

De los *medios* a los *fenómenos mediáticos*: el despliegue del concepto de *mediatización* en la obra de Eliseo Verón / *From media to media phenomena: the concept of mediatization in Eliseo Veron's work*

Mariano Fernández

(pág 167 - pág 176)

Si bien el concepto de mediatización puede rastrearse en la obra de Eliseo Verón desde principios de la década de 1980, sólo en su último libro, *La semiosis Social 2*, que presentó una concepción orgánica. A diferencia de las investigaciones que en los últimos años, y particularmente en Europa, han conformado un campo de discusión muy activo, Verón nunca redujo el concepto al fenómeno de los medios masivos de comunicación. De allí la importancia que adquiere en sus textos la relación entre tres conceptos: *dispositivos tecnológicos*, *medios de comunicación* y *fenómenos mediáticos*, que habilitan un estudio extendido de la mediatización, más allá y más acá de la modernidad. Fundamentar esta línea de lectura es el propósito de este artículo.

Palabras claves: Mediatización, fenómenos mediáticos, política, Verón

Although the concept of mediatization can be traced in Eliseo Verón's work from beginning of the 1980', only his last book *La Semiotica Social 2* (2013) presented an organic theory. In spite of the appearances, Veron never reduces the concept to the phenomenon of the mass media; unlike the researchs that, especially in the last fifteen years and particularly in Europe, have institutionalized a field of theoretical and analytical discussion. My articles show the articulation between three concepts: technological devices, mass media and media phenomena, in synchronic and diachronic terms.

Key words: Mediatiation- media- phenomena-politics-Eliseo Verón

Mariano Fernández es Licenciado en Comunicación Social y Doctor en Ciencias Sociales. Docente en la Universidad Nacional de La Plata y en la Universidad Nacional de las Artes. Becario Posdoctoral de CONICET. Miembro del Centro de Investigación en Mediatizaciones (CIM). Investiga la mediatización de la política en la Argentina contemporánea, y la dinámica de producción y circulación de los discursos en el espacio público. Email: marianofc81@gmail.com.

Referenciado el 5/7/2017 (UNER) y 15/2/2018 (ULille)

1. INTRODUCCIÓN

En este escrito presentamos un sucinto repaso sobre el concepto de *mediatización* en la obra de Eliseo Verón. A lo largo de al menos tres décadas Verón trabajó sobre dos definiciones de dicho concepto, cada una con importantes implicancias en los fenómenos empíricos y en la periodización histórica implicada. La primera, apuntaba a señalar la diferencia en el funcionamiento de las sociedades a partir de la institucionalización de los medios masivos a fines del siglo XIX. La segunda, propuesta en su último libro, describe a la mediatización como secuencia de fenómenos mediáticos históricos, resultantes de materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos (2013: 147), de modo que se trata del resultado operacional de una dimensión fundamental de nuestra especie biológica, la capacidad de semiosis (2015: 174).

La hipótesis de lectura que proponemos es que, si en apariencia tenemos dos definiciones que discuten entre sí, en rigor la última conceptualización está contenida, como plegada, en las primeras formulaciones, realizadas en la década de 1980. Considerado como problemática –intelectual, política, socio-cultural– *la mediatización*, en la obra de Verón, no se desarrolla sino que se despliega.

2. DOS MOMENTOS DE INVENCIÓN

En la Introducción a su último libro, Verón fundamenta la elección del título (*La semiosis social 2*) en que allí retomaba un campo de problemas teóricos y empíricos que se le había abierto en *La semiosis social* (2004 [1988]). Para el propio Verón, “las llaves” que abrieron ese nuevo campo de problemáticas fueron dos: el concepto de “discurso” y la hipótesis del “desfase” constitutivo entre los polos de la *producción y el reconocimiento* (Verón, 2013: 16). Cualquier lector de su obra y sobre todo aquellos que se dedicaron luego profesionalmente a la investigación académica, pueden certificar que esas llaves también abrieron posibilidades de pensar para muchos otros que el propio Verón.

Por eso, a riesgo de ser arbitrario –o de estar, directamente, errado– quiero empezar por recuperar otros dos momentos de invención claves en la obra de Verón, al menos en lo que al estudio de la *mediatización* se refiere. Para el propio Verón, habrán sido el corolario de reflexiones e investigaciones. Desde la posición del lector, son momentos, o instantes, como chispazos: revelaciones. Se trata de dos pasajes en los que, a través de la exposición de una interpretación de Peirce, Verón produce un objeto transformador y novedoso. Como en un acto de magia, la exposición sucede ante nuestros ojos y sin embargo aparece una idea que no podemos remitir, como el resultado de una ecuación, a los términos precedentes.

El primer momento sucede en el capítulo 3 de la segunda parte de *La semiosis social* (2004 [1988]: 111). Allí Verón sintetiza su lectura de Peirce en dos “puntos fundamentales”. En primer lugar, afirma que: “El pensamiento de Peirce es un pensamiento analítico disfrazado de taxonomía. No se trata, pese a las apariencias, de ir a buscar instancias que correspondan a cada uno de los ‘tipos de signos’. Cada clase define, no un tipo, sino *un modo de funcionamiento*”. El segundo punto, resultante del primero, es que: “Este pensamiento

analítico se puede traducir fácilmente en una descripción operatoria: todo elemento de un sistema significativo concreto puede ser encarado como una composición de operaciones cognitivas cuyas tres modalidades fundamentales son las definidas por Peirce”. En la fusión de la fenomenología y la semiótica de Peirce, la noción de discurso puede potenciarse como una herramienta de análisis realmente translingüística.

El segundo momento de invención aparece en la lectura que Verón hace de las investigaciones de Jack Goody sobre las “consecuencias de la escritura”. Hay un hilo que enlaza este segundo momento con el primero y que muestra la productividad analítica y la *creatividad* del análisis de Verón. Ya en *La semiosis social*, había explicado que los tres órdenes de funcionamiento de la semiosis no sólo eran pertinentes en el nivel de los intercambios personales entre actores sociales, sino que

“el surgimiento de la cultura y la constitución del lazo social se define por la transferencia de estos tres órdenes sobre soportes materiales autónomos, en relación al cuerpo significativo: desde el arte rupestre de la prehistoria hasta los medios electrónicos masivos, la cultura implica un proceso por el cual materias significantes distintas del cuerpo son investidas por los tres órdenes de sentido”. (Verón 2004[1988]: 148).

A esa suerte de conclusión —que, con el paso del tiempo, se reveló como un programa de investigación— debemos añadir la hipótesis, repetida muchas veces desde entonces, de que la *mediatización* de los tres niveles del sentido se “ha producido en un orden inverso al de la ontogénesis”. Así, los medios se han apropiado en primer lugar de la escritura con la prensa gráfica, después del orden de la figuración a través de la fotografía y el cine, para conducir finalmente a la mediatización del contacto. (2001[1984]: 19).

Si se contrasta el párrafo citado con esta hipótesis se verá que ya en *La semiosis social* están contenidas, como plegadas, todas las capas de elementos que, más de dos décadas después, serían desplegados en la teoría de la mediatización presentada en su último libro. Sin embargo, durante mucho tiempo Verón siguió pensando el proceso de mediatización asociado a la emergencia e institucionalización de los medios masivos.

Pero volvamos al momento de invención. No deja de resultar revelador que en un texto titulado *Conversación sobre el futuro* (2002), transcripción de una conferencia dedicada a debatir sobre las transformaciones en la comunicación del fin del milenio, el impacto de las nuevas tecnologías y su posible desarrollo, Verón presentara los fundamentos para una historia de la mediatización que en lugar de recortarse sobre el período histórico de la modernidad industrial, rastreará sus inicios en la aparición de la escritura. Verón conversaba sobre el futuro, pero generaba una relectura del pasado.

