siglo XX, y luego a mediados del siglo XIX y luego, necesariamente, al menos hasta a la primera mitad del siglo XVIII, cuando no había “medios”, pero sí una nutrida circulación de soportes impresos y manuscritos, de libros y libelos, que, articulados a una cada vez más agitada vida urbana ligada a la revolución industrial en curso en algunas sociedades, le dieron forma a un fenómeno singularmente moderno y genéticamente mediatizado: el espacio público (Habermas, 1962 [1990]; Taylor, 1992; Calhoun, 2013).

Uno de los autores que sí ha tratado esta cuestión previa es Frank Marcinkowski (2014), para quien el concepto de “mediatización” identifica un aspecto del cambio social: “la penetración de la sociedad por la lógica de producción de atención pública practicada por los medios”. En esa línea, considera que la mediatización denota “un tipo especial de relación performativa entre el sistema de medios y otros sistemas sociales, que tratan de obtener acceso al output de los medios: publicidad” (2014, p. 91). Consecuentemente, no son los medios los que disparan el proceso de mediatización; los saltos históricos en este proceso, en cambio, son producidos por las *necesidades contingentes de atención pública de un determinado sistema combinado con su incapacidad para captar la atención pública con sus propios recursos*.

Aquí está planteado, entonces, el nudo central de la cuestión de la mediatización en relación a los sistemas institucionales (y entre ellos, la política): no “los medios” y sus “lógicas” sino la configuración del orden de *lo-público*, cuya infraestructura tecnológico-institucional fue, hasta bien entrado el siglo XX, mediática.

Orden de *lo-público* no es “espacio público”, sino una expresión que intenta adaptar la noción propuesta por Craig Calhoun (2013), quien ofrece el

1. Como lo sintetizó Valdetaro (2007, p. 55) con mucha claridad: “es la televisión el medio que, por excelencia, logra producir un pliegue en el proceso de mediatización tornándolo omnipresente, ubicuo y consonante”.

■ La democracia perforada

concepto de *public-ness* como solución conceptual (en inglés) al conocido problema de las traducciones del vocablo alemán utilizado por Habermas en el trabajo que popularizó el concepto: “*öffentlichkeit*”².

¿Qué aspectos de la problemática de *lo-público* le concierne a la investigación en mediatizaciones? Dos, al menos, que son las que ofrecen un agarre más directo para ligar la cuestión de “los medios” y la de “la política”: en primer lugar, el problema de la infraestructura de la vida pública; y en segundo lugar, el de la institucionalidad que se va configurando en torno a ella.

En relación al primer punto, el orden de *lo-público* se ha materializado de diversas maneras a lo largo de la historia, pero podemos sintetizar esas materializaciones en tres niveles: el nivel de la vida urbana y sus topografías; el nivel de la política institucional y sus espacios reservados para las discusiones sobre aspectos colectivamente vinculantes de la vida colectiva; el nivel de las tecnologías de comunicación.

Calhoun (2013, p. 70) señala que la infraestructura de la vida pública “convierte el potencial normativo abstracto de la comunicación pública en una posibilidad inmanente”, en tanto “delimita los contornos de lo público”. Esto es, establece las condiciones que inciden tanto en el tipo de actores que pueden participar, en las formas que toma esa participación y en las opciones de conexión entre esos actores. La comunicación que se despliega y sucede en el orden de *lo-público* no se configura por elecciones conscientes de los participantes sino como “un subproducto de los arreglos de la organización de las superficies mediáticas y de los medios de comunicación” (Calhoun, 2013, p. 70).

2. Traducido como “esfera pública”, “espacio público” o, peor aún, “opinión pública” (tal como sucede con la edición en español de 1990), “*öffentlichkeit*” es un sustantivo abstracto, que refiere al estado y calidad de las cosas públicas, es decir, de aquellos asuntos, temas, problemas que suceden e interesan fuera del ámbito privado, enraizados en la vida social y relacionados aunque no contenidos por el Estado. Las nociones de “espacio” o “esfera” si bien facilitan un trabajo descriptivo necesario para identificar cómo y en qué lugares esa calidad de “público” se realiza en la vida social urbana, le restan al concepto original la capacidad de abstracción, pues ya en la reconstrucción sociológica habermasiana el término refería a una dinámica red de relaciones que se despliegan en situaciones no-mediatizadas y mediatizadas.

■ La democracia perforada

Desde este punto de vista –y aquí ingresamos el segundo punto señalado– lo que llamamos “la política” estuvo afectada por la configuración *lo-público* al menos desde fines del siglo XVIII, es decir, antes de que se constituyeran los modernos medios de comunicación, antes de que se extendiera la escolarización –y con ella, la alfabetización–, antes de que se estableciera algo similar a un “mercado cultural”, antes de que fuera posible hablar de algo así como un “sistema de medios”. Incluso en aquellos países en los que la “vida pública” se limitaba al intercambio reducido entre élites ilustradas (es el caso de Argentina durante casi todo el siglo XIX), lo escrito impreso fue el medio de la polémica pública, de la pugna de programas políticos.

Aquí se abre una vía para estudiar las *mediatizaciones pre-mediáticas* (es decir, no estructuradas por el sistema de medios) de la política. Luego, es precisamente en relación a ese orden de *lo-público* que a partir del siglo XIX e inicios del siglo XX (con ritmos diferentes según los países) los “medios” empiezan a producir una intermediación –es decir, una intromisión estructural– en las relaciones del sistema político y la ciudadanía, y lo hacen, generalmente, casi al mismo tiempo en que empiezan a intermediar en las relaciones mercantiles, como portadores casi únicos del discurso publicitario (Traversa, 2009)³. Sobre este punto vamos a detenernos en el próximo apartado.

2. La mediatización, para los sistemas institucionales, es un proceso de producción de lo público como entorno

José Luis Fernández ha señalado correctamente que una de las diferencias centrales entre los enfoques europeos y el “latino” de Verón refiere al estatuto de la mediatización en la vida social. Mientras que para Verón la mediatización es un proceso de construcción de la vida social –lo cual, por otra parte, habilita la pluralización del término: la sociedad está hecha de y en mediatizaciones–, para los investigadores europeos se trata de un “fenómeno agregado a la vida social” (Fernández, 2021, p. 48). En el caso de la

3. Es probable que, por esta razón, la historia de la mediatización de la política deba ser ante todo una *historia nacional*, a pesar de que es lógicamente posible construir modelos generales, transnacionales (como los propuestos por Hallin y Mancini en su ya famoso trabajo, 2004).

■ La democracia perforada

mediatización de la política esto supone dos movimientos analíticos que no suelen ser explicitados: en primer lugar, aislar dos fenómenos y delimitarlos (de un lado, “los medios”; del otro “la política”); en segundo lugar, trazar su relación como si uno de los fenómenos ejerciera la presión sistémica sobre el otro. En cambio, si adoptamos la perspectiva de Verón podemos al menos preguntarnos por las relaciones entre “la política” y ciertos fenómenos mediáticos antes de los medios.

Precisamente, el vínculo entre el orden de *lo-público*, la *opinión pública* y los *dispositivos mediáticos* es casi un vínculo genético y está directamente ligado a la emergencia de la figura del “público” no sólo como sujeto sociológico emergente de nuevas modalidades de socialidad (Habermas [1962] 2006, p. 69-70) sino también como un “principio de legitimidad exterior” al sistema político absolutista en la segunda mitad del siglo XVIII (Baker, 1987; Chartier, 1995).

Como forma de intercambio colectivo y visible entre extraños⁴, el orden moderno de *lo-público* es, desde su origen en el siglo XVIII, una configuración mediatizada: esto es, se configura por coexistencia espacio-temporal de individuos que no conviven presencialmente, habilitando por lo tanto la pervivencia temporal de lo que otro modo sería efímero y la trascendencia espacial de lo que otro modo sería ensimismado (Cingolani, 2014). Ese orden está directamente articulado a la circulación de textos -periódicos, revistas- y a la discusión sobre textos -libros, obras de teatro, etc-. Pero sobre todo, está signado por la emergencia de la figura del “público”, que si bien no deja de ser el reverso estilizado de la pertenencia de clase (Fraser, 1997; Chartier, 1995), un colectivo con atributos excluyentes -dotado de una racionalidad, de una moral, de un estilo- no puede reducirse sólo a eso.

En su estudio comparado sobre el surgimiento de la “opinión pública” en Francia e Inglaterra en la segunda mitad del siglo XVII, Keith Baker (1987, p. 42-45), explica que la figura del “público” se consolida en Francia en el

4. Tomamos esta idea de Craig Calhoun, quien sostiene que el orden de *lo-público* (“publicness”) es una forma de compartir “abierto a los extraños”, a personas “que no están conectadas unas con otras por una red de relaciones personales”. *Lo-público* entonces es otra cosa que la familia o la comunidad precisamente porque es una cuestión de “conexiones entre extraños” (Calhoun, 2013, p. 71).

