

# Los medios repensados: el extrañamiento de los objetos

**LUIS IGNACIO SIERRA**  
Mediatización de segundo orden:  
anotaciones para una epistemología de los procesos mediáticos

**GUILLERMO SUNKEL**  
La construcción narrativa del escándalo político en la  
prensa chilena

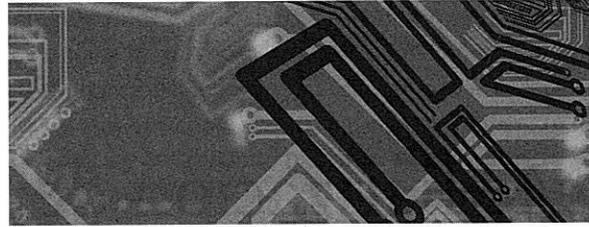
**MARIO MORALES**  
Tendencias y debates actuales en el periodismo digital

**JAVIER CALLEJO**  
Consumo cultural, televisión y espacio local:  
una aproximación empírica

**CARMEN PEÑAFIEL, AINHOA FERNÁNDEZ Y NEREIDA LÓPEZ**  
La televisión ya no es la que era... Una perspectiva desde España

**SERGIO RONCALLO**  
El video(arte) o el grado Lego de la imagen

**ALCIDES VELÁSQUEZ**  
AnaLitex: una herramienta gráfica para el análisis literario



## Mediatización de segundo orden: anotaciones para una epistemología de los procesos mediáticos

Este texto pretende reflexionar y evidenciar las condiciones de posibilidad operatoria de los procesos mediáticos como *locus* privilegiado de mediación y mediatización de sentido, donde se articulan en complejidad la constitución de la sociabilidad con los fenómenos contemporáneos de la cultura, de la tecnología y del poder. Nos preguntamos cuál es la exclusividad que interesa al campo de los medios y cuál es su particularidad. El ejercicio de esta comprensión será hecho a partir del horizonte referencial de un doble enganche teórico convergente para una *nueva teoría de los medios*: por un lado, la nueva sistémica luhmaniana, y, por el otro, la teoría de los campos sociales en relación con la sociología comprensiva de la vida cotidiana, dentro de la tendencia de una fenomenología social. La pretensión es contribuir al desarrollo de una epistemología de los procesos mediáticos, procurando dilucidar los ejes de reflexividad y de producción de conocimiento específicos de ellos, a partir del desentrañamiento de su estructura constitutiva.

**Palabras clave:** Procesos mediáticos, medios, mediatización, mediación, sistema, comunicación, technointeracción, discursividad, dispositivo, epistemología, cultura.

**Recepción:** 2 de mayo de 2005

**Aceptación:** 28 de julio de 2005

## Second-order mediatization: comments on the development of an epistemology of mediatic processes

This article aims at reflecting on and showing the conditions for employing media processes as a privileged 'locus' of mediation and mediatization of meaning, whereby sociability and contemporary phenomena, such as culture, technology and power, are articulated in complexity. The author wonders what the exclusive and particular issues that draw the attention of media experts are. In order to understand these issues, an exercise is done from the perspective of a double convergent theoretical bond for a 'new theory of media': on the one hand, the new Luhmanian systemics and, on the other, the theory of social fields in relation to the comprehensive sociology of daily life, within the framework of social phenomenology. The aim is to contribute to the development of an epistemology of mediatic processes by trying to explain their axes of reflexivity and production of specific knowledge, through in-depth research on their constituent structure.

**Keywords:** Mediatic processes, media, mediation, mediatization, system, communication, techno-interaction, discursivity, device, epistemology, culture.

**Submission date:** May 2<sup>nd</sup> 2005

**Acceptance date:** July 28<sup>th</sup> 2005

.....  
\* Luis Ignacio Sierra Gutiérrez es Candidato al Doctorado en Comunicación en el Programa de Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la Universidade do Vale do Rio de los Sinos (Unisinos), São Leopoldo, R. S., Brasil. Magíster en Comunicación de la Université Catholique de Louvain-la-Neuve, Bélgica. Profesor asociado del Departamento de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: veisa3@hotmail.com. El presente trabajo hace parte de su investigación de doctorado en la Unisinos. El autor agradece los comentarios del profesor Antônio Fausto Neto y del profesor Adair Tesche sobre una versión preliminar de este texto.

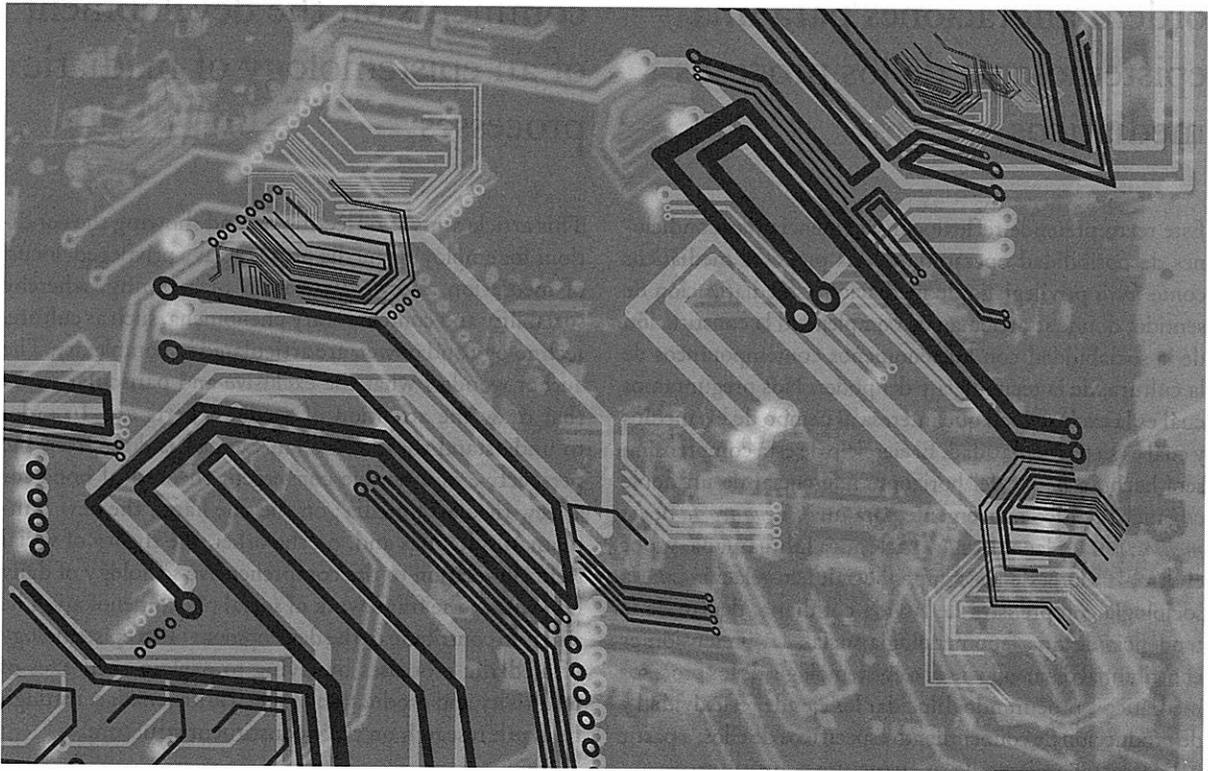
LUIS IGNACIO SIERRA

TRADUCCIÓN DE PORTUGUÉS A ESPAÑOL

EMMA CRISTINA MONTAÑA\*\*

# Mediatización de segundo orden:

anotaciones para una epistemología de los procesos mediáticos



En las sociedades modernas, el reconocimiento y la credibilidad garantizados por los medios no son temas recientes; provienen de la época en que surgió la comunicación de masas, especialmente la creación y circulación masiva de periódicos en el siglo XIX, el nacimiento de la difusión por ondas en el siglo XX y el desarrollo de la difusión televisiva en las décadas de los cuarenta y de los cincuenta, hechos que tuvieron ya en esos tiempos una profunda repercusión en el tipo de experiencia y en los patrones de interacción social. Si quisiéramos comprender la modernidad, tendríamos que atribuir una importancia creciente al desarrollo

\*\*\* Profesora asistente del Departamento de Lenguas, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

de los medios (Correia, 2004b, p. 33). Así es como el conocimiento de los hechos que acontecen hoy más allá de nuestro medio social inmediato se deriva, en gran parte, de nuestra recepción credibilizada de las formas simbólicas mediadas por los medios.

Históricamente, la reflexión académica ha centrado muchas investigaciones en el fenómeno mediático y ha observado, la mayoría de las veces, sólo uno de sus aspectos, como la producción, la difusión o a la recepción, de manera casi exclusiva y polarizada, razón por la cual son, de cierta forma, pocas las reflexiones que hoy intentan articular de manera global los procesos mediáticos en su fundamentación epistémica de totalidad. En consecuencia, parece cada vez más necesario articular la experiencia con la conciencia, el hacer con el pensar, y poner frente a frente sujeto y objeto de la investigación: "Si por un lado la reflexión teórica puede dar consistencia y sentido crítico a la actividad práctica, por el otro la presencia de la experiencia práctica y el diálogo entre medios/mercado y academia puede oxigenar el pensamiento comunicacional" (Mendes de Barros, 2003, p. 232).

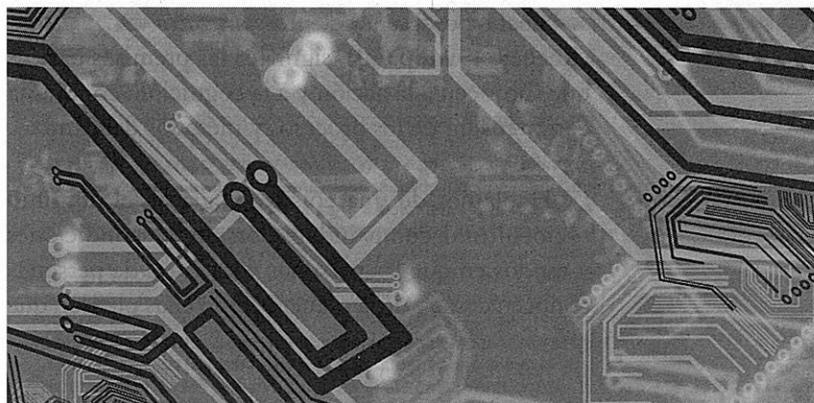
Este texto tiene como objetivo desarrollar un ejercicio epistemológico de reflexión comprensiva aplicado a los procesos mediáticos, que vaya más allá de los estudios tradicionales de contenido y efectos, que supere la fragmentación de sus partes y que apunte más hacia su compleja dinámica interna de construcción de sentido de la realidad, en las relaciones e interconexiones de sus componentes. Así, el artículo asume la orientación mencionada por Gomes, según la cual "la totalidad de los procesos mediáticos no está formada por su estructura en sí, sino por los patrones de interconexiones que ellos construyen con la sociedad al interactuar con ella para la construcción de sentido" (2004, p. 33).

La pretensión es contribuir al desarrollo de una epistemología de los procesos mediáticos, procurando elucidar sus ejes de reflexividad y de producción de conocimiento específicos a partir del descubrimiento de su estructura constitutiva. En otras palabras, se busca evidenciar las condiciones de posibilidad operatoria de tales procesos como *locus* privilegiado de mediación y mediatización de sentido, donde se articulan en complejidad la constitución de la

sociabilidad con los fenómenos contemporáneos de la cultura, la tecnología y el poder. En suma, nos preguntamos cuál es la exclusividad que interesa al campo de los medios y cuál es su particularidad. Por lo tanto, el ejercicio de esta comprensión se hará a partir del horizonte referencial de un doble enganche teórico convergente para una *nueva teoría de los medios*: por un lado, la nueva sistémica luhmaniana, inspirada en la cibernética de segundo orden (Wiener, Bateson, Von Foerster, Keeney), y, por el otro, la teoría de los campos sociales en relación con la sociología comprensiva de la vida cotidiana (Schutz, Berger y Luckmann), dentro de la tendencia de una fenomenología social.

## Una perspectiva mediática de segundo orden

Al asumir como punto de partida el enraizamiento etimológico de la noción *proceso*,<sup>1</sup> el cual implica una secuencia dinámica de acciones o cambios interrelacionados, usamos como telón de fondo de esta reflexión algunos conceptos inspirados en la *epistemología cibernética de segundo orden* y la nueva teoría luhmaniana de los sistemas, de los cuales cabe hacer más adelante una reflexión epistémica en el marco de nuestro interés, los procesos mediáticos.

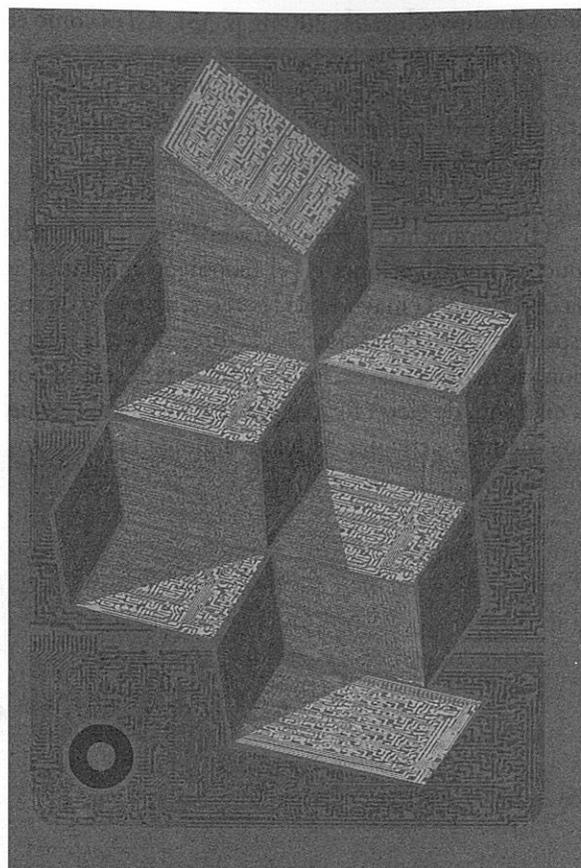


1 Cfr. el término *proceso* en el *Diccionario Houaiss de Lengua Portuguesa*, "se trata de una acción continuada, realización continua por prolongación de alguna actividad. Secuencia continua de hechos u operaciones que muestran cierta unidad y que se reproducen con cierta regularidad. Andanza, marcha, modo de hacer alguna cosa" (2001, p. 2303).

En este sentido, el objetivo esencial excluye de entrada la posibilidad hegemonzadora de una epistemología lineal y se centra primordialmente en procurar una epistemología que incluya al observador en sus observaciones, es decir, que incluya a quien se ocupa de reflexionar sobre los medios en la realidad misma de los medios y su interacción simbólica con la sociedad. En un contexto amplio de comprensión, se puede decir que las contribuciones significativas de Wiener, Bateson, Von Foerster y Keeney en el campo de la cibernética; la antropología y la psicoterapia, con respecto a la perspectiva de la nueva teoría sistémica de Luhmann, y las contribuciones de una nueva sociología constructivista del conocimiento, inspiradas en Schutz, Berger y Luckmann, configuran para nosotros el nuevo marco de comprensión epistémica de las condiciones de producción de conocimiento sobre los procesos mediáticos.

Para la mayoría de los científicos de hoy es indiscutible que una de las fuentes principales de irrigación de las transformaciones epistemológicas en la construcción contemporánea de conocimiento relevante en el ámbito social es la moderna *ciencia cibernética*. El campo de la cibernética se ha convertido en el principal marco de referencia para el estudio de las cuestiones epistemológicas. La *cibernética* se entiende como la “ciencia general de la pauta y la organización”, “el mundo de los procesos recursivos”, pero, siendo más precisos, en el sentido aquí empleado y articulado por Keeney de una *epistemología cibernética* (Keeney, 1994, p. 20), significa las premisas básicas que subyacen a la acción y a la cognición, como una comprensión de los procesos y métodos del cambio.

Hablamos de una epistemología en el dominio sociocultural como indagación de las condiciones y modos en que las personas y sistemas de personas conocen cosas y de la manera como ellas piensan que



conocen las cosas. Hablamos de una epistemología llamada *recurrente-sistémica-circular o cibernética* (Keeney, 1994, p. 28).<sup>2</sup> En contraposición a una epistemología lineal tradicional, reduccionista y anticontextual, la *epistemología cibernética* acentúa la relación, los sistemas totales, la ecología, y es coherente con la interrelación, la complejidad y el contexto. Se trata, como la llama Keeney, de una *epistemología alternativa o recursiva*, en la cual el observador es parte dinámica del proceso de evolución, cambio y aprendizaje.

En este sentido, es necesario destacar la importante contribución del pensamiento de G. Spencer-Brown, referida por Keeney (1994), en cuanto a que el acto básico de la epistemología es la creación de una *diferencia o distinción* establecida por un observador, dentro de una dinámica de circularidad y recreación de las pautas de la experiencia, que puede engendrar infinitos universos posibles. Bateson ya se había manifestado en el mismo sentido, al referirse al

.....

2 El texto citado de Keeney aplica la epistemología cibernética o ecosistémica al contexto de la psicoterapia familiar, en la cual se hace una revisión radical del concepto de cambio. Una epistemología convencional tipo lineal progresiva, de relación causa-efecto, no logra dar cuenta de la reciprocidad de las causas; se necesita entonces una epistemología cibernética para mostrar la naturaleza sistémica y paradójica de la experiencia, para lo cual se apoya en las concepciones visionarias de Bateson y Von Foerster.

mundo del proceso mental, inspirado en los aportes de Jung, donde contrapone el mundo del *pleroma* —el mundo inanimado descrito por la física, que en sí mismo no contiene distinciones—, al mundo de la *criatura* —donde sólo puede existir la posibilidad del lenguaje y los fenómenos son gobernados por la diferencia, la distinción y la información— (Bateson y Bateson, 2000).

La cuestión focaliza la tarea principal de la epistemología en la elucidación del modo de conocer y establecer diferencias y demarcaciones de otro sistema. Este elemento autorreferencial genera *epistemologías recursivas* que van a indagar en niveles cada vez más altos. Dentro de este enfoque, la distinción es establecida por un observador para otro observador que puede ser él mismo. En consecuencia, conocer un mundo implica siempre conocer un contexto social integrado mínimamente por dos sistemas de observación.<sup>3</sup>

Por lo tanto, sería necesario situar la fundamentación sistémico-cibernética de los procesos mediáticos en el orden superior del proceso de una *cibernética de segundo orden*, fundamentada en modelos recursivos y caracterizada por las nociones de autorreferencia, participación, autonomía, circularidad, recursividad, y por nociones correlacionadas como demarcación e interdependencia con respecto a otros sistemas.

En ese sentido, al hablar de epistemología de los procesos mediáticos, por la propuesta implica asumir como eje central articulador de reflexividad problematizadora la perspectiva de un *ecosistema eidético*, esto es, en cuanto flujo dinámico de acciones, distorsiones y resistencias socioculturales ocurridas de modo complejo en la interacción del sistema mediático con el sistema social. Más allá de un énfasis no aislado en el sistema jurídico-político de los medios, en el sistema tecnológico o en el sistema profesional de producción, circulación, recepción, usos o consumo con indicios de pretensiones hegemónicas, se trata de percibir las relaciones dinámicas integradas por todos ellos y sus tensiones con la interacción social, así como problematizar aquellas nociones más amplias que los sobrepasan y que sobredeterminan lo que allí se hace.

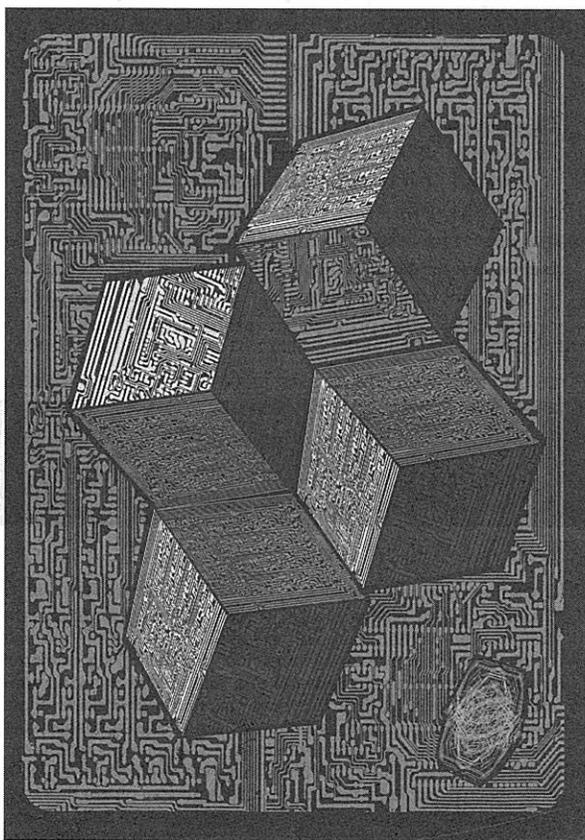
En una perspectiva *ecosistémica* mediática, las nociones clave de *sistema*, *ambiente* y *sentido* son de vital importancia, por cuanto permiten percibir los diferentes dinamismos y contraposiciones de los medios y su interacción con el medio, la sociedad. Desde la óptica desarrollada por Correia (2004a), se asume con Luhmann que la sociedad es pura comunicación y toda la comunicación es sociedad. Al estar completamente autocontenida, la comunicación no puede ser afectada por nada que exista fuera de ella. La sociedad es el universo de todas las comunicaciones posibles. Luhmann confirió un papel especial a los conceptos *autopoiesis* y *encerramiento operacional*, al fundar una teoría de la sociedad moderna basada en la diferenciación funcional entre sistemas sociales autónomos. De este modo procedió a romper con las formas tradicionales de diferenciaciones basadas en la relación entre sistema y medio ambiente:

La teoría de los sistemas auto-referenciales afirma que los sistemas sólo pueden diferenciarse por referencia a sí mismos [...] al constituir sus elementos y operaciones elementales. Para hacer eso posible, los sistemas tienen que crear una descripción de sí mismos; tienen, por lo menos, que ser capaces de usar la diferencia entre sistema y medio ambiente al interior de sí mismos para efectos de orientación y como principio de información (Luhmann, 1997, p. 9).



3 Cuando en 1947 Wiener divulgó el concepto de cibernética para designar "el retorno de la información para crear un mecanismo de control cerrado o *retro-alimentación*" [*feedback*], sus primeros seguidores señalaron solamente una relación de finalidad simplista. Sólo hasta 1969 G. Pask llegó a establecer una diferencia fundamental entre *sistemas taciturnos*, aquellos que buscan sólo una finalidad, y *sistemas orientados por el lenguaje*, y estableció que en estos últimos el observador se incorpora en el sistema buscando su propia finalidad dentro de la acción, quiere decir por un orden de recursión superior, permitiendo así el salto de una cibernética primitiva a otra, llamada por Margaret Mead *cibernética de la cibernética* (Keeney, 1994, p. 93), que propone la inclusión y participación de los observadores en el sistema. Von Foerster la llama *cibernética de segundo orden* y explica que "podemos considerar la cibernética de los sistemas observados como una de primer orden, en tanto que la cibernética de segundo orden es aquella de los sistemas observantes" (Von Foerster, 1996, p. 92). Se trata de una cibernética en la cual el observador se sitúa en el lugar de lo observado y por eso es autorreferencial. Propone como alternativa de superación del par excluyente 'objetividad' o 'subjetividad' una cibernética de la observación, que examine *cómo* participa el observador en lo observado (Keeney, 1994, p. 97). En tal sentido, se trata de algo construido socialmente desde las posibilidades mismas del sistema, una *sociocibernética*.

La diferenciación del sistema social implica producir significado y esto se entiende como la “producción de información mediante el establecimiento de diferencias” (Luhmann, 1997, p. 26). En este sentido, Luhmann introduce una alteración a las nociones de diferencia y distinción. Es necesario que el sistema procese la observación sistema/ambiente para después emplearla como distinción, es decir, como esquema orientador de su propia observación (Luhmann, 2000, y Correia, 2004b). Se trata de nociones complementarias y recíprocamente referenciales, por cuanto los sistemas se inscriben en un ambiente externo, pero se apartan de éste, pues el ambiente por sí mismo no es comprensible si no



4 Seguimos aquí la sugerencia hecha por el traductor de la versión en español, Javier Torres Nafarrate, en el sentido de no usar la palabra *irritación* empleada por Luhmann, ni tampoco la de *estimulación*, las cuales remiten respectivamente al hecho de sentir ira, cólera, indignación, o a la relación causal estímulo-respuesta. En el caso de Luhmann, se utiliza en el sentido de *provocación*, *reacción*, *incitación*. Véase nota de pie de página del traductor en Luhmann (2000; p. 10).

es percibido como lo que está fuera del sistema y de alguna manera referido a él. La función principal de los sistemas es reducir la complejidad del mundo. En este sentido, también la teoría de los sistemas sociales tiene repercusiones en la investigación del papel que desempeñan la opinión pública y los medios en la constitución de la sociabilidad.

En la perspectiva luhmaniana el *sistema* se asume como categoría central, entendido como “conjunto dinámico de interacciones”, como la forma de una *diferencia* con el *ambiente*, diferencia considerada por muchos como nominalismo que no tiene en cuenta directamente al ser humano. Los medios deben diferenciar la referencia a ellos mismos y la referencia al resto de cosas. Los medios no pueden construir plenamente la realidad desde su interior; deben acudir necesariamente al entorno, que se edificará después de acuerdo con sus propias normas.

Si ello no fuera así, no existiría diferencia alguna entre sistema y ambiente. Los medios organizan sus referencias exteriores a través de temas. El ambiente produce siempre un exceso de comunicaciones que los medios reducen para atender la referencia interna del sistema. Los temas logran coordinar heterorreferencia y autorreferencia, pues permiten distinguir las comunicaciones que deben ser seleccionadas y las que no, y medir su duración en el tiempo. Para el sistema es fundamental reducir la complejidad, y la complejidad viene dada por el ambiente que siempre es más complejo que el propio sistema.

Los sistemas controlan la *instigación*<sup>4</sup> social por medio de la *diferenciación*. A partir de una *diferenciación* de cada sistema se obtiene la idea de identidad o no identidad que establece los límites entre el sistema y su ambiente. Pero el sistema interactúa con su ambiente en un proceso de *acoplamiento* y nueva *funcionalización*, decodificando las *provocaciones* causadas por el ambiente, efectuadas por sus propias interacciones internas. Es un *acoplamiento estructural*, en cuanto operación a partir de la cual los sistemas sociales llevan a cabo la efectiva *socialización* de los individuos. Ese proceso no puede contar con la colaboración del ambiente, por ello sólo es posible *instigar* al sistema. Así, el *acoplamiento estructural* es una forma de interdependencias regulares entre

sistemas y relaciones ambientales, con la *instigación* que se da siempre a partir de expectativas particulares del sistema en cuestión. Cada elemento del sistema tiene así una función *autopoietica*, *autorreferencial*, *de encerramiento operacional* y *acoplamiento estructural* (Luhmann, 1997). Lo que está en juego en los procesos mediáticos es la *diferenciación generadora de formas*, a través de la información, en una *lógica selectiva* (Cohn, 2001).

Según Luhmann, los medios *sistémicos* dejan de ser entendidos en paralelismo con el lenguaje (como sostenía Parsons) y pasar a asumirlos como verdadera alternativa al lenguaje (Tesche, 2001). Cabe aclarar que aquí el concepto de sistema se diferencia del de *estructura*, porque los sistemas permiten leer la complejidad de lo real y también porque ellos, a diferencia de las estructuras, están habitados por actores específicos. También en ese contexto se puede entender el *sentido* como categoría central de los sistemas sociales, como forma de ordenamiento que permite alcanzar la comprensión y reducir la complejidad del mundo (Luhmann, 1997).

Luhmann no entiende la comunicación en un sentido reduccionista de transmisión de mensajes; la concibe como sistema cerrado y completo, por ser capaz de producir los componentes a partir de los cuales ella existe. En la perspectiva luhmaniana, la comunicación aparece necesariamente como proceso *autorreferencial* y proceso *de diferenciación*. Se ve como *constitutivo esencial de la sociedad*, como reguladora de los sistemas sociales, conformada por tres momentos importantes: el *mensaje*, que es la oferta de sentido; la *información* o selección hecha por el sistema, dependiendo de sus intereses, y la *comprensión*, donde se llega propiamente, mediante la interpretación, al ámbito de la comunicación.

La comunicación se convierte en el instrumento básico accionador (dispositivo) de la evolución de los sistemas sociales, al tiempo que, en función de la propia autorreproducción, no siendo ya el hombre su referencia, sino el sistema en sí, regula y estabiliza la vida social. Propone así una *desantropomorfización* de la noción de organismo social, al considerar al individuo no como eje central de todo, sino como un elemento exterior a él. Lo humano constituye un

medio ambiente del sistema y, como tal, es fuente generadora de problemas y creadora de complejidad (Tesche, 2001).

En ese contexto, los medios no son un fenómeno aislado, sino un microsistema dotado de código propio, que tiene sus propios criterios de observación, esto es, la autorreferencialidad. El sistema de los medios es una galaxia ecosistémica de comunicación, habitada por unos actores sociales y situada en el interior del macrosistema comunicativo, en interacción social con el megasistema ambiente. Por eso los medios deben ser considerados simplemente como medios y no como fines en sí mismos, semejantes al resto de sistemas, que *distingue* lo que puede o no ser trabajado como información. Su función principal es la *selectividad* de acuerdo con sus propios criterios de publicabilidad (Correia, 2001). El sistema de los medios centra sus criterios de diferenciación y selectividad en los llamados *valores noticia*: noticiabilidad, actualidad, cantidad y prestigio; son sus propios *elementos estructurantes* que hacen inteligibles sus escogencias, con sus mecanismos de observación propios (Correia, 2001). En el fondo, Luhmann proyecta en una visión neofuncionalista la intención de procurar la estabilidad y funcionalidad de los diferentes macrosistemas sociales.

Por lo tanto, frente a esa posición, se podría establecer que una epistemología de los procesos mediáticos no puede desdeñar la problematización de esta visión sistémica, so pena de no llamarse así y carecer de todo rigor y seriedad. Su interés central debería focalizarse en torno a la posibilidad de conocimiento científico que incorpore críticamente éstas y otras nociones centrales de los procesos mediáticos. Por otra parte, una epistemología mediática sin problematización de nociones como acción, comunicación, interacción, mediatización, cultura, tecnología y poder sería incompleta e irrelevante. Evidentemente, se trata de nociones vastas y complejas que pueden ser discutidas desde diferentes ópticas.

Por otro lado, es importante también tener en cuenta la postura de la teoría crítica, asociada principalmente con Adorno y Horkheimer, que se destaca por la crítica no tanto de los medios como de la industria del entretenimiento. En particular, critica el concepto *industria cultural*, término que, como lo



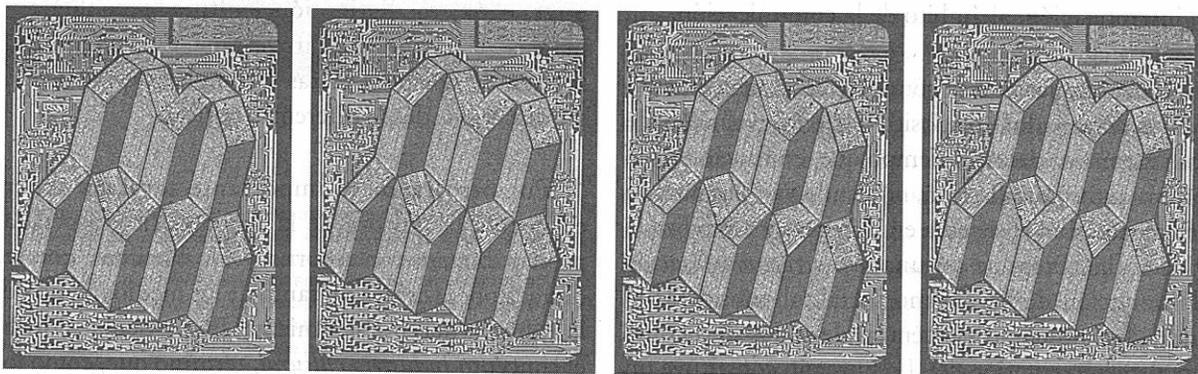
demuestra Bourdieu (1997) en su análisis *Sobre la televisión*, aún goza de actualidad y que va a imponer, por la dinámica mercadológica y de industrialización, la primacía de los *efectos calculados* en el intercambio de los bienes simbólico-culturales.

En ese sentido, la comprensión debe ser entendida como una experiencia comunicativa en un sujeto comunicativo y con repercusiones sociales. Todo consenso reposa en un reconocimiento intersubjetivo de pretensiones de validez que pueden ser criticadas. La *acción social* es un conjunto de actos interdependientes donde se localizan actores específicos, productores de significación. En consecuencia, los medios se pueden considerar productores de *acciones mediáticas*, portadores de *sentido*, con *intenciones específicas*, que hacen tensión dialéctica e interactúan con el sistema social. Por lo tanto, es en la esencia misma de la *acción mediática*, en sus estrategias de producción de sentido y significación diferenciada y en sus capacidades de tensión de sujetos críticos interactivos insertos en la dinámica dialéctica del sistema social donde se juegan las posibilidades de especificidad de una epistemología de los procesos mediáticos.

Además, en la compleja relación entre sistema y mundo de la vida, desarrollada por Habermas, se perciben también las limitaciones de este modelo, debido a un cierto esencialismo en sus dos instancias: el sistema y el mundo de la vida (Correia, 2001). Al olvidar que no toda forma de entendimiento obtenida en el mundo de la vida es argumentativa y prontamente consensuada de la misma manera, y al no tener en cuenta que en el mundo de la vida hay espacio para el poder y la dominación, se diluye la percepción de que el mundo de la vida es un

espacio multiforme donde se cruzan racionalidades diversas. Así, el mundo habermasiano es de excesiva indiferencia; es deficitario en la comprensión de los mecanismos microsociológicos de construcción de conocimiento, de reproducción de poder y de normas sociales, y algo irrelevante en la consideración del mundo cotidiano y la omisión casi deliberada de una tradición sociofenomenológica del mundo de la vida. He aquí una buena pista para una discusión crítica y profundización posterior.

En la perspectiva de la sociología fenomenológica de construcción social de conocimiento en la vida cotidiana (Berger y Luckmann, 1999), y para el propósito de una epistemología de los procesos mediáticos, es preciso considerar que la realidad no es construida unilateralmente por los medios; la realidad se construye socialmente a partir de la estructura del mundo del sentido común de la vida cotidiana, según lo expuesto por A. Schutz (1998). El lenguaje y la comunicación desempeñan un papel estructurante y fundamental en la construcción de la realidad social (Correia, 2004b). La vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada intersubjetivamente y dotada de sentido a partir de la negociación de *esquemas tipificadores* (Berger y Luckmann, 1999, p. 50); y es en ese contexto de esquemas tipificadores del sentido común de la vida cotidiana donde operan los medios para formalizar su reproducción de la realidad, a través de mecanismos de legitimación de sus universos simbólicos. “Todo universo simbólico es incipientemente problemático [...]. En otras palabras, el universo simbólico no es sólo legitimado sino también modificado por los mecanismos conceptuales construidos para protección contra el ataque de grupos heréticos en una sociedad” (Berger y Luckmann, 1999, pp. 144-146).



Sin embargo, es necesario reconocer, como afirma Correia (2004b), que los medios se incubaron en ambientes sistémicos donde los reguladores predominantes son el poder y el dinero. Así, con gradaciones diferentes, los medios parecen vivir en un contexto de influencia generalizada de los valores instrumentalistas y de una lógica tecnicista de la información. Su injerencia se hace sentir en una cierta apropiación unilateral de los medios, tanto en su estructura de propiedad como en sus lenguajes predominantes y sus finalidades. Correia (2004b) señala, además, que vale la pena pensar los medios en su relación con el mundo de la vida, de los agentes sociales, a fin de destacar así su papel de productores mediáticos y de pensarlos no sólo desde las regularidades y consensos, sino también a fin de profundizar en el pluralismo y multiplicación de voces para tener acceso a la visibilidad pública. Todo ello significa una perspectiva de multidimensionalidad que niega la unilateralidad.

## Las dinámicas de la procesualidad mediática

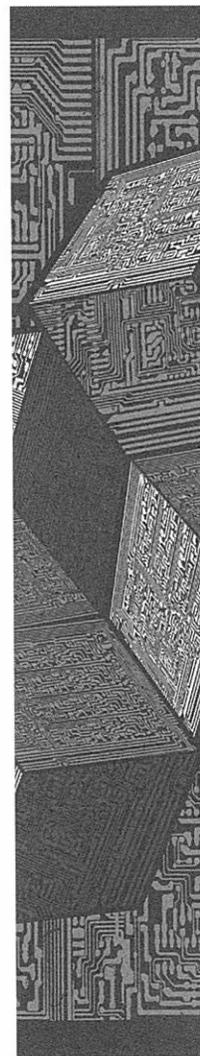
En esta dirección y considerando la esencia misma de la dinámica de *procesualidad*, sabemos de modo general que los medios ofrecen la posibilidad de *objetivizar la realidad* en el espacio social en términos de imagen, sonido, movimiento. “Fue necesaria una presencia mediática ‘objetivada’ en el espacio social para que la sociedad se perciba ‘conversando’ consigo misma” (Braga, 2001, p. 21). En consecuencia, es imposible pensar en campos sociales —los medios constituyen uno de los más importantes— sin tener en cuenta sus procesos, ni éstos sin fronteras. De ahí que sea necesario buscar la esencia de la comunicación en la *procesualidad*, es decir, intentando articular una *acción reflexiva* desde las estrategias, las interrelaciones, las interconexiones y las competencias dinámicas de los procesos mediáticos.

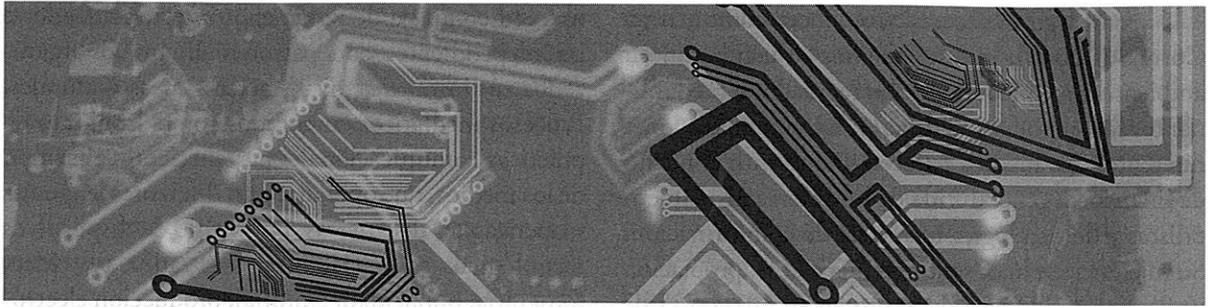
Pero, ¿qué significa ganar el *proceso* en el caso de los procesos mediáticos? Significa, ante todo, entender que los medios son el gran campo moderno de la interpretación, que poseen una racionalidad propia que los hace configurarse como una forma de dar sentido al mundo. Esta nueva racionalidad abarca

una red compleja de fenómenos interrelacionados e interdependientes, con ‘patrones’ dinámicos organizados en ‘instancias vivas’, heterogéneas y plurales. Procesos mediáticos entendidos como “conjunto de prácticas comunicacionales pertenecientes al campo de los medios, que operan según diferentes lenguajes y operaciones discursivas, por medio de dispositivos tecnológicos específicos (prensa, radio, tv, video, fotografía, publicidad, editorial, producción electrónica) y otros procesos emergentes” (Gomes, 2004, p. 17). Son procesos que evocan, por lo tanto, una *dinámica-dialéctica* de “acción recíproca” (Kant), de operatividad y de producción social de sentido. A partir de ellos se configura un sentido común de sociabilidad llamado de opinión pública.

En el enfoque sugerido por Verón (1997), una *semiosis social* de la mediatización, en cuanto acción o influencia, que es la cooperación de tres sujetos (un signo, su objeto y su interpretante), una relación ternaria (*tri-relative influence*) que no puede de modo alguno resolverse en acciones entre pares (Cfr. Verón, 1980), implica una dinámica interrelacionada de múltiples ordenamientos de instituciones, medios y actores individuales o colectivos que apuntan a la inteligibilidad de los procesos de cambio y evolución social en las sociedades postindustriales.

Por lo tanto, en la perspectiva del sentido etimológico mencionado al inicio, es imperativo reconocer que los procesos mediáticos tienen una *causalidad estructurante compleja* (esto es, condiciones y modos sociales dialécticos de producción), que poseen una dinámica de acción recíproca (de circularidad y autorreferencialidad) y que apuntan a una finalidad, no finalizada (autopoietica), la cual produce nuevos procesos o subprocesos relacionales, que involucran diversos agentes sociales y diversas operaciones de producción social de sentido para la vida cotidiana. “Hermeneutas de la realidad, los medios se establecen desarrollando procesos complejos (no lineales sino reticulares) presentados al público como extremadamente simples y flexibles, exentos de conflictos y contradicciones” (Gomes, 2004, p. 20). Así, en cuanto mediación social mediatizada, los medios se constituyen así en la clave hermenéutica para la comprensión tanto de los procesos de significación como de los procesos socioculturales.





Si bien el campo de los medios tiene una función esencial de mediación social, que cumple a través de los procesos de mediatización, también se puede decir que ellos no solamente mediatizan, es decir, no sólo se constituyen en ‘lugares de oferta’ de sentido, sino que también construyen la realidad. Al apropiarse de la realidad, los medios ejercen sobre ella una labor de reconstrucción a través de diversos géneros y tramas. Entonces, al público se le presenta una realidad retrabajada por los medios, tanto por sus productores como por sus dispositivos tecnológicos.

Los públicos, a su vez, no reciben pasivamente esa realidad retrabajada, sino que la reconfiguran e interpretan según sus propios patrones de experiencia cotidiana. Así, los procesos mediáticos reconstruyen la realidad de manera distinta a otras ciencias que hacen algo semejante. En este sentido, se puede decir que la realidad resulta doblemente trabajada por la ‘visión del productor’ mediático y por la ‘visión del receptor activo’, quien ejerce sobre lo que recibe un trabajo de reconfiguración y adaptación.