En esa conferencia, posteriormente publicada como capítulo en su libro *Espacios Mentales*, aparece una definición que preanuncia la reconsideración del proceso de mediatización *más allá de los medios masivos*. Allí escribe Verón:

“Si la descontextualización es típicamente resultado de la existencia de soportes

materiales autónomos, la mediatización del lenguaje (en sociedades que eran ya sociedades con escritura sobre soportes autónomos mucho antes de la aparición de la imprenta) ha sido el primer factor fundamental de complejificación creciente de las sociedades, ese factor que Goody llamó la ‘razón gráfica’.” (Verón, 2002: 132)

Como en *La semiosis social* aquí Verón volvía a hablar de “soportes materiales autónomos” y, otra vez, abría el arco temporal de ejemplos posibles. Pero a diferencia de entonces, en esta conferencia, y entre paréntesis, asocia la escritura con la *mediatización del lenguaje*. No casualmente, su referencia es Jack Goody, en cuyas investigaciones vamos a encontrar otra llave, la que posibilitará reflexionar sobre la mediatización ya no a partir del concepto de *medios*, sino del de *fenómenos mediáticos*. Mi hipótesis de lectura es que la formalización de este concepto (que aparecía en trabajos previos a *La semiosis social 2*, aunque con un énfasis empírico, referencial) debe remitirse a una generalización, por parte de Verón, de los efectos que Goody y Watt (1963) y Goody (1968; 1977) atribuyeron a la aparición y expansión del uso de la escritura:

“La importancia de la escritura radica en que crea un nuevo medio de comunicación entre los hombres. Su servicio esencial es objetivar el habla, suministrarle al lenguaje un correlato material, un conjunto de signos visibles. De este modo, el habla puede transmitirse a través del espacio y preservarse a través del tiempo; lo que la gente dice y piensa puede rescatarse de la transitoriedad de la comunicación oral”. (Goody 1996[1968]: 12)

No es necesario violentar, con una interpretación forzada, las palabras de Verón, para detectar cómo las observaciones de Goody aparecen reformuladas en un concepto que, en un mismo movimiento, amplía un campo de problemas empíricos y de casos históricos¹ y habilita una comprensión de la *mediatización* como constitutiva de la evolución antropológica del *homo sapiens* (2012, 2013). Esa posibilidad aparece con la conceptualización de los *fenómenos mediáticos*:

“Tenemos un fenómeno mediático sólo a partir del momento en que los signos poseen, en algún grado, las propiedades de autonomía tanto respecto de la fuente como del destino, y de persistencia en el tiempo. La materialidad que hace posible la autonomía y la persistencia de los signos necesita la intervención de operaciones técnicas más o menos complejas, y la fabricación de un soporte”. (Verón, 2013: 146)

Esta definición es del año 2013. Sin embargo, y pese a los rastros que el propio Verón fue dejando en sus trabajos previos, durante mucho tiempo su definición de la *mediatización* apuntó a señalar la diferencia entre formaciones sociales según los efectos que en ellas producen las tecnologías de comunicación mediáticas.

3. LA MEDIATIZACIÓN, LAS INSTITUCIONES MEDIÁTICAS

Una definición ya clásica, conceptual, de los *medios* (Verón: (1997; 2004): “Un

medio comporta la articulación de una tecnología de comunicación a modalidades específicas de utilización (tanto en producción como en recepción)". Con esta referencia, durante mucho tiempo, Verón utilizó el concepto de *mediatización* para explicar la dinámica histórica iniciada entre mediados y fines del siglo XIX, período a lo largo del cual las prácticas sociales y los conflictos políticos empiezan a transformarse a medida que se consolida la instalación progresiva de dispositivos tecnológicos de comunicación (2004 [1988]; 1991[2001]).

Esta periodización coincide con la que predomina en los estudios anglosajones (y sobre todo nórdicos; para una síntesis bibliográfica, cfr. Hjarvard, 2012) de la mediatización que han consagrado el concepto sobre todo desde fines de la década de 1990 y principios de los 2000. Tanto para estos autores como para el propio Verón, fue la institucionalización de los medios de comunicación y la conformación de sistemas mediáticos (lo que Hjarvard llama la "conurrencia intensificada" de periódicos, radio y la televisión) lo que hizo visibles los efectos de mediatización:

"Vista en perspectiva histórica, la falta de interés por los medios entre los sociólogos clásicos no debería sorprender. A lo largo del siglo XIX, los "medios" no eran visibles por derecho propio; eran tecnologías específicas y separaban fenómenos culturales (libros, periódicos, telégrafo) considerados instrumentos en manos de otras instituciones, como literatura, ciencia, política y comercio. (Hjarvard, 2008:132):

En los textos de Verón, *mediatización* describía, entonces, el pasaje de *sociedades industriales mediáticas* a las *sociedades post-industriales mediatizadas*. Una sociedad mediática "es una sociedad donde las tecnologías de comunicación se implantan progresivamente en el tejido social"; tal sociedad es el efecto de la instalación de la prensa gráfica y del advenimiento de la fotografía, el cine, la radio, de la televisión: "soportes tecnológicos cada vez más complejos se han vuelto socialmente disponibles y han dado nacimiento a nuevas formas de discursividad". (2001 [1984]: 13).

El paso de las *sociedades mediáticas* a las *sociedades mediatizadas* (proceso gradual que se acelera luego de la Segunda Guerra) "expresa en realidad la adaptación de las instituciones de las democracias industriales a los medios, que se transforman en los mediadores insoslayables de la gestión de lo social" (Verón, 2004 [1991]: 225). Las sociedades mediatizadas, pues, son aquellas en que las prácticas sociales (las modalidades de funcionamiento institucional, los mecanismos de toma de decisiones, los hábitos de consumo, los comportamientos más o menos ritualizados) "se transforman *por el hecho de que existen los medios*" (2001 [1984]: 41).

A partir de esa hipótesis de gran escala, Verón publicó varias investigaciones aplicadas en las que ensayó una articulación entre fenómenos discursivos micro, problemáticas de nivel medio y postulados teóricos de alcance general (1980; 1983; 1984; 1988). Podríamos decir que son esas investigaciones las que revelan el valor heurístico de aquella doble hipótesis expuesta en *La Semiosis Social* (2004 [1988]: 125): *toda producción de sentido es necesariamente social; todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso*

de producción de sentido. Doble hipótesis que, por lo demás, puede leerse en filigrana, como traducida, en “La Palabra Adversativa” (1987), cuando Verón justifica la necesidad de estudiar los discursos políticos con una pregunta que se puede (*se debe*) extender a otros fenómenos sociales: “¿En qué medida el análisis de los discursos asociados a estructuras institucionales determinadas (en este caso, el aparato del Estado) permite comprender mejor los mecanismos de dichas instituciones, su naturaleza y sus transformaciones?”.

Un texto ejemplar, por el abordaje semiótico aplicado al análisis empírico, que luego articula con postulados sociológicos es “*El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica*” (2001[1984]). Allí, Verón eslabona tres niveles “epistemológicos”: parte de una caracterización general, teórica, de las *sociedades mediatizadas*; luego, plantea cómo funciona la producción semiótica de los discursos mediatizados, en los tres órdenes significantes (nivel icónico, indicial y simbólico) y asocia cada etapa de la mediatización a la prevalencia de estos órdenes. Finalmente, ofrece un análisis de un caso particular (el noticiero de televisión y los debates televisados de candidatos presidenciales) para estudiar “las grandes líneas de la evolución de la puesta en forma del discurso televisivo sobre la actualidad”.

La mediatización de lo político, dice Verón allí, fuerza a los políticos a traducirse en códigos indiciales: la estrategia política se convierte en una estrategia de dominio de las configuraciones espaciales del imaginario televisivo y la puesta en espacio de las grandes emisiones políticas en una interacción crucial con los periodistas. En el caso de la configuración del espacio del estudio televisivo y de la interacción del político con los periodistas y con el público, Verón concluye que “una estrategia política aparece como una lógica del intercambio en el seno de una interacción sobre determinada por la puesta en espacio de las posiciones de enunciación. (2001[1984]: 31) En la comparación entre los dos modelos de debate televisivo en Francia y Estados Unidos, lo más interesante es la posibilidad de asociar esa configuración con una concepción diferencial de la relación entre *periodistas* (medios), políticos y telespectadores, que, a su vez, remiten a “dos concepciones del funcionamiento de la democracia y del funcionamiento de los medios respecto al poder político” (2001[1984]: 31).

Investigaciones como esa muestran el potencial analítico irreductible a los casos concretos, algo que a veces se pierde de vista porque se confunden los tres “usos” –superpuestos– que se han estabilizado sobre el concepto de *mediatización*: un *proceso histórico*, un *conjunto de condiciones productivas* (que, en las investigaciones aplicadas, se asumen como “contexto” de determinadas prácticas sociales) y una *perspectiva* teórica de análisis. En este último nivel se revela la importancia de una definición conceptual, no referencial, de los *medios*, que tiene consecuencias sobre los otros niveles.