■ La democracia perforada

marco de una “política de la contestación” en los años 1750, que colocaba a la monarquía frente a constantes refutaciones bajo la forma de papeles impresos que circulaban de manera ilegal y clandestina, y que encontraba en un “público letrado una audiencia extraordinaria”.

Sin embargo, el propio Baker destaca que si bien la emergencia de este público está ligada a fenómenos sociológicos complejos tales como los cambios de largo plazo en los niveles de alfabetización, la expansión comercial de la prensa, la transformación burocrática de un orden social particularista en una comunidad nacional más integrada, conviene resistir la tentación de comprender el concepto “simplemente en términos sociológicos”, ya que, tanto desde la perspectiva de los agentes estatales como de los intelectuales que asumían su representación, “el público” se manifestaba como “forma abstracta de autoridad que invocaban los actores de una política de un tipo nuevo con el objetivo de consolidar la legitimidad de las reivindicaciones que no podían ser impuestas ya por un orden absolutista” (Baker, 1987, p. 47).

Es este fundamento histórico el que refiere Luhmann cuando sostiene que, en la conformación de la institucionalidad político estatal, el público es una diferenciación interna del sistema político, y es interesante notar que el sociólogo alemán vincula esta emergencia con la difusión de la prensa escrita: “La prensa fue utilizada [al final del siglo XVIII] para lograr resonancia pública fuertemente ambiciosa en lo político”, ya que lo que en ella se escribía se hacía público (Luhmann, 2000, p. 150). La circularidad del razonamiento revela la insolubilidad entre ese concepto ilustrado de “público” y la prensa escrita⁵. Lo cierto es que, como señala Baker, el modo de acceso o de contacto con esta entidad abstracta (que no se dejaba definir claramente en tér-

5. Un caso de gran interés e ilustrativo de lo que estoy diciendo es el análisis realizado por Paula Alonso sobre la prensa política en la Argentina de fines del siglo XIX. En su estudio de las relaciones entre fuerzas políticas (y no “partidos políticos”) y la prensa política, Alonso explica que: “Librada de las convenciones que limitan a los diarios modernos, [la prensa política] recreaba situaciones, defendía políticas, fomentaba rumores y ridiculizaba al contrincante. En su ejercicio de la difusión del chimento y el anuncio de reuniones los diarios políticos “republicanizaban” la política, convirtiéndola en una cosa “más” pública. La política era, así, en gran medida, arrebataada de los confines de la intimidad del salón, del comité, del banquete y, a veces incluso, de la correspondencia privada, para ser lanzada a la vida pública...” (Alonso, 2010, p. 46). La importancia de este público no radicaba en su número, sino en que introducía un elemento de disputa entre los actores políticos. La integración de un público a la vida política, cualquiera fuese su tamaño, imponía ciertas restricciones a los partidos.

■ La democracia perforada

minos sociológicos o a ser reducido a “un referente social presupuesto entre las clases o los grupos específicos”) fue, desde su origen, “la tecnología de lo impreso” (Baker, 1987, p. 44).

Según señala Nora Rabotnikof (2005) el uso político del adjetivo “público” en los siglos XVII y XVIII irá marcando un cambio en las relaciones de la sociedad y el Estado con los individuos y grupos, y dará lugar a una progresiva diferenciación entre el Estado, la comunidad y el individuo. La autora apunta dos deslizamientos de sentido en el uso de la noción de “público”. Antes en Inglaterra y luego en Francia, el “interés público aparecerá como la voz que desde abajo desafía las pretensiones del gobierno autocrático. A la identificación de lo ‘común’ con un Estado que parece sustraerse a la publicidad (...) le sucederá el paulatino acercamiento de lo público a lo social” (Rabotnikof, 2005, p. 39).

Esto cambió en el siglo XIX. Price (1994, p. 40) explica que los primeros intentos por proporcionar un tratamiento científico social a la opinión pública y por explicar la naturaleza sociológica del “público” se corresponden a la inquietud que tanto sociólogos como psicólogos sociales experimentaron frente a nuevas manifestaciones de conducta colectiva que fueron tipificadas a fines del siglo XIX: multitudes espontáneas, huelgas, manifestaciones masivas y disturbios.

Se trata, en síntesis, de los procesos de cambio que Ferry (1989, p. 17) ha denominado “el advenimiento de la cantidad”: el avance de los sectores populares en la vida política y la consolidación de las democracias de masas. En lo que a nuestro interés refiere, la consecuencia capital de este proceso fue la mutación sociológica que se intensifica, o más bien se asienta, por el advenimiento de la “sociedad de los medios un siglo después del de la sociedad de masas” (Ferry, 1989, p. 19).

La expansión mediática del orden de *lo-público*, que comenzó en el siglo XIX y se profundizó a lo largo del siglo XX, no sólo implicó la irrupción de la racionalidad comercial, del entretenimiento impregnando y diluyendo los límites normativos con que había sido concebido (o reconstruido) el espacio público clásico, con sus umbrales morales intrínsecos y sus temas prioritarios. Consolidó, al mismo tiempo, el protagonismo del periodismo porque le abrió un

■ La democracia perforada

espacio de “representación” fáctica del “público”. Los estudios sobre mediatización de la política, no casualmente, proliferaron con este escenario de fondo. Eso explica que la caracterización del fenómeno en sociedades post-industriales con régimen democrático se caracterizara como un asunto de interfaz entre lo político y la información (Verón, 2001), en la que el privilegio del contacto directo con el público de espectadores (lectores, oyentes: consumidores y ciudadanos) estuviera en manos del periodismo (Verón, 2001, p. 50). El contacto de los políticos con esos espectadores se realizaba, en ese marco, vía la regulación institucional de las reglas periodísticas.

Las instituciones mediáticas, y el periodismo en particular, mantienen un privilegio en la administración de la dinámica de ese espacio público mediatizado. *O al menos, lo mantuvieron hasta que, con el desarrollo y consolidación de las plataformas con base en Internet, se fue configurando un espacio supra-mediático, en la que la intermediación de las instituciones de medios coexiste con nuevas mediaciones y con la posibilidad cierta de desintermediación para el contacto con los públicos.* El complejo interconectado e interoperable (van Dijk, 2016) de plataformas de tipo SNS (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Tik-Tok, a la que podemos agregar WhatsApp) no son un nuevo “sistema de medios” (tal como lo plantea Carlón, 2020). Son, en cierta medida, un remedo de la ciudad, “contextos sociales de época” (Fernández, 2021, p. 62), en las que coexisten instituciones de gobierno, partidos políticos, organizaciones sociales, colectivo culturales, empresas de servicios públicos, emprendimientos comerciales, una variedad de “influencers”.

Uno de los efectos de la era de las plataformas digitales –y particularmente de las de tipo SNS– es que toda esa sociabilidad fluida y polimorfa (Weintraub, 1997) encontró de repente una superficie de inscripción mediática y pública, autónoma respecto de los filtrados institucionales previos. Al habilitar no sólo su mediatización sino su visibilidad pública, las plataformas sociales digitales han generado dos efectos simultáneos:

- En el nivel horizontal, multiplicaron la posibilidad de crear escenas públicas, que tanto suponen la capacidad de articulación política colectiva como la producción de escenarios de aparición. Las plataformas brindan a los individuos y a los colectivos las condiciones necesarias para una interacción que supone la presencia (real o imaginaria) del pú-

■ La democracia perforada

blico como una dimensión pertinente de su propia actividad. Esto en ningún caso anula las asimetrías preexistentes; de hecho, la mediación de las organizaciones de medios sigue siendo necesaria, pero sí debilita el monopolio de la intermediación pública que los medios detentaron hasta hace un lustro.

- En el nivel vertical, las plataformas digitales y las interacciones que allí se registran han quedado disponibles para ser observadas por las organizaciones políticas y mediáticas como variantes *ad-hoc* de la opinión pública. Ciertamente es que los propios medios intervienen en las redes y quedan de facto incorporados a una interacción en la que se mezclan actores cuyo estatuto social es heterogéneo; y que lo hacen, entre otras razones, por necesidad, en tanto el propio consumo de información y entretenimiento se ha reconfigurado afectando tanto las lógicas de producción cuanto la circulación de noticias. El estatuto de las plataformas digitales en este juego de interacciones es doble. Por una parte, operan como superficies de sociabilidad. Por otra parte, una vez que se convirtieron en orientadoras sospechosas del tráfico de noticias, ese estatuto se desdobló: en relación a los usuarios, asumieron funciones propias de un editor; en relación a las empresas de medios, se convirtieron en competidores con capacidad de regulación unilateral.

