



Mediatización y política: transformaciones ecológicas de lo público¹
Mediatization and politics: ecological transformations of the publicness

Mariano Néstor Fernández

Palabras clave: Mediatización, Política, Lo público

Introducción

Proponemos en este trabajo una reflexión epistemológica sobre la “mediatización de la política”. Contra algunas definiciones canónicas, que han explicado o explican aún este fenómeno como la influencia creciente de los medios en el funcionamiento de las instituciones del sistema político y en el accionar de los actores políticos (Mazzoleni, 1999 y 2008, Couldry, 2012, Strombäck, 2008, Hjarvard, 2008 y 2013, Lundby, 2014), y por extensión, el efecto de las emergentes tecnologías y plataformas digitales sobre las estrategias de comunicación pública, quiero defender una hipótesis de trabajo alternativa. Desde esta perspectiva, el fenómeno de la *mediatización de la política* puede ser estudiado como la transformación del modo en que esas instituciones y esos actores políticos deben lidiar con el *entorno de lo público* o con lo que Craig Calhoun (2013) llama *lo público* (“the public-ness”). Esa transformación, un fenómeno histórico en curso y multicausal, no puede explicarse sin atender al proceso

¹ Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

de desarrollo e introducción de tecnologías mediáticas, su institucionalización en forma de *medios*, o la estructuración de las contemporáneas plataformas digitales como superficies mediáticas que operan más allá y más acá de esos medios.

Si esta propuesta puede calificarse como “epistemológica” es porque su primer movimiento consiste en *desplazar el lugar de observación analítico*. Con esto quiero decir lo siguiente: en términos generales, los estudios sobre la mediatización de la política han sido la transposición analítica del malestar del propio sistema político (de sus instituciones y actores) frente a los medios, y en particular frente a la televisión. El punto de vista de estos estudios fue, y sigue siendo en gran medida, el de los propios actores políticos, que experimentaron, experimentan y probablemente experimentarán la incomodidad de tener que lidiar con técnicas, tecnologías, actores e instituciones frente a las que deben adaptarse y que no controlan plenamente. De ahí la eficacia de la expresión “*mediatización de*”: se trataba de mostrar cómo las prácticas políticas estabilizadas en la segunda mitad del siglo XX eran modificadas por una fuerza exterior –los medios- cuyo funcionamiento se regía por otras “lógicas”. Esa posición de observación no pudo sino tratar ese fenómeno como un proceso de “disempowerment” en detrimento de “la política”. Por extensión, se trata de un modo de abordaje tecnológico-determinista.

En cambio, en línea con lo que han planteado autores como Marcinkowski (2014) consideramos que la mediatización no está atada a una tecnología particular de disseminación de discursos ni a una forma específica de organización de los medios de comunicación, sino al desarrollo y la autonomización de los dispositivos de producción y captura de la atención pública sobre acontecimientos del mundo. En ese marco, proponemos un desplazamiento del lugar observación, desplazamiento necesariamente teórico y metodológico: de lo que se trata es de estudiar las transformaciones de lo público, es decir, de esa zona de la vida social en la que cohabitan instituciones e individuos que se tornan mutuamente visibles entre sí. Como ese orden es,



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

principalmente, un “subproducto de los arreglos tecnológicos” (Calhoun, 2013), el lugar de los “medios” fue y sigue siendo una cuestión central; sin embargo, el propio avance de la reflexión teórica y aplicada muestra que también el complejo tecnológico-institucional de los medios masivos quedó sometido a las transformaciones de las nuevas *mediatizaciones* caracterizadas, en los últimos veinte años, por el despliegue de Internet, y principalmente por la expansión de la vida en plataformas (Fernández, 2021).

Ecologías de lo público

Lo que las mediatizaciones –al menos desde el siglo XVIII- han transformado es la estructuración de lo público, o, lo que es lo mismo, las relaciones de los sistemas institucionales –el político, pero también el mediático- con sus entornos. Por esta razón caracterizamos este acercamiento como “ecológico”.

