

ENTREVISTA A FRIEDRICH KROTZ

# La mediatización como metaproceso

Una perspectiva histórico-procesual

Mediatization as Metaprocess  
A Historical-process Perspective

A midiatização como metaproceto

Uma perspectiva histórico-processual

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4459>

## ► POR MARIO CARLÓN

mariocarlon895@gmail.com - Ciudad Autónoma de Buenos Aires / Seminário (REDE) Internacional de Pesquisa em Midiatização e Processos Sociais, Brasil. / Instituto Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5303-1308>

## ► POR JAIRO FERREIRA

jairoferrei@gmail.com - Santa Maria - Salvador / Seminário (REDE) Internacional de Pesquisa em Midiatização e Processos Sociais, Brasil. / Universidade Federal de Santa Maria, Brasil. / Universidade Federal da Bahia, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0197-5412>

## ► POR GUILLERMO OLIVERA

golivera1000@aol.com - Amsterdam / Seminário (REDE) Internacional de Pesquisa em Midiatização e Processos Sociais, Brasil. / University of Amsterdam, Países Bajos.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3293-4269>

**CÓMO CITAR:** Carlón, M., Ferreira, J. & Olivera, G. (2026). La mediatización como metaproceso. Una perspectiva histórico-procesual. *In Mediaciones de la Comunicación*, 21(1). <https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4459>

ENERO - JUNIO 2026

INMEDIACIONES

Friedrich Krotz es una de las figuras más destacadas del campo de estudios sobre mediatización en el norte de Europa y el pionero de esta perspectiva en Alemania al haber introducido, por primera vez, en 1995, este concepto y el modo de concebir la investigación en el campo de la comunicación en ese país. Luego de una larga carrera en diversas universidades alemanas y suizas, además de importantes estancias de investigación en otras universidades del mundo, Krotz es actualmente Profesor Emérito de Comunicación y Medios en la *Universität Bremen* (Alemania). En diálogo con *InMediaciones de la Comunicación*, reflexiona sobre su trayectoria académica, sus presupuestos o puntos de partida epistémicos, su perspectiva fuertemente histórica, el carácter procesual de su enfoque y su contribución original al campo: la mediatización como “metaproceso” (histórico), homólogo a otros “metaprocesos transculturales a largo plazo” estudiados por las ciencias sociales, tales como la globalización, la individualización, la modernización, la alfabetización o la industrialización. Su énfasis en la construcción de una “metateoría” no debe entenderse como apuntando a procesos abstractos, sino a la multidimensionalidad y la diversidad de los contextos en los que operan los procesos siempre concretos de mediatización, afectándolo todo (por ejemplo, lo político, lo económico, lo cultural, y al mismo tiempo, múltiples niveles de análisis, como lo micro, lo meso y lo macro). De modo que, la mediatización como enfoque o mirada holística sobre fenómenos y procesos concretos refleja su concepción de la teoría como una construcción no axiomática, sino indisociable de la praxis y de las experiencias concretas de las personas en los mundos sociales que habitan. En este punto, Krotz abreva en la importante influencia de los estudios culturales británicos y su dimensión de intervención cultural y política sobre la realidad social. Es así que Krotz siempre ha abogado por el rol de la sociedad civil y sus instituciones democráticas en la medida en que éstas ofrecen potenciales reguladores democratizantes (en todas las esferas de la vida (*Lebensbereiche*) y mundos sociales (*Sozialwelten*), por encima de la hegemonía, ya sea del Estado o de los intereses económicos dominantes (como fuerzas que amenazan a las democracias).

Como corolario de la entrevista, Krotz presenta su tesis sobre la *determinación actual* (en última instancia) de la economía a través de una “nueva división del trabajo intelectual” entre humanos y computadoras (las condiciones impuestas tanto por el capitalismo de mercado en casi todo el mundo, como por el capitalismo de Estado en China). Esta determinación de la economía dentro de una historia como la de las mediatizaciones, marcada por la *indeterminación* (o no-linealidad) y por el largo plazo, resulta así un rasgo que, siendo específico de nuestra contemporaneidad, es también histórico-contingente, dejando claro que tal determinación económica no es un rasgo necesario de los procesos de mediatización ni de la digitalización. En este sentido, Krotz hace un llamamiento a la sociedad civil y sus instituciones democráticas para que tomen

el control, en lugar de la economía, sobre el desarrollo futuro de la digitalización, y para que esta nueva división del trabajo intelectual sea para el bien común y el beneficio de todos, y no una función instrumental orientada a la maximización de las ganancias, ya sea empresariales o estatales.

**MARIO CARLÓN (M.C.), JAIRO FERREIRA (J.F.) & GUILLERMO OLIVERA (G.O.):** Como quedó demostrado tan tempranamente en su tesis de habilitación universitaria titulada “Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien” (“La mediatización de la acción comunicativa. La transformación de la vida cotidiana y de las relaciones sociales, la cultura y la sociedad a través de los medios de comunicación”, completada en 1999 y publicada en 2001), usted comenzó a desarrollar la perspectiva de la mediatización a mediados de la década de 1990 y principios de la de 2000, como uno de los pioneros de esta perspectiva en los contextos alemanes y anglosajones, cuyos primeros trabajos (publicados en inglés) datan de 2004 (Schulz), 2008 (Livingstone) y 2009 (Lundby). ¿Podría contarnos cómo arribó a este concepto a mediados de la década de 1990, partiendo de una formación académica inicialmente en matemática y luego en sociología, pero en un contexto de fuerte compromiso político en toda su labor académica como profesor e investigador? ¿En qué medida todo este compromiso político y científico vital, desde tan temprana edad, lo llevó a desarrollar su propia perspectiva sobre la mediatización en los años noventa y dos mil? ¿Qué preocupaciones e intereses políticos, científicos y personales encontraron un catalizador en los procesos de mediatización?

**Friedrich Krotz (F.K.):** Para responder a esta pregunta, y también como punto de partida para mis respuestas a esta entrevista, primero debo formular tres supuestos que son fundamentales para mi comprensión de la ciencia de la comunicación y para mi trabajo sobre la mediatización (Krotz 2001; 2007; 2017a).

En primer lugar, adopto un enfoque teórico-práctico: en sus acciones y experiencias, los seres humanos son seres naturales que también viven en un mundo simbólico (Cassirer, 2007). Este mundo simbólico se construye principalmente a través del lenguaje, pero también incluye imágenes, sonidos,



gestos y otras formas simbólicas de expresión. Es la base de la cultura y de la sociedad, haciendo posible y abarcando todas las acciones y experiencias humanas, especialmente la comunicación, el pensamiento, la reflexión y la interpretación. Esto también presupone, en segundo lugar, que la comunicación humana (Krotz, 2008), junto con otras actividades y habilidades, es una base indispensable para la humanidad y, al mismo tiempo, una de sus características distintivas. Esto implica además que los medios de comunicación y su desarrollo también son de importancia esencial para la humanidad, ya que permiten formas siempre nuevas de comunicación humana y, por lo tanto, también transforman la cultura y la sociedad.

