



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Bitácoras efímeras de la conversación política contemporánea:
interfaces en la mediatización del espacio público
María Fernanda Cappa
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Bitácoras efímeras de la conversación política contemporánea: interfaces en la mediatización del espacio público

María Fernanda Cappa

mariafernandacappa@gmail.com

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Nacional de Buenos Aires
Argentina

Resumen

Entre las modalidades de la democracia audiovisual se indagará en las particularidades del nuevo espacio público de carácter específicamente mediático en el que se desarrollan diferentes formas de la "conversación" política contemporánea. La ruptura de escala habilitada por Internet y las interfaces web implica nuevas formas de visibilidad de las experiencias de mediación/ mediatización preexistentes (vinculadas con las experiencias de producción y consumo de los medios anteriores) y nuevas prácticas, representaciones y discursividades con una propuesta *log* (como bitácoras de un hacer cotidiano mediatizado), produciendo una revolución del acceso de los "actores socio-individuales" (Verón 2013) a la discursividad mediática en general y la discursividad política en particular. Las conversaciones políticas, con su necesario interjuego dialógico y dialéctico de

posiciones enunciativas (Paéz 1995), se despliegan hoy en estas interfaces *log*. Se trabajará discursividad producida en este ámbito como un *laboratorio* de la “interpenetración” (Luhmann 1998) entre los actores sociales (y en particular, los ciudadanos) y el sistema político.

Inicio

“No somos adictos a internet: es el medio en que se vive hoy. Es como si en el siglo XIX se hubiera hablado de adicción a la ciudad”.

daniel molina @rayovirtual

La discusión sobre modalidades contemporáneas de la comunicación política implica necesariamente la consideración de una serie de *interfaces* entre los medios de comunicación, el sistema político y “la sociedad” entendida como un colectivo de doble construcción identitaria: como *audiencia* y como *ciudadanía*.

El rol *mediador* del periodismo ha sido históricamente señalado como un factor clave en el análisis de los modos de producción, circulación y consumo de la discursividad política. Los medios de comunicación fueron protagonistas de la *mediatización* de discursos, prácticas y representaciones de la política en la sociedad industrial *mediática*¹. Lógicamente, las profundas transformaciones de la sociedad pos-industrial han de implicarlos en la reconfiguración de tales discursos, prácticas y representaciones en su nueva configuración, de algún modo, *pos-mediática*.

“Están ahí, los leo, me hablan”: fenómenos mediáticos, discursos sociales, desfase constitutivo producción/ reconocimiento

Como el subtítulo sugiere de manera explícita, estas reflexiones son reconocimiento de algunas observaciones de Eliseo Verón, que habilitan múltiples relaciones intertextuales para intentar circunscribir el rol de las redes sociales como *medios conectivos* en la vida cotidiana en general y en la interfaz del discurso periodístico y político en particular.

El punto de partida se encuentra en “Tiempos y Escritura”, en *Papeles en el tiempo*: el enunciador en primera persona se propone poner en práctica “una relación entre

la observación y la temporalidad social de la 'actualidad' que pudiera materializarse en la escritura." El ejercicio (*periodístico*) de producir (y entregar) textos regularmente y dentro de un plazo perentorio "genera un dispositivo que pasa a formar parte de la configuración del tiempo cotidiano y termina inscripto en el ciclo vital de la persona." (Verón, 2011: 17-18) La relación entre un *dispositivo* de este tipo y las gramáticas productivas de los *medios conectivos* no podría ser más clara. La expresión *medios conectivos* (Van Dijck, 2016) implica ya una primera toma de posición. La búsqueda de definición de los modos de funcionamiento del complejo entramado de *nuevos medios* tiene ya una larga historia². Ha recorrido un largo camino desde las primeras aproximaciones a Internet como un único medio (de corto alcance, dadas las profundas diferencias en su oferta mediática basada en *interconectividad, hipermedialidad y acceso*). Más allá de las utopías del fin de la distancia entre productores y consumidores -o *usuarios* (como propone el neologismo original en inglés *producers*)-, es cierto que el paradigma de la web 2.0 habilitó la transformación de la lógica del *broadcasting* -que caracterizó a los medios masivos de comunicación desde sus orígenes-, a partir de la proliferación de una lógica a la vez complementaria y competitiva de *postbroadcasting o networking*³. Sin embargo, dos cuestiones centrales del análisis del funcionamiento de los medios de comunicación, y por ende de su discursividad asociada, permanecen inalterados: los efectos de *mediatización* y el *defase* constitutivo entre *producción* y *reconocimiento* en la *semiosis*.