En el nivel de los funcionamientos institucionales –que es el nivel de *la política*- la mediatización introduce el problema de las relaciones entre el sistema y sus entornos. Precisamente, la ecología general es la reflexión sobre la diferencia sistema/entorno y sus transformaciones. El entorno, desde esta perspectiva, es una referencia multifacética y flexible que cambia según la manera en que es observado y con la perspectiva del observador. (Elena Espósito, 2017)

Para aclarar esta propuesta, vamos a servirnos de la teoría de la opinión pública elaborada por Luhmann (2008). Según Luhmann, “lo público” (que en su teorización, integra *espacio público* y *opinión pública*) surge de una diferenciación interna del sistema político en el siglo XVIII. Pero, como tal, no constituye un “sistema”, sino un límite interno. Por un lado, ningún sistema puede ir más allá de sus límites. Por el otro, debe reconocer un lado externo, ya que de otra manera no podría experimentar los límites como límites, no podría reconocerse como unidad diferenciada ni sus operaciones como propias.



Lo público se ubica entonces en los límites externos de los subsistemas sociales, pero en el límite interno al sistema sociedad. En este sentido, se trata de un concepto que describe “el lado inaccesible del otro”, pero desde donde se perciben estímulos. Luhmann aquí hace una reducción sobre uno de los campos semánticos que históricamente estuvieron ligados a lo público: el de la imprevisibilidad, el de la imposibilidad de un control sobre aquel que está “del otro lado”.

Al retirar la reflexión sobre “lo público” del campo semántico de la política, Luhmann trabaja sobre un concepto aplicable a todos los sistemas de funciones de la sociedad: “el mercado sería entonces el entorno interno económico de las empresas e interacciones de la economía; la opinión pública, el entorno interno político de las organizaciones e interacciones políticas” (2000:149). Si “el público” encuentra su lugar en la topografía social como diferenciación interna del sistema político, “lo público” expresa más bien la dificultad para aprehender qué es lo que hay del otro lado y para controlar los efectos de las operaciones del sistema en el entorno.

Precisamente, uno de los problemas que aborda la ecología general es el del control. ¿Cómo regular la relación entre el adentro y el afuera? ¿Qué tipo de contactos pueden existir entre los dos lados del límite? Desde ese punto de vista, las plataformas digitales, vinieron a ofrecer una respuesta a la pregunta que moviliza a todo sistema social (político, de medios, empresas) *¿qué hay del otro lado?* En las “redes” los “medios” pueden observar cómo los “sistemas socio-individuales” observan (a la sociedad, a un fragmento de la realidad, a otros sistemas “socio-individuales” e incluso a sí mismos) y cómo los observan a ellos. Las redes funcionan, entonces, como “entorno”, y más precisamente, como el “entorno de lo público”.

Lo público mediatizado

¿Qué aspectos de la problemática de “lo público” le concierne a la investigación en mediatizaciones? En este trabajo, vamos a explorar dos haces de fenómenos, que son



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

las que ofrecen un agarre más directo para ligar la cuestión de “los medios” y la de “la política”: en primer lugar, el problema de la infraestructura de la vida pública; en segundo lugar, el de la institucionalidad que se va configurando en torno a ella.

