

Plataformas Mediáticas

Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.2.2876>

► MARIANA MAESTRI

maestrimariana@gmail.com - Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM), Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina.

Fecha de recepción: 14 de septiembre de 2018

Fecha de aceptación: 10 de octubre de 2018

Fernández, José Luis (2018). *Plataformas Mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Crujía Futuribles.

Plataformas Mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias es un libro de José Luis Fernández, quien pone a las plataformas en el centro de la compleja escena mediática. Fernández afirma que: “Hoy, todo aspecto de la vida social es susceptible de ser, en algún momento, *gestionado* a través de plataformas mediáticas” (2018, p.15). En ellas conviven y se adecuan fenómenos característicos de los medios masivos de comunicación, pero también del intercambio cara a cara. El resultado es un objeto de investigación complejo que está conformado por diversas capas, como un *hojaldre*¹ donde se entrecruzan múltiples “cambios discursivos mediatizados” (ibíd., p. 14). Es partir de estas pistas que queda claramente definido el objeto central del trabajo de Fernández: “los sistemas de intercambio discursivo mediático en plataformas” (ibíd., p. 30).

En ese marco, *Plataformas mediáticas* nos introduce en el tercer momento de las mediatizaciones a la que el autor, en un libro anterior, denominó *post-broadcasting* (Fernández, 2013). De acuerdo a lo planteado, el primer momento del estudio de las mediatizaciones se caracteriza por la aparición de lo informático, lo digital y la posibilidad de conectividad y acceso, mientras que el segundo momento se refiere al auge de las redes sociales, la convergencia de dispositivos y la movilidad. Por su parte, este tercer momento o estadio de las

¹ La noción de *hojaldre* ha sido trabajada por Fernández (2003) en el artículo “El hojaldre temporal de lo radiofónico”, para referirse a las diversas capas temporales de la escucha radiofónica, también a la tarea del analista de la comunicación; quien si bien puede, en cierto momento de la investigación, separar las distintas capas que componen el “hojaldre”, no debe olvidar que es indispensable pensar entre las capas para poder comprender el fenómeno social bajo análisis.



investigaciones sobre las mediatizaciones está caracterizado por el ensamble entre problemáticas socioculturales características de la circulación de la información de *uno* hacia *muchos*, aunque también de aquellas problemáticas vinculadas con las experiencias *peer to peer*. Es decir, se entrecruzan discursos en *broadcasting* y discursos en *networking*, rasgo característico de lo que sucede en las plataformas mediáticas.

En relación a la clasificación de estos tres momentos, se destacan dos aspectos particulares ligados al complejo, vasto y siempre dinámico ámbito del estudio de las mediatizaciones. El primer aspecto es el reconocimiento a los antecedentes de investigación e indagación sobre la mediatización, que permiten llegar a este tercer momento de análisis. El segundo aspecto es la posibilidad de pensar, incluso, la emergencia de un cuarto momento en el estudio de las mediatizaciones. Es decir, la posibilidad, según el planteo de Fernández, de reflexionar sobre un campo en constante movimiento donde se empiezan a avizorar nuevas producciones y novedades, pero obliga también a pensar las permanencias, según lo planteado por Valdetaro:

la problemática actual de los fenómenos comunicativos encuentra claves interpretativas en las tradiciones clásicas de las ciencias sociales y humanas, ligándolas a la necesidad de acceso a saberes prácticos cuyas bases provienen de tradiciones epistemológicas vinculadas a las ciencias duras, y en continua conversación con las múltiples producciones teóricas (2015, p. 22).

Los tres momentos en el estudio de las mediatizaciones, la definición precisa del objeto de investigación del texto y los tres niveles de análisis (*sociosemiótico*, *enfoque estadístico* y *enfoque etnográfico*), indispensables para abordar la problemática de las plataformas, quedan expuestos en la introducción del libro. A partir de allí, se estructura en tres partes principales que se despliegan, a su vez, en diferentes capítulos.

En la primera parte, denominada “Comprender las plataformas mediáticas”, el autor nos presenta las estrategias teórico-metodológicas para estudiar las plataformas. Puntualiza en la necesidad de tener en cuenta el/los dispositivo/s técnico/s, las cuestiones del contacto para comprender los intercambios en plataformas y las perspectivas cuantitativas y cualitativas para poder dar respuestas a la variedad de plataformas y sus usos. Pero, según advierte Fernández, frente a la tentación de los estudios de carácter etnográficos sobre las prácticas de los usuarios de las plataformas es indispensable indagar “los sistemas de intercambio en sus recorridos históricos, en su composición específicamente sociosemiótica y en las particularidades de los mensajes y acciones” (2018, p. 61).