El análisis de *discursos mediáticos* -a partir de conceptos clave como *mediaciones* o *hipermediaciones*- no puede soslayar la consideración de una distinción fundante entre *mediación* y *mediatización*. "En la historia de la comunicación humana, los dos aspectos cruciales son la *autonomización* del mensaje y su *persistencia* en el tiempo." (Verón, 2013: 145) Toda comunicación es *mediada* en tanto involucra *materialización*, pero es *mediática* cuando tal materialización es resultado de la intervención de *dispositivos*⁴ de comunicación (concepto que implica tanto su dimensión *tecnológica* como sus *usos* sociales, como *soporte* y como conjunto de *operaciones técnicas* que definen la *autonomía* y *persistencia* temporal de sus mensajes).

"La mediatización es, en el contexto de la evolución de la especie, *la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos*" (Verón, 2013: 147) Esa secuencia se ha caracterizado por distintos momentos de *alteraciones de escala*. Los *fenómenos mediáticos* (a partir de la *escritura*, paradigma fundante de *autonomía* y *persistencia*, que más tarde proliferará -gracias a la *impresión*- en *cuerpos impresos densos*, como el libro, y *efímeros*, como los "papeles de noticias";

y, en forma análoga las posteriores mediatizaciones del *sonido*, la *imagen* y el *contacto*) habilitan la posición metalingüística sobre *objetos observables* de la *semiosis*. Son *objetos-discursos* "marcados por el momento espacio-temporal de su producción". (Verón, 2013: 238)

Tomando como punto de partida del análisis los *productos-discursos observables* se vuelve explícita la *no linealidad de la semiosis social* o, en otras palabras, el *desfase constitutivo* entre *producción* y *reconocimiento*. (Verón, 2013: 292) Hasta aquí, la hipótesis fundante de la "teoría de los discursos sociales" por otros medios: "sólo en el nivel de la *discursividad* el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa (...) es en la *semiosis* que se construye la realidad de lo social" (Verón, 1987: 126)

"Real social" y medios de comunicación de masas

La preocupación por la construcción social de lo real -o lo *real social*-, clave tanto para una sociosemiótica como para la discursividad periodística y política, implica necesariamente alguna reflexión sobre la naturaleza de lo *social*. Aquí es relevante revisar sucintamente la teoría de Luhmann (1998, 2007) sobre *sistemas sociales* y, entre ellos, el *subsistema de los medios de comunicación*.

"Un sistema social no es otra cosa que un sistema que se reproduce autopoiéticamente a través de actos de comunicación. Luhmann define un acto de comunicación como la síntesis de tres selecciones: información, enunciación [*utterance*], y comprensión [*understanding*]. En síntesis, es producida por la red de comunicación, no por algún poder inherente a la conciencia ni por una cualidad inherente a la información. Información, enunciación y comprensión son aspectos que para el sistema no pueden existir fuera del sistema: son co-creados dentro del proceso de comunicación (Luhmann, 1990: 3, 2002b: 127)" (Verón: 2013: 300). *Comunicación* es la operación básica del sistema, y no implica *transmisión* ni *intencionalidad* sino la diferencia entre *información* y acto de *comunicar* (advertida y procesada como tal por el receptor *ego* a partir de un emisor *alter*). Esta operación es soportada por el lenguaje, los medios de difusión y los "medios de comunicación simbólicamente generalizados" encargados de manera interdependiente del *procesamiento informativo*. La escritura y la imprenta producen la experiencia de la diferencia constitutiva en la comunicación entre el acto de comunicar y la información. Esta experiencia es clave en la serie histórica de momentos de alteración de escala en la mediatización señalados por Verón (2013), y en la producción de *autorreferencia* (referencia a sí mismo) y

heterorreferencia (referencia a lo otro) que construye la realidad de los medios de masas. (Luhmann 2007:7)

