

Sobre las condiciones mediáticas de la crítica de medios

Por Gastón Cingolani y Mariano Fernández

(1) IUNA - UNLP (g.cingolani@iuna.edu.ar) y (2) UNLP, CONICET, IUNA (elcadri@yahoo.com.ar)

SUMARIO:

Un estudio de las condiciones mediáticas de la crítica (de las críticas sobre distintos objetos en general, y de la crítica de medios en especial) requiere de hipótesis sobre ciertos aspectos puntuales de la mediatización. Esbozamos aquí una reflexión, inspirada en conceptos provenientes de la teoría de sistemas de N. Luhmann y la teoría de la discursividad de E. Verón, sobre cómo se organizan operaciones específicas del procesamiento que el sistema medios deposita en esas particulares zonas de tematización intra-mediática y su articulación con la opinión y el debate sobre otros temas, la dinámica individuos/colectivos y la complejidad temporal implicada.

DESCRIPTORES:

Mediatización, Crítica, Agenda, Memoria, Opinión colectiva

SUMMARY:

A study of the media conditions of criticism (criticism on different objects generally, and media criticism in particular) requires hypothesis about certain specific aspects of mediatization. We outline here a reflection, inspired by concepts taken from systems theory of N. Luhmann and theory of discourses of E. Veron, on how are organized specific operations of processing that media system deposits in these particular areas of intra-media themed and their linkages with the opinion and debate on other issues, the dynamics of individuals/collectives and the temporal complexity involved.

DESCRIPTORS:

Mediatization, Criticism, Agenda, Memory, Collective opinion

COMPLEJIDADES MEDIÁTICAS

En el presente trabajo¹ nos proponemos reflexionar sobre las *autorreferencias* mediáticas a partir del análisis de la interfaz que interviene en la relación *crítica/discursividad*. Se trata de un problema que remite las relaciones de complejidad creciente tanto al interior del sistema de medios, como entre los medios y los actores individuales, y que, como tal, puede ser explicada considerando diferentes niveles de *relaciones de observación* y al menos dos operaciones matrices en la organización intramediática: la *agenda y la memoria*. Esta perspectiva está fundada en dos soportes teóricos: la teoría de los sistemas de Niklas Luhmann² y la teoría de la discursividad de Eliseo Verón. En el origen de esta confluencia debemos consignar un problema empírico surgido en el curso de dos investigaciones consecutivas a propósito de la “crítica de medios”³ sobre programas televisivos. El problema podría resumirse así: por un lado, nos encontramos frente a una serie de textos –programas televisivos, artículos de prensa gráfica, emisiones radiales y posteos en diarios digitales– que *se referían* a un producto televisivo; nuestra primera hipótesis de trabajo fue que allí se producía un fenómeno *específico* de relaciones interdiscursivas que, de manera inercial, cabía pensar como autorreferencia mediática y que en su momento había sido impugnada (en notas periodísticas que también convocaban a comunicólogos, sociólogos y filósofos “expertos”), como un cierre solipsista –y por lo tanto, moralmente cuestionable– de la oferta mediática. Pero por otro lado, un primer acercamiento a la teoría de Luhmann sobre el sistema de los medios de masas (Luhmann, 2000), nos indicaba que para el autor la *autorreferencia* era una operación inherente a todo sistema social, y por tanto también al de los medios. De ese modo, si el fenómeno que nosotros habíamos registrado podía conceptualizarse como “autorreferencia”, primero, ésta no se trataba de un funcionamiento discursivo “específico” entre tantos

otros; y, segundo, su funcionamiento desbordaba el nivel enunciativo, y por tanto, su fundamento debía buscarse en los procesos operativos del sistema de los medios.

Al preguntarnos por la interfaz mediática que interviene en la relación *crítica-discursividad* nos enfrentamos a problemas que desbordan por mucho el estudio de su textualidad. Si la producción de sentido se explica por la relación entre discursos y condiciones,⁴ la descripción del modo en que la crítica participa en la mediatización sugiere que no basta analizar operaciones de la superficie discursiva: hay que hacer jugar hipótesis sobre sus condiciones de producción y de reconocimiento.

La *crítica*⁵ es un objeto singular: condensa operaciones cuyos niveles de sentido exigen un tratamiento no sólo de las operaciones enunciativas referenciales y valorativas. La diversidad de sus manifestaciones textuales, su tematización de otros textos, e incluso, su presunto carácter subsidiario o “parásito” de esos otros textos, son razones suficientes para tratar las relaciones sistemáticas que mantiene con sus condiciones de producción y de reconocimiento. Pero para ello sería importante intentar una caracterización de esas condiciones y sus relaciones; es decir, plantear la naturaleza de las mismas y su entramado. Éste se configura sobre al menos dos complejidades: el de la articulación entre instancias individuales y colectivas, y el de la temporalidad. Dada la condición constitutivamente *mediática* de la crítica, procesa ambas complejidades con operaciones que son específicamente *mediáticas*. Es verosímil y conocido que la temporalidad mediatizada estructura la dimensión temporal con valores muy diferentes a los de la temporalidad psíquica de los individuos. En consecuencia, para las hipótesis acerca del funcionamiento de los medios es necesaria una teoría de la complejidad mediática.

Nos apoyamos para ello en conceptos de Niklas Luhmann. Sus argumentos parten, ante todo, del axioma

de que existen sistemas (1998: 37), y los *medios masivos* son sistemas sociales, como lo son la *política*, la *economía*, la *ciencia*, el *derecho*, el *arte*, la *educación*, etc. La sociedad misma es un sistema, pero en tanto emergente de operaciones de comunicación: la sociedad no existe fuera de la comunicación que la produce y la observa.

Para Luhmann los medios forman un sistema social diferenciado cuya función principal es “dirigir la autoobservación del sistema de la sociedad”, y por lo mismo, esa función consiste “en la permanente producción y procesamiento de las estimulaciones –y no en la difusión del conocimiento, ni su socialización, ni la educación orientada a producir conformidad con las normas” (2000: 139-140). Desde este punto de vista, los medios son los principales productores de comunicación a escala social.

La concepción de los medios de masas como un sistema social diferenciado, implica, al mismo tiempo, un principio teórico y una explicación evolutiva. Conceptualmente, para Luhmann un sistema no consta de un determinado número de partes y de relaciones entre las partes sino que se constituye –en un proceso que es histórico⁶– por la generación de “una cantidad de diferencia operativamente utilizable entre sistema y entorno” (1985: 32). De este modo, “las partes” de un sistema, no lo son porque dependan para su funcionamiento del vínculo con otras partes y por eso con la totalidad, sino porque operan, en su diferencia con el entorno (sean los sistemas psíquicos, sean otros sistemas) de acuerdo a un código propio: en el caso de los medios de masas, *lo informablello no-informable*. La pregunta, entonces, es cómo una práctica asentada en el uso de una tecnología que, originalmente, apuntaba a acortar distancias, se convierte en sistema diferencial. Para Luhmann, se trata de un “logro evolutivo”. En ese sentido, desde el punto de vista de la evolución, Luhmann (1984: 153) distingue cuidadosamente *lenguaje*, *medios* respecto de *medios*

de difusión, y respecto de *medios de comunicación simbólicamente generalizados*, cada uno de los cuales es un logro evolutivo en respuesta a tres tipos de improbabilidades: *entendimiento*, *alcance* y *éxito*, respectivamente. Los medios de masas, en esa evolución, se definen en términos de su dimensión técnica, primordialmente por su capacidad de escindir la interacción y la copresencia, pero su *función social* queda definida por su orientación a la producción de “realidad” que los mismos activan (2000: 2-6). Si bien, los tres tipos de medios producen comunicación a escala social, la categoría de *medios de masas* es transversal. En tanto que *medios de difusión* (escritura, impresión, telecomunicaciones), no hacen sistema, sino que operan técnicamente sobre la improbabilidad del *alcance*, y se dirigen a enlazar operaciones en relación a los sistemas psíquicos (individuos). Sólo cuando orientan su funcionamiento según una distinción propia de autorreferencia /heterorreferencia (es decir, cuando generan un código propio de relación con sus entornos) los medios de difusión hacen *sistema*. Es decir, en la teoría de Luhmann no hay determinismo tecnológico, porque “no todo lo que es condición de posibilidad de las operaciones de un sistema [en este caso, las tecnologías, desde la imprenta en adelante] llega a ser parte de su secuencia operativa” (2000: 5). Agreguemos, entonces, sin que Luhmann lo diga, que lo que finalmente desencadena la emergencia del sistema *medios masivos* es que entre producción y reconocimiento sólo hay reenvíos *al interior del sistema*: la “realidad” (por un lado) y los “receptores-individuos” (por el otro) se procesan como entornos.

