

A stylized, grey, circular logo resembling the letter 'C' with a white square cutout in the center. The logo is positioned to the left of the word 'Presentación'.

# *Presentación*

# Cambios y permanencias laterales

*Letra. Imagen. Sonido* L.I.S. Ciudad mediatizada  
Año VI, # 12, Segundo semestre 2014  
Buenos Aires ARG | Págs. 10 a 12

Es verdad que, así como el cambio de año no cambia nada a nivel *objetivo*, así como toda periodización es un efecto de construcción desde algún punto de vista, así también nada debería diferenciar al número 12 de una publicación de su número 11, ya publicado, y del número 13 en proceso de finalización. Sin embargo, al hablar del tema surge inmediatamente el reconocimiento de que es una especie de *hito*, algo ritual, algo experiencial, establecido en una línea de eventos que se considera *serial* y *significativa*. Por lo tanto, no es delirio puro hacer un alto y considerar algunos aspectos que cobran relevancia en la serie.

10

Cuando L.I.S. fue proyectada, el concepto central era generar un espacio de convergencia de investigaciones que acompañara el proceso de convergencia mediática, entendido como complejo proceso cultural. Y también que la noción de ciudad fuera trabajada desde puntos de vista no siempre urbanísticos o sociológicos. Es decir que no se trató de imponer un enfoque disciplinario, sino que se propuso una publicación abierta que fuera siguiendo los cambios que veíamos que se producían en el campo socio-cultural. No nos constaba que esas transformaciones se *espejaran* en lo teórico y lo metodológico. Hoy podemos hacer algunas revisiones laterales, entre tantas posibles, como subproducto de lo publicado.

Hace muy poco entregábamos un artículo para ser evaluado para su publicación y allí anotábamos que hay dos conceptos sobre el papel de los medios de comunicación en la producción teórica de América Latina. Por un lado, a raíz de la enorme influencia de Martín Barbero, *mediación* es el término que ha unido la historia de las masas como fenómenos sociológicos con el desarrollo de los medios de comunicación. Por el otro lado, desde las investigaciones y publicaciones fundadoras de Eliseo Verón, el estudio de los medios ha tenido un gran desarrollo en América Latina utilizando *mediatización* como concepto principal. Señalábamos allí que, curiosamente, o no tanto, esos investigadores que compartieron región, tiempo y objetos de estudio, nunca tuvieron una relación profunda rastreable en sus libros. Y sus escuelas crecieron y se desarrollaron también con una vida relativamente independiente.

No es este el lugar para ahondar en las razones de esa divergencia, justificable desde el punto de vista teórico, pero fundada también en cuestiones genéricamente académicas y de política regional. Tampoco es el lugar aquí para diferenciar ambos conceptos pero sí para anotar que ninguno de ellos es fácil de capturar y que obligan a reconstruir desde sus puntos de vista múltiples aspectos de las concepciones sobre lo social y lo cultural. Pero respecto de esa escisión algo está cambiando.

Uno de los pocos investigadores que ha llamado la atención sobre las relaciones entre las mediaciones de Martín Barbero y las mediatizaciones de Eliseo Verón ha sido Carlos Scolari. Probablemente se trate de un efecto del doble soporte de su formación, entre los estudios de comunicación en Rosario (donde los trabajos de Martín Barbero y García Canclini entraron con fuerza en la segunda mitad de los años ochenta), y sus estudios de postgrado en Italia con Gianfranco Bettetini, muy vinculados a la semiótica de la comunicación digital. Scolari ha insistido bastante en esas relaciones desde la aparición del último libro de Verón, *La semiosis social II* y el uso a veces poco preciso que realizan de estos dos conceptos autores como, entre otros, el filósofo Byung-Chul Han.

El hecho es que, una vez entregado nuestro artículo con ese tipo de comentario, llegó a nuestra red un trabajo de Maria Immacolata Vassallo de Lopes, en la revista *MATRIZES*, Vol. 8 N° 1. Jan./Jun. 2014 – São Paulo, cuyo título es “Mediation and reception. Some theoretical and methodological connections in Latin American communication studies”. La autora hace allí una comparación sobre el uso diferenciado de las nociones de *mediation* y *mediatization*. Es inevitable pensar, además de observar con más detenimiento el fenómeno, que algo de la convergencia mediática, que genera nuevos fenómenos, que tensa la frontera entre disciplinas, nos va obligando a aceptar nuevas convergencias teóricas entre paradigmas de vida divergente hasta ahora.

Mientras se van produciendo esas novedades teóricas, que parecen ser, todavía, más ajustes que transformaciones profundas, hay ciertos rasgos de la mediatización que resisten la aceptación dentro de espacios importantes de la producción teórica y meto-

# Lis

## Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada.

dológica. Hay al menos dos que insisten en su presencia, centrales para nosotros, pero laterales para los estudios comunicacionales: la *toma directa* y la *mediatización del sonido*. 12

Las temporalidades sociales y mediáticas están cambiando profundamente y pocos lo registran. El hecho absolutamente particular de que en el teléfono, la radio y la televisión *en vivo*—desbordado por la expansión de la vida on-line, por lo de que *todos estamos conectados todo el tiempo*— el *ahora* es una especie de *ahora* absoluto pero no metafísico, pasa tan desapercibido como el hecho de que en el mismo momento en que subimos una foto *instantánea* a la red, esa imagen es total y definitivamente *pasado*.

Mientras la *mediatización del sonido* sigue con su crecimiento y transformación frente a la indiferencia de gurúes integrados o apocalípticos. Muchos de esos individuos que andan por la calle o conduciendo sus vehículos frente a nuestros ojos, luego de protagonizar la crisis de la industria discográfica, más profunda que la crisis de la industria cinematográfica y la periodística, ahora protagonizan transferencias de ganancias brutales que se disputan las todavía denominadas *compañías discográficas* y sus músicos. Ni la sacrosanta economía puede convertir en importante un fenómeno que la cultura insiste en ocultar.

Como conclusión parcial, pero no extravagante, en doce números de una revista académica se presencian *transformaciones* que sorprenden a sus propios protagonistas y, al mismo tiempo, se registran *permanencias* que ni sus propios protagonistas terminan de registrar.