

RESEÑA DEL LIBRO DE ELISEO VERÓN:

La Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretaciones

Carlos A. Scolari*

Resumen

Como se suele decir en España, Eliseo Verón es uno de los intelectuales con la “cabeza mejor amueblada” de su generación. No es poco, ya que en su generación sobresalen pensadores como Umberto Eco, Pierre Bourdieu, Jesús Martín Barbero y unos cuantos pesos pesados más. ¿Qué podría decirse de Verón a estas alturas? ¿Que no tenía treinta años y ya había traducido al castellano la Antropología Estructural de un tal Lévi-Strauss? ¿Que introdujo el estructuralismo y la semiología en Argentina, y de ahí al resto de América Latina? ¿Qué es uno de los autores más citados en las carreras de comunicación de Argentina? ¿Que ha desarrollado categorías y modelos de análisis fundamentales para comprender el funcionamiento semiótico de las sociedades y los procesos de mediatización?

En breve: La Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretantes es un libro fundamental para comprender el trabajo de Verón, ver a fondo sus raíces teóricas, repasar la historia de las mediatizaciones e identificar un modelo de análisis que puede ser potencialmente aplicado a cualquier proceso semiótico. Gran parte de sus reflexiones exceden el ámbito de los medios de comunicación y se presentan como un marco ideal para investigar, por ejemplo, la evolución de otras tecnologías.

Palabras clave:

Antropología estructural, Eliseo Verón, semiología, semiosis social, mediaciones, medios de comunicación.

Recibido: 10 de octubre de 2013. Aceptado: 20 de octubre de 2013

*Carlos Alberto Scolari. Profesor Titular del Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). Doctorado en Lingüística Aplicada y Lenguajes de la Comunicación por la Università Cattolica di Milano, y especialista en el estudio de los medios digitales de comunicación y la nueva ecología mediática desde una perspectiva semiótica. Coordinador del Máster Oficial de Comunicación Digital Interactiva y del Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID) de la Universitat de Vic (2003-2009). Coordinador académico de la eWeek – Setmana Digital a Vic (2004-2009). En el 2011 co-organizó la McLuhan Galaxy Barcelona 2011 International Conference. Ha dictado conferencias, cursos y talleres sobre comunicación digital, semiótica de las interfaces y diseño interactivo en universidades e instituciones de Argentina, Colombia, Portugal, Cuba, Brasil, México, España, Estados Unidos, Canadá, Italia, Polonia, Estonia, Reino Unido, