Sobre novedades y no tanto en los intercambios discursivos. Comentarios y reflexiones a partir de la lectura de *Vidas mediáticas*, de José Luis Fernández[1]

por Nicolás Canedo[2]

Quienes estudiamos fenómenos circunscritos al complejo escenario mediático actual tendemos, por lo general, hacia dos posturas: todo es novedoso o nada lo es. Así, están quienes tienden a opacar las mediatizaciones predigitales, obnubilados por las novedades en los intercambios discursivos, géneros, prácticas y enunciadores, y vaticinan la extinción eventual de los medios históricos. Del otro lado no faltan tampoco quienes niegan al presente cualquier capacidad de conmover los clásicos esquemas teóricos y conceptuales de la vieja comunicación de masas. Ambas posiciones son, naturalmente, equívocas y en ellas se pierde de vista que el campo mediático, mal que le pese a cualquier narcisismo epocal, ha sido siempre un campo de novedades. También se pierde de vista que la historia de los medios está hecha de continuidades y retornos como de rupturas. Basta con prender la televisión o loggearse en Twitter para verificar que en el ecosistema mediático actual todo es permeable a la circulación discursiva transmediática. Hoy la gente escucha la radio on-line, los periódicos históricos producen podcasts y los aficionados a la música vuelven a los discos de vinilo para escapar de la compresión sonora del mp3. Pero también las prácticas presenciales, los intercambios cara a cara, que presuponemos más distanciados de la mediatización, aparecen hoy fuertemente mediatizados: conciertos musicales que se replican en las redes sociales por medio de las capturas de sus concurrentes a través de smartphones, o que se realizan de manera “virtual” en entornos como el mundo inmersivo del Fortnite; los intercambios privados entre personas, en la vida cotidiana, también están fuertemente penetrados y redefinidos por la mediatización.

Entonces ¿qué sentido tiene hoy hablar de nuevos y viejos medios?

Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual (La Crujía, Buenos Aires: 2021) es el más reciente libro de José Luis Fernandez, titular de la cátedra de Semiótica de

---

[1] Este texto fue elaborado para el proyecto UBACyT Retomas Discursivas en Tiempos de Convergencia: Producción, Circulación, Consumo, a cargo de Prof. María Rosa Del Coto.

[2] Lic. en Cs de la Comunicación, docente de Semiótica de los medios II e investigador (CCOM-FSOC-UBA)

las Mediatizaciones de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA, Doctor en Ciencias Sociales e investigador de larga trayectoria en su campo de estudios, donde ha colaborado con e impulsado a toda una camada de investigadores de los fenómenos mediáticos, muchos de ellos citados a lo largo de este escrito que oficia como una síntesis que no clausura la discusión sobre el actual ecosistema mediático, sino más bien la ordena, para inspirar y fomentar las necesarias próximas intervenciones y trabajos, en una apuesta que es decidida y declaradamente transdisciplinaria. La convergencia de entornos, lógicas y prácticas que propicia la mediatización en lo social exige como respuesta una convergencia disciplinaria, donde lo semiótico puede aportar a la comprensión de las lógicas y sistemas de intercambio discursivo –conocimiento que es cada vez más necesario para cualquier disciplina que quiera comprender y explicar lo social– y, a su vez, requiere de enfoques de otras disciplinas para no extraviar los factores socioculturales, subjetivos, tecnológicos y políticos (por mencionar algunos) sin los cuales la descripción de operaciones de producción de sentido se vuelve parcial e inocua. Esa parece ser la apuesta de José Luis Fernández en *Vidas mediáticas*.

Los medios históricos... ¿al rescate?