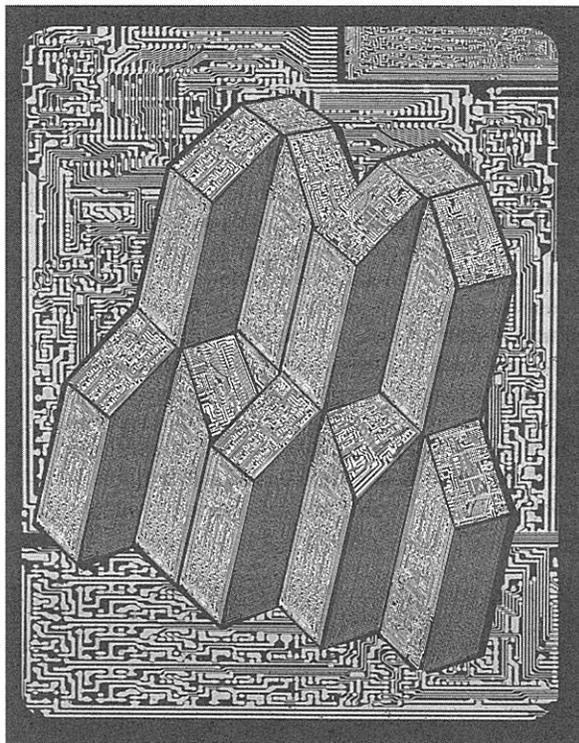
Entre tanto, el sentido no es producido exclusivamente por el productor ni por el receptor; es más bien el resultado de la relación establecida entre los dos, de donde se obtiene una realidad que guarda semejanza con la original, pero que no se identifica totalmente con ella (Cfr. Gomes, 2004, p. 22). De este modo, el proceso de construcción de la realidad no es enteramente libre; emerge de la compleja conjugación entre las operaciones mediáticas, la realidad y los actores sociales implicados. Por tal motivo, deben considerarse también dos características de todo el campo de los medios: por un lado, la *inclusividad* (captación) de procesos, no sólo de objetos, que son modificados inevitablemente en el espacio de

inclusión —el resultado final de la objetivación es un proceso de *modificación* de la realidad y de ‘ajuste’ del propio proceso—, y, por el otro, la *penetrabilidad* —el medio penetra en los procesos sociales y los modifica en función de sus propios modos operatorios— (Braga, 2001, p. 23).

En consecuencia, es necesario articular la racionalidad de los procesos mediáticos y su estructura de distribución de mensajes con la especialización de su actividad de mediación cultural, instaurada como dimensión constitutiva de la sociabilidad, esto es, como comprensión intersubjetiva del lugar que ocupamos y la forma en que nos relacionamos con el mundo. En tal sentido resulta irrecusable, como afirma Correia (2004b), que toda la gigantesca y compleja esfera de la información pública, o sea, toda la producción y consumo de conocimiento socialmente disponible en las sociedades complejas, dependa de la dinámica de *mediación* de los modernos medios de comunicación social y su acelerada dinámica circuladora de construcción de sentido. La mediación mediatizada es una actividad que se caracteriza por intensas circulaciones, intercambios, reconfiguraciones, particularmente de orden simbólico, en la sociedad; actúa extrayendo lo que más interesa del campo privado de los campos sociales y lo visibiliza al colocarlo en el espacio público, haciendo emerger allí un nuevo contexto mediático.

Por otra parte, la dinámica de los procesos mediáticos, en el enfoque de Pissarra Esteves (1998), está ligada a las lógicas de los sistemas sociales, principalmente en el sentido de la *interacción*, que no se agota en el plano discursivo, sino que funciona por los medios generalizados simbólicamente. En el sentido del *cambio social* funciona en cuanto modificaciones que alteran el sistema de reglas, normas y

valores propios de la estructura y en el sentido de la *evolución social*, es decir, todos aquellos fenómenos de diferenciación de las actividades profesionales. La *creciente especialidad funcional*, como condición indispensable de su autonomía y resultante de la diferenciación de la sociedad, va acompañada de una mayor complejidad de los mecanismos de integración de los procesos simbólicos. Por eso la dinámica de los procesos mediáticos se deriva de la dinámica de la sociedad tanto en lo macrosociológico —en cuanto los medios son *estructuras estructuradas y estructurantes* en constante dinámica de cambio social— como en lo microsociológico, como *contextos de sociabilidad e interacción* donde individuo y sociedad son una misma materia en interrelación permanente (Pissarra Esteves, 1998). En tal sentido, los procesos mediáticos poseen una estructura propia de valores, normas, colectividades y roles que les permiten afirmar su especialidad para el refuerzo de la sociedad.



### La mediación mediatizada de la tecnointeracción

En el contexto de la evolución de los modernos medios de comunicación, ha cobrado cada vez mayor importancia la creciente interacción de éstos con la tecnología, la llamada *tecnointeracción*. En el mundo de la posmodernidad, el conjunto de las nuevas tecnologías de información y comunicación se teje y reteje en una vasta y compleja red sistémica. En contraposición a los procesos sociales, que poseen múltiples dispositivos naturales, los procesos mediáticos no pueden subsistir sin dispositivos tecnológicos, que les confieren una especificidad particular. Sin ellos, los procesos mediáticos resultarían casi ininteligibles. Así, la procesualidad mediática pasa necesariamente por una interacción reticular con los dispositivos tecnológicos, los cuales imprimen el ritmo de cambio de comprensión del universo y las formas de sociabilidad.

El mundo mediático crea así su propio “regimen de verdad” (Foucault). En este contexto, en su “Esquema para el análisis de la mediatización”, Verón explica que “un medio de comunicación social es un

dispositivo tecnológico de producción-reproducción de mensajes asociado a determinadas condiciones de producción y a determinadas modalidades (o prácticas) de recepción de dichos mensajes” (1997, pp. 12-13). En ese sentido, un medio comporta la articulación de una tecnología de comunicación con modalidades específicas de utilización (en producción y recepción). De allí concluye que “la comunicación mediática es esa configuración de medios de comunicación resultante de la articulación entre dispositivos tecnológicos y condiciones específicas de producción y de recepción, configuración que estructura el mercado discursivo de las sociedades industriales” (Verón, 1997, pp. 12-13).

De la condición precaria en la que se tenía hasta el último cuarto del siglo pasado como simple instrumento, la tecnología se ha convertido en razón y dimensión constitutiva y estructuradora de las culturas y sociedades contemporáneas. En tal sentido, en la percepción de Jesús Martín-Barbero, “en la sociedad actual la tecnicidad es un sistema cuyas dinámicas globalizadas y globalizantes producen aún diferentes tendencias” (2004, p. 25); la mediación de la tecno-

logía deja de ser instrumental para cobrar densidad estructural, y hoy remite no a unos aparejos, sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, nuevas sensibilidades y nuevas escrituras:

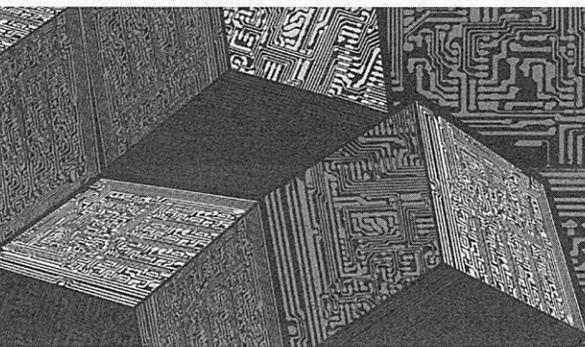
Si la revolución tecnológica ha dejado de ser cuestión de medios para pasar a ser decididamente una cuestión de fines, es porque estamos ante la configuración de un ecosistema comunicativo conformado no sólo por nuevas máquinas o medios, sino por nuevos lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras, por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica y por la reintegración de la imagen al campo de la producción del conocimiento. Todo lo cual está incidiendo tanto sobre lo que entendemos por comunicación como sobre la figura del convivir y el sentido del lazo social. (Martín-Barbero, 2004, p. 36)

e interactividad, nuevas circularidades de sentido, donde la complejidad del soporte cambia radicalmente el tipo de las tecnointeracciones, creando una *multitud solitaria* (Ianni, 2001) que juega el juego de la interacción emocional y modificando sustancialmente el espacio de relación con el otro. En este sentido, los medios, a partir de los modernos procesos tecnológicos, se convierten en el lugar *unidimensional* de lectura del mundo.

En este contexto, las respuestas que ofrece Silverstone (2002) a la pregunta “¿por qué estudiar los medios?” resultan pertinentes. Básicamente porque implican reconocer que los medios ahora hacen parte de la “textura general de la experiencia” (I. Berlin). En ese sentido, investigar los procesos mediáticos es investigar las maneras como los medios participan de nuestra vida social y cultural. Es examinar los medios como un proceso, es decir, como una cosa en curso que se hace en todos los ámbitos, donde quiera que las personas se congreguen en el espacio real o virtual.

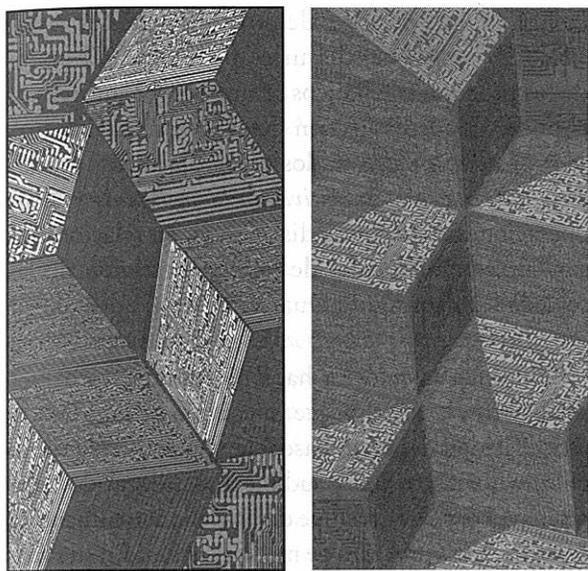
Por lo tanto, entender los medios como un proceso es reconocer que ese proceso es fundamental y eternamente social, es insistir en los medios como históricamente específicos, en permanente mutación. Esto significa también reconocer que los procesos socioculturales no son uniformes, sino dialécticos e inestables, y que cambian rápidamente de configuración, por lo cual los medios deben reconocerlos en su peculiaridad. Implica también reconocer que los procesos mediáticos son estrictamente político-económicos (Silverstone, 2002); por lo tanto, se caracterizan por la tensión constante entre la velocidad de los cambios tecnomercadológicos y los cambios socioculturales o las imposiciones crecientes del mercado. En este sentido, los procesos mediáticos suceden en el mundo de lo cotidiano pero filtran y moldean las realidades cotidianas por medio de sus representaciones singulares y múltiples, proporcionando criterios y referencias para la conducción de la vida diaria, para la producción y mantenimiento del sentido común.