Siguiendo a Luhmann, la reflexión sobre la realidad de los medios de masas debe pensarse en un doble sentido: la realidad *de* los medios -*realidad primera*- y la realidad *para* los medios - *realidad segunda observada*-. "La realidad de los medios de comunicación de masas -se podría decir, su realidad real- consiste en su propia operación: se imprime, se difunde, se lee, se captan emisiones". (Luhmann 2007: 4). -"(...) la realidad para los medios de masas, es decir, lo que aparece como realidad para ellos, o aquello que los otros tienen por realidad porque lo han tomado de los medios de comunicación." (Luhmann 2007:6)

No se trata meramente de considerar el funcionamiento de una *sociedad mediática*, en la que las operaciones de los medios implican la separación de un orden "real" de la sociedad (con sus prácticas, instituciones, producciones culturales y sus formas de discursividad asociadas) y un orden de "representación" del primer orden, *mediado* por los massmedia. Se trata más bien de una *sociedad mediatizada*, que implica una profunda transformación de las prácticas individuales y colectivas de la vida cotidiana atravesadas por las operaciones de los medios (en tanto operación de observación de segundo orden: observación de la observación).

Los aportes de la teoría sistémica aseguran el marco desde el que puede producirse el análisis de esta *realidad de los medios de masas* en la transición de una teoría del *actor* a una teoría del *observador* (planteado ya en estos términos por Verón y Sigal en el prólogo de *Perón o muerte*): se trata de registrar secuencias de *operaciones que observan* (tanto en producción como en reconocimiento). La *interpenetración* caracteriza la relación *sistema/ entorno* de modo tal que cada uno es de algún modo *garante* de las operaciones del otro. El *desfase producción/ reconocimiento* implica que en ambos polos (y entre ambos) operan *lógicas culitativamente distintas*, que tienen su base en la diferenciación *sistema/ entorno* entre lógicas *institucionales* de los sistemas sociales y lógicas *individuales* de los sistemas socio-individuales (sistemas psíquicos y orgánicos en Luhmann; seres humanos, individuos, sujetos o actores sociales, de acuerdo con el punto de vista/ marco teórico elegido). De este modo, la pregunta por el desfase *producción/ reconocimiento* puede reformularse en términos de "*la interpenetración entre sistemas y subsistemas sociales y sistemas socio-individuales*". (Verón, 2013: 302)⁵

El subsistema social de los medios: periodismo, política y espacio público

Mucho se ha dicho sobre el rol del periodismo como "garante" del funcionamiento de las instituciones democráticas, como nexo fundamental entre la política -y los políticos- y la opinión pública ciudadana. Este enfoque destaca la responsabilidad del periodismo en la constitución de un nuevo espacio para la política en los medios de comunicación: un nuevo *espacio público mediático*. Una importante tradición de investigaciones circunscribe como una de las funciones fundamentales del *periodismo público* (Rosen, Merrit, 1999) la conexión de los ciudadanos entre sí, y entre ellos y los asuntos públicos, entendidos como sostén de la vida en comunidad. Este *espacio público mediático* desborda el alcance de la comunicación política en sentido estricto, incluyendo entre una amplia gama de actores a los medios y los sondeos de opinión, pero sin dejar de otorgar un lugar de privilegio a los periodistas. El periodismo (que se organiza a partir de la operación básica de *información* en el sistema de medios) funciona como un *gestor del contacto*, negociando las respectivas *interfaces* con el sistema político y los sistemas socio-individuales, colaborando en la construcción de *colectivos* que sustentan sus relaciones. "Pensar lo político en términos semióticos consiste en pensar la dialéctica entre la dimensión colectiva de las pertenencias y la dimensión singular de las prácticas sociales." (Lamizet, 2002: 99)