Tal vez se entrevea, en esta última afirmación, una de las vías de contacto entre la teoría de la discursividad y la teoría de los sistemas. Cabría señalar que el propio Verón ya había sugerido un acercamiento a la teoría de Luhmann; primero, de manera elíptica en la “Introducción” a *Perón o Muerte* (en co-autoría con S. Sigal, 2002: 17), al señalar que, a diferencia de las

teorías de la comunicación, una teoría de la producción de sentido es una teoría del observador; y luego, de manera explícita, en *Sémiotique Ouverte* (Verón y Boutaud, 2007: 181-182), afirmando que lo que en su teoría era un principio de método fundado en una intuición empírica (el desfasaje *producción/reconocimiento*) podía encontrar sus "razones teóricas" en la teoría y en la investigación sobre los sistemas sociales auto-organizados, autónomos y cerrados en su operación.

El desfasaje es el nombre de una relación indeterminada. Precisamente, esa "incertidumbre" está en la base de la teoría social de Luhmann: lo que en la teoría de la discursividad era una regla operacional sobre los intercambios discursivos (el desfasaje *producción/reconocimiento*, y por tanto, una concepción *no-lineal* de la comunicación) en Luhmann puede leerse como un principio teórico sobre el funcionamiento de la sociedad. De modo que el principio de reflexión no sería la "acción social" (concebida como unidad mínima) sino lo que Luhmann denomina la "doble contingencia": se trata de una situación *teórica* (es decir, que sirve de precepto para activar el conjunto de la teoría), signada por la indefinición. En ella, Ego y Alter (que pueden ser tanto actores individuales como sistemas de sentido) puestos en situación de "sintonizar sus comportamientos"⁷, experimentan la incerteza respecto de la probabilidad de que el otro fije su estado (no importa si es de rechazo o aceptación⁸) a partir de lo que se le ha comunicado: "lo social es, así, accesible a todos los sentidos (...) como discrepancia de las perspectivas de comprensión" (1998: 116). De allí que el funcionamiento social no pueda pensarse sin una hipótesis sobre la "complejidad" en las relaciones entre sistemas sociales, entre sistemas psíquicos, y entre sistemas sociales y sistemas psíquicos.

Consecuentemente, en la base misma del funcionamiento de la comunicación mediática hay una improbabilidad que resulta de la misma lógica evolutiva nacida de los medios de difusión. En efecto, una vez que se

crean medios para vencer la improbabilidad del acceso a la comunicación, ahora esa improbabilidad se traslada a la dificultad de comprender y aceptar la comunicación sin interacción. Para Luhmann "la comunicación es selectividad coordinada" (1985:153), y por lo tanto, el "éxito de la comunicación es una unión lograda de selecciones" (1985:157). En cualquier comunicación –y por tanto también en la mediática– intervienen tres selectores: *información*, *acto de comunicar* y *acto de entender*. Pero en el caso de la comunicación mediática, esos selectores "no pueden quedar coordinados de manera centralizada" (2000: 4): la disposición de emitir información y la disposición de conectarse a ella (y aceptarla) está signada, en su génesis, por la improbabilidad, por la contingencia, por el riesgo de que esa coordinación no se produzca.

AUTO- Y HETERORREFERENCIALIDADES EN EL SISTEMA MEDIOS

En relación al problema que tratamos en este artículo, quisiéramos señalar tres aspectos más de la teoría de Luhmann que resultan apoyos teóricos útiles para reflexionar sobre la interfaz mediática entre crítica/discursividad:

1) La introducción de la complejidad⁹ en la lógica inter-sistemas: no hay una correspondencia plena entre el estado de un sistema social y el de otro; pero esta no-correspondencia se acentúa en la diferenciación entre un sistema social (v.g.: los *medios masivos*) y un sistema psíquico (un *individuo*, cada individuo), cuyas interrelaciones no son requeridas salvo para tomarse recíprocamente como entorno uno del otro, y poder así procesar complejidad. Una consecuencia de ello es que los medios masivos producen comunicación, y lo que necesitan para subsistir ante todo es seguir produciendo comunicación. (1994: 379; 1998: 144) Para ello puede que se invoque, como su objetivo último, a los requerimientos de los actores sociales, pero de allí no se sigue una necesidad operativa: de ninguna manera hacen falta "receptores" para que

el sistema *medios* continúe su marcha.¹⁰ Como todo sistema social, el de los medios de masas es un sistema cerrado en su operación, es decir, que orienta su funcionamiento de acuerdo a su propia distinción auto-/heterorreferencia. En el caso del sistema *medios masivos*, esa primera distinción es *lo informable* y *lo no-informable*, para el que cualquier operación heterorreferencial (la organización de la información en *temas*), más allá de suponer una referencia al entorno, está siempre determinada por el principio de selección (el código: información/no información).

2) Del punto anterior, además, se desprende parte del constructivismo implicado en esta teoría: "la realidad" que el sistema *medios masivos* construye, se opera en base a una *heterorreferencia* como observación de aquello que no es el propio sistema (su entorno), lo que tiene como fundamento las operaciones *autorreferenciales*.