4. LA MEDIATIZACIÓN COMO CONJUNTO DE CONDICIONES PRODUCTIVAS

En abril de 1985, Verón dictó una serie de conferencias en la Universidad de Buenos Aires, bajo el título: “La mediatización. Hacia una teoría de los discursos sociales”². A fines de ese año, la revista *Punto de Vista* publica una entrevista a Verón, como prolongación

de las conferencias. Allí, interrogado sobre las implicancias del concepto de *mediatización*, Verón responde lo siguiente:

“La hipótesis sobre la mediatización se refiere a las condiciones de producción del sentido, de lo que la gente llama realidad social, en una sociedad industrial avanzada. Aquí lo fundamental es el cambio de escala, que resulta de los soportes tecnológicos de la comunicación. Esta realidad social no es una sino múltiple y fragmentaria, a pesar del rol unificador que intenta jugar la televisión. Podría decirse que los medios producen imaginario de diversas maneras, cuando ese imaginario es investido de creencia es lo que la gente llama real”. (1985: 15)

Como se ve, en lugar de definir un proceso histórico, Verón define la *mediatización* como “condiciones de producción del sentido”, y, en particular, de la construcción de la actualidad como realidad social (1980; 2002 [1981]).

Hay una diferencia de naturaleza entre la sociedad mediática y la sociedad mediatizada: “la mediatización de la sociedad industrial hace estallar la frontera entre lo real de la sociedad y sus representaciones. Y lo que se comienza a sospechar es que los medios no son solamente dispositivos de reproducción de un ‘real’ al que copian más o menos correctamente, sino más bien dispositivos de producción de sentido” (Verón, 2001 [1984]: 14-15). Lo que cambia, entonces, son las condiciones productivas significantes, esto es, los modos en que se articulan la producción, circulación y reconocimiento de discursos en la sociedad, algo que en trabajos posteriores Verón definiría como “cambios y rupturas de escala”.

Pero si en lugar de preocuparnos por la extensión social del fenómeno nos interesamos por sus efectos cualitativos, nada impide que esa definición sea aplicada, por ejemplo, a la circulación de lo escrito impreso en el siglo XVIII (Baker, 1987; Chartier, 1995; Darnton, 2003). Lo específico de la tesis de Verón no es, entonces, la periodización, a pesar de lo que él mismo lo destaca como diferencia con otros autores (Verón, 2015 [2014]: 273), sino el hecho de que todo fenómeno de mediatización afecta las tres fases fundamentales de un *proceso de producción de sentido*: la producción, la circulación y el reconocimiento, y por lo tanto se inserta en la dinámica misma de los sistemas productivos de discurso. Se puede, entonces, conservar la diferencia entre *sociedades mediáticas* y *sociedades mediatizadas* sin que esto implique el desconocimiento de fenómenos de mediatización en sociedades sin medios de masas.

Siguiendo esta interpretación podemos señalar otra diferencia con la corriente europea, a propósito de la *mediatización de la política*. En la mayoría de los autores angloparlantes la mediatización se asocia a la importancia creciente de los medios en la producción y circulación de *información* sobre la política. Información, aquí, se refiere a *recursos cognitivos*, en particular para tomar decisiones relevantes, o una decisión relevante: votar (Mazzoleni y Schulz, 1999; Schulz, 2004; Stromback, 2008).

La mediatización afecta entonces las condiciones de formación de la *racionalidad de los actores*, pero se trata de una racionalidad restringida, instrumental, de las decisiones de los actores en contextos de regímenes democráticos.

Esa modelización de los comportamientos políticos es la que cuestiona Alessandro Pizzorno (1985) en su crítica a las teorías utilitaristas y neo - utilitaristas. Menciono a Pizzorno porque es la referencia que Verón toma para pensar sobre las consecuencias de la *mediatización* en las condiciones de configuración de los imaginarios políticos y de las identidades colectivas (1991; 1994; 1998). Pizzorno sostiene que “la democracia se define por la garantía de libertad de participación en procesos de identificación colectiva que no pueden ser destruidos o determinados únicamente por el poder del Estado Nacional” (1985:33-34).

Al menos en este punto, la problemática de la *mediatización de la política* se centra en el desplazamiento de los espacios de conformación de *lógicas de identificación*, de producción de *colectividades identificantes*. Verón trató esta cuestión en varios textos (1991, 1997, 1998). En el marco de una reflexión centrada en las relaciones entre el sistema político y el sistema de medios masivos, la discusión tiene que ver con las *lógicas de funcionamiento* de las instituciones políticas y las instituciones de medios para gestionar, a lo largo del tiempo, identidades colectivas.

Para Verón (1998) “los colectivos identitarios de largo plazo no pueden construirse sin que funcione una estructura argumentativa orientada a la formulación de reglas”. De allí que la gestión de identidades con vistas al largo plazo corresponde al orden simbólico de la ley. Es decir, no puede haber colectivos de identidad (por lo tanto, *políticos*) sin un relato. Precisamente, en la construcción y gestión de las identidades colectivas Verón entrevió el espacio de conflicto *por la representación* entre los sistemas políticos y los medios masivos. *Antes de Internet*:

“Yo creo que la crisis [de representación] es un problema de visibilidad creciente, pero no olvidemos que tiene que ver con los medios. Yo creo que esencialmente es una cuestión de condiciones de construcción de colectivos sociales y los medios están en el centro del problema. Con Internet eso se va a volver infernal porque Internet evidencia la cuestión de los colectivos, que es para mí el tema político central: *en nombre de quién se habla*. (Verón, 2002b:373)”

5. CONVERSACIÓN SOBRE EL PRESENTE

¿Y en nombre de quién se habla? La proliferación de las entidades clásicas del imaginario político, esas que Sigal y Verón denominan “mudas” ([1986] 2008), como la “sociedad”, el “país”, el “público”, la “gente”, en los medios y en los discursos políticos seguramente no ayuda a responder esa pregunta. Entre lo “masivo” (un problema de cantidad) y lo individual (el punto de referencia del acceso a la semiosis) se abre el enorme campo de interrogantes sobre lo colectivo. Sobre eso, Verón nos legó algunas pistas y muchos interrogantes en su último libro. ¿Nos legó? Sí, porque como lectores formamos ciertamente un colectivo para el cual su obra constituye una condición de posibilidad para pensar. Y ese es un legado invaluable.

NOTAS

1. Desde este criterio de lectura, por ejemplo, el estudio de Carlo Ginzburg sobre el proceso de enjuiciamiento del molinero friulano Domenico Scandella (Menocchio), es un hermoso ejemplo para estudiar la mediatización de las prácticas sociales en sociedades no industriales, y para entender cómo los fenómenos mediáticos sólo tienen efectos bajo determinadas condiciones irreducibles a la utilización de un dispositivo de mediatización (como por ejemplo el libro) pero imposibles sin ese dispositivo. En las declaraciones de Menocchio ante el tribunal que lo enjuicia, y particularmente en la explicación de su “cosmogonía” Ginzburg detecta el remanente irreducible de la cultura oral. Y aclara: “Para que esta cultura *distinta* pudiese salir a la luz, tuvieron que producirse la Reforma y la difusión de la imprenta. Gracias a la primera, un sencillo molinero había podido pensar en *tomar la palabra* y decir sus propias opiniones sobre la Iglesia y el mundo. Gracias a la segunda, dispuso de *palabras* para expresar la oscura e inarticulada visión del mundo que bullía en su fuero interno. En las frases o retazos de frases arrancadas a los libros encontró los instrumentos para formular y defender durante años sus propias ideas, primero ante sus paisanos, luego ante los jueces armados de doctrina y de poder” (Ginzburg 1994[1981]: 99).