El tercer presupuesto se refiere a la ciencia. En mi trabajo como matemático y científico social he aprendido que la matemática y la lógica formal pueden ser útiles para investigar empíricamente los hechos y desarrollar o mejorar las teorías basadas en ellos. Sin embargo, también he aprendido que estas ciencias formales no son suficientes para describir y comprender las acciones humanas. Esto se debe a que los mundos simbólicos en los que viven las personas y, por lo tanto, también sus actividades sociales y culturales, se basan en su significado y su importancia/relevancia/sentido, como ya han demostrado Max Weber (1978), George Herbert Mead (1973) y Alfred Schütz (2004). Las matemáticas y la estadística pueden describir el comportamiento observable, pero no pueden captar el significado subjetivo o procesos como el entendimiento mutuo. Y la lógica formal puede estructurar el pensamiento y la acción, pero en última instancia solo puede tener en cuenta las relaciones causales o deductivas y estructurar teorías, pero no puede contribuir a la comprensión del mundo social. Esto requiere creatividad humana, investigación cualitativa y la consideración de la dialéctica y las relaciones recíprocas.

En resumen, hay que decir que he basado mi trabajo en una visión interdisciplinaria de la humanidad, y esta visión es lo que ha dado forma a mis contribuciones durante las últimas décadas en términos de teoría, metodología y conceptos científicos, y que también ha sido y sigue siendo fundamental para mi comprensión de la mediatización.

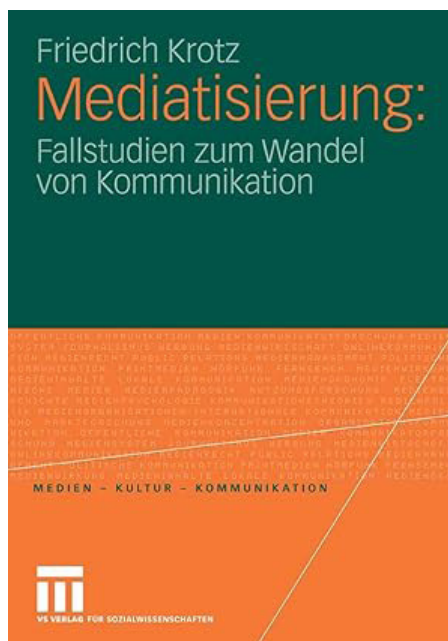
Para contextualizar el surgimiento de mi trabajo sobre los medios y la comunicación, en la segunda mitad del siglo XX, la ciencia de la comunicación se ocupaba principalmente de la así llamada fórmula de Lasswell (1948), a saber: “¿Quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?”. La reducción que implica este concepto, tanto de los estudios de comunicación integrales como de la visión asociada de la humanidad y la sociedad, deja claro que aquí, como en muchas ciencias sociales y humanidades, se daba por sentada la comunicación humana, pero solo se examinaba con más detalle en casos especiales. Además, apenas se reconocía su importancia para las formas de convivencia humana.

Llegué a los estudios de comunicación a la edad de casi 40 años, basándome en mi compromiso político personal y mi carrera profesional como

matemático y doctor en sociología, que también había investigado en ciencias políticas y enseñando informática. Junto con otras personas, contribuí entonces a establecer los estudios culturales en Alemania y a desarrollar una comprensión más fundamental de la comunicación, tanto empírica como teóricamente, a lo que también contribuyó Martín-Barbero (1993). Esto tuvo lugar en el contexto del acelerado desarrollo de los nuevos medios y la digitalización, que cambiaron las formas de convivencia de las personas. Así, los medios de comunicación cobraron importancia no solo como un potencial en la vida cotidiana de la gente, sino que también influyeron cada vez más en las esferas sociales. Por ejemplo, el fútbol internacional se volvió cada vez más dependiente de los pagos de los medios de comunicación, la economía tomó el control de Internet y los debates políticos se hicieron más frecuentes en las redes digitales emergentes. Entonces me referí a esto como mediatización (Krotz 1995) y abogué por nuevas instituciones sociales, como una fundación de pruebas de medios de comunicación, para ayudar a las personas a lidiar con todo esto (Krotz, 2010). Hasta aquí la aparición del término mediatización, en lo que a mí respecta. Después de escribir muchos libros y artículos, en 2010 obtuve financiación de la Fundación Alemana para la Investigación DFG (Deutsche Forschungsgemeinschaft) para organizar un programa prioritario de seis años de duración, que comprendía 36 proyectos de investigación de más de una docena de universidades alemanas.

**M.C., J.F. & G.O.:** Usted ha sugerido que la mediatización es un meta-proceso más que un proceso, distanciándose de los argumentos planteados por las teorías de la innovación (difusionismo). ¿Por qué es tan importante construir una “metateoría” y en qué consistiría? ¿Cuáles son las ventajas de concebir el cambio social y cultural desde una “metateoría”? ¿Es posible identificar algunos procesos específicos de la mediatización contemporánea, más allá de la posmodernidad? ¿Podría señalar algunos procesos a nivel micro, meso y macro, y explicar cómo se articulan estos tres niveles, desde una perspectiva “meta”? ¿Constituye la perspectiva “meta” un nivel adicional de abstracción con respecto a estas tres escalas de análisis más concretos (micro, meso y macro)?

**F.K.:** La mediatización es un concepto de proceso. Describe las relaciones entre dos desarrollos interrelacionados: la transformación de los medios de



comunicación en relación con la transformación de la vida cotidiana, la cultura y la sociedad. Esto no puede captarse con el concepto de difusión de innovaciones, que se utiliza a menudo en sociología. Este concepto se refiere a una innovación fija, un área de investigación fija y unas pocas variables útiles cuyo cambio puede utilizarse para medir la difusión de esta innovación. Los desarrollos complejos que continúan en todo el mundo durante muchos períodos de tiempo, que afectan a diferentes culturas de diferentes maneras y que no pueden describirse como más o menos limitados a una región concreta, sino que implican subdesarrollos muy diferentes, no pueden describirse empíricamente de esta manera. Más bien, son una especie de constructo teórico que describe desarrollos tan complejos –por ejemplo, la globalización, la individualización, la mediatización, pero también el Iluminismo europeo o la alfabetización mundial, que se ha producido durante milenios–. He propuesto el término metaproceto para ello (Krotz 2007). Estos comprenden muchos subprocesos que no tienen por qué producirse de forma continua o simultánea, no pueden describirse de forma lineal y, a menudo, no pueden presentarse sin contradicciones, ya que consisten en movimientos y contramovimientos. No obstante, existen como concepto útil y consisten en procesos micro, meso y macro, tal y como muestra la literatura científica. La aparición de la escritura y la digitalización actual también están relacionadas con esto. El mundo social y cultural no está estructurado de forma lógica y matemática, sino que es desarrollado por las propias personas de muy diversas maneras. Es precisamente en esta *indeterminación* donde estos conceptos resultan útiles en todas las disciplinas.

**M.C., J.F. & G.O.: La mediatización se ha descrito como un proceso ambivalente y discontinuo, “no lineal, a veces caótico, cuya dirección es indeterminable” (Grenz & Pfadenhauer, 2016, p. 8), e incluso ha habido debates, en el contexto germanoparlante, centrados en los momentos de *De-mediatiesierung* (“desmediatización”) como procesos inherentes a los metaprocetos de mediatización: ¿Está de acuerdo con esta idea? ¿Es la “desmediatización” un proceso inherente o constitutivo de la mediatización como metaproceto? ¿Podría identificar procesos específicos de desmediatización en nuestra era contemporánea?**

**F.K.:** Debido a la mencionada *indeterminación* de la mediatización como metaproceto, se puede decir que los procesos de desmediatización también forman parte del metaproceto social general, al igual que las consecuencias y los efectos de dicho metaproceto. Por ejemplo, cada vez menos personas leen los periódicos hoy en día, pero por el momento no está claro si esto conduce realmente a una desmediatización de la política o de la acción democrática de la sociedad civil. E incluso si los subprocesos de mediatización se detienen y prohíben por motivos religiosos, por ejemplo, la naturaleza del proceso de mediatización en cuestión afecta a los cambios, pero no los detiene. Por eso, los

medios de comunicación tradicionales no están desapareciendo en absoluto: la televisión no ha dejado obsoleta a la radio, e incluso hoy en día se siguen utilizando tablas de piedra cuando se necesita una lápida o un monumento. A nivel individual, institucional y social, pueden tener lugar procesos muy diferentes e incluso contradictorios, pero juntos constituyen el impulso de la mediatización.

**M.C., J.F. & G.O.: ¿Cuáles son los vínculos específicos entre la mediatización y los otros tres metaprosesos de cambio social que usted considera fundamentales para la era contemporánea: globalización, individualización y comercialización (“Ökonomisierung”)? ¿Cómo interactúan estos cuatro metaprosesos entre sí en la actualidad? ¿En qué sentido sostiene que la comercialización es el metaproseso que se encuentra “en la base” de todos los demás metaprosesos? ¿Significa esto que la comercialización funciona como una condición o factor determinante “en última instancia”? ¿Desempeña la mercantilización un papel en estos procesos? ¿Podría dar algunos ejemplos de estas interacciones entre metaprosesos en el mundo contemporáneo?**

**F.K.:** Además de los metaprosesos que he mencionado, sin duda hay otros tipos de procesos, y probablemente incluso más, como la racionalización o la cristianización. El concepto de proceso sigue pareciendo un concepto que no se ha investigado más a fondo ni se ha dividido en diferentes categorías. Sin embargo, al menos hoy en día, hay que partir de la base de que muchas entidades de las ciencias sociales son en realidad procesos.

El hecho de que la mediatización contribuye a la globalización y viceversa se ha convertido en algo indiscutible, al menos con la llegada de la digitalización, ya que el Estado chino y las grandes empresas estadounidenses determinan las formas esenciales de uso y desarrollo de las ofertas, generando así nuevas formas internacionales de división del trabajo y explotación. A la inversa, la globalización está impulsando la difusión mundial de los medios digitales y, por tanto, la mediatización. Sin embargo, al mismo tiempo, estos metaprosesos también pueden obstaculizarse mutuamente, ya que la globalización extrae mucho dinero de los países y apenas paga impuestos, y las culturas del Sur global, a menudo inundadas de ofertas culturales específicas de Estados Unidos, solo pueden defenderse distanciándose de ellas y cuidando sus propias formas culturales.



En consecuencia, se pueden encontrar diferentes conexiones entre cada uno de estos dos metaprosesos. Si, por ejemplo, la individualización en el sentido de Ulrich Beck (1986) se entiende no solo como aislamiento, sino también como una pérdida de vínculos colectivos y de costumbres y mitos tradicionales, por ejemplo, a través de la movilización, y si tenemos en cuenta que surgen nuevas dependencias institucionales en el marco del capitalismo y las instituciones estatales, como las estructuras educativas y las pensiones, entonces se pueden suponer y derivar empíricamente muchas relaciones entre estos metaprosesos.

En lo que respecta a la importancia del metaproseso de “comercialización” (“*Ökonomisation*”), hay que suponer que los países del mundo están organizados principalmente según líneas capitalistas privadas o capitalistas estatales. Esto rara vez da lugar a condiciones sociales justas; en cambio, actualmente hay unos pocos superricos y un número creciente de pobres, así como cientos de millones de personas que siguen padeciendo hambre o careciendo de acceso a agua potable. Esto implica directamente que el poder social, incluso en las democracias, recae en los privilegiados, mientras que los demás deben adaptarse cada vez más. Por lo tanto, *la economía determina* lo que ocurre, en última instancia, a nivel mundial, y los demás metaprosesos deben adaptarse continuamente a ello.

**M.C., J.F. & G.O.: Al mismo tiempo, usted ha definido los propios medios de comunicación como “procesos” (en lugar de “realidades fijas, dadas y estables” u objetos de estudio estáticos), argumentando también que el enfoque de la mediatización debe construirse, conceptualmente, desde una “perspectiva de proceso” (Krotz, 2017b). ¿En qué sentido entienden que cada medio de comunicación es, en sí mismo, un proceso?**

**F.K.:** Los medios cambian y, en consecuencia, la mediatización puede surgir de formas muy diferentes: a través de inventos técnicos o de otro tipo, que pueden utilizarse para la comunicación, a través de cambios sociales, como nuevas necesidades humanas o condiciones sociales modificadas, incluidos los cambios económicos o la censura. Pero los propios medios de comunicación también cambian con el tiempo, como lo muestra la historia de cada uno de ellos. Como oferta, deben adaptarse a sus usuarios; deben, sobre todo en el capitalismo, atraer a sus usuarios para poder luego pasárselos a la publicidad. Un buen ejemplo de ello es la historia de la radio, que siempre ha desarrollado nuevos formatos de programación, incluidas las famosas radionovelas. Y cuando la televisión asumió muchas de las funciones de la radio, ésta última se reafirmó como medio para la música y el acompañamiento en la vida cotidiana. La causa más profunda de la naturaleza procesual de los medios de comunicación es la necesidad de que las personas no siempre quieran disfrutar de los mismos contenidos y formas mediáticas, sino que también esperen siempre algo nuevo del proceso de comunicación con o a través de los medios, lo que,

sin embargo, no excluye el hecho de que textos como la Biblia o el Corán se lean una y otra vez.

**M.C., J.F. & G.O.:** Usted ha argumentado que, necesaria e intrínsecamente, “la teoría de la mediatización *contiene* una perspectiva histórica: se interesa por los cambios en los medios de comunicación de épocas anteriores y por los cambios correspondientes que también se produjeron en la vida cotidiana, la cultura y la sociedad. También trata de comprender el cambio que estamos presenciando hoy en día en el contexto de la evolución histórica” (Krotz, 2017b, p. 15). ¿Cómo se refleja esta perspectiva histórica-procesual en su propia investigación empírica sobre los fenómenos actuales de mediatización? A su vez, esta perspectiva histórica sobre la mediatización es, como usted ha argumentado, lo que “nos permite observar una creciente diferenciación (“*Ausdifferenzierung*”) de los medios (de comunicación) y la comunicación”. ¿Cómo aborda estos procesos de “diferenciación a largo plazo” en su investigación empírica? ¿Y cómo operacionaliza metodológicamente esta perspectiva (necesariamente) histórica en su investigación? ¿Cómo se identifican empíricamente estas crecientes diferenciaciones entre los medios (de comunicación) y la comunicación?

**F.K.:** En mi investigación centrada en la mediatización, siempre que ha sido posible, no solo he examinado la pregunta de investigación seleccionada previamente, sino que también he reconstruido *el impulso de mediatización respectivo*, en el que se centraba la pregunta de investigación en su especificidad. Por ejemplo, un proyecto de colaboración con colegas japoneses se centró en la cuestión de cómo se utilizaban los ordenadores en las escuelas primarias de allí y en Alemania. Para ello, también fue necesario tener en cuenta que los niños alemanes aprenden el alfabeto y, por lo tanto, están familiarizados con el teclado, mientras que en Japón hay tres escrituras diferentes para distintos tipos de contenido, dos de las cuales no tienen letras, sino solo caracteres para sílabas o palabras completas. Estas consideraciones dieron lugar a otros problemas. Y para los estudios sobre cómo se manejan las imágenes en las condiciones de la transformación digital, también fue útil saber que la visión humana tiene una historia cultural, en el sentido de que primero tuvo que desarrollarse la “visión renacentista en perspectiva” para que luego se convirtiera en algo evidente.



La lectura también tiene una historia (Illich, 2010): según esta, a principios del primer milenio en Europa, los monjes cristianos siempre leían en voz alta y con todo su cuerpo, lo que también se debía a la cultura del libro de la época. En aquella época, también se esforzaban por memorizar el contenido que leían y creer lo que se decía. Solo en siglos posteriores los europeos aprendieron a cuestionar lo que leían, algo fundamental para nosotros como científicos de hoy en día. Esta variabilidad en las actitudes culturales hacia la lectura es importante a la hora de plantearse en qué dirección cambiará la práctica de la lectura en la era de los resúmenes de la Inteligencia Artificial (IA). Nada de lo que los seres humanos hacen con los medios de comunicación es natural o dado por Dios, sino que tiene una historia cultural.

La perspectiva histórica tiene tres funciones. En primer lugar, se pregunta cómo se produjeron los acontecimientos relevantes para la actualidad y en qué contextos deben considerarse; por ejemplo, en la Edad Media europea, siempre hay que tener en cuenta la religión como una ideología poderosa. Contextos ideológicos similares también pueden ser relevantes para los acontecimientos actuales. En segundo lugar, por lo tanto, también es necesario que los estudios actuales determinen si estas condiciones anteriores siguen teniendo repercusión y de qué manera. Por ejemplo, las normas estadounidenses sobre las imágenes que se pueden mostrar en Instagram y otras redes sociales actuales siguen basándose en gran medida en los valores cristianos. En tercer lugar, siempre se trata de qué podemos aprender para el presente a partir de estudios anteriores sobre procesos de mediatización. Wikipedia, como enciclopedia para todos, quiere construir hoy, en el contexto de la digitalización, algo que también se desarrolló hace trescientos años para la impresión de libros, como es bien sabido.

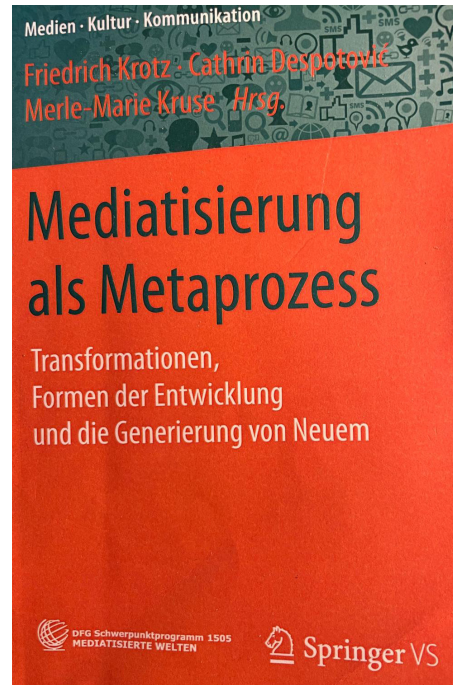
Otro ejemplo proviene de la investigación sobre alfabetización (Stein, 2010). La educación escolar para todos en los países europeos se considera un avance democrático que tenía por objeto dar acceso a la lectura a la población. Pero los estudios históricos muestran que la educación obligatoria se introdujo porque la industria y el ejército necesitaban una mano de obra mejor formada. Y, además, los niños aprendían y siguen aprendiendo a leer y escribir, pero no a participar en la democracia a este nivel. En la actualidad, sería necesario examinar más detenidamente si la transformación digital tiene realmente por objeto mejorar la vida de los usuarios con poca formación en tecnologías de la información, o si toda la tecnología se centra en garantizar que unos pocos expertos comprendan los antecedentes y que la gran mayoría se limite a hacer lo que dictan la inteligencia artificial y similares.

**M.C., J.F. & G.O.: ¿Cuáles son las ventajas del enfoque sobre la mediatización pensado como “metaprocés” frente a otros enfoques que estudian el cambio mediático en relación con el cambio sociocultural (por ejemplo, la**

**lógica de los medios de comunicación, otros enfoques socioconstructivistas, etc.)? ¿Por qué es necesario este nivel de abstracción –denotado por el prefijo “meta”– para comprender verdaderamente el cambio social (en relación con los cambios mediáticos) desde una perspectiva histórica?**

**F.K.:** Por supuesto, es posible abordar los estudios de medios y comunicación desde perspectivas distintas al enfoque de la mediatización, como la economía política, la psicología o la lingüística. Ninguna perspectiva teórica por sí sola puede abarcar todo el desarrollo de un metaprocés, ni siquiera la investigación sobre la mediatización. Pero toda perspectiva de investigación de este tipo debe tener siempre en cuenta el enfoque de la ciencia de la comunicación sobre la mediatización y la economía política de la digitalización. Esto se debe a que el enfoque de la ciencia de la comunicación se centra en la transformación de la comunicación humana, que es fundamental para las condiciones de vida humanas, mientras que la perspectiva político-económica se centra en el motor real de todo este desarrollo, es decir, el capitalismo. Por lo tanto, los resultados específicos de estos dos enfoques de investigación son relevantes para todas las demás perspectivas: el primero porque se ocupa únicamente del núcleo, la transformación de la comunicación humana como base de la cultura y la sociedad, y el segundo porque plantea la cuestión del poder y sus efectos. Todas las demás disciplinas dependen fundamentalmente de resultados de este tipo.

Hay al menos tres razones para ello. En primer lugar, es obvio que tiene sentido entender la digitalización actual como mediatización. El término “digitalización” hace hincapié en el cambio técnico, es decir, en la existencia de dispositivos digitales programables y conectados en red. Al igual que la IA y los grandes modelos de lenguaje (LLM), estos dispositivos tienen un impacto enorme en los mundos simbólicos de las personas y en su comunicación. A diferencia de los seres humanos, los ordenadores son máquinas mecánicas que, según Turing (2002), pueden simular dispositivos mecánicos. Los seres humanos no pueden simularse de esta manera porque los ordenadores no comprenden el significado ni la importancia o significatividad, ni tampoco comprenden las secuencias de letras que ellos mismos producen. Esto se debe a que todos los datos que utilizan son datos observacionales que no dicen nada sobre el significado o la importancia. Y el llamado



ENERO · JUNIO 2026

I MEDIACIONES

proceso de aprendizaje de la IA es un proceso de aprendizaje conductista que simplemente se orienta hacia la optimización estadística; por lo tanto, los ordenadores son dispositivos conductistas que difieren fundamentalmente en su funcionamiento de los seres humanos. Las diferencias relevantes pueden identificarse principalmente en una ciencia de la comunicación basada en la tecnología de la información (Krotz 2022; 2024). El enfoque de la mediatización también se orienta hacia el potencial de la tecnología, pero un medio no es cualquier tecnología, sino una tecnología que se dirige a los seres humanos con cadenas de caracteres, por ejemplo, en forma de textos, imágenes o sonidos, que se producen a nivel de significado y relevancia o significatividad. Los ordenadores no pueden hacer más que producir caracteres, aunque esto pueda dar lugar a frases completas y gramaticalmente correctas. Sin embargo, su significado simbólico y, por lo tanto, su sentido y veracidad o falsedad deben ser añadidos por las personas que los reciben. Por lo tanto, antropomorfizar la máquina no funciona o es engañoso. Esto es importante para todas las demás disciplinas.