3) El de los medios masivos es un sistema que produce conocimiento sobre la "realidad": a diferencia del otro sistema que produce dicho efecto –la *ciencia*–, no opera en base a la distinción *verdad/falsedad*, sino a *información/no-información* en términos de "noticia" (*lo nuevo, las novedades, lo actual, la primicia*, son emergentes de este sistema). Específicamente para nuestro enfoque, encontramos fundamental el punto de que todos los sistemas distinguen la información que interesa de la no-información, pero que *sólo el sistema medios masivos hace reflexiva esta diferencia* bajo la forma de una operación *autorreferencial*, y esto constituiría su "universalismo específico". (2000: 37)¹¹

De la capacidad del sistema de medios de masas para reflexionar sobre la operación de selección de su código se sigue que "el sistema siempre hará referencia a un estado de información propio, a lo que él considera novedad y sorpresa" (2000: 20). Y esto explica, a su vez, que el sistema construye su propio horizonte de tiempo. ¿Cómo se construye ese estado de información propio? ¿Qué forma adquiere el pro-

pio horizonte de tiempo? En este punto proponemos avanzar con una conceptualización nuestra, aunque sostenida por las hipótesis previas tomadas de Luhmann. Creemos que la comprensión del sistema *medios masivos* depende, en parte, de dos nociones centrales: *memoria* y *agenda*. Se trata de dos operaciones autorreferenciales emergentes, y que como tales, son el resultado de la complejidad creciente del sistema. Más tarde veremos que es sobre estas operaciones que puede articularse la teoría de sistemas con la teoría de la discursividad y sus posibilidades de análisis a través de la enunciación. Por lo pronto diremos que estas operaciones pueden ser la puerta de entrada a un análisis de la producción de sentido en términos de la teoría de la discursividad, donde las marcas en la superficie discursiva pueden remitir, como huellas, a los dos procesos productivos entre los que se sitúa.

MEMORIA Y AGENDA

En el caso de los medios masivos, Luhmann insiste en que las unidades o elementos que procesa el sistema son los *temas*.¹² Esto requiere *memoria*, es decir, *identidad diferencial en el tiempo* (algo que sólo puede hacerse mediante una tecnología, e implica tanto recuperación como olvido¹³), y ello supone reflexividad, o sea, autorreferencia procesal. La operación de selección con base en los *temas* es la operación principal de la comunicación, y los temas tienen su organización estructural en lo que se llama *cultura*.

También supone autorreferencia basal, que remite a los elementos y sus relaciones; el entramado de elementos (*temas*) en los medios se organiza en términos de prioridades, jerarquías, anticipos, respuestas, presencias /persistencias /ausencias, en definitiva, lo que estructura una *agenda*. Como se sabe, la agenda no es un mero cúmulo de temas: implica tanto comunicar una *información* (la "sustancia" de lo que se informa: *elementos*) como comunicar el acto de comunicación de una *información* (la lógica organizativa implicada en

las relaciones expresadas por la agenda: *relaciones*).

Con base en esto, vamos hacia el aspecto por el que consideramos se pueden articular la teoría de sistemas y el análisis enunciativo de la discursividad. Si los medios procesan (sólo) comunicación, ¿cómo se explican las direcciones (evolutivas) que se registran en ese sistema? Ciertos cambios que se describen en forma de variaciones en la discursividad presentan problemas que obligan a ver un fundamento en la *naturaleza* del cambio, que no es una mera variación: ¿cómo se explican ciertas mutaciones en la discursividad mediática? Pensamos, en especial, en los espacios mediáticos que tematizan aspectos de los propios medios.

El entorno que procesan los medios tiene dos grandes horizontes: la "realidad" (lo *heterorreferencial* como información acerca de los otros sistemas) y los individuos (sistemas psíquicos). Analizar el modo en que los medios procesan esos dos entornos requiere considerar las variaciones que se registran en los productos mediáticos. (Es en esto que puede buscarse el auxilio de ciertas teorías de la enunciación.¹⁴) No todas las variaciones son del mismo nivel: algunas variaciones son observaciones de las variaciones. (Muy pocas aproximaciones desde la enunciación pueden analizar esto¹⁵).