2. Publicadas al año siguiente (1986) en un libro que lleva ese mismo título, notablemente, en las conferencias Verón casi ni se refiere al concepto de mediatización. Antes bien, la problemática las sobrevuela, como un sobreentendido

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKER, K. M. (1987) “Politique et opinion publique sous l’Ancien Régime”, en *Annales. Economies, Sociétés, Civilisations*. 42e année, N. 1, 1987, 41-71
- CHARTIER, R. (1995) “Espacio público y opinión pública”, en *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII*. Barcelona: Gedisa, 33-51
- DARNTON, R. (2000[1996]) *The Forbidden Bestsellers of the Pre-Revolutionary France*. New York: Norton & Co. Trad. español (2003) “Una de las primeras sociedades informadas: las novedades y los medios de comunicación en París en el siglo XVIII”. En AAVV *El coloquio de los lectores. Ensayos sobre autores, manuscritos, editores y lectores*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica. 371-430.
- GINZBURG, C. (1994 [1981]) *El queso y los gusanos*. Madrid: Lumen.
- GOODY, J. y WATT, I. (1996 [1963]) “Las consecuencias de la cultura escrita”, en Goody, Jack (comp.) *Cultura escrita en sociedades tradicionales*. Barcelona: Gedisa, 39-82.
- GOODY, J. (1996 [1968]) “Introducción”, en Goody, Jack (comp.): *Cultura escrita en sociedades tradicionales*. Barcelona: Gedisa, 11-38
- HJARVARD, S. (2008) “The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change”. *Nordicom Review* 29, (2008) 2, 105-134.
- SCHULZ, W (2004) “Reconstructing mediatization as an analytical concept”, *European Journal of communication*, 19, 87-101.
- MAZZOLENI, G. y SCHULZ, W. (1999) “ ‘Mediatization’ of politics: a challenge for democracy”, *Political Communication*, 16: 247-261.
- PIZZORNO, A. (1985) “Sobre la racionalidad de la opción democrática”, en *Los límites de la democracia*, Buenos Aires: Clacso. 9-45
- STRÖMBACK, J (2008) “Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics”, *The International Journal of Press/Politics*, 13, 228-246
- SIGAL, S. y VERÓN, E. (2008 [1986]) *Perón o Muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Eudeba.
- VERÓN, E. (1980) “Discurso, poder, poder del discurso”, *Annais du Primeiro Coloquio de Semió-*

tica, San Pablo-Río de Janeiro, Ediciones Loyola, PUC.

VERÓN, E. (1980) "Relato televisivo e imaginario social", en Mazzioti, N. (comp). (1994) *Las telenovelas latinoamericanas*. Buenos Aires: Colihue, 26-35

— (1983) "Il est là, je le vois, il me parle", *Communications*, 38, 98-120

— (2001 [1984]) "El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica", en *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 13-40

— (1985) "La mediatización y los juegos de discurso", entrevista realizada por Elvira Arnoux, *Punto de Vista*, 7 (24), 14-16

— (1986) *La mediatización*, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Cursos y Conferencias.

— (1987a) "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política", en *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires: Hachette, 9-31

— (1987b) "Corps et méta-corps en démocratie audiovisuelle", en *Après Demain*, 293-294, París, abril-mayo, 32-35

— (2004 [1988]) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

— (2001 [1989a]) "Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada", en *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 41-66

— (2001 [1989b]) "Televisión y democracia. El estatuto de la puesta en escena". *El cuerpo de las imágenes*. Norma: Buenos Aires, 67-86

— (2002 (1981)) *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa,

— (2004 [1991]) "Los medios en recepción: los desafíos de la complejidad", en *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa, PP.221-231.

— (1994) "Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia", *Semiósfera*, 2, 5-36

— (1997) "Esquema para el análisis de la mediatización", s/d. Mimeo.

— (1998) "Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de colectivos", en Mouchon, Gauthier (comps): *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa, 220-236

— (1999): *Efectos de Agenda*, Gedisa, Barcelona.

— (2002) "Conversación sobre el futuro", en *Espacios mentales. Efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa.

— (2002) "Mediatización de la política: discursos en conflicto, cruces y distinciones", entrevista, *deSignis*, 2, PP.367-381.

— (2012) "La mediatización ayer y hoy", prólogo a Carlón, Mario y Fausto Neto, *A La política de los internautas*. Buenos Aires: La Crujía, PP.9-17.

— (2013): *La Semiosis Social 2*, Ideas, Momentos, Interpretaciones. Buenos Aires: Paidós.

— (2015 [2014]) "Teoría de la mediatización: una perspectiva semioi-antropológica", traducción de Celeste Wagner. Original publicado como "Mediatization theory: a semio-antropological perspective" en *Mediatization of Communication*, 2014, vol. 21, 163