El análisis de la "interpenetración entre política y medios" busca el "ascenso de los periodistas como categoría mediadora -de "la sociedad" y hacia "la política"-, crisis de la sociabilidad políticopartidaria cara a cara como vínculo político dominante." "La mediatización de la política será comprendida, en este sentido, como fenómeno de legitimación de ciertos espacios privilegiados para hacer política y como dinámica productora de acontecimientos público-políticos con consecuencias sobre la distribución del poder simbólico y del apoyo social." (Vommaro, 2008: 8-10). La *comunicación política* construye diferentes colectivos de interlocutores: el "pueblo" o la "gente": "ciudadanos" o "vecinos"; "compañeros" o "correligionarios"; "militantes" o "voluntarios"; "partidarios" o "independientes"/ "autoconvocados". "Desde una perspectiva discursiva, se pueden concebir a los colectivos como entidades semióticas -o sea, no como sujetos sociológicos definidos por una ubicación diferencial en la topografía social- que implican la identificación y categorización de una pluralidad de actores. Identificación y categorización son operaciones asociadas a estrategias de argumentación, sometidas, por tanto, a reglas de producción de discursos que pueden ser reconstruidas por el análisis. Esta definición le cabe tanto a colectivos formales (*ciudadanos*) como a colectivos de

identidad (*proletariado, peronistas*) como a colectivos comunicacionales (la *gente*, el *público*), o a un sinfín de colectivos de enunciación que diariamente se disputan en el escenario de la política (la *derecha*, la *izquierda*, el *progresismo*, etc.).” (Retamozo y Fernandez 2010: 12).

La *producción de colectivos* debe entenderse como un emergente de la producción de diferencias que garantiza el funcionamiento autopoiético de los sistemas y subsistemas sociales y de la interpenetración con los sistemas socio-individuales como “*entorno organizado de identidades colectivas*” (Verón, 2013: 422). “Los medios son el lugar donde se construyen las entidades imaginarias que fundan el funcionamiento democrático: es el lugar que hace nacional a la nación, pública a la opinión, general a la voluntad mayoritaria.” (Verón 2001: 82) El sistema de los medios de comunicación y el sistema político comparten y disputan un rol de administración de esos *colectivos identitarios*.

“El paso de las sociedades *mediáticas* a las sociedades *mediatizadas* expresa en realidad la adaptación de las instituciones de las democracias industriales a los medios, que se transforman en los *mediadores* insoslayables de la gestión de lo social” (...) “las instituciones políticas de las democracias industriales parecen tener cada vez más dificultades para cumplir estas funciones de *mediación* entre los colectivos que definen las identidades sociales y su entorno. Diríase, en efecto, que los medios, *mediadores* obligados de la gestión política en las *representaciones sociales* en el período de la *mediatización*, tienden hoy a volverse autónomos, a 'pasar por alto' las instituciones políticas”. [Los destacados son propios] (Verón, 2004: 224-225)

“Internet, ¿y después?”: mediatización e interfaces digitales

Un nuevo momento de *alteración de escala* de la *mediatización*, la generalización del paradigma de *interconectividad, hipermedialidad y acceso* que caracteriza a Internet y a los *medios conectivos* en particular, transforma la lógica de los medios masivos: la realidad *de y para* los medios de masas se transforma, porque se transforma el *sistema de medios masivos* a través de un cambio radical en el nivel de la *gestión del contacto*, que articula la *interpenetración* de las *operaciones del sistema* y las de su *entorno*, los *sistemas socio-individuales*.