SISTEMA MEDIOS: OBSERVACIONES DE PRIMER Y DE SEGUNDO ORDEN

Desde el momento en que los *medios de difusión* se transforman en *medios masivos*, es porque su remisión principal a la heterorreferencialidad ya ha superado el nivel crítico, a partir del cual hay "medios" en términos de *unidades mediáticas*,¹⁶ y cada "medio" no puede dejar de *observarse* —en su modo de referir al mundo— sino como diferenciación respecto de los otros "medios". Esa observación es de primer orden, pudiendo ser procesada por el mismo o por otros sistemas. Su búsqueda de *éxito* entraña (con "pérdi-

das") la estereotipación de los temas: esto no puede hacerse fuera de su remisión a lo que el sistema ya procesa como tema; allí hace sistema efectivamente sólo con las otras unidades mediáticas, ya que no (más) con los sistemas psíquicos (individuos) o con los otros sistemas sociales. Estos permanecen como los horizontes a alcanzar. Cada "medio" sostiene su integración al sistema sólo por su puesta en fase con el resto de las unidades mediáticas, y eso se produce procesando *temas* (emergencia de la *agenda*) pero también necesariamente como *diferencia*: no puede haber integración a la agenda sin un nivel de *identidad* pero tampoco puede haber producción mediática sin *diferencia*, "novedad". Por lo tanto, la agenda es sistémica, pero no toma una misma forma en todas las unidades mediáticas. Allí, *en el sistema medios, emergen unidades mediáticas observadoras de las otras unidades mediáticas, o del sistema en su conjunto*; se trata de la observación de primer orden: *reconocimiento* de la agenda y producción de la novedad.¹⁷

La *memoria* también es sistémica, y del siguiente modo: produce un campo de efectos describable en dos valores ("*en agenda*"/"*fuera de agenda*"¹⁸), valorando positivamente el valor "en agenda" (frente al valor negativo del medio que "mira para otro lado"), y valorando positivamente el "fuera de agenda" (frente al valor negativo del medio que "dice lo que otros callan").¹⁹

Se implica la autorreferencia basal en la producción primaria de elementos y relaciones (la agenda organiza el esquema relacional que no sólo contiene a los elementos [*temas*] sino también sus jerarquías, prioridades, interrelaciones, etc.), en articulación con la autorreferencia procesal o *reflexividad* que insume tiempo, y por lo tanto, *memoria*.

A partir de que el procesamiento de "lo real" involucra una tensión entre *memoria* y *agendas* (en plural),²⁰ se abre una dimensión que compromete las condiciones de observación del observador: los medios

masivos pueden volverse observadores del propio sistema mediático, es decir, *producir una observación de segundo orden*.

OPINIÓN COLECTIVA

Si la comunicación del acto de comunicar es un problema de discursividad, y, centralmente, un problema *enunciativo*, la escalada diferencial a nivel de los discursos mediáticos se percibe por instrumentos que analizan operaciones enunciativas. Desde el momento en que se instituyen los medios de masas como sistema, la consumación de una estrategia entre múltiples posibles no puede dejar de verse sino como una dinámica enunciativa, que produce, por diferenciación, identidades mediáticas al interior del sistema. Ahora bien, en los medios, la información como novedad no siempre tiene la forma específica de “noticia”, sino también de cambio de perspectiva, sea una variante en la agenda, o bien una opinión (*aportación*).

Si (y sólo si) se le atribuye un carácter “representativo” de (las) opiniones o perspectivas en el nivel colectivo (lo que todo el tiempo se procesa como *éxito*, cf.: 1998: 157), estamos ante una suerte de cadena de operaciones que se extiende en el tiempo: OPINIÓN COLECTIVA (en tanto estrategia de procesar los múltiples posibles, implicada como principio activo: la selectividad como “representativa” de un punto de vista no-individual) → MEMORIA (como operación de selectividad) → AGENDA (como organización o puesta en escena de lo “real” seleccionado) → OPINIÓN COLECTIVA (como estrategia de selección consumada, y redefinida como identidad diferencial: “línea editorial”, “estilo”, “ideología”, etc.) → MEMORIA → etc.²¹

En el sistema *medios masivos* la selectividad memoria/agenda reproduce la tensión entre lo realizado y las posibilidades, uno de los esquemas sobre el que se inspiró buena parte de la teorización enunciativa del lenguaje. De modo que esa tensión, reproducida dos veces por cada producto del sistema medios,