La segunda razón es que enfoques como el de los estudios de las lógicas mediática (“*media logics*”) a menudo no están orientados a los procesos y solo captan ciertos aspectos del cambio mediático. Definen algo como esencial, pero ese algo cambia en el transcurso del cambio. Por ejemplo, la lógica mediática de TikTok o Facebook está en constante evolución, pero el concepto es limitado porque presupone un panorama mediático estable y construye un concepto estable.

En tercer lugar, el enfoque de la mediatización entiende a los seres humanos como seres relacionados con los medios de comunicación cuyas acciones comunicativas se ven modificadas por la transformación de los medios. Sin embargo, dado que la comunicación es, en esencia, una base indispensable para la cultura y la sociedad, que los seres humanos debemos apreciar y no debemos ni podemos delegar en máquinas mecánicas, la transformación de la comunicación humana debe tenerse en cuenta de forma central, y esto es precisamente lo que hace el enfoque de la mediatización.

Por todas estas razones, la mediatización debe entenderse como un meta-proceso que, en su paralelismo, tiene en cuenta tanto el cambio mediático como el cambio cultural y social en sus contextos, y lo hace en relación con culturas y sociedades muy diferentes y sus condiciones comunicativas. Un concepto tan amplio también debe considerarse en términos de su significación y relevancia para las disciplinas afines.

**M.C., J.F. & G.O.: ¿Qué contribuciones cree que se han hecho (o se deberían hacer) desde la perspectiva de la mediatización para la comprensión de nuestra era contemporánea, que también podrían ser consideradas fructíferas por otros enfoques? ¿Cómo podría el enfoque de la mediatización**

### **beneficiar a una comprensión más amplia, colaborativa e interdisciplinaria de nuestro presente?**

**F.K.:** Históricamente, la comunicación humana siempre ha sido dada por sentada por todas las disciplinas científicas. La importancia de esta capacidad para todas las formas de convivencia humana, para todo el conocimiento, para todas las prácticas humanas y para todas las instituciones y estructuras creadas por el ser humano es en sí misma histórica, un proceso a largo plazo que las ciencias solo reconocieron tardíamente y que, hasta ahora, solo se ha reconocido parcialmente. Solo ahora se está haciendo evidente que esta comunicación humana, como práctica fundamental para los mundos simbólicos individuales y colectivos de los seres humanos, es cambiante y está cambiando. Es de suponer que el pensamiento humano también surgió únicamente a través de la comunicación.

El concepto de ciencia, tal y como lo conocemos, solo puede surgir cuando las personas son capaces de leer y pensar de forma crítica. Y toda idea que se piensa por primera vez solo se convierte en idea porque puede anclarse en el mundo simbólico de las personas sobre la base de su práctica comunicativa. Esta dependencia comunicativa se aplica tanto al “pienso, luego existo” de Descartes como a la teoría de la relatividad. (Véanse también, más arriba, mis respuestas a sus preguntas sobre mi perspectiva histórica y sobre la historia de la/s mediatización/es).

Hoy en día, también está quedando claro lo sensible que es este mundo simbólico de la comunicación humana, cuánto potencial de manipulación existe aquí y que la tecnología puede contribuir a reducir a los seres humanos al nivel de máquinas mecánicas en su comunicación, si se les trata así durante un tiempo suficiente. El enfoque de la mediatización puede ayudar a contrarrestar esto, ya que entiende a los seres humanos como seres comunicativos. Este concepto también es útil para otras disciplinas científicas. He recibido con frecuencia consultas relacionadas con este tema en Alemania y, en consecuencia, el término “mediatización” también se utiliza en ciencias de la educación, trabajo social, religión, política, sociología, etc.

**M.C., J.F. & G.O.:** Su último libro, *Die teilung geistiger arbeit per computer. Eine Kritik der digitalen transformation*<sup>1</sup> (Krotz, 2022), pone de relieve el auge de una nueva fase o “forma de capitalismo” derivada de una nueva “división del trabajo intelectual entre los seres humanos y los ordenadores”, que ha sido posible gracias a dos condiciones emergentes en la sociedad contemporánea: a) una infraestructura informatizada que, por primera vez, funciona como base de todas las operaciones simbólicas de una sociedad; b) la interconexión en red (“*Vernetzung*”, “*networking*”) como forma

<sup>1</sup> NdE: *La división del trabajo intelectual por ordenador. Una crítica de la transformación digital*. Pronto estará disponible una traducción al inglés.

**organizativa generalizada. ¿En qué consiste esta nueva división del trabajo intelectual? ¿Qué consecuencias tiene esta nueva “economía digital” para nuestro presente, y potencialmente para el futuro, tanto para las formas actuales de trabajo y producción (capitalismo) como para las formas en que nos relacionamos entre nosotros en nuestra vida social (convivencia, individualismo, ideologías, etc.)? Si, como usted mismo sugería en un trabajo anterior, la digitalización ya es “noticia de ayer”, ¿cómo se relacionan todas estas nuevas transformaciones digitales contemporáneas con el (meta)proceso de mediatización?**

F.K.: Cada vez más ámbitos sociales y personales de la vida humana, el trabajo, la cultura y la sociedad están cambiando debido al rápido desarrollo de la digitalización. Este proceso es sin duda de gran importancia para la vida y el desarrollo humanos. Pero la digitalización ha estado controlada durante muchos años por la economía digital, representada por las mayores empresas de la historia de la humanidad, como Amazon, Microsoft, Meta, Alphabet y otras. Dominan el *hardware*, el *software*, los datos, las redes y su uso por parte de las personas, y especialmente el *software* complejo, como la IA y el LLM. Nos prometen la mejor vida posible en un futuro próximo (por ejemplo, Tegmark, 2019), pero si nos fijamos en las investigaciones empíricas, estas empresas solo están interesadas principalmente en sus modelos de negocio (Krotz, 2022; Krotz, 2024).

La IA, por ejemplo, está controlada por empresas digitales estadounidenses o por el Estado chino. Sin embargo, esto no debería permitirse: la dirección en la que se desarrollan las formas de convivencia humana y que, por supuesto, se ven afectadas principalmente por la IA, no deberían determinarse en el marco de la economía ni por el Estado. Por el contrario, es un derecho y un deber de las instituciones democráticas y, en particular, de la sociedad civil; es decir, un derecho y un deber de todos nosotros. Debemos hacer valer este derecho con la ayuda de un Estado controlado democráticamente y sus instituciones.

Desde el punto de vista de las ciencias de la comunicación, hay que partir de la base de que la digitalización puede automatizar y controlar la tecnología, como lo ha señalado Turing (2002). Esto se aplica, por ejemplo, a los automóviles, la medicina y la producción en cadena. La IA puede así mejorar la industrialización que comenzó en el siglo XVIII mediante la automatización de muchos procesos. Por eso, las políticas socialmente justas deben garantizar que no se destruyan puestos de trabajo sin cesar ni se creen nuevos puestos de trabajo de mala calidad. También deben garantizar que a los beneficios de la producción automatizada se les aplique un nivel adecuado de gravámenes impositivos y que, por lo tanto, el desarrollo sirva a la sociedad en su conjunto. Lamentablemente, esto no es así en la actualidad.