De ahí que estudiar los procesos mediáticos sea estudiar también los flujos de movimiento en el espacio y el tiempo y sus interrelaciones (Silverstone,



La *tecnointeracción* es moldeada por los dispositivos, entendidos éstos en un sentido de mediación articuladora reticular. Los especialistas caracterizan la noción de dispositivo como una noción de carácter híbrido, una figura intermedia, un concepto de mediación de *l'entre-deux* por excelencia, que designa el espacio de una dialéctica que debe ser tematizada (Peeters y Charlier, 1999), pero que va a modificar de alguna manera el espacio de relación con los otros. El *dispositivo* es esencial para el orden de la tecnointeracción. Se trata entonces de un movimiento de mediación *tecnointeractiva* constituida por la circularidad dinámica propiciada por los distintos dispositivos tecnológicos mediáticos que, como dice Sodré (2002), constituyen una forma de orden de lo nuevo.

En el fondo, se trata de una nueva racionalidad tecnológica que pone en juego nuevas relaciones intersubjetivas, nuevas modalidades de mediación



2002). Es estudiarlos básicamente como procesos de mediación, es decir, como desplazamiento constante de transformación de significados, a través de intertextualidades plurales y dispositivos tecnológicos específicos (Silverstone, 2002), en los cuales desempeña estratégicamente su papel la *confianza* como soporte básico de funcionamiento de los medios en su relación con la sociedad. Como afirma Giddens (1991), se trata de *contextos básicos de confiabilidad*, renovada en el sistema a través de la relación con los conocimientos y habilidades de sus *peritos* en puntos específicos de acceso mediático, que ayudan a filtrar las posibilidades de *riesgo* y amenaza para el sistema como tal.

### El dispositivo de la retórica mediatizada<sup>5</sup>

Cabe preguntarse ¿cuál es la exclusividad que finalmente le interesa al campo de los medios? El campo mediático se constituye a través de un único dispositivo, el cual le confiere toda su especificidad: el *dispositivo de su discursividad*. A través de los medios, éste ejerce su función de mediación mediatizada, que confiere nuevos sentidos de articulación social. El discurso mediático se propone construir una narrativa ordenadora sobre el mundo (Correia, 2004b, p. 35). En el sentido de los campos sociales abordados por Pissarra Esteves (1998), es en el lenguaje y en sus formas discursivas específicas donde se puede hallar

finalmente la particularidad exclusiva de los procesos mediáticos. Los lenguajes (las formas discursivas) forman parte esencial de su propio proceso de autonomización como campo social específico. Las formas discursivas mediáticas tienen la función genérica de regulación de otros campos sociales y también operan como mecanismo esencial de coordinación de las acciones mediante acuerdos.

Los procesos mediáticos se caracterizan por su capacidad excepcional de congrega los diferentes registros de comunicación, de operar con los usos diferenciados del lenguaje y de regir los criterios divergentes de la producción discursiva. Nos referimos al lenguaje, no solamente en términos discursivos como medio de intersubjetividad, sino también como medio de influencia, como *dispositivo estratégico*, con técnicas retóricas de persuasión y manipulación, además de los lenguajes especializados constituidos por los medios simbólicamente generalizados: dinero y poder (Pissarra Esteves, 1998). Así, los procesos se constituyen y desarrollan fundamentados en la organización de estrategias discursivas específicas, con dispositivos técnicos propios y soportes de reconocimiento y legitimación social (Fausto Neto, 2002).

A partir de tales recursos, los procesos mediáticos accionan unos modos discursivos y simbólicos para hablar y construir la realidad desde la base de unos supuestos: los medios se presentan como un sistema no sólo clasificador, sino de *interpretación de la realidad*; de este modo se constituyen en mecanismos modernos de formación de la opinión pública, al actuar a veces como mediadores y también como *operadores activos* del propio proceso social. Su modus operandi se da a través de 'contratos de lectura' (saberes, reglas y leyes) constituidos en cuanto códigos particulares de cada soporte mediático, a partir de los cuales los medios construyen los acontecimientos.

.....

5 Las reflexiones de este ítem se basan parcialmente en la charla del profesor invitado, António Fidalgo, de la Universidade Beira do Interior, Portugal, en la conmemoración de los diez años del PPGCC, en la Unisinos, el día 22 de noviembre de 2004. Puede verse también la entrevista en *Revista Fronteiras-Estudos mediáticos*, vol.VI, núm. 2, julio-diciembre, 2004, São Leopoldo, UNISINOS, pp. 137-139.

El *encuadramiento* que hacen los medios, a través de las estrategias discursivas y sus competencias enunciativas, tiene una función de control de sentido y naturaleza referencial de lo real. Los medios tienen entonces el poder de visibilizar lo real en la medida en que lo hacen público, en una tarea de modelado de la realidad (Fausto Neto, 2002).

En la perspectiva de la realidad de los medios masivos, señalada por Luhmann (2002), la unidad del sistema viene dada por la noción *campos programáticos* (noticias/reportajes, publicidad o entretenimiento), con su unidad en el código y su diferenciación en los *acoplamientos estructurales* entre los diferentes campos programáticos, lo cual genera diferenciaciones entre ellos a través de *redes de discursividad*. Se genera así el mundo de la diversidad de opiniones, de construcción de una realidad no consensuada, sino heterogénea: "Los medios de masa no son medios que transfieren información de quienes conocen a quienes no conocen. Son medios en la medida en que preparan un transfondo y prescriben el encuadramiento a partir del cual se comunica" (Luhmann, 2002, p. 97).

Como lo resalta Rodrigues Duarte (1996), la discursividad de los medios es diferenciada y diferenciadora por su capacidad de *circulación, infiltración y contaminación* de otras modalidades de discurso. El discurso mediático contamina, aunque también resulta muchas veces contaminado por la fuerza 'esotérica' del discurso de los otros campos sociales. Por otro lado, la naturaleza del habla de los procesos mediáticos es generalmente *exotérica, secularizadora y desacralizada* frente a la naturaleza esotérica de los otros discursos. Además, su *naturaleza metafórica*

facilita la transposición de otros discursos al *molde simbólico propio* del discurso mediático.<sup>6</sup> El poder de los procesos mediáticos se impone y legitima por el poder de mediatización que ejerce a través de las *marcas de distinción* de los otros discursos, gracias a su *naturaleza enunciativa unilateralizante* y a sus operaciones estratégicas discursivas, en relación con su *naturaleza especular* de homogeneización de las sociedades (Rodrigues Duarte, 1996).

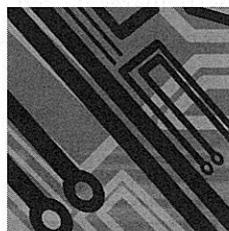
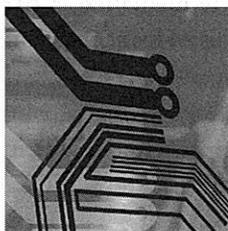
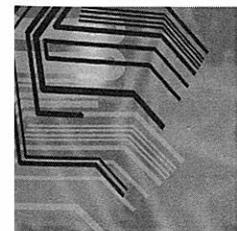
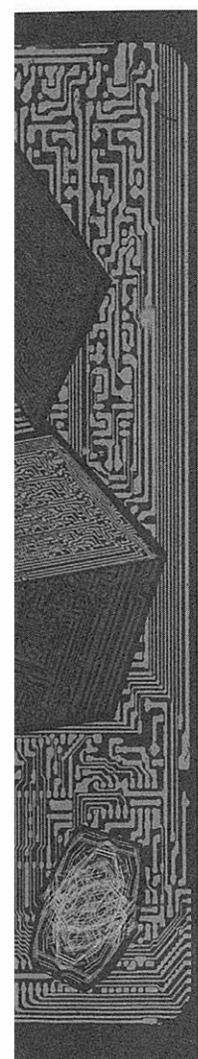
También la retórica hace parte de los procesos mediáticos, la retórica que ya cambió de lugar: de la especificidad del texto pasó a las generalidades de la cultura ubicua, visible y audible. En este sentido, cabe resaltar el papel crucial que desempeña actualmente la retórica en los procesos de mediatización. En su razonamiento, el profesor Antônio Fidalgo (2004) insiste en la necesidad de recuperar la retórica, hasta ahora un tanto olvidada en los estudios y la investigación en comunicación, y la necesidad de diferenciarla de la pragmática, que no la sustituye.

La retórica debe entenderse hoy, a la luz del mundo mediatizado, como una retórica mediatizada de la cual se valen los medios para su configuración discursiva, que se preocupa más por el asunto de la *persuasión del auditorio* y apela a sus múltiples recursos multimediáticos (radio, prensa, televisión, publicidad o internet). En la actualidad asistimos, gracias a los avances de la tecnología, a variadas formas de tecnopersuasión que se deben tener en cuenta en una reflexión sobre los procesos mediáticos.

Aquí la importancia de la retórica mediatizada es crucial, por cuanto ella va a decidir y a diferenciar lo que es verdad de lo que no lo es, por el poder performativo de las palabras y la fuerza implicativa de las imágenes. De esta forma, hoy se sabe que el discurso mediático aplica una retórica adecuada para cada medio, cuya credibilidad va a depender de la interactividad persuasiva con el contacto. La retórica es lenguaje orientado a la acción, al cambio de actitud y de valor y a la influencia. Los espacios que construyen los medios son espacios forjados retóricamente. El lenguaje de los medios es, por lo tanto, un lenguaje retórico en el sentido de persuasión que implica libertad y diferencia. En ese sentido, la conquista retórica más fundamental de los medios

.....

6 Sobre este particular se puede ver el trabajo de S. Kilpp (2003): *Ethiciidades televisivas. Sentidos identitários en la tv: moldurações homológicas e tensionamentos*, citado por Gomes (2004, p. 26).

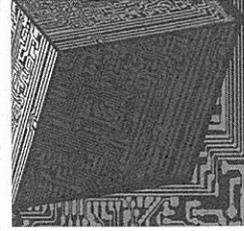
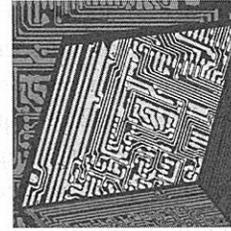
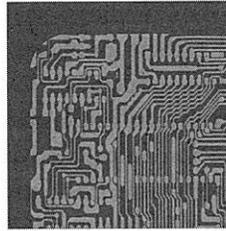


es su capacidad de convencernos de que lo que ellos representan realmente ocurrió (Silverstone, 2002). En ese sentido los medios actúan como “sujetos que saben y hacen saber que saben”. A los receptores o usuarios de los medios les corresponde evaluar críticamente la veracidad de sus ofertas de sentido.

En el caso particular de la televisión, se instituyen nuevos papeles estratégicos con ‘ceremoniales comunicativos’ específicos que desempeñan un papel primordial en los procesos de negociación entre ofertantes y usuarios. En la televisión, particularmente, se dispone de una serie de técnicas de *espiral* con las cuales se capturan espectadores, a veces incautos, con frases como “Siga con nosotros...”, “No se separe, pues en breve vamos a mostrar algo muy interesante...”, “Usted lo quiere ver... No es broma...”, “No se pierda lo que sigue a continuación” (Valladares, 2004, p. 138), que mantienen cautivos y conectados a los televidentes en una espiral interminable de seducción. La televisión construye significados diferentes con estrategias distintas y así genera la construcción de identidades diferentes a partir de imágenes modeladoras.

Cada texto televisivo tiene múltiples textualidades. Además, en la perspectiva de la oferta de ‘contratos de lectura’ se trata de relativizar el papel hegemónico y dominante de uno de ellos y reconocer que los rituales comunicativos de naturaleza mediática procuran mostrar que el proceso es una actividad relacional entre actores con posiciones distintas; así, por cuenta de las mediaciones, se construyen sentidos según regímenes propios de significación a través del entretejido de juegos de lenguaje que en la institucionalización de los vínculos pasa por negociaciones ‘silenciosas’: “Un proceso de evaluación de las estrategias de comunicación requiere más y más que el analista examine lo que pasa *entre* estos dos polos y no necesariamente sólo en uno de ellos. [...]. Vale decir que la cuestión de la producción de sentido no está en posiciones aisladas y distintas, sino que se constituye en un conjunto de relaciones” (Fausto Neto, 2001, pp. 16-17).

Así, la mediación que ejercen los medios actúa como punto de encuentro entre lugares de oferta de significados a partir de relaciones procesuales. Si la realidad se hace discurso, los medios de alguna manera



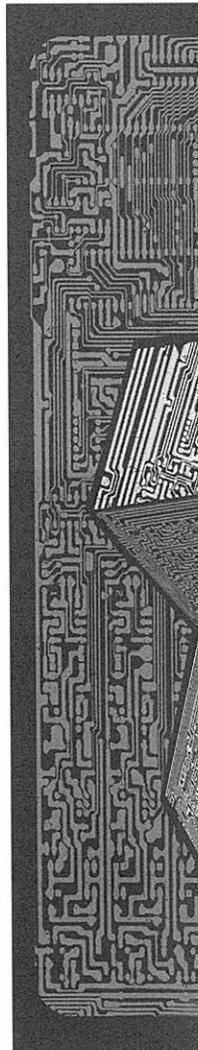
transforman mediáticamente en proceso la realidad a partir de sus propios regímenes estratégicos de verdad: “El esclarecimiento del papel de los medios en la vida cotidiana, por lo tanto, se posibilita justamente por la percepción de que el mundo en que vivimos, que en parte construimos, y que se basa en la experiencia, en nuestra comprensión de esa experiencia y en nuestro intento de representarla (o de modificarla) —en un sentido poderoso, performativo— ya es mediado” (Silverstone, 2002, p. 134).

Cabe entender aquí, como sostiene Correia, que: “el discurso mediático en general y el periodismo en particular viven entre varias propuestas: la proximidad al mundo de la vida y del sentido común; la presión del mercado y el poder, y de los compromisos impuestos por los *medios* sistémicos; el deseo de libertad y el ejercicio de racionalidad crítica que constituyen más una forma reflexiva de negar las diversas posibilidades de encerramiento” (2004b, p. 36).

## Mediatización, cultura y poder

Además de lo anterior, la tentativa de construcción de una epistemología de los procesos mediáticos debe también tener en cuenta, además de los factores ya mencionados, las relaciones dialécticas de interface de la mediatización con las diversas manifestaciones de los cambios socioculturales y del poder, factores esencialmente inherentes a la presencia de los medios en el contexto social actual.

Por un lado, en la trama urbana de construcción de sentido son múltiples los procesos de hibridación posmoderna (Canclini) que se entrecruzan con los medios, los cuales se convierten en mediadores y mediatizadores constituyentes de la sociabilidad y



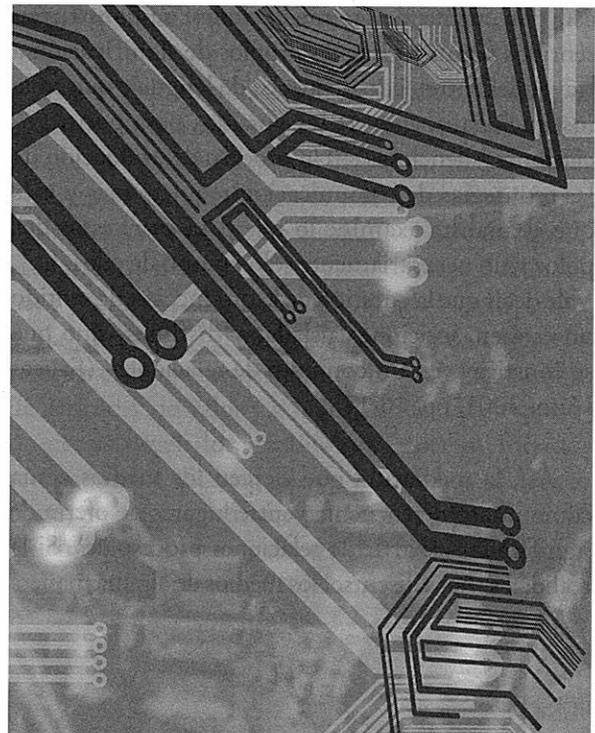
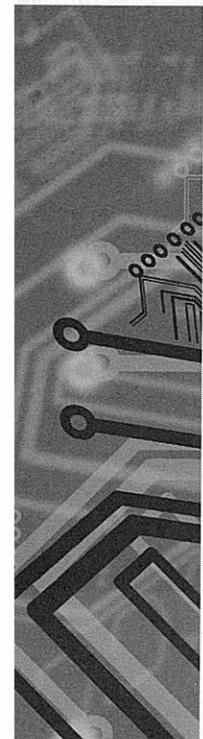
de los procesos socioculturales. Los medios acentúan la mediatización social del espacio público y generalizan así un nuevo ambiente de “cultura de los medios” (Kellner, 2001) que suscita una implosión de las identidades y una fragmentación de los sujetos. La identidad queda mediada por los medios. Los medios proporcionan material para la construcción de las identidades, las cuales resultan finalmente descartables (Kellner, 2001, p. 333). En ese sentido, la mediatización de la cultura por vía de la industria cultural, particularmente la publicidad, aumenta y acelera la fragmentación de los sujetos, lo cual promueve simultáneamente nuevas articulaciones sociales, nuevos ‘tribalismos’. Así, en la dinámica de la ‘cultura de los medios’ todo es objeto de oferta y de mercado. Del mismo modo se constituyen *comunidades interpretantes*, que posibilitan la construcción social de sentido en múltiples circularidades, no sólo de condensación simbólica, sino también de esferas de reconocimiento y poder que circulan dentro de los procesos mediáticos contemporáneos.

Por otro lado, una reflexión sobre los procesos mediáticos contemporáneos quedaría incompleta sin una referencia explícita a los juegos y formas de poder. La política y las diversas formas de poder son simplemente ininteligibles sin su escenario mediático. Los medios tienen el poder constitutivo de ofrecer un lugar, el *lugar relacional mediático*, para toda la realidad, haciendo inclusiones y exclusiones según su lógica operatoria. En la perspectiva abierta por Ianni (2001), las tecnologías electrónicas, informáticas y cibernéticas han impregnado en general todas las esferas de la sociedad nacional y mundial, particularmente las estructuras de la política y del poder. Se trata del imperio del *príncipe electrónico*, que subordina, crea, absorbe o simplemente sobrepasa las versiones de Maquiavelo y Gramsci, para erigirse como nuevo poder de amplia influencia en la tecnopolítica y en la sociedad. “El príncipe electrónico puede ser visto como una de las más notables criaturas de los medios, esto es, de la industria cultural. Se trata de una figura que impregna ampliamente la política como teoría y como práctica” (Ianni, 2001, p. 161). Actúa en el ámbito de lo virtual valiéndose de recursos narrativos con *efectos estetizantes* sobre la realidad, la experiencia o la existencia. El príncipe electrónico hace una metamorfosis de todo. En ese sentido, se

puede decir que vivimos en la era de los medios como instancia posmoderna de configuración del poder. El poder mediático pasó a ser el *príncipe* posmoderno que muestra su acción en la *ágora electrónica* por su capacidad específica de organizar los imaginarios y los discursos de la sociedad.

En la dirección señalada inicialmente por Foucault (1979), el poder deja de ser algo unitario y global naturalizado y pasa a ser una práctica social constituida históricamente, un *dispositivo heterotópico*, por cuanto se constituye de modos diferentes a los clásicos y se produce en varias instancias de la red social. El poder es una realidad relacional que circula y permea todas las relaciones sociales; se ejerce como práctica en la relación (Ruiz, 2004). Se trata de la *microfísica del poder* que, en el caso de los medios, obedece a los mecanismos socialmente generalizados de la economía y del poder. Entonces, los espacios generados por los medios son espacios de lucha simbólico-ideológica y de lucha político-social, porque se trata de obtener el mayor reconocimiento, visibilización y legitimación en la esfera social:

Hablando rigurosamente, el poder no existe; existen, sí, prácticas o relaciones de poder. Esto significa que el poder es algo que se ejerce, que se efectúa, que funciona; y que funciona como una maquinaria social que no está situada en un lugar privilegiado o exclusivo, sino que se disemina por toda la estructura social. No es un objeto o una cosa, sino una relación. (Foucault, 1979, p. XIV).



Se habla entonces de la omnipresencia y de la omniubicuidad del poder mediático, *panóptico electrónico*, por cuanto visibiliza y escruta vigilante la realidad, pero también hace olvidar o desaparecer aquello que no interesa o que no es formateable dentro de sus molduras, porque lo que más interesa a los medios es el presente bajo la forma de acontecimiento, noticia, evento o novedad impactante en el mercado cultural. Por lo tanto, en los juegos mediáticos existen tanto los *efectos de sentido* como los *efectos de poder*, de *reconocimiento social*, en los cuales participan los usuarios en búsqueda de una mejor inteligibilidad de su entorno y una identidad más visible y perdurable.

Sin embargo, ese poder de los medios tiene su *ethos* social y su instancia de legitimación simbólica (Ruiz, 2004). Desde el supuesto de que el poder es relacional, versátil y circular en el conjunto del tejido social, los procesos mediáticos en la actualidad poseen una dimensión simbólica que legitima de alguna manera su poder y sus capacidades. La mediatización está en un proceso constante de complicidad para obtener legitimación y ejercer su poder con mayor fluidez. A partir de la combinación del mínimo de fuerza y el máximo de persuasión, los medios tratan de consolidar su legitimidad ante la sociedad. Las distintas operaciones discursivas buscan siempre una adhesión del espectador mediante mecanismos persuasivos, como ya se mencionó, y remiten siempre a la dimensión paradójica de lo simbólico donde se juega finalmente el poder de legitimar el orden instituido. “La práctica simbólica puede deslegitimar un sistema vigente resignificando (simbolizando) un nuevo orden posible y desencadenando, en consecuencia, una práctica transformadora del orden vigente” (Ruiz, 2004, p. 56).