es decir, desplegada en la dimensión temporal, corresponde con el procesamiento enunciativo en la secuencia *producción-reconocimiento*²² que necesariamente entraña la tensión identidad/diferenciación: si la discursividad se traza a partir de la variación de condiciones de un mismo discurso en el tiempo, para los medios, la información (como *novedad*) requiere, o bien un cambio de *tema*, o bien una *aportación* (un cambio de perspectiva). Esto se observa, por ejemplo, como diferencias en los modos de organizar la *agenda* y puede leerse como “realidad real vs. manipulación”, “información vs. opinión”, etc. Los mecanismos de la enunciaci3n intervienen fundamentalmente como *procesos de diferenciación*: modalizaci3n del *mismo* tema; tensi3n organizacional entre las agendas de las *distintas* unidades mediáticas; y proyecci3n o procesamiento de aportaciones individuales como representativas de *opini3n colectiva*. Esta proyecci3n es el modo en que los medios procesan, en sus operaciones, la respuesta *cuantitativa*²³ de los individuos “receptores” (sistemas psíquicos). Estos son el “entorno incontrolable”: mensurable y procesable sólo como *audiencia* o bien, reutilizable como *opini3n a representar*.

Las condiciones de reconocimiento que el sistema *medios* puede procesar con sus operaciones son *agenda y opini3n colectiva*: ésta como enunciaci3n de *perspectiva* o punto de vista; la otra como “rebote” de la primicia, como “repercusi3n” intra-mediática, efecto también ofertable en el mercado de anunciantes, sobre todo para el sistema político. Pero, como evoluci3n hacia una autonomía cada vez mayor del sistema *medios*, las primeras casi no interesan ni aportan a la autorreproducci3n del mismo. En rigor, las únicas condiciones de reconocimiento que mantienen en funcionamiento al sistema *medios masivos* son las de las unidades mediáticas observadas por las unidades mediáticas (observaci3n de primer orden). Y lo que incorporan las unidades mediáticas con matices en forma de “crítica de medios” es la observaci3n de segundo orden.

NOTAS

1. Este artículo se produce en el marco de la investigación *Crítica y discursividad: la interfaz mediática*, Programa de Incentivos, Área Transdepartamental de Crítica de Artes, IUNA (Cód.: 34/0079) y es la continuación del proyecto "Lenguajes y tecnologías de la crítica de medios" (Cód.: 34/0004). Una versión preliminar se expuso en el VII Congreso Nacional y III Internacional de la Asociación Argentina de Semiótica, Posadas, 6-8 Octubre de 2010, bajo el título "Auto- y hetero-referencia en discursividad mediática: entre la teoría de sistemas y la teoría de la enunciación".
2. Para las lecturas de Luhmann hemos considerado sus siguientes publicaciones: LUHMANN, Niklas, *Sistemas sociales*, Anthropos - Universidad Iberoamericana, Barcelona - México. 1998; pp. 115 [ed. ingl.: *Social Systems*, Stanford, Stanford University Press, 1995; orig.: *Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*, Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main, 1984.]; *La realidad de los medios de masas*, Anthropos - Universidad Iberoamericana, Barcelona - México. 2000 (orig.: *Die Realität der Massen medien*, Opladen/Wesbaden, 1996.); "How Can the Mind Participate in Communication?", en Gumbrecht, H.V. y Pfeiffer, K.L., (Eds.), *Materialities of communication*, Stanford University Press, Stanford. 1994; e *Introducción a la teoría de sistemas*, Universidad Iberoamericana, México. 1996 (2007). Dado que las remisiones a las obras de Luhmann serán múltiples, para simplificar en adelante consignaremos el año de la edición que aparece citada primero, y las páginas.
3. El concepto de "crítica de medios", que sin dudas es un rótulo silvestre, nos ha servido, sin embargo, en el mencionado proyecto de investigación, para distinguir el material sobre que hemos trabajado, pero el mismo análisis empírico –y el hallazgo de variaciones, tanto a nivel de las operaciones como de las propiedades textuales– nos ha demostrado las limitaciones del concepto. Por eso, es importante apuntar que buena parte del trabajo de reflexión colectiva que hemos realizado apunta al cuestionamiento de este concepto, y consiguientemente, a elaborar una definición más ajustada. Al respecto, ver: CREMONTE, Ulises y CAPPÀ, María Fernanda, "Sobre un objeto no-constituido: la crítica de medios" en VII Congreso Nacional y III Internacional de la Asociación Argentina de Semiótica, Posadas, 6-8 Octubre de 2010.
4. Es la hipótesis de la teoría de la discursividad de Eliseo Verón (cf. *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la*

discursividad, Gedisa, Barcelona. 1993. [Orig., Paris, PUV, 1987]).