Como plantea Manovich (2013), en la sociedad de la información global el *software cultural* se convierte en una suerte de lenguaje universal a través del cual el mundo “habla”. Un nuevo y ubicuo *metamedio* se convierte en nuestra “interfaz con el mundo”, que puede *remediar, simular y combinar* las técnicas, materiales y

discursos mediáticos anteriores, y que implica, por tanto, una nueva etapa en la historia de los medios, de la comunicación y de la semiosis. Este entramado conocido como "nuevos medios" puede seguir siendo llamado así (aunque exista desde hace décadas) porque la *producción de novedad* es parte de su identidad específica, su estatuto (el *software cultural* habilita no sólo el set de medios anteriores -físicos, mecánicos o electromagnéticos-, sino un nuevo sistema/ programa de generación de nuevos medios, herramientas y aplicaciones). *Interactividad, simulación, personalización, procesamiento de datos, colaboración* son coordenadas de las *operaciones* de este nuevo *sistema de medios digital* y sus *plataformas de presentación/ interacción* (Manovich, 2013: 200)

La noción de *interfaz* retoma muchas de las discusiones sobre la naturaleza perceptiva de las plataformas de comunicación (interfaz gráfica de usuario, pantalla, interfaz usuario-ordenador), pero no se agota en ellas, sino que conecta en leva con otras dimensiones del proceso de producción de sentido. En estas zonas, *entre* ellas, la noción de *interfaz* opera como un *dispositivo* (un "entre dos") de funcionalidad central para conectar el *defase* constitutivo *producción/ reconocimiento*.

La etapa más reciente de esta transformación está caracterizada por las operaciones del ecosistema de las llamadas "redes sociales" en tanto *medios conectivos*. Más allá de atributos sugerentes como "social" y "participativo/ colaborativo", lo propio de estas plataformas no es la *conexión* sino su reconfiguración en *conectividad* en tanto *sistema automatizado*: "hacer social la red" significa "hacer técnica la socialidad". (Van Dijck, 2016: 29-30) A partir de la teoría del *actor-red* (Latour, 2005) se propone considerar que las plataformas (más allá de sus atributos computacionales/ de programación/ de software) pueden entenderse en un sentido sociocultural no como meros intermediarios sino como *mediadores* (dado que transforman, traducen, distorsionan y modifican aquello que deben transportar). Este modo de funcionamiento puede nuevamente ser conectado con la noción de *interfaz* (en tanto espacio irreductible del "entre dos"). Los *medios conectivos* ubican al *usuario* en el centro de las operaciones de conexión, expresión, autorepresentación, identidad, performance del gusto, construcción de comunidad.

Dispositivos como blogs, fotologs, usuarios, perfiles o fanpages en Facebook o en redes de microblogging como Twitter y Tumblr, implican, además de su *interconectividad* constitutiva (con operaciones de vehiculización, registro, visibilización, espectacularización y ritualización del contacto), un estatuto diferencial como *repositorios* de cotidianidad (como bitácoras de un *hacer* y un *decir* cotidiano mediatizado): "Si todos estos dispositivos comparten el hecho de ser

logs (registros), esto parece hablarnos de un nuevo tipo de relación entre el inscribir y el borrar, en el cual la obsesión de permanencia y eterna disponibilidad de los textos se combina con la velocidad de la lectura". (Urresti 2001: 231). Lo que toma la escena en estos dispositivos y su propuesta *log* es el intento de una voluntad de registro de capturar la experiencia de lo fugaz, lo efímero de la cotidianidad, y volverlo siempre disponible.

En este ecosistema, la compleja simplicidad del pacto enunciativo en Twitter representa "el impulso por hacer de la vida una experiencia públicamente glosada" (Hagan, 2011, citado por Van Dijck, 2016: 128) que opera como sensor social o caja de resonancia de las conversaciones públicas, en tanto opera como *mediador* entre periodistas, medios, políticos, instituciones y usuarios-ciudadanos (en colectivos ampliados que incluyen además a anónimos, fakes, trolls y otras especies salvajes).

Efectos de los medios conectivos en el discurso político y la opinión pública que reclaman un nuevo rol para el periodismo

Sobre los efectos de Internet en la interfaz del sistema de los medios y el sistema político, Grandi (2002) señalaba una transformación clave: la interconectividad habilita una relación más directa entre el sistema político y la ciudadanía, que puede establecerse sin depender exclusivamente de la mediación de los periodistas. En este *nuevo espacio público digital online*, pueden identificarse tres momentos: una primera etapa claramente *institucional* inauguró la presencia en la web del sistema político; una segunda etapa *exploratoria de formatos 2.0* (con mayor arraigo entre candidatos/ fórmulas de campaña) y una tercera etapa, en la que puede verificarse el *impacto creciente de las redes sociales y el microblogging* (Qués, 2010). En esta etapa puede observarse un uso pleno de los dispositivos con su propuesta simultáneamente *conversacional* y *polémica*.