En tal sentido, lo simbólico generado por los medios tiene potencialidades para legitimar las formas de poder instituidas, como el servicio prestado al conjunto de la sociedad, la deuda con las clases dominantes, la inevitabilidad de la racionalidad del mercado o la noción de la autoridad verdadera que ejerce pública o privadamente el control social (Cfr. Ruiz, 2004, pp. 58-64). En estas condiciones, los medios poseen un poder ordenador, un poder de mando, un poder normalizador que, asociado con su trascendencia como mecanismo más eficiente,

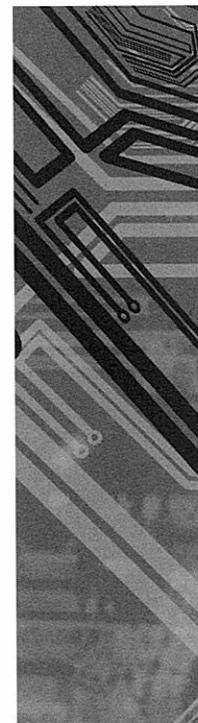
legitima todas sus acciones. Es sabido que en torno al simbolismo religioso se articula socialmente alguna forma de poder trascendente, que es administrado por los especialistas de ese tipo de conocimiento reservado sobre la cosmovisión de la realidad y que les confiere un poder específico o superior al resto de la sociedad. “En una sociedad del conocimiento, la intangibilidad del saber asume muchas de las características de la trascendencia propia de lo religioso en las sociedades tradicionales” (Ruiz, 2004, p. 79).

No se trata de un poder ejercido por la fuerza, sino en la invisibilidad del anonimato. Por eso lo importante son los rituales comunicacionales, las visibilizaciones mediáticas, como *embrujo imprescindible* para la aceptación del producto mediático que se pretende vender. De esta forma, las imbricaciones tensas y paradójicas que se producen entre simbolismo y poder mediático conducen en las sociedades contemporáneas a la legitimación de construcciones simbólicas que las hacen socialmente aceptables.

## Notas finales

A manera de conclusión abierta, es claro que en el panorama del nuevo milenio asistimos al surgimiento de un ecosistema y ambiente mediático de comunicación. En este escopo, un análisis reflexivo de los procesos mediáticos podría abarcar muchas otras de sus dinámicas en constante transformación, sean sus dispositivos tecnológicos o sus desempeños relacionales pragmáticos intersubjetivos de entretenimiento y ocio, su capacidad poética, sus juegos, sus memorias, sus políticas, sus consumos o su poder omnipresente y empeño de articulación permanente con la vida social. Además de eso, quedaría aún por descubrir en el análisis el complejo asunto de los poderosos papeles políticos e ideológicos que se mueven y tensionan en el interior de los procesos mediáticos, tema que se teje sutilmente con cuestiones políticas y de globalización más complejas que desbordan este espacio. Compar-timos la perspectiva propuesta por Sodré en el *espejo mediático*, en el sentido de que tal vez:

La cuestión fundamental de una ciencia de la comunicación, la vinculación humana, implica un interrogante crucial (ético-político) sobre aquello que trasciende al

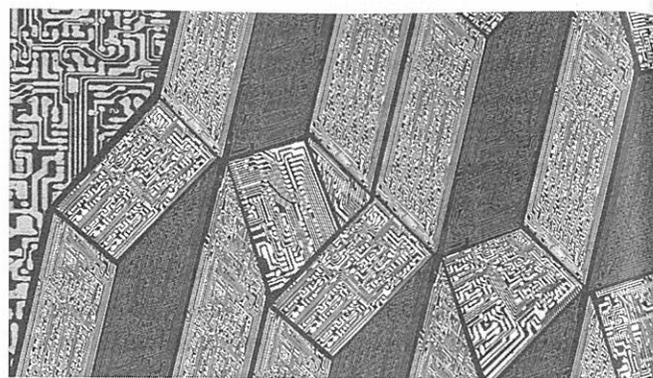


puro mercantilismo y sobre las posibilidades de reorientación crítica de las teletecnologías hacia los imperativos de responsabilidad humana para con las marcas de su singularización. Esto implica, en términos prácticos, *pensar no mediáticamente* [...] e indagar sobre los caminos políticos de apertura existencial para el hombre contemporáneo. (2002, p. 259)

Las nuevas circunstancias del mundo globalizado y multicultural demandan con urgencia un sistema de inteligibilidad afinado epistemológica y metodológicamente con la nueva dinámica sociocultural. No obstante, pensamos que algunas de las pistas aquí colocadas podrían ser mejor sistematizadas y retomadas como programa de estudios sobre el tema, además de contribuir a un esclarecimiento más pertinente de una epistemología de la procesualidad mediática y sus implicaciones profundas en la constitución de la sociabilidad contemporánea.

### Bibliografía

- Bateson, G. y Bateson, M.C. (2000), *El temor de los ángeles. Epistemología de lo sagrado*, Barcelona, Gedisa.
- Berger, P. y Luckman, T. (1999), *A construção social da realidade. Tratado de sociologia do conhecimento*, Petrópolis, Vozes.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar editor.
- Braga, J. L. (2001), "Constituição do campo da comunicação", en Fausto Neto, A.; Aídar Prado, J. L., y Dayrrell Porto, S. (orgs.), *Campo da comunicação. Caracterização, problematizações e perspectivas*, João Pessoa, Editora Universitária, pp. 11-40.
- Cohn, G. (2001), "O 'Campo da comunicação'", en Fausto Neto, A.; Aídar Prado, J.L., y Dayrrell Porto, S. (orgs.), *Campo da comunicação. Caracterização, problematizações e perspectivas*, João Pessoa, Editora Universitária, pp. 41-50.
- Correia, J.C. (2001), *Os mass media entre o sistema e o mundo da vida*, disponible en: <http://www.bocc.ubi.pt>, recuperado: 10 de julio de 2004.
- . (2004a), "Mediação, cultura e sociabilidade", en *Comunicação e cidadania*, Lisboa, Livros Horizontes, pp. 13-40.
- . (2004b), *Elementos para uma teoria da comunicação. Schutz e Luhmann e a construção social da realidade*, disponible en: <http://www.bocc.ubi.pt>, recuperado: 10 de julio de 2004.
- Dicionário Houaiss de língua portuguesa* (2001), Rio de Janeiro, s.e.
- Fausto Neto, A. (1993), "A sentença dos 'Media'. O discurso antecipatório do Impeachment de Collor", en *Revista Textos de Cultura e Comunicação*, UFBA, núm. 30, pp. 5-33.
- . (2001), *Ensinando a televisão. Estratégias de recepção da TV escola*, João Pessoa, Editora Universitária.



- . (2002), "A pesquisa vista de dentro de casa", en *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*, Porto Alegre, Compôs-Sulina, pp. 21-35.
- Fidalgo, A. (2004), *O modo de informação de Mark Pôster*, disponible en: <http://www.bocc.ubi.pt>, recuperado el 19 de julio de 2004.
- Foucault, M. (1979). *A microfísica do poder*, Rio de Janeiro, Graal.
- Gomes, P. G. (2004), *Tópicos de teoria da comunicação*, São Leopoldo, Unisinos.
- Giddens, A. (1991), "Confiança e modernidade", en *As consequências da Modernidade*, São Paulo, EDUSP, pp. 83-113.
- Ianni, O. (2001), "O príncipe eletrônico", en *Enigmas da modernidade*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, pp. 141-166.
- Keeney, B.P. (1994), *Estética del cambio*, Barcelona, Paidós.
- Kellner, D. (2001), "Televisão, propaganda e construção da identidade pós-moderna", en *A cultura da mídia*, São Paulo, EDUSC, pp. 295-334.
- Luhmann, N. (1997), *A nova teoria dos sistemas*, Porto Alegre, UFRGS-Goethe Institut-CBA.
- . (1998), *Sistemas sociais. Lineamientos para una teoría general*, México, Anthropos-Universidad Iberoamericana.
- . (2000), *La realidad de los medios de masas*, Madrid, Anthropos.
- Martín-Barbero, J. (2002), *Oficio de cartógrafo. Travestias latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile, Fondo de Cultura Económica.
- . (2004), "Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados", en *Revista Latinoamericana en Ciencias de la Comunicación*, año I, núm. 1, julio-diciembre, 2004. ALAIC, São Paulo, p. 25.
- Martino, L.C. (2001), "Interdisciplinarietà e objeto de estudos da comunicação", en Fausto Neto, A.; Aídar Prado, J.L., y Dayrrell Porto, S. (orgs.), *Campo da comunicação. Caracterização, problematizações e perspectivas*, João Pessoa, Editora Universitária, pp. 77-90.

- Mendes de Barros, L. (2003), "Para que pesquisar? Comunicação: uma ciência social aplicada", en Vassallo de Lopes, M.I. (org.), *Epistemologia da comunicação*, São Paulo, Loyola, pp. 227-241.
- Peeters, H. y Charlier, P. (1999), "Contributions à une théorie du dispositif", en *Revue Hemès*, Paris, núm. 25, pp. 15-22.
- Pisarra Esteves, J. (1998), "A formação dos campos sociais e a estrutura da sociedade moderna", en *A ética da comunicação e os media modernos*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, pp. 111-142.
- Rodrigues Duarte, A. (1996), "O discurso dos media", en *O discurso mediático*, Lisboa, mimeo, pp. 33-45.
- Ruiz Castor B. (2004), "O ethos social e a legitimação simbólica do poder", en *Os labirintos do poder*, Porto Alegre, Escritos, pp. 41-89.
- Schutz, A. (1998), *Estudios de la teoría de la acción social*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Silverstone, R. (2002), *Por que estudar a Mídia?*, São Paulo, Loyola.
- Sodré, M. (2002), "O ethos midiático", en *Antropológica do espelho*, Petrópolis, Vozes, pp. 11-82.
- Tesche, A. (2004), *Apontamentos para pensar o problema da comunicação em Luhmann*, notas inéditas de clase del Seminario Avanzado en Comunicación I, 27/04/04.
- Thompson, J.B. (1998), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
- . (2002), *Ideologia e cultura moderna*, Petrópolis, Vozes.
- Valladares, R. (2004), "Por que estou vendo isso?", en *Revista Veja*, 22 octubre de 2004, p. 138.
- Verón, E. (1980), *A produção de sentido*, São Paulo, Cultrix.
- . (1997), "Esquema para el análisis de la mediatización", en *Diálogos de la Comunicación*, Lima, núm. 48, octubre, pp. 12-13.
- Von Foerster, H. (1996), *Las semillas de la cibernética. Obras escogidas*, Barcelona, Gedisa.