> "Los medios de sonido propusieron un nivel de novedad tal que –además de que todavía están plenamente vigentes y en transformación, y de que sabemos poco sobre su estatuto semiótico y sobre su historia– deben ser valorados en el mismo nivel en que se lo hace con las mediatizaciones aparecidas más recientemente."
>
> —J.L. Fernández (2021: 264)

El libro ayuda también a abordar el escenario mediático actual sin dejarse deslumbrar por lo novedoso y restituyendo a la conversación reflexiva sobre las nuevas configuraciones mediáticas el valor heurístico de los estudios sobre mediatizaciones previas. El propio Fernández es uno de los grandes referentes teóricos de lo radiofónico en la región, mediatización que es muy referida en el libro como una valiosa e insospechada clave interpretativa de muchas de las características de los desarrollos tecnológicos y mediáticos más recientes, tales como la portabilidad, la movilidad en recepción y la miniaturización de los dispositivos técnicos (que tienen efectos en los modos de uso, en las producciones

genérico-estilísticas, los intercambios intersubjetivos y en la configuración del espacio urbano), las posiciones de los receptores (espectatorial, al decir de Metz, cuando es fija e inmóvil; interaccional, cuando deben accionar) o el ordenamiento de los "contenidos" en estructuras de tipo mosaico que se corresponden con la facilidad de entrada y salida de los receptores, cápsulas discursivas para consumos más breves y aleatorios que los que demandan los géneros narrativos como la novela, el radioteatro o el filme ficcional. Fernández identifica en muchas de las mediatizaciones predigitales –la radio, la prensa, el cine y la tv, que son las más obvias, pero también la telefonía, lo fonográfico y la cartelería de vía pública– una serie de mecánicas y fenómenos que se pueden detectar en muchos de los funcionamientos de los smartphones, sitios web, apps, plataformas y redes sociales. En ese sentido, si hubiera que destacar un único gran aporte del trabajo -que tiene varios y muy valiosos– es el de poder integrar los conocimientos producidos sobre los mal llamados "viejos" y "nuevos" medios. No solo por la necesidad de enriquecer el punto de vista teórico-metodológico del analista sino porque esa mixtura está en la propia fenomenología mediática, un planteo que Fernández sostiene de manera consistente.

La era del postbroadcasting

> "Lo que aparece como clave en este momento y en el futuro cercano son las nuevas relaciones que se producen entre las dos grandes maneras de producción discursiva que cada vez estarán más entrelazadas: el *broadcasting* y el *networking.*"
>
> —J.L. Fernández (2021: 171)

Al diferenciar dos lógicas de producción, circulación y consumo de discursos mediatizados: la del *broadcasting* y la del *networking*, que más o menos se corresponden con la clasificación tosca de viejos y nuevos medios, Fernández plantea más que un desplazamiento de la primera por la segunda, una mixtura de ambas; no sólo por la persistencia o sobrevida en lo social de lo televisivo, lo radiofónico, la prensa o el cine –medios tradicionales digamos– sino por cierta incorporación cruzada de sus lógicas: la del *networking* en los medios de *broadcasting* (piénsese en la incorporación de las consignas de participación y hashtags de Twitter en programas de televisión y radio, por ejemplo) y –más

llamativo aún– la del *broadcasting* en los entornos digitales, entendiendo el término en razón de la unidireccionalidad comunicacional y la indeterminación –más que el tamaño– de las audiencias. Siguiendo esa lógica, podemos ver en plataformas como YouTube o en redes sociales como Instagram cuentas y usuarios que difunden contenidos que son consumidos por millones de personas siguiendo un modelo unidireccional no tan distinto del de las transmisiones televisivas y radiofónicas clásicas; o blogs que se presentan desde su marketing como "revistas" con secciones, columnistas y planes de suscripción. Todo esto da cuenta de una mezcla, una mixtura que conforma un nuevo escenario que el autor reiterada y decididamente denomina de *postbroadcasting*. Esa sería la denominación para el momento de la vida social mediatizada en el que nos encontramos.

Si pensamos en otras clasificaciones o segmentaciones temporales y de procesos o tendencias que dominan distintas épocas habría cierta correspondencia entre este momento y lo que autores como Carlón o Fausto Neto denominan la sociedad hipermediatizada como un siguiente estadio al de la sociedad mediatizada de Verón (en la que la lógica de los medios históricos penetra en y redefine los comportamientos, las instituciones y los colectivos sociales). Al igual que en la sociedad hipermediatizada, caracterizada por la existencia de varios sistemas mediáticos (medios históricos, plataformas digitales y sistemas de mensajería privada) y de una circulación del sentido transversal a estos, en el *postbroadcasting* de Fernández convergen también las lógicas de producción, circulación y recepción de estos conglomerados. El planteo de Fernández va un poco más allá en tanto que propone un nuevo concepto que redefine y a la vez integra a la pluralidad de mediatizaciones en danza: se trata del concepto –central en el libro– de *sistemas de intercambio discursivo mediático* (de ahora en más SIDM).