En el componente *polémico* del discurso político es central la *multidestinación* señalada por Verón en "La palabra adversativa", según se trate de la lectura de un partidario o de un adversario (el *prodestinatario* y el *contradestinatario*, respectivamente) y de un tercer tipo, una figura que se ubica "fuera de juego" y a quién apuntan las tácticas persuasivas (el *paradestinatario*). Allí también propone la descripción de categorías identificadas como *colectivos de identificación* que establecen los posibles vínculos que pueden establecerse entre el enunciadore y el destinatario. Y que pueden describirse atendiendo a diferentes componentes organizadores del discurso, de tipo *descriptivo* (que ejercita la constatación y las

lecturas del presente y del pasado), *didáctico* (que corresponde a la modalidad del saber), *prescriptivo* (del orden del deber) o *programático* (del orden del poder hacer).

Sobre el componente *conversacional* de los discursos de este *nuevo espacio público digital online* resulta apropiado recuperar la propuesta por Páez, retomando a Bajtin, que no descansa en la vigencia del *principio cooperativo* propuesto por Grice: "la esencia de la conversación reside en el carácter dialógico, y más precisamente dialéctico del necesario interjuego de las posiciones enunciativas", en tanto se trata de un tipo de enunciado que "requiere un complemento: demanda contestación, consentimiento, objeción, cumplimento, refutación, etc." (Páez 1995: 98) Así, como ya había señalado Barthes en el prólogo de "La conversación", ésta queda caracterizada por la labilidad de su configuración formal y sus reglas de intercambio, la amplitud y deriva temática característica, y el fuerte efecto de espontaneidad, que no tiende al cierre argumentativo ni argumental.

En el juego de la *conversación* se producen cruces entre los tradicionales espacios *institucionales* (de los medios y de la política) y otros más horizontales y desjerarquizados de colectivos identitarios propios de las redes, que no son cabalmente ciudadanos pero que decididamente son *partenaires* de la *performance conversacional política* (que incluye a los actores socio-individuales junto a la "Dra. Pignata", "Eameo" y "Agencia Felan", y a las cuentas personales de políticos y periodistas verificadas y sus *fakes*).

El *sistema de medios masivos* busca su lugar en el *ecosistema de medios conectivos*, pero muchas veces le resulta aún más complicado que al sistema político proponer una verdadera *conversación*. "Lo que no parece evidente, sin embargo, es que la presencia activa de los medios tradicionales en estos nuevos espacios de intercambio suponga una innovación en las formas de comunicarse con sus públicos. En efecto, todavía no queda claro si la cohabitación de usuarios institucionales y usuarios individuales, en el mismo espacio comunicacional, conduce a la generación de diálogos auténticos o a la consolidación de una cultura del compartir." (Ure, Parcelis y Coedo, 2012: 3).

Una transformación interesante parece ser el modo en que, a través de la lógica de los medios conectivos, empieza a desarrollarse un proceso de relativa *autonomización* de las instituciones políticas de las representaciones de los medios masivos. En este *nuevo espacio público digital online* pueden desplegarse las *finalidades* del discurso político (Charaudeau, 2002: 113). que construyen *comunidades de opinión* y *comunidades comunicacionales*, junto a amplias y difusas zonas de intercambios conversacionales del orden del *comentario*, sin la

intervención *mediadora* del sistema de medios masivos, que había sido indispensable en las llamadas "democracias audiovisuales".

En este nuevo espacio público ya no opera con claridad la distinción entre *información/ no información* que es la operación clave del sistema de medios masivos. El cambio de perspectiva de la teoría del actor a la teoría del observador de sistemas sociales interpenetrados demanda un cambio de foco de las rutinas productivas del periodista-actor o el político-actor hacia la "experiencia de usuario" de los sistemas socio-individuales en sus diferentes colectivos identitarios y sus operaciones en reconocimiento.