Sin embargo, este control digital y la automatización de las máquinas mecánicas no es el tema central de la ciencia de la comunicación. No tiene que ver

con la comunicación entre máquinas, sino con la comunicación entre humanos y máquinas. Y debe abordar el hecho de que cada vez más la comunicación entre humanos tiene lugar en condiciones digitales, por ejemplo, en redes y plataformas. En estos casos, los ordenadores programables interfieren en los mundos simbólicos de los humanos y, por lo tanto, se vuelven relevantes para el conocimiento, el pensamiento, la información, los sentimientos y otras prácticas humanas.

Es obvio que todo el proceso de digitalización puede entenderse como el impulso de la mediatización actual. Por lo general, este proceso comenzó en la década de 1940 con las primeras computadoras grandes. La idea de la inteligencia artificial también se originó en la década de 1950. En la década de 1970, se desarrollaron computadoras pequeñas que se utilizaban principalmente en oficinas y hogares, y en las que se crearon las primeras grandes colecciones de datos informáticos. En una fase posterior, los ordenadores se conectaron en red y se utilizaron principalmente para la comunicación; a esto le siguió una fase de mercantilización de las redes, seguida de la fase de datificación y, finalmente, la fase actual que condujo a la programación de ChatGPT, LLM e IA.

Sin embargo, este desarrollo tiene una prehistoria importante que arroja luz sobre una influencia fundamental. No fueron Zuse, IBM y Aiken quienes inventaron por primera vez un ordenador, sino que “solamente” construyeron los primeros ordenadores. En realidad, fue el economista y matemático Charles Babbage quien desarrolló el primer concepto abstracto de ordenador (Babbage, 1832). También intentó construir su ordenador, y lo habría conseguido si hubiera recibido la financiación suficiente, ya que a finales del siglo XX los ingenieros lo demostraron al implementar su proyecto con los medios disponibles en ese momento.

Lo que resulta especialmente significativo aquí es que Babbage basó la construcción de su primera máquina calculadora, que luego desarrolló hasta convertirla en la idea del ordenador programable, en el trabajo del matemático francés Gaspard Riche de Prony. Como describe el propio Babbage, a principios de la década de 1790, durante la Revolución Francesa, el gobierno encargó a De Prony la elaboración de varios volúmenes de tablas, entre ellos uno que contenía los cuadrados de todos los números entre 1 y 200.000. El objetivo era contribuir al desarrollo de la economía, el transporte marítimo, la capacidad militar y también la arquitectura y la ciencia, ámbitos que requerían cada vez más cálculos matemáticos. Se suponía que las tablas serían útiles para este fin, ya que en aquella época casi nadie dominaba la multiplicación o la división complejas, ya que no existía la escolarización obligatoria.

Como matemático, De Prony sabía que los números cuadrados podían calcularse no solo multiplicando un número por sí mismo, sino también utilizando una fórmula: si se conoce el cuadrado de dos números consecutivos, como el 5 y el 6, se puede utilizar una simple suma y resta para determinar el cuadrado

del siguiente número, en este caso el 7. En su informe, Babbage también escribe que De Prony había leído recientemente un texto de Adam Smith que establecía y desarrollaba el concepto de la división del trabajo mental y físico. Armado con este conocimiento, De Prony contrató a unos 30 empleados que eran buenos en las operaciones de suma y resta. A continuación, se los colocó en fila; el primero definía el siguiente número cuyo cuadrado debía calcularse, anotaba los cuadrados de los dos números anteriores y se lo pasaba al siguiente, que entonces realizaba exactamente un paso de cálculo más según la fórmula, se lo pasaba al siguiente sumador, y así sucesivamente, hasta que se había completado toda la fórmula. El último de la fila anotaba entonces el resultado. A continuación, todo el proceso volvía a empezar con el siguiente número, 200.000 veces.

Esto es lo que el historiador de la informática Rojas (2016) denomina un ordenador humano. Los ordenadores comunes de hoy en día tienen unas dos docenas de comandos básicos muy simples que están integrados en el *hardware*, como por ejemplo cómo sumar 1 (uno) a un número. Los ordenadores necesitan un sistema operativo para organizarse, y luego se pueden introducir comandos en un lenguaje de programación para que puedan operar con caracteres, tales como números o letras. Estos programas activan largas secuencias de comandos a partir de estas dos docenas de operaciones elementales, que producen el resultado deseado. En cualquier introducción a la informática, se puede leer sobre esta cuestión.

A partir de este relato histórico de lo que ocurrió en su momento, ahora podemos extraer las siguientes conclusiones. En primer lugar, los ordenadores tienen un diseño bastante sencillo; los programadores humanos son los responsables de los programas complejos. En segundo lugar, los ordenadores sirven para aliviar a los humanos del trabajo mental. Todos delegamos el trabajo mental a los ordenadores, que luego lo asumen si tienen los programas y los datos adecuados. (Y los propietarios y programadores de la tecnología ayudan a determinar el resultado). Tercero: los ordenadores son una herramienta para dividir el trabajo mental. Esto se basa en las ideas de Adam Smith, que Charles Babbage también propagó y difundió en libros que han sido traducidos a muchos idiomas. Las ideas de Adam Smith se centran en la división del trabajo físico, y Karl Marx también se concentró en ello. Esto puso en marcha la industrialización en los siglos XVIII y XIX: al principio se inventó la máquina de vapor, que producía energía. Luego, esta energía se utilizó para construir ferrocarriles, operar telares mecánicos y, más tarde, para establecer líneas de montaje en las que trabajaban personas. Desde entonces, fueron los empresarios quienes utilizaron su capital para construir fábricas, comprar máquinas, contratar trabajadores y luego cosechar los beneficios: nació el capitalismo basado en la división del trabajo físico.

Hoy en día está surgiendo de manera muy similar una economía basada en la división del trabajo intelectual o mental. Las computadoras pueden generar

cadena de caracteres destinadas a controlar dispositivos mecánicos o dirigidas a los seres humanos. Los empresarios de hoy en día organizan y controlan programas informáticos y redes a través de los cuales las personas se comunican, compran, se entretienen, juegan, escriben, se informan y aprenden. Estamos confiando cada vez más formas de trabajo intelectual a las máquinas y, por lo tanto, a las empresas digitales, que controlan eficazmente toda la tecnología y la desarrollan aún más para sus propios fines. Estas últimas generan también enormes colecciones de datos, constantemente actualizadas y complementadas, sobre todos sus clientes, y producen beneficios a través de la venta de estos datos para publicidad y para todo tipo de otros fines o propósitos diferentes. Esto se debe a que casi toda la economía está ahora representada en Internet y vende sus productos allí: la información sobre clientes potenciales y reales capturada en los datos se ha convertido en la base decisiva para toda la economía. Así, se ha transformado de una economía de mercado a una economía basada en datos, y quienes no participen, desaparecerán. Para las cosas que los ordenadores no pueden hacer, como entrenar a la IA o limpiar la pornografía de las redes sociales, ahora hay un gran número de trabajadores que se encargan de estas formas de trabajo intelectual por poco dinero. En consecuencia, otros trabajos intelectuales necesarios se externalizan cada vez más y se pagan cada vez menos. Hasta aquí el análisis histórico del surgimiento de la digitalización, según el enfoque de la mediatización.