Sistemas de intercambio discursivo mediáticos

Señalados por el autor como las unidades de análisis del trabajo de investigación semiótico, los SIDM suponen "intercambios discursivos que están constituidos por, al menos, tres series de fenómenos de vida relativamente independiente, convergentes en la mediatización de que se trate: dispositivos técnicos, géneros/estilos y usos y costumbres sociales" (p. 305-306). Estos abarcan tanto a las nuevas plataformas digitales, redes sociales, sitios webs y apps, como a los

medios históricos. Desde esa óptica, tanto lo televisivo o la prensa –por dar dos ejemplos– como las redes sociales o plataformas (Facebook, Mercado Libre, o las apps de homebanking de distintos bancos, también) pueden ser pensados como sistemas de intercambio discursivo mediático, aunque –lógicamente– cada uno con sus particulares "contratos de interacción" (término que Fernández recupera de Scolari), géneros, estilos y convenciones de uso. Es imposible abarcar en unas cuántas páginas el alcance heurístico de este concepto pero intentaremos profundizar un poco más en el mismo a partir de algunas nociones y discusiones en el libro que nos parecen de interés (sin clausurar por ello otras posibles, desde ya): 1) la noción de intercambio; 2) el desplazamiento del texto/discurso como unidad de análisis; 3) las tres series de fenómenos de los SIDM.

1) *La noción de intercambio*

Aunque no es extraña a la jerga sociosemiótica esta tiene una procedencia antropológica (Marcel Mauss/Lévi-Strauss). La especificación de "discursivos" hace de estos solo algunos de los distintos tipos de intercambios posibles (económicos, de servicios, de afectos, etc.), aunque ciertamente los intercambios discursivos tienen participación en todas las formas de intercambio. Además de su eficacia descriptiva, la noción sirve para integrar dos conceptos, de algún modo contrapuestos, y en tensión dentro de la discusión sobre las lógicas mediáticas: enunciación e interacción. De raigambre lingüística el primero (aunque Fernández se inclina más por la acepción semiótica de Steimberg que por la benvenistiana) y micro-sociológica el segundo (Goffman), estos dos conceptos plantean dos modos de aproximación teórica a la problemática de los intercambios comunicacionales, en el texto/discurso el primero (donde los sujetos empíricos no son observables de investigación) y en la comunicación cara a cara o presencial el segundo. En este último caso los sujetos y su acción sí son materia observable. Es por eso que el concepto de interacción es más apropiado para el enfoque etnográfico, que focaliza en los actos.

En la época del *broadcasting* dominó en la sociosemiótica el enfoque enunciativo[3], que prescinde de los sujetos y sus actos y opta por la construcción en el texto de los actores, entendidos como enunciador y destinatario, en gran parte ajenos a lo que ocurre en la escena comunicacional "real". Con la lógica de redes impera la necesidad de incorporar el enfoque interaccional, más acorde con los intercambios digitales, donde los sujetos participan activamente e intervienen en los textos mediáticos. Fernández recuerda en varias ocasiones que compartir, megustear y comentar, modelos de interacción de las redes sociales digitales –pero que permean en otros SIDM–, "(...) son acciones, no sólo operaciones discursivas" (Fernández, 2021: 108). Son observables empíricos antes que construcciones inferenciales del investigador. Ahí radica una importante diferencia epistemológica que justifica la necesidad de revisar algunos conceptos de la tradición teórica. Esto también trae cambios a la noción veroniana de circulación, entendida como un desfase entre gramáticas de producción y reconocimiento que no deja marcas en el discurso, basada en gran medida en el "delay" espacial, temporal o espaciotemporal del *broadcasting* que, en sintonía con lo mencionado anteriormente, deja de ser unívoco y dominante en la comunicación.