Cabe esperar del sistema de medios una adaptación a este nuevo escenario que se aleje de de sus primeras reacciones apocalípticas, como cuando la publicación de algunos detalles de la visita de Barack Obama a Argentina en la cuenta de Snapchat de Presidencia fuera definida por el diario Clarín como "entregar contenido exclusivo a un medio extranjero". El artículo, publicado en la sección Sociedad el 25/03/16, explicita la plena conciencia del medio de que su función *mediadora* está siendo cuestionada: "Snapchat tuvo la exclusiva y el resto de los medios digitales y televisivos intentó ingeniar formas (nada sencillas) de capturar y reproducir las imágenes para sus audiencias". No parece comprender de manera tan clara, sin embargo, que esas "audiencias" consumidoras de su "reproducción" no sólo ya no lo necesitan, sino que ya no existen (al menos no de la misma manera).

Ya no se trata simplemente de "periodismo público": periodismo en la sociedad pos-industrial implica poner en el centro de la escena al "ex-público" (Gillmor, 2004) o "the People formerly known as the Audience" (Rosen, 2006) (citados por Christofolletti, 2014: 101). En este último caso, se recupera "the People" en la lengua original porque reenvía a "We, the People" de la Constitución de Estados Unidos más que a un simple y despolitizado "la gente".

Se trata de un cambio sustancial del *debate público* a las *conversaciones públicas*. Cabe aquí pensar si una experiencia pionera como "Argentina Debate" constituyó el cierre, más que la apertura, de la etapa *massmediática* de la mediatización de la política argentina; dado que mientras el *debate* es decididamente *institucional*, la lógica de interactividad de los medios conectivos se apoya en operaciones conversacionales mucho menos formalizables, sostenidas por el conjunto de discursos en reconocimiento de sistemas socio-individuales que ahora también "están ahí y nos hablan".

Bibliografía

- Charaudeau, P. (2002): "Para qué sirve analizar el discurso político", en Revista deSignis Nº2. *La comunicación política. Transformaciones del espacio público* Barcelona, Gedisa, abril de 2002.
- Christofoletti, R. (2014): "¿Dónde está la ética que andaba por aquí?", en Luchessi, L. y Videla, L. (comp) (2016): *Desafíos del periodismo en la sociedad del conocimiento: discusiones a partir del Tercer Seminario Brasil-Argentina de Pesquisa en Jornalismo*. Viedma: Universidad Nacional de Río Negro.
- Fernández, J.L. (2013) "Broadcasting vs. Networking: puesta a punto de la actualidad". Conferencia magistral en *Congreso Virtual Mundial de e-Learning*. 8 de octubre de 2013. (Disponible en: <http://www.congresoelearning.org/events/conferencia-especial-del-dr-jose-luis-fernandez-broadcasting-vs-n>)
- Grandi, R. "El sistema de los medios y el sistema político", en Revista deSignis Nº2. *La comunicación política. Transformaciones del espacio público* Barcelona, Gedisa, abril de 2002.
- Lamizet, B. (2002): "Semiótica de lo político", en Revista deSignis Nº2. *La comunicación política. Transformaciones del espacio público* Barcelona, Gedisa, abril de 2002.
- Luhmann, N. (1998): *Sistemas sociales*. Barcelona: Anthropos. [1984]
(2007): *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos [1996]
- Manovich, L. (2013): *Software Takes Command*. Nueva York: Bloomsbury Academic. [Traducción de Reyes-García, E. (2012). Versión del 30 de septiembre de 2012, publicada bajo licencia Creative Commons en manovich.net]
- Martínez Mendoza, Rolando (2006): "Conversar en televisión. De la conversación a las conversaciones televisivas" en Cingolani, Gastón (Editor) *Discursividades televisivas*. La Plata, Edulp.
- Ques, M.E (2011): "Retóricas de la proximidad: el discurso político en las redes sociales". Ponencia presentada en el *X Congreso de Ciencia Política*. Córdoba. Disponible en: <http://semiotica2a.sociales.uba.ar/files/2016/01/Ques-DP-en-redes-soc1.pdf>
- Retamozo, Martín; Fernández, Mariano, "Discurso político e identidades políticas: producción, articulación y recepción en las obras de Eliseo Verón y Ernesto Laclau". Cuadernos de HIdeas, vol. 4, nº 4, diciembre 2010. ISSN 2313-9048 Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/cps/index>
- Rosen, J. (1995): "Hacia una nueva agenda pública para el periodismo". Revista Mexicana de Comunicación, año 4, nº. 20.