Frente a este panorama, creo que es claro por qué sostengo que “la política” (el entramado de instituciones, prácticas y actores de lo que llamamos “sistema político”) no se mediatiza; lo que sucede es que se transforma la infraestructura y por ende las condiciones de producción de *lo-público*, las condiciones en las que el propio sistema político debe relacionarse con la ciudadanía, las condiciones en las que la ciudadanía puede relacionarse con el sistema político, y el propio rol o función de esas instituciones intermediarias que fueron los medios. Si “los medios” ofrecieron a los demás sistemas una solución probable a la dificultad para lograr atención pública en un determinado momento histórico, no es porque ellos tuvieran solucionado ese aspecto definitivamente, sino porque su institucionalidad se asentó sobre la administración de dispositivos tecnológicos que producen *lo público* como entorno y conectan con el público como destinatario genérico de los discursos. Por eso, también los medios están aquejados por la presencia de *lo-público* como lo inaprensible del entorno (ya volveremos sobre esta defini-

ción). A su vez -y esto es lo más importante- el enorme salto tecnológico que sintetizamos bajo el rótulo de “Internet” vino a transformar la infraestructura de lo público y la institucionalidad allí dominante. Los propios medios son afectados por esta transformación de múltiples maneras. Una de ellas es la dilución de su poder intermediario en un nuevo ecosistema mediático que José Luis Fernández (2021) llama “post-broadcasting”.

3. Mediatización y el problema de las ecologías no naturales

Entonces, mi planteo puede sintetizarse de esta manera: lo que las mediatizaciones –al menos desde el siglo XVIII- han transformado es la estructuración de lo-público. Según Luhmann, “lo público” (que en su teorización, integra espacio público y opinión pública) surge de una diferenciación interna del sistema político en el siglo XVIII (2009, p. 308). Pero, como tal, no constituye un “sistema”, sino un límite interno. Por un lado, ningún sistema puede ir más allá de sus límites. Por el otro, debe reconocer un lado externo, ya que de otra manera no podría experimentar los límites como límites, no podría reconocerse como unidad diferenciada ni sus operaciones como propias.

Lo público se ubica entonces en los límites externos de los subsistemas sociales, pero en el límite interno al sistema sociedad. En este sentido, se trata de un concepto que describe “el lado inaccesible del otro”, la dificultad para aprehender qué es lo que hay del otro lado y para controlar los efectos de las operaciones del sistema en el entorno, desde donde, sin embargo, perciben estímulos. En rigor, los límites del sistema no pueden ser transgredidos desde el punto de vista operativo, pero cada sistema reflexiona sobre ese hecho, es decir, reflexiona sobre el entorno. Cuando el sistema reflexiona que desde fuera es observado, sin que pueda constatar cómo y quién, se aprehende él mismo como observable en el medio de lo público (Luhmann, 2009, p. 350). En el nivel de los funcionamientos institucionales -que es el nivel de la política- la mediatización introduce el problema de las relaciones entre el sistema y sus entornos.

Al retirar la reflexión sobre lo-público del campo semántico de la política, Luhmann trabaja sobre un concepto aplicable a todos los sistemas de fun-

■ La democracia perforada

ciones de la sociedad: “el mercado sería entonces el entorno interno económico de las empresas e interacciones de la economía; la opinión pública, el entorno interno político de las organizaciones e interacciones políticas” (2000, p. 149). Si “el público” encuentra su lugar en la topografía social como diferenciación interna del sistema político, “lo público” expresa más bien la dificultad para aprehender qué es lo que hay del otro lado y para controlar los efectos de las operaciones del sistema en el entorno.

En este punto podemos asumir que la mediatización puede abordarse como un problema ecológico. Pero no necesariamente tal y como lo plantea la llamada “ecología de los medios” (Scolari, 2015), sino en los términos de la llamada “ecología general” (Espósito, 2017); esto es, como la reflexión sobre la diferencia sistema/entorno y sus transformaciones.

La diferencia entre una y otra perspectiva es, precisamente, epistemológica. Para la ecología de los medios, *lo ecológico es una aplicación metafórica*. Así, por un lado, habría una metafórica “ambiental”, para la cual “las tecnologías -en este caso, las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales- generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan” (Scolari, 2015, p.28). Así, “los medios” crean un ambiente que rodea al sujeto y modela su percepción y cognición. En esta dimensión, la mediatización es tratada desde la perspectiva del actor, desde cuya experiencia “los medios” son “ambientes”.