> A partir de las observaciones de Verón, la semiótica de los medios enfocada en lo enunciativo escindió las escenas de producción/emisión de las de recepción/reconocimiento. La interacción, como espacio de relaciones explícitas entre emisores y receptores mediáticos, no fue tenida en cuenta. (Fernández, 2021: 199)

Estos desplazamientos no conducen a la obsolescencia y caducidad del modelo del desfase y del enfoque enunciativo, en tanto que las lógicas de *broadcasting* siguen abundando en los SIDM. *Broadcasting* y el *networking* coexisten en los sistemas de *intercambio*, noción que trae, a su vez, un aspecto fundamental de los sistemas: la reciprocidad, que junto con la redundancia, son para el autor dos componentes necesarios de los SIDM.

---

[3] Vale la aclaración: Según Cingolani, a quien Fernández retoma, la teoría de Verón contó con un enfoque "interactivo-cognitivo-intersubjetivo" a la par del enfoque enunciativo que aquí se enfatiza. Nociones como las de contacto, el cruce de miradas y el eje O_O en la televisión son más cercanas a este enfoque. La teoría de Verón no es extraña a los aspectos que aquí se destacan como "dominantes" (que no lo son necesariamente de su teoría discursiva en general sino de su forma de abordar la mediatización broadcasting). (Fernández, 2021: 215).

2) *Desplazamiento del texto/discurso como unidad de análisis*

Si se comparan los planteos del libro –y de otros autores afines, como los ya citados aquí– se comprueba que la identificación de los SIDM como unidad central de análisis desplaza el lugar privilegiado que históricamente tuvieron los discursos para la sociosemiótica. Es un desplazamiento similar, a nuestro entender, al de la noción de signo. La semiótica pasó del signo (unidad simple) como unidad de análisis, al discurso (conglomerado heterogéneo). El movimiento en este caso es similar: un SIDM contiene discursos/textos del mismo modo en el que un discurso/texto comprende signos o materias significantes. Dicho movimiento se produce como correlato teórico de lo observable empírico: una comunicación multidireccional, de intercambios y especialmente de interfaces. En ese contexto, la identificación de un texto/discurso como objeto de análisis parece un tanto forzada, y se impone como más eficiente la detección de modalidades específicas de intercambios discursivos. En la síntesis conceptual que oficia como conclusión del texto Fernández dice: "**No es el texto ni el mensaje, es el sistema de intercambio discursivo mediático**: es la unidad de análisis conectora que se propone para todos los estudios de mediatizaciones" (p. 311). En efecto, se trata de un concepto más eficaz para organizar de manera operativa la compleja red de reenvíos semióticos que se verifican en las mediatizaciones actuales. Los discursos no se fueron, siguen ahí, pero pierden su centralidad. De ahí la alerta que hace el autor de la reducción a lo retórico de gran parte de la crítica y el análisis discursivo actuales –especialmente en el campo de la comunicación política–. Incluso en análisis más volcados a la imagen (como pasa con muchos trabajos sobre memes de Internet), se pierde de vista la inscripción de los textos en sus sistemas de intercambio, poniendo el foco más en lo genérico-estilístico que en los condicionamientos del dispositivo y en la propuesta de uso, en una suerte de nuevo inmanentismo inadvertido. Esto nos conduce al siguiente ítem.

3) *Las tres series de fenómenos*

Volviendo a la definición de los SIDM expuesta arriba, estos contienen "tres series de fenómenos:

- dispositivos tecnológicos

- géneros y estilos
- usos y costumbres sociales

Las series 1 y 3 remiten a la definición veroniana de medio de comunicación: dispositivos técnicos + usos sociales. Fernández plantea que cada mediatización comprende una variedad de dispositivos –piénsese en la prensa, que conjuga las técnicas de la imprenta, lo tipográfico y la fotografía; o la televisión, con la captura de imagen y de sonido y sus formas de transmisión por aire, cable o Internet–. De modo análogo, un SIDM puede comprender una pluralidad de mediatizaciones, como se verifica en muchos entornos y plataformas digitales, que incorporan en sus interfaces lo escritural/tipográfico, canales públicos y privados (mensajes directos y chats), lo audiovisual, transmisiones en grabado y en directo, etc. Pero también incorpora lo genérico/estilístico (serie 2). Las tres series son variables de observación y análisis de los intercambios discursivos mediáticos que, siguiendo la metodología veroniana, dejan marcas en los textos que el investigador convierte en huellas, ya sea de los dispositivos, los géneros y estilos, ya sea de los usos sociales. Las tres series plantean diversas condiciones de producción, circulación y reconocimiento que convergen en la complejidad de cada SIDM en los niveles de análisis macro y meso, y que tienen a su vez correlato a nivel micro en las experiencias individuales o grupales de uso. Pensemos por ejemplo en las determinaciones que traen los dispositivos técnicos, no solamente por los aspectos estrictamente tecnológicos (la arquitectura de cada red o plataforma, la experiencia de usuario, o la portabilidad de los dispositivos, como ejemplos posibles) sino también por condicionamientos de tipo legislativo-político o incluso por competencias geopolítcas (es conocido el conflicto entre Estados Unidos y China por el 5G, que impacta en trabas para el ingreso en cada uno de esos países de distintas empresas que proveen servicios tecnológicos como la red social Tik Tok). Por otro lado, en cuanto a los usos, estos también inundan la escena de variables socioculturales que suman complejidad: el caso reciente de una docente de escuela pública que discutió acaloradamente de política contra la opinión de sus estudiantes, y que trascendió a la esfera pública por las capturas de video de sus alumnos viralizadas en redes sociales es solamente uno de muchos ejemplos de cómo los usos sociales de los SIDM plantean nuevos desafíos y reconfiguran el funcionamiento de las instituciones. Los estudios semióticos se vuelven así cada vez más pertinentes para las empresas y organismos públicos, para aportar a los

conocimientos teóricos y prácticos de sus desempeños (en tanto que tienden hacia mayores niveles de mediatización), pero a su vez, también la semiótica requiere tomar el conocimiento producido por otras disciplinas para poder interpretar los determinantes tecnológicos, políticos, institucionales y sociológicos –entre muchos otros– de los intercambios discursivos actuales. Como dice José Luis Fernández, parafraseando a otro Fernández, el presidente de la nación,: sin conocer los SIDM no se puede, pero solo con eso no alcanza.

A modo de cierre

Desde el concepto de SIDM se puede repensar, o pensar en principio las mediatizaciones más contemporáneas o que son las que en mayor grado caracterizan para la opinión generalizada el clima de época actual, y también las mediatizaciones más históricas. Este concepto ayuda a integrar, de algún modo, lo que por obnubilación de la novedad y a veces incluso por hábito o pereza distinguimos o separamos como si fuesen dos cosas drásticamente diferenciadas: lo televisivo, lo radiofónico, la prensa y el cine están en diálogo e intercambio constante con los llamados nuevos medios. Ese diálogo puede parecernos a veces trivial, a veces innecesario. Ciertamente, no hay ninguna propiedad textual ni enunciativa del cine que lo “obligue” a implicarse con las redes sociales (de hecho muchas películas todavía se producen y existen con total prescindencia de ello). Sin embargo no es eso lo que ocurre en los usos de los consumidores que vuelcan sus críticas en las redes o viralizan e intervienen fragmentos de películas (comportamientos cercanos a los de las culturas de los fans, de los que habla Jenkins, no casualmente uno de los grandes referentes de los estudios sobre mediatizaciones). Tampoco ocurre en el nivel de las grandes productoras hollywoodenses, que activamente promueven desde sus planes de marketing la expansión de sus universos narrativos y estilísticos a través de lo transmediático (otra vez Jenkins) en convergencia con otras industrias y entornos (tv, plataformas de streaming, música, podcasts, experiencias turísticas, etc.).

Todo esto se vincula con nuestro tema de interés: las retomas discursivas. Pensar las retomas discursivas desde los aportes teóricos y metodológicos de *Vidas mediáticas* puede ser un camino auspicioso para ahondar en su comprensión. Desde ese punto de vista, a riesgo de simplificar en exceso y de dejar de lado

muchos conceptos y temas valiosos del libro, distinguir los modos de funcionamiento de los distintos SIDM, en sus respectivos contextos institucionales, industriales, culturales, sociales y políticos, así como también reparar en los aspectos más interaccionales de las mismas pueden abrir interesantes líneas de investigación a futuro.