- Scolari, C. (2008): "De los medios a las hipermediaciones". *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa. Cap. 2.
- Traversa, O. (2001): "Aproximaciones a la noción de dispositivo". *Signo y Señal* 12. Buenos Aires: Instituto de Lingüística, FFyL UBA.
- (2011): "Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse", en San Martín, P. y O. Traversa (Comp.) *El dispositivo hipermedial dinámico Pantallas Críticas*. Buenos Aires: Santiago Arcos. Cap. 1.
- Ure, M; Parcelis, M. y Coedo, N. (2012): "Medios y periodistas argentinos en Twitter : ¿lógicas de la información en la red de la conversación?" [en línea]. Ponencia presentada en XIV Congreso REDCOM "Investigación y extensión en comunicación : sujetos, políticas y contextos", Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, 28-30 junio.
- Urresti, M. (editor) (2008): *Ciberculturas Juveniles*, Buenos Aires: La Crujía.
- Van Dijck, J. (2016): *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Verón, E. (1987): *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- (1997): "Semiosis de lo ideológico y el poder" y "La mediatización". Buenos Aires, Secretaría de Extensión Universitaria, Facultad de Filosofía y Letras, Oficina de publicaciones del C.B.C. - UBA.
- (2001): *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- (2004): *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- (2013): *La semiosis social, 2*. Buenos Aires: Paidós.
- Vommaro, G. (2008): *Mejor que decir es mostrar: medios y política en la democracia argentina*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional.

i "La sociedad mediatizada emerge a medida que las prácticas institucionales de una sociedad mediática se transforman en profundidad *porque existen los medios*." (Verón: 2004: 224). "La *mediatización* de la sociedad industrial mediática hace estallar la frontera entre lo real de la sociedad y sus representaciones." (Verón 2001: 14). Esto implica la transformación de instituciones, discursos y prácticas sociales, que adquieren nuevos modos de funcionamiento.

i "De los nuevos medios a las hipermediaciones", en Scolari (2008) da cuenta sucintamente de los avatares de la construcción del objeto.

i Sobre los alcances de esta transformación son orientadoras las reflexiones de Fernández (2013).

i Vale la pena recuperar la noción de *dispositivo* de Traversa (2001): un soporte técnico (que habilita operaciones de producción de sentido con posibilidad de repetición); un cierto *uso social* o modo de funcionamiento de ese recurso (prácticas sociales); un modo de *gestión del contacto* y un conjunto de posibles articulaciones textuales. Internet puede pensarse así como entramado mediático de dispositivos -caso paradigmático de *hiperdispositivo*. La dimensión crítica de la *gestión del contacto* se retoma en Traversa (2011).

i Volviendo a *Papeles en el tiempo*, es notable cómo la enunciación de esas columnas de opinión semanales pone en evidencia el *defase* constitutivo entre *producción* de sentido de *sistemas sociales* y *reconocimiento* de *sistemas socio-individuales*. (Como ha sostenido el propio Verón en discursividad

teórica múltiple durante más de 30 años, o como ha definido explícitamente en esos términos *luhmannianos* en *La semiosis social*, 2. ¡Cuántas gramáticas de reconocimiento socioindividuales pone en juego en sus columnas este "Verón", junto con observaciones socio-sistémicas -y sistemáticas- sobre producción y reconocimiento de aquél "Verón"!)