La segunda metáfora es “intermedial”. En esta interpretación “los medios de comunicación son como ‘especies’ que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí (Scolari, 2015, p. 30). Esta dimensión es la que retoma Fernández (2021, p. 63) cuando habla de los “ecosistemas” como “ambientes (contextos) en los que se desenvuelve la vida social”, y que pueden configurarse en diversas escalas: macro (relaciones entre diversos medios y plataformas de tipo broadcasting y networking), meso (el funcionamiento intra-plataforma) y micro (ambientes de usuario).

Para la ecología general, sin embargo, no se trata de describir ambientes sino de reflexionar sobre la relación entre sistemas y entornos. El entorno no es una referencia fija (no es un ambiente), sino es una referencia multifacética y flexible que cambia según la manera en que es observado y con

■ La democracia perforada

la perspectiva del observador (Espósito, 2017). El entorno, entonces “es un problema”, es decir, es un desafío cognitivo y, en consecuencia, un desafío “semiótico”.

En un caso, se plantea el problema de conocer y de observar a los entornos; en el otro, el problema de cómo resolver, en la superficie de la interfaz, la puesta en discurso, la construcción de una escena de comunicación con ese otro lado.

Que el entorno es un problema “cognitivo” queda de manifiesto por lo que Fisher y Mehozay (2019) caracterizan como pasaje de una “episteme científica” a una “episteme algorítmica”, esto es, por las formas predominantes según las cuales los sistemas mediáticos “miran”, “observan”, “conocen” a sus audiencias. Así, mientras la “episteme científica” -característica de la era de los medios masivos- se construyó sobre la base de la teoría social, la investigación empírica y el diseño muestral, ella desarrolló una concepción atributiva del individuo, que podía ser asignado a una categoría caracterizada social y culturalmente. La episteme algorítmica se nutre de las características socio-técnicas de las plataformas con base en Internet: a) la capacidad para monitorear los datos de uso a nivel individual; b) la inter-operatividad de las plataformas; c) el uso de algoritmos como tecnología de detección de patrones. Lo que resulta de esto ya no es una audiencia ordenada por categorías socio-demográficas sino un “yo-cuantificado”, y la reducción del comportamiento a la objetivación que resulta de sus huellas digitales.

Que ese problema cognitivo tiene un correlato semiótico lo han mostrado claramente Gastón Cingolani (2019) en su análisis de las operaciones enunciativas de los sistemas de recomendación, y José Luis Fernández (2021) en su estudio sobre la dimensión enunciativa de las interfaces de plataformas digitales. Cingolani, por caso, ha mostrado con claridad cómo la clasificación de los diversos tipos de sistemas de recomendación tiene un correlato enunciativo, una puesta en discurso:

En estos sitios, la enunciación es adaptativa a los planes de los usuarios, y no a la inversa, y por lo tanto operan como recomendadores, sean máquinas o humanos. Pero en cualquier caso, la puesta en discurso requiere marcas de la enunciación de juicios de gusto: es decir, no admiten en simultáneo operacio-

■ La democracia perforada

nes que remitan a un origen genérico y a una destinación inespecífica, abierta: su origen o su destinación presentan marcas de la individualidad enunciada (Cingolani, 2019, p.10)

Lo que sea que suceda tras la superficie mediática de las interfaces de las plataformas debe resolverse, en superficie, proponiendo algún tipo de vínculo. Puesto en términos semióticos: si hay contacto, hay interpretante; y si hay interpretantes, hay un desafío enunciativo, una escena de comunicación que debe desplegarse.

Correlativamente, uno de los problemas que aborda la ecología general es el de los bordes y el control. ¿Cómo regular la relación entre el adentro y el afuera? ¿Qué tipo de contactos pueden existir entre los dos lados del límite? Desde ese punto de vista, las plataformas digitales, vinieron a multiplicar la pregunta que moviliza a todo sistema social (político, de medios, empresas): ¿qué hay del otro lado? En las plataformas los “medios” pueden observar cómo los “sistemas socio-individuales” observan (a la sociedad, a un fragmento de la realidad, a otros sistemas “socio-individuales” e incluso a sí mismos) y cómo los observan a ellos.