La segunda parte del libro, subtitulada “Vivir en plataformas”, plantea otro tema de gran actualidad, que se suma al tratamiento de las plataformas mediáticas: la *movilidad*. Fernández propone adoptar la noción de movilidad y no el término *nomadismo*, al que se refiere como un “concepto sociológico macro”

(2018, p. 65), característico del segundo momento de las mediatizaciones. Por el contrario, en este tercer momento del estudio de las mediatizaciones, las plataformas en movilidad están representadas por el conjunto smartphones + auriculares que ha desplazado a los otros dispositivos móviles, como el i-Pod y el mp3. Este sistema, teléfonos celulares inteligentes-auriculares, es la primera de las plataformas multimedia que nos presenta el autor y a través de la cual analiza las particularidades de la mediatización del sonido en movilidad. De manera complementaria, en esta segunda parte del libro hay un capítulo dedicado a las experiencias musicales en plataformas, donde el autor despliega y amplía lo producido en otra de sus investigaciones sobre la materialidad del sonido y lo musical (Fernández, 2015).

Asimismo, y como era de suponer en un estudio pormenorizado sobre las plataformas mediáticas, no podía faltar Facebook, una de las plataformas que cuenta con mayor cantidad de usuarios y “la que propone mayores sistemas de intercambio diferentes” (2018, p. 101). Sobre Facebook, Fernández analiza, desde una perspectiva micro, la práctica íntima de la *conectividad* y dialoga sobre las propuestas realizadas por van Dijck (2013) acerca de la cultura de la conectividad y las plataformas de socialización. Nuevamente aquí aparecen indicios de lo que podría ser, en línea con las expectativas o proyecciones planteadas, un nuevo momento de la mediatización (el cuarto), sugerido al mencionar “la *descorporización* de los soportes y artefactos” (2018, p. 70).

En la tercera parte del libro, subtitulada “Proyectar en plataformas”, el autor presenta diversos casos de análisis y detallada sobre la “sofisticación de la vida en plataformas” (2018, p. 119). El WhatsApp como medio de sonido, como plataforma de intercambio grupal en movilidad, es el primer caso de estudio. También realiza, sobre los medios de sonido y las nuevas mediatizaciones, un exhaustivo análisis del caso *Vortexix*² y, en particular su sitio web, *Vortexix.com*. Fernández no sólo se detiene a analizar los cambios tecnológicos que han posibilitado la aparición de ese sitio, sino que además estudia la variada y compleja propuesta de contacto con sus usuarios a partir de la indagación de su interfaz. Los vínculos con los *medios tradicionales*, sus diferencias y similitudes son algunos de los aspectos que integran este segmento del trabajo, dado que el “sistema *Vortexix*” comprende tanto transmisiones en vivo (Teatro *Vortexix*) como mediatizadas (radio FM *Vortexix* y plataforma *Vortexix*).

Por otra parte, el tema específico de la interfaz es analizado al abordar, como caso de estudio, las pantallas de inicio de diversos dispositivos. Es decir, “los inicios, las diferentes puertas de entrada que cada plataforma ofrece con rasgos diferenciales” (2018, p. 147) de los usuarios y de las plataformas. En tal sentido, tablets, smartphones y computadoras hacen visibles las diferentes estrategias

2 *Vortexix.com* es una plataforma digital de transmisión via *streaming*. Las transmisiones de la plataforma comienzan en 2012, pero antes ya existían la radio FM *Vortexix* con un formato “tradicional” y el teatro *Vortexix* donde se realizan conciertos de rock.

de contacto y estilos de vida de cada uno sus usuarios. Algo que, nuevamente, podría pensarse como otro indicio de la cuarta etapa de la mediatización: “start-plats” (ibíd., p. 154).

En resumen, puede decirse que *Plataformas mediáticas* es un libro donde confluye todo el instrumental teórico y práctico de la sociosemiótica y del análisis de lo micro y de lo macro que se aplica en todo el potencial del *big data*. En tal sentido, el foco está puesto en las plataformas, pero tal como plantea Fernández, las distintas partes articuladas en el libro (tanto en lo que hace a definiciones, niveles de análisis y estudios de caso) tienen la expectativa de ser “como un alimento” (2018, p. 170) para futuras investigaciones en el cambiante escenario de la mediatización.

REFERENCIAS

- Fernández, J. L. (diciembre de 2003). El hojaldre temporal de lo radiofónico. *Figuraciones*, 1 y 2. Recuperado: 20/08/2018. En línea: <http://www.revistafiguraciones.com.ar/numeroactual/articulo.php?ida=22&idn=1&arch=1>
- Fernández, J. L. (2013). *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Fernández, J. L. (2014). Mediatizaciones de sonido en las redes: el Límite Vortex. En Rovetto, F. y Reviglio, C. (compiladoras), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario, Argentina: UNR Editora.
- Van Dijck, J. (2013). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la Comunicación. Una introducción crítica*. Rosario, Argentina: UNR Editora

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

Mariana Maestri. Doctora en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario (UNR - Argentina). Licenciada en Comunicación Social, UNR (Argentina). Profesora de las cátedras: *Epistemología de la Comunicación* y *Taller de Tesina*, Licenciatura en Comunicación Social (UNR - Argentina). Co-Directora del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) y Directora Académica de la Especialización en Gestión Cultural, Centro de Estudios Interdisciplinarios (CEI), UNR (Argentina). Investigadora categoría III, Programa de Incentivos para Investigadores-Docentes, Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología (Argentina).

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Maestri, M. (julio-diciembre, 2018). Plataformas Mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias. *In Mediaciones de la Comunicación*, 13(2), 231-234.