En relación al primer punto, Calhoun (2013: 70) señala que la infraestructura de la vida pública transforma el potencial normativo abstracto de la comunicación pública en una “posibilidad inmanente”, pues “le da a *lo público* su contorno. Moldea tanto a quienes participan como a las formas en que están conectados”. La comunicación pública, entonces, no está organizada por las elecciones conscientes de los participantes sino como un sub-producto de la organización y los arreglos” de los medios y de los dispositivos de comunicación. El estudio de la mediatización “de la” política debe ser, entonces el estudio de la configuración y transformación de las infraestructuras de la vida pública. De allí que resulte inconveniente asumir el desarrollo de los medios como condición suficiente de mediatización en la sociedad. Los medios son, en este aspecto, una contingencia en el despliegue histórico de las mediatizaciones. Los saltos en el proceso de mediatización a lo largo de la historia son producidos por *las necesidades contingentes de atención pública de un determinado sistema combinado con su incapacidad para captar la atención pública con sus propios recursos*. De modo que la mediatización, en lugar de trastornar las lógicas de la política, lo que hace es generar las condiciones de posibilidad de la política bajo condiciones de alta complejidad.

Desde este punto de vista –y aquí ingresamos el segundo punto señalado- lo que llamamos “la política” estuvo afectada por la configuración de *lo público* al menos desde fines del siglo XVIII, es decir, antes de que se constituyeran los modernos medios de comunicación, es decir, antes de que se extendiera la escolarización –y con ella, la alfabetización-, antes de que se constituyera algo similar a un “mercado cultural”, antes de que fuera posible hablar de algo así como un “sistema de medios”. Incluso en aquellos países en los que la “vida pública” se limitaba al intercambio reducido entre



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

elites ilustradas (es el caso de Argentina durante casi todo el siglo XIX), lo escrito impreso fue el medio de la polémica pública, de la pugna de programas políticos. Desde ya no se trata de ofrecer aquí una historia, pero sí sugerir un posible hilo conductor para el análisis de las *mediatizaciones pre-mediáticas*. Porque es precisamente en relación a ese orden de lo público que a partir del siglo XIX e inicios del siglo XX (con ritmos diferentes según los países) los “medios” empiezan a producir una intermediación, es decir, una intromisión estructural, en las relaciones del sistema político y la ciudadanía, y lo hacen, generalmente, casi al mismo tiempo en que empiezan a intermediar en la lógica mercantil, como portadores casi únicos del discurso publicitario (Traversa, 2011. Es probable que, por esta razón, la historia de la mediatización de la política deba ser ante todo una *historia nacional*, a pesar de que es lógicamente posible construir modelos generales, transnacionales).

Reflexiones finales

Este trabajo propone una discusión epistemológica sobre la mediatización de la política. Podríamos sintetizar nuestra posición así: “la política” (que, en este caso, refiere al entramado de instituciones, prácticas y actores de lo que llamamos “sistema político) no *se mediatiza*; lo que sucede es que se transforma la infraestructura de la vida pública y por ende las condiciones de producción de lo público, las condiciones en las que el propio sistema político debe relacionarse con la ciudadanía, las condiciones en las que la ciudadanía debe relacionarse con el sistema político, y el propio rol o función de esas instituciones intermediarias que fueron los medios.

Podríamos decir que nuestro primer movimiento reflexivo consiste en una suerte de elusión. Para reflexionar sobre “la mediatización” y “la política” proponemos evitar la relación de atribución de cualidad que supone la preposición *de*: mediatización *de* la política. El tipo de relación implicada en por esa atribución supone que hay un término (“la política”) que permanece pasivo, que recibe la influencia de un proceso exterior (“la



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

mediatización”). En cambio, proponemos reflexionar –en el plano teórico y epistemológico- y estudiar – en el análisis aplicado- esa relación entre mediatización y política desde la perspectiva de las transformaciones ecológicas de lo público.