5. La crítica de arte, la crítica literaria, más recientemente la de cine y la de medios, pero también la crítica de costumbres y la que se extiende como todo el espíritu "democrático" que ha bañado las distintas esferas del mundo social como opinión mediatizada.
6. Sería interesante ensayar un contraste con la tesis de Verón (cf. *Fragmentos de un tejido*, Gedisa, Barcelona. 2004; pp. 223-224) sobre el paso de las sociedades mediáticas a las sociedades mediatizadas como períodos diferenciados en la historia de la inserción de las tecnologías de la comunicación en las sociedades industriales.
7. "La doble contingencia acompaña toda vivencia, sin foco preciso, hasta encontrarse con otra persona o con un sistema social al que se le adscribe libre elección. Entonces, se actualiza como problema de sintonización de comportamientos" (Luhmann 1998: 115).
8. "...también el rechazo es fijación del estado propio con base en una comunicación. Dentro del proceso de comunicación, entonces, queda integrada *necesariamente la posibilidad del rechazo*" (Luhmann, 1998: 153, cursivas en el original).
9. Sin entrar en detalles, cabe señalar que para Luhmann (1998: 47) la complejidad designa un umbral en el cual un sistema no puede relacionar cada uno de los elementos generados en su interior o en su entorno. En ese sentido, complejidad significa coacción a seleccionar, y esto a su vez, significa contingencia, lo cual significa riesgo (Luhmann, 1998:48) en la generación de patrones de selección. Por otro lado, para cualquier sistema el entorno es más complejo que el sistema mismo. A los sistemas les falta la variedad requerida necesaria para reaccionar ante cualquier situación del entorno; por lo tanto, está obligado a desarrollar patrones de selección orientados por su propia complejidad (es decir, por su propia capacidad de selección).
10. Conviene no leer esta afirmación en clave moralista, es decir, como una estratagema cínica. Este desvínculo operativo que describe Luhmann tiene que ver, en principio, con una imposibilidad: cómo procesar la complejidad del entorno (por ejemplo, la multiplicidad de requerimientos de los actores sociales). A partir de esto, los medios operan sobre la base de una selección generalizable (una representación de lo colectivo) que, ahora sí, puede ser leída en clave política, pero que no altera, creemos, la tesis de Luhmann: sea un

medio grande o sea un medio pequeño, debe procesar "los requerimientos" o las "necesidades" de los actores sobre la base de su código. Se puede cambiar el contenido de lo que se selecciona, pero no se puede suprimir la operación de selección.

11. Lejos de comprenderse la autorreferencia de manera trivial (como "hablar de sí mismo"), según Luhmann en todo sistema las operaciones autorreferenciales son de tres tipos: (1) *autorreferencia basal*: corresponde a la diferenciación entre *elemento y relación* que constituye a todo sistema; (2) *reflexividad* (autorreferencia procesal) comprende la diferenciación "entre el *antes* y el *después* en los acontecimientos elementales" por el cual es posible "durante la realización de un proceso comunicacional, comunicar acerca del proceso mismo"; (3) *reflexión*: la diferenciación entre *sistema y entorno* "se realiza como una operación con la cual el sistema, a diferencia de su entorno, se describe a sí mismo. Eso sucede, por ejemplo, en todas las formas de autopresentación basadas en la suposición de que el entorno no acepta al sistema como éste quisiera saberse entendido." (Luhmann, 1998: 395).

12. Cf. *Sistemas sociales*, cap. 4, esp. §VI y VII principalmente. Allí Luhmann (1998: 156) dice que los temas (referido a cualquier sistema) son reducciones de complejidad y programas de acción del lenguaje. En *La realidad de los medios de masas* (2000: 17) dice que representan la heterorreferencia de la comunicación, y que organizan la memoria de la comunicación. También podríamos pensar que es uno de los modos en que el sistema hace frente a su propia complejidad y a la complejidad del entorno.

13. Pensamos este problema en los términos que Stiegler se pronuncia en STIEGLER, Bernard, *La technique et le temps, vol.3 Le temps du cinéma et la question du mal-être*, Gallilée, Paris. 2001. Allí argumenta el carácter fundamental de la memoria "terciaria" (la soportada en la técnica exterior al cuerpo) para procesar la diferencia entre la memoria "primaria" (percepción) y la "secundaria" (imaginación) así designadas por Husserl : la memoria técnica asedia a las otras dos, tal como Derrida planteaba que la voz está siempre asediada por la escritura.

14. Sin pretender derivaciones metodológicas, Luhmann (1998: 142-143) incluye un esquema doble en el que parece invocar una idea de la enunciación: 1) para los sistemas sociales, la comunicación es un proceso selectivo de tres partes: *información [information]acto de comunicar [utterance]acto de*

entender [understanding], y sólo hay comunicación si se producen las tres –lo que no quiere decir consumación "correcta" o "perfecta" (recordemos las tres improbabilidades de la comunicación para Luhmann: *entendimiento, alcance, éxito*), sino que este modelo evitar reducir la comunicación a la *acción comunicativa* (= la mera intención de comunicar); 2) la dimensión social del sentido, a través del lenguaje, introduce un esquema de dos términos: *Ego y Alter*, como horizontes que fungen la producción de sentido al interior de cada sistema psíquico (*op.cit.*: 94-95); este esquema se articula con el anterior en que comienza por el receptor *Ego*, es decir, para que haya comunicación, tiene que darse la triple selectividad) (*op.cit.*: 142-143).

15. Las vertientes enunciativas orientadas a la selectividad entre "lo decible" y "lo dicho" se aproximan a lo que en Luhmann se denominan *selectividades*, sólo que aquellas han privilegiado siempre sólo al *emisor*, quien como mucho permite observar *dos*, y para Luhmann es preciso considerar que las selectividades son *tres*. Otras vertientes de la enunciación hacen foco en los polos comunicacionales asignados en el discurso; son las que pueden tener correspondencia con el esquema *Ego/Alter* de Luhmann (quien aclara que no se trata de roles; cf.: 1998: 95). De las teorías de la enunciación, la que mejor ha integrado estas perspectivas en un mismo esquema teórico, sin caer en la reducción "intencionalista" ni en la "psicologista", sino que integra la complejidad en términos de regulación inter-sujetos (producción/reconocimiento) es la de A. Culioli (CULIOLI, Antoine, *Pour une linguistique de l'énonciation*. 3 Tomos, Ophrys, Paris. 1990-1999.).

16. Entendemos nosotros por *unidad mediática* a una identidad diferencial en el sistema que emerge como resultado de un procesamiento: v.g., un noticiero, una empresa mediática, un diario, un programa, o cualquier espacio mediático dotado de identidad diferencial.

17. Es lo que de alguna manera, para Verón, emerge como evidencia a partir de sus trabajos sobre la construcción del acontecimiento. VERÓN, Eliseo, *Construir el acontecimiento*, Gedisa, Barcelona. 1987. (Orig.: Paris, Éd. du Minuit, 1981)

18. En rigor, "fuera de agenda" es un contrasentido o, mejor dicho, un valor imposible, pero se lee como tal a toda aquella remisión a un tema no reconocido como compartido por otras unidades mediáticas.

19. Restan un tercer caso que es el de *lo común* (la agenda compartida por el universo de las unidades mediáticas), y un

cuarto caso que es el lado ciego que da sentido al sistema mismo (aquello que corresponde al entorno no procesado como información).

20. Una vez más remitimos a que la memoria "terciaria" (técnica) de Stiegler es la que posibilita este contraste: es el fundamental papel que tienen los segmentos de algunas unidades mediáticas re-producidos en otras; los llamados "programas de archivo" en la televisión actual.

21. La observación de este proceso puede iniciarse por cualquiera de sus momentos; elegimos este orden sólo con fines ilustrativos.

22. Aludimos a estos conceptos presentes en la obra de Verón (en *La semiosis social*, loc. cit.) y de Culioli (*op.cit.*); en Luhmann *contingencia* (1998, capítulo 3) puede leerse algo similar en la noción de *doble contingencia*.

23. La respuesta cuantitativa es la medición, opaca al sentido, de los consumos mediáticos: ejemplares vendidos, encendido de televisores y de radiorreceptores.

Registro Bibliográfico

CINGOLANI, Gastón y FERNÁNDEZ, Mariano

"Sobre las condiciones mediáticas de la crítica de medios" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 15, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2011.

RECIBIDO: 10/09/2010

ACEPTADO: 8/11/2010

SUMARIO:

El desafío teórico-metodológico del trabajo, que involucra tres dimensiones complejas como el campo de la comunicación, de la política, y la cuestión de género (femenino), es encontrar el hilo que hace la conexión entre los diferentes momentos que componen la construcción de la candidata Dilma Rousseff. No se trata de incluir los materiales analizados en categorías acabadas o en planes de trabajo predefinidos, sino de dejar que estos materiales hablen por sí mismos de esa escena de mediatización de la política, en la que nos damos cuenta de que la política se hace a través de apelaciones y solicitudes del campo mediático, porque se desarrolla en el "ambiente" de la mediatización. La política tiene necesidad de realizar apelaciones a la mediatización para ser reconocida en el escenario actual. Es decir, Dilma Rousseff es un cuerpo que activa la circulación mediática, mientras que recibe la inversión de las determinaciones de la producción del universo mediático.

DESCRIPTORES:

Política, Mediatización, Discurso, Cuerpo, 'Contractos de lectura'