Por lo tanto, debemos temer que estemos entrando en una nueva era de un capitalismo aún más poderoso, que comercializa y explota aquello que nos hace humanos: el lenguaje, el pensamiento, todas las formas de actividad intelectual. Lamentablemente, en la actualidad no está nada claro cuánto tiempo tardará la humanidad en domesticar este capitalismo (Krotz 2022; 2024). Las reglas de la democracia dictan que la sociedad civil no debe actuar de manera antropocéntrica, sino que debe adherirse a sus valores ampliamente aceptados: la sociedad civil no quiere ni debe ignorar a otros seres vivos ni arruinar la tierra en la que todos vivimos. Para ello, la humanidad está dotada de una conciencia crítica que puede utilizar para observar y evaluar sus propias acciones (Krotz, 2021). Las computadoras, por otra parte, no poseen conciencia.

**M.C., J.F. & G.O.: Una crítica a cierta ideología (cada vez más dominante en la sociedad), que equipara las capacidades de las máquinas inteligentes con las potencialidades humanas, ha sido un tema recurrente en toda su obra. Esta ideología tiende a basarse en algunas facultades semióticas (simbolización y formalización) compartidas por los agentes humanos y los agentes mecánicos. ¿Cómo posiciona su crítica a la antropomorfización de los ordenadores y del mundo digital como una “ideología” del capitalismo contemporáneo, en relación con las actuales perspectivas anti-antropocéntricas en las ciencias sociales? ¿Puede interpretarse la actual “nueva división**

**del trabajo intelectual” como una manifestación más de la “mediatización profunda”, o tiene que ver con otros procesos, más dependientes de las condiciones político-económicas de nuestro tiempo?**

F.K.: Es importante hacer una observación sobre la ideología con la que se está promoviendo actualmente la digitalización. Como ya se ha señalado, los impulsores y controladores de este desarrollo nos prometen una vida paradisíaca, si les dejamos hacer lo suyo. Además, se afirma repetidamente que en un futuro previsible surgirá una IA dotada de un nivel de rendimiento que superará al de los seres humanos en prácticamente todos los campos, y que los seres humanos podrán entonces desaparecer con dignidad del desarrollo futuro, venga de donde venga. Sin embargo, lo que se ha prometido durante casi un siglo y se afirma que sucederá pronto es extremadamente dudoso desde el punto de vista científico. Incluso si fuera cierto que algún día existiera una IA que no solo pudiera trabajar más rápido, sino también intelectualmente mejor que todos los humanos, y que pudiera administrar el mundo mejor y en reemplazo de todas las democracias, como describe Tegmark (2019) para el próximo millón de años, se podría estar seguro de que la economía cerraría rápidamente a un todoterreno así. Porque acabaría con su negocio.

En las ciencias de la comunicación, las ideas ideológicas se basan a menudo en supuestos antropomórficos. Por ejemplo, se habla mucho de que los ordenadores se comunican entre sí, pero lo que hacen los humanos cuando se comunican entre sí es completamente diferente de lo que hacen las máquinas cuando decimos que se comunican. Los humanos se preocupan por comprender; se comunican sobre la base de un significado subjetivo y pueden decir algo sobre el significado y la veracidad de sus afirmaciones. Las computadoras simplemente transfieren archivos como comunicación. Y cuando una computadora comunica algo a los humanos, se trata exclusivamente de una cadena de caracteres o una secuencia de imágenes o sonidos que no tienen sentido para la computadora. Los humanos a menudo encuentran estos resultados significativos y apropiados, pero este juicio se basa en sus propias interpretaciones: asignan significado e importancia a estas cadenas de caracteres. De esta manera, un mensaje de computadora basado en caracteres se transforma en una oración que parece tener sentido, porque los humanos en realidad solo se están comunicando consigo mismos. Las computadoras pueden aportar algunos caracteres y posiblemente palabras a esto, influyendo así en cierta medida en los seres humanos, pero todas estas son interpretaciones humanas, posiblemente influenciadas por la máquina en una determinada dirección de pensamiento. Esto se debe a que la interacción humana siempre tiene una dimensión simbólica que puede ser influenciada. En este sentido, en realidad necesitamos una nueva forma de expresar qué es exactamente lo que las máquinas productoras de símbolos producen como “símbolos”, así como cómo lo hacen exactamente, para que no se cree siempre la falsa impresión

de que las máquinas actúan como los seres humanos. Estos malentendidos también existen con otras palabras que anteriormente solo se utilizaban para acciones humanas.

En resumen, se puede decir que la comprensión de la digitalización como mediatización también debe abordar el desarrollo ulterior de la economía política. Un término bastante vago como “mediatización profunda” no es muy útil en este caso, aparte del hecho de que la profundidad de un metaproceto puede significar algo completamente diferente en distintos momentos. En esta ocasión, la sociedad civil, y no la economía, debería tener el control sobre estos desarrollos. Una crítica más exhaustiva de la tecnología también podría ser útil en este sentido, por ejemplo, las reflexiones de Ivan Illich (1980) y su concepto de *convivialidad* y su llamamiento a la humanidad para que no acepte ni permita dejarse influenciar por tecnologías que no comprende, lo que parece ser una exigencia adecuada para los complejos y opacos programas de IA actuales. Las deficiencias del LLM también pueden quedar claras hoy en día: ChatGPT y las demás “máquinas de voz” se basan en la evaluación estadística y la optimización de las declaraciones humanas. Como ya se ha explicado en varias ocasiones, esto no tiene nada que ver con el significado y la comprensión, con la importancia y la verdad.

Dicho sea de paso, la falta de sentido de estas “máquinas de habla” ya ha sido descrita en un cuento que el autor argentino José Luis Borges publicó en una analogía en 1941 (Borges, 1974) sobre una construcción matemática del conocimiento. Se puede demostrar que, en teoría, cualquier ordenador actual puede imprimir todo el conocimiento de la humanidad en forma de texto, aunque llevaría bastante tiempo hacerlo. Esto se debe a que todo el conocimiento puede expresarse en fragmentos de texto de, por ejemplo, 20.000 caracteres utilizando solo 25 letras del alfabeto, la barra espaciadora, y puntos y comas. Matemáticamente hablando, cada uno de estos textos es, por lo tanto, una combinación con repeticiones de estos 28 caracteres (incluido el “carácter espacio” como carácter creado por la barra espaciadora del teclado). Sin embargo, el ordenador puede imprimirlos todos. Primero puede imprimir un texto compuesto por 20.000 letras “A”, luego uno compuesto por 19,999 “A” y una “B”, y variar la posición de la “B”. A continuación, puede añadir una letra “C” y así sucesivamente, y continuar de esta manera produciendo todos los textos posibles de esta longitud a partir de estas letras. Pero, como resultado, no sabemos nada. Porque cada frase, si es que tiene algún significado, también aparece en estos textos en forma negativa. Basándose en su optimización, las “máquinas de habla” actuales siguen siendo igualmente carentes de sentido.