Reflexión final

A lo largo de este ensayo intenté fundamentar la posición cognitiva anunciada en el título. Busqué discutir contra la imputación causal contenida en la expresión *mediatización de la política* con el propósito de construir una reflexión mejor adaptada, a mi entender, para el análisis de las manifestaciones contemporáneas de este fenómeno.

Mi planteo de base es sencillo: adoptando la perspectiva de la mediatización propuesta por Eliseo Verón en su libro *La Semiosis Social II* (2013), que trabaja conceptualmente el término *mediatización* a partir de la noción de fenómenos mediáticos y no del de “medios”, es posible estudiar la mediatización “de la” política no como una adaptación forzada de los políticos a las lógicas mediáticas sino como la transformación de las condiciones en las que “la política” debe intervenir en el orden de *lo-público*. Que la vía regia

■ La democracia perforada

de contacto con ese orden hayan sido, por mucho tiempo, los medios de comunicación ha probado ser una contingencia histórica. Las mediatizaciones contemporáneas muestran que “los medios” no son ya los únicos actores institucionales con capacidad de producir *publicidad*.

Los estudios sobre mediatización de la política insistieron durante largo tiempo en una perspectiva crítica sobre “los medios”, subrayando las transformaciones negativas que implicaban para el funcionamiento de “la política”. Sin embargo, los medios fueron, también, una solución: una variante políticamente efectiva, aunque estadísticamente no representativa de la opinión pública, y en ese sentido, un prisma privilegiado de auto-observación del sistema político, porque devolvían (y lo hacen aún) una mirada exterior que se supone también efectiva sobre los individuos. De modo que, para el sistema político, durante mucho tiempo los medios pudieron “resolver” dos problemas de observación: resultaban una comunicación hecha pública que podía tomarse como un indicador demoscópico, pues en ella se presuponía la expresión de una opinión pública.

Las plataformas como Twitter, Facebook, Instagram (y otras que, en el futuro, puedan tomar su relevo) vinieron a desorganizar ese esquema, especialmente si las consideramos en su labor de puesta en circulación, o de recirculación y redireccionamiento, de información pública relevante para la vida comunitaria. Por varias razones, una de ellas central: hasta ahora, pese a la creencia contraria, era realmente opaco cómo otros sistemas sociales (y, principalmente, los sistemas socio-individuales) reaccionaban ante los discursos mediáticos.

Las plataformas sociales digitales devuelven -en tiempo real y con expresiones individualizadas- un momento del funcionamiento de ese “entorno de lo público”. Individuos observando individuos que a su vez observan instituciones y se auto-observan. ¿Hay allí un sistema, equivalente a lo que llamamos “sistema de medios”? Ya afirmamos que no, aunque esa confusión se justifica porque también en las plataformas se construye “actualidad”, en tanto realidad colectiva en devenir. Además, las plataformas configuran un universo mediático heterogéneo, desbordante. Y son un lugar de realización de observación de segundo orden: son un lugar donde los observadores observan observaciones. Así, por ejemplo, en cualquiera de las plataformas

■ La democracia perforada

de tipo red social (extremadamente diversas entre sí, pero interoperables) lo que sucede en “los medios” es tomado como acontecimiento, así como lo que sucede en otra plataforma puede convertirse en tema y acontecimiento en las conversaciones que suceden en la otra.

¿Cómo integrar, conceptualmente, el trabajo de administración algorítmica de las plataformas con la intensa actividad de miles y millones de individuos, de estatuto muy desigual y variado, que cotidianamente constituyen esferas públicas de tamaño e intensidad desigual? En las plataformas mediáticas que llamamos “redes sociales”, el ordenamiento del estatuto de los actores que intervienen es un problema de mediatización, pues involucra las interacciones institucionales clásicas, la emergencia de operaciones discursivas nuevas para producir atención pública, instancias de comunicación inéditas en la era broadcasting, pero también sistemas de intercambio mediatizados entre instituciones e individuos y entre individuos entre sí, que pueden ser condicionantes para la propia actividad política, así como también para los medios.

Podemos aceptar que la vida en plataformas produce un sucedáneo del tipo de realidad social que, en la era previa, construyeron los medios de masas. Las plataformas funcionan como supra-espacios mediáticos en los que se despliega la vida colectiva. Allí, además, las instituciones de medios coexisten como una voz más con discursos de muy diverso estatuto: individuos, instituciones, organizaciones sociales, empresas, dirigentes políticos. En ese sentido, la vida en plataformas se nos aparece como la materialización más compleja de lo público como entorno de los sistemas sociales (incluidos los sistemas socio-individuales) que haya conocido la humanidad ■

Referencias bibliográficas

Alonso, P. (2010). *Jardines secretos, legitimaciones públicas. El Partido Autonomista Nacional y la política argentina de fines del siglo XIX*. Buenos Aires: Edhasa.