El tipo de perspectiva buscamos defender tiene como punto de partida, entonces, la necesidad de desenganchar el concepto de *mediatización* del de *medios* (masivos). Por esta razón, *mediatización no explica la dirección de una influencia* ejercida como desde fuera de determinados campos de prácticas (culturales, políticas, educativas, religiosas) por los medios. Pero para que ese desenganche sea posible, es necesario ampliar la cadena de conceptos que están implicados en la propia noción de “medio”. Esos conceptos son los que permiten hilvanar una lectura histórica *a partir del concepto mediatización*. Se trata, por lo demás, de conceptos concomitantes, pero que deben ser diferenciados: *fenómenos, tecnologías de la comunicación, dispositivos técnicos, medios* (los modernos medios de comunicación masiva) y, ahora también, *plataformas*. Haciendo a un lado el concepto de “plataformas”, los demás se refieren a fenómenos que son propiamente hablando “históricos”, y que han sido definidos y trabajados por otros autores. Lo que me interesa aquí es mostrar cómo puede ser replanteada la problemática de la “mediatización de la política” cuando el encuentro frontal entre “medios” y “política” deja de ser el eje de las definiciones.

La noción de mediatización que me interesa trabajar se vincula, entonces, a la ya tradicional, e igualmente problemática, noción de “espacio público”. Mientras que, en relación a “la política”, pareció posible –al menos, para los primeros trabajos sobre de las décadas de 1980 y 1990- postular que *estaba siendo mediatizada*, el “espacio público”, en su sentido moderno, es ya un fenómeno mediatizado. En efecto, si se lo considera como una forma de intercambio colectivo, ese “espacio” o “esfera” es, desde su origen en el siglo XVIII, una práctica social mediatizada: está directamente articulado a la circulación de textos –panfletos, libelos, libros, periódicos, revistas. Pero, sobre todo, está signado por la emergencia de la figura del “público” (figura doble:



como cuerpo, en la vida urbana; como horizonte de destinación, en la vida mediática), que si bien no deja de ser el reverso estilizado de la pertenencia de clase (Fraser, 1990; Chartier, 1995), un colectivo con atributos excluyentes –dotado de una racionalidad, de una moral, de un estilo- no puede reducirse sólo a eso.

Referencias

- Calhoun, C. (2013). “The problematic Public: revisiting Dewey, Arendt and Habermas”, The Tanner Lectures on Human Values, University of Michigan
- Chartier, R. (1995): “Espacio público y opinión pública”, en *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII*. Barcelona: Gedisa.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge, England: Polity Press
- Espósito, Elenea. (2017) “An ecology of differences. Communication, the web and the question of the borders”, en Horl y Burton, *General Ecology The New Ecological Paradigm*, Bloomsbury Academic
- Fernández, José Luis (2021) *Vidas mediáticas*. La Crujía, Buenos Aires.
- Fraser, N. (1990): “Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy”, *Social Text*, No. 25/26, (1990), pp. 56-80.
- Hjarvard, Stig (2008): *The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change*. *Nordicom Review* 29, (2008) 2, pp. 105-134.
- Hjarvard, Stig (2013): *A midiatização da cultura e da sociedade*. Sao Leopoldo. Ed. UNISINOS.
- Luhmann, N (2008): *La política como sistema*. México. Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. (2000): *La realidad de los medios de masas*. México D.F.: Anthropos
- Lundby, K. (2014): *Mediatization of communication*. *Handbooks of Communication Science*. Berlín/Boston, De Gruyter Mouton



Anais de Resumos Expandidos
V Seminário Internacional de Pesquisas
em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

-
- Marcinkowski, Frank (2014): “Mediatization of politics: reflections on the state of the concept”, en *Javnost-The public*. Vol. 21 (2014). No. 2. Pp. 5-21
- Mazzoleni, G. y Schulz, W. (1999): “‘Mediatization’ of politics: a challenge for democracy”, en *Political Communication*, 16: 247-261.
- Mazzoleni, Gianpietro. 2008c. *Media Logic*. In W. Donsbach (ed.), *The International Encyclopedia of Communication*. Malden: Blackwell.
- Strömback, J (2008): “Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics”, en *The International Journal of Press/Politics* 2008; 13; 228.
- Traversa, Oscar (2011): “Comentarios acerca de la aparición de La Presse”, en *Figuraciones. Teoría y crítica de artes*, n° 9, diciembre de 2011.