Por lo tanto, tanto para las ciencias de la comunicación como para la investigación sobre la mediatización, tendría sentido no solo examinar cómo las personas utilizan los medios digitales y los integran en sus respectivas vidas. En cambio, sería útil una mayor cooperación con la informática progresista,

como, por ejemplo, la colaboración con personas e instituciones que trabajan a favor del *software* libre (de código abierto) y temas similares. Entonces se sabría más sobre lo que ocurre en el trasfondo del uso simple y superficial de los ordenadores, así como de la delegación, a menudo esperanzadora, del trabajo intelectual a estos dispositivos, y dónde residen los problemas esenciales. Esto también supondría un paso adelante para la investigación sobre la mediatización.

## REFERENCIAS

- Babbage, C. (1832). *On the Economy of Machinery and Manufactures*. Charles Knight.
- Beck, U. (1986). *Risikogesellschaft*. Suhrkamp.
- Borges, J. L. (1974). Die Bibliothek von Babel. In *Die Bibliothek von Babel* (pp. 53-63). Reclam.
- Cassirer, E. (2007). *Versuch über den Menschen*. Felix Meiner.
- Grenz, T. & Pfadenhauer, M. (2016). Einleitung: De-Mediatisierung: Diskontinuitäten, Non-Linearitäten und Ambivalenzen im Mediatisierungsprozess. In Grenz, T. & Pfadenhauer, M. (Hrsg.), *De-Mediatisierung: Diskontinuitäten, Non-Linearitäten und Ambivalenzen im Mediatisierungsprozess* (pp. 3-23). Springer VS.
- Illich, I. (1980). *Selbstbegrenzung. "Tools for Conviviality"*. Rowohlt.
- Illich, I. (2010). *Im Weinberg des Textes*. Beck.
- Krotz, F. (1995). Elektronisch mediatisierte Kommunikation. *Rundfunk und Fernsehen*, 43, 445-462.
- Krotz, F. (2001). *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns*. Westdeutscher Verlag.
- Krotz, F. (2003). Metaprozesse sozialen und kulturellen Wandels und die Medien. *Medien Journal*, 27, 7-19.
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krotz, F. (2008). Handlungstheorien und Symbolischer Interaktionismus als Basis kommunikationswissenschaftlicher Forschung. In Winter, C., Hepp, A. & Krotz, F. (Hrsg.), *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft* (pp. 29-47). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krotz, F. (2010): Zivilgesellschaft und Stiftung Medientest. In Schicha, C. & Brodsda, C. (Hrsg.), *Handbuch Medienethik* (pp. 244-254). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krotz, F. (2011). Mediatisierung als Metaprozess. In Hagenah, J. & Meulemann, H.

- (Hrsg.), *Mediatisierung der Gesellschaft?* (pp. 19-41). Lit Verlag.
- Krotz, F. (2017a). Explaining the mediatisation approach. *Javnost–The Public*, 24(2), 103-118.
- Krotz, F. (2017b). Mediatisierung: Ein Forschungskonzept. In Krotz, F., Despotovic, C. & Kruse, M.-M. (Hrsg.), *Mediatisierung als Metaprozess. Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem* (pp.13-32). Springer VS.
- Krotz, F. (2021). Das Mögliche als Kritik des Existierenden. *Studies in Communication and Media*, 10(2), 222-245.
- Krotz, F. (2022). *Die Teilung geistiger Arbeit per Computer: eine Kritik der digitalen Transformation*. Beltz/Juventa.
- Krotz, F. (2024). Digitalisation Today as the Capitalist Appropriation of People's Mental Labour. *Triple-C*, 22(1). <https://doi.org/10.31269/triplec.v22i1.1477>.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In Bryon, L. (Hrsg.), *The Communication of Ideas* (pp. 37-51). Harper.
- Martín-Barbero, J. (1993). *Communication, Culture and Hegemony. From the Media to Mediations*. Sage.
- Mead, G. H. (1973). *Geist, Identität und Gesellschaft*. Suhrkamp.
- Rojas, R. (2016). Der erste Programmierer der Welt. *Telepolis*, 31(1). <https://www.telepolis.de/article/Der-erste-Programmierer-der-Welt-3377889.html?seite=all>
- Schütz, A. (2004). *Der sinnhafte Aufbau der Sozialen Welt*. UVK
- Stein, P. (2010). *Schriftkultur. Eine Geschichte des Schreibens und Lesens*, 2. WBG.
- Tegmark M. (2019). *Leben 3.0. Mensch sein im Zeitalter künstlicher Intelligenz*. Ullstein.
- Turing, A. M. (2002). Kann eine Maschine denken? In Zimmerli, W.C. (Hrsg.), *Künstliche Intelligenz. Philosophische Probleme* (pp. 39-78). Reclam.
- Weber, M. (1978). *Soziologische Grundbegriffe*, 4. Mohr Siebeck.

\* Nota: el Comité Editorial de la revista aprobó la publicación de la entrevista.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

## IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO

**Friedrich Krotz.** Doctor en Sociología por la Universität Hamburg (Alemania). Licenciado en Matemáticas por el Karlsruher Institut für Technologie (Alemania). Profesor Emérito de Comunicación y Medios de Comunicación en la Universität Bremen (Alemania), donde es fundador y miembro actual del Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (Centro de Investigación sobre Medios de Comunicación, Comunicación e Información) en la Universität Bremen. Entre 1989 y 2001 fue miembro científico del Leibniz-Institut für Medienforschung, Hans-Bredow-Institut (Instituto Leibniz de Investigación sobre Medios de Comunicación), en Hamburgo (Alemania). Ha sido catedrático en las universidades de Münster, Erfurt y Bremen y ha participado en proyectos de investigación en universidades de varios países europeos, Estados Unidos, México y Japón. Más recientemente, coordinó el Programa de Investigación Prioritaria de la DFG *Mediatisierte Welten (Mundos Mediatizados)* (2010-2017), que consistió en 35 proyectos de investigación interconectados llevados a cabo durante seis años por investigadores de 18 universidades diferentes. Entre sus numerosas publicaciones se encuentran artículos fundamentales en revistas académicas del mundo, así como importantes libros que son ampliamente citados en el campo de los estudios de mediatización, tanto en el mundo germanoparlante como en el angloparlante. Entre estas publicaciones innovadoras se encuentran: *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation* (2007, VS Verlag für Sozialwissenschaften), *Neue Theorien Entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand der Kommunikationswissenschaft* (2005, Herbert von Halem Verlag) y el artículo “Explaining the Mediatization Approach” (2017, en *Javnost-The Public*). Dentro de su producción académica, hay también un número considerable de volúmenes colectivos en colaboración con otros miembros de los equipos de investigación que ha coordinado; por mencionar solo algunos: *Responsibility and Resistance: Ethics in Mediatized Worlds* (2019, Springer), *Mediatisierung als Metaprozess: Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem* (2017, Springer), *Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung* (2014, Springer VS) y *Connectivity, Networks and Flows: Conceptualising Contemporary Communication* (2008, Hampton Press). Entre sus publicaciones más recientes se encuentran *Die Teilung geistiger Arbeit per Computer: eine Kritik der digitalen Transformation* (2022, Beltz/Juventa) y el artículo “Digitalisation Today as the Capitalist Appropriation of People’s Mental Labour” (2024, en *Triple-C*). Su investigación actual se centra en las siguientes áreas de estudio: Teorías de los medios y estudios de la comunicación; Sociología de la cultura y de la comunicación; Estudios culturales; Cambio mediático y mediatización; Investigación sobre la recepción y el uso; Medios de comunicación, política y sociedad; Métodos de investigación cualitativos y cuantitativos y teoría científica.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6244-7797>