Baker, K.M. (1987). *Politique et opinion publique sous l'Ancien Régime. Annales. Economies, Sociétés, Civilisations*, 1, 41-71.

■ La democracia perforada

Calhoun, C. (2013). *The problematic Public: revisiting Dewey, Arendt and Habermas*. The Tanner Lectures on Human Values: University of Michigan. <https://calhoun.faculty.asu.edu/sites/default/files/publications/articles/theproblematicpublic.pdf>

Carlón, M. (2020). Tras los pasos de Verón... Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea. *Galaxia*, 43, 5-25. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532020146718>

Chartier, R. (1995). Espacio público y opinión pública. En *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII*, pp. 33-50. Barcelona: Gedisa.

Cingolani, G. (2014). ¿Qué se transforma cuando hay mediatización? En F. Rovetto y M.C. Reviglio, *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*, pp. 11-23. Rosario: UNR Editora. <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/76/estado-actual-de-las-investigaciones-sobre-mediatizaciones>

Cingolani, G. (2019). Sistemas de recomendación. Mediatizaciones con rebordes enunciativos de los juicios de gusto. *Actas del X Congreso Argentino y V Congreso Internacional de Semiótica*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/116348>

Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge: Polity Press.

Darnton, R. (2003). Una de las primeras sociedades informadas: las novedades y los medios de comunicación en París en el siglo XVIII. En *El coloquio de los lectores. Ensayos sobre autores, manuscritos, editores y lectores*, pp. 371-430. México DF: Fondo de Cultura Económica.

Espósito, E. (2017). An ecology of differences. Communication, the Web and the question of the borders. En E. Hörl (ed.), *General Ecology. The new ecological paradigm*, pp. 285-301. Londres: Bloomsbury Academics.

Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Buenos Aires: La Crujía.

■ La democracia perforada

Fernández, M. (2019). De los medios a los fenómenos mediáticos: el despliegue del concepto de “mediatización” en la obra de Eliseo Verón. *De Signis*, 29, 167-176. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i29p167-176>

Ferry, J. [1989] (1998). *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa

Fisher, E. y Mahozay, Y. (2019). How algorithms see their audience: media epistemes and the changing conception of the individual. *Media, Culture and Society*, 41(8), 1176-1191. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443719831598?journalCode=mcsa>

Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 25/26, 56-80. <https://doi.org/10.2307/466240>

Habermas, J. ([1962] 2006). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

Habermas, J. (2005). *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Madrid: Trotta.

Hallin, D. y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hepp, A., Couldry, N. y Hjarvard, S. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37(2), 314-324. <https://doi.org/10.1177/0163443715573835>

Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29(2), 105-134. https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/269_hjarvard.pdf

Hjarvard, S. (2013). *A midiatização da cultura e da sociedade*. Sao Leopoldo: UNISINOS.

Luhmann, N (2008). *La política como sistema*. México: Universidad Iberoamericana.

■ La democracia perforada

Marcinkowski, F. (2014). Mediatization of politics: reflections on the state of the concept. *Javnost-The public*, 21(2), 5-21. <https://doi.org/10.1080/13183222.2014.11009142>

Mazzoleni, G. y Schulz, W. (1999). 'Mediatization' of politics: a challenge for democracy? *Political Communication*, 16. 247-261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>

Rabotnikof, N. (2005). *En busca de un lugar común*. México DF: UNAM.

Taylor, C. (1992). *Modernity and the Rise of the Public Sphere*. The Tanner Lectures on Human Values: Stanford University.

Valdettaro, S. (2007). Medios, actualidad, mediatización. *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, (123). Bs. As.: Biblioteca del Congreso. <https://bcn.gob.ar/uploads/Boletin-123.pdf>

Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.

Verón, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

Verón, E. (2014). Mediatization theory: a semio-anthropological perspective. En K. Lundby (ed.), *Mediatization of communication*, pp. 163-172. Berlín: De Gruyter.

Williams, R. ([1981] 1992). Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales. En R. Williams (ed.), *Historia de la comunicación*. Vol. 2: *De la imprenta a nuestros días*, pp. 181-210 Barcelona: Bosch Editorial.