

Presentación

JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ

Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada
Año VI, # 12, Segundo semestre 2014
Buenos Aires ARG | Págs. 95 a 96

95

Ya ha pasado el furor, que estuvo disfrazado de esperanza, acerca de que la Internet y su expansión interaccionista, las *redes sociales*, disolverían totalmente el *imperio de los medios masivos* y el *broadcasting* y lo reemplazarían por la cultura *peer to peer* del *networking*. A esa convivencia conflictiva y tensionada entre ambos fenómenos de la *mediatización* la hemos denominado *postbroadcasting*. Si bien los medios masivos han perdido su hegemonía previa en múltiples campos, los medios masivos no terminan de morir y dentro del *broadcasting*, aunque ahora con el streaming y soporte al menos parcial en la Web, se comienzan a proponer innovaciones. El caso de Vorterix.com es un ejemplo de esta nueva articulación.

Como respuesta a esta nueva realidad, la *cultura de masas* intenta volver, ahora bajo la denominación de *mainstream*. La publicación del libro de Frédéric Martel *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas* pretende dar cuenta de este nuevo estado de cosas aunque, todavía, tal vez sus ideas sean más conocidas por la difusión de sus entrevistas que por la lectura de su libro. El volumen es, en realidad, la descripción sin mucho detalle pero con perspicacia de una serie de fenómenos de masas muy complejos y, en realidad, la idea principal del libro es que ahora la cultura de masas es un *campo de batalla* y no el sereno campo de dominación del imperialismo norteamericano. Ese es el escenario que describe el libro, el del reconocimiento *posmoderno* de que la *modernidad broadcasting* tiene límites y que jóvenes, árabes, países emergentes, etc. son ahora competidores, por decir así, industriales. Recién en las conclusiones se pregunta Martel qué ocurrirá con la *era digital*, por lo que, desde el punto de vista de lo que está pasando, es un libro relativamente *viejo* (*Cultura Mainstream* fue publicado en francés en 2010, en español en 2011 y algo tardíamente llegó a la Argentina, aunque con bastante repercusión).

En un libro relativamente reciente (*La captura de la audiencia radiofónica*, 2012), describíamos la necesidad de diferenciar tres niveles para la investigación de las mediatizaciones (y tal vez de todo lo social): *lo micro*, *lo medium* y *lo macro*. Sin entrar en detalles, en la investigación de medios lo que se investiga siempre son fenómenos *micro*; con la articulación de varios de ellos, se construyen fenómenos *medium* para finalmente, y luego de largos o, al menos, extensos recorridos llegar a conclusiones *macro* con aportes a ciertos fenómenos generales de la sociedad (entre ellos, los estilísticos). La construcción del conocimiento se produce desde lo *micro* hacia lo *macro*, y el control y la valoración de esos fenómenos se produce desde lo *macro* hacia lo *micro*.

Enfoques como el de Martel, tratan de comprender fenómenos *macro* como el de la *cultura de masas en esta época* basándose en información *medium* sin que se registre información novedosa *micro*. El resultado es ambiguo: la hegemonía estadounidense se mantiene y no se mantiene; los europeos no pueden pelear pero pelean, los árabes generan alternativas que, sin embargo, se parecen bastante a los referentes originales no árabes, y así siguiendo. Esto se ve en las diversas entrevistas periodísticas publicadas en las que el autor se ve obligado a aclarar el contenido del libro sin poder avanzar hacia nuevos contenidos.

En nuestro *dossier*, que sigue aquí y nuevamente aparece titulado como *Rincones de la mediatización*, se presentan fenómenos *micro* de mayor o menor importancia reconocida por el verosímil del estilo de época. Sin embargo, si va a hacer falta comprender las transformaciones que se produzcan en los niveles *medium* y *macro*, para evitar las repeticiones generalistas habrá que volver a leer y a buscar esa información casi intersticial que ilumina los rincones inadvertidos de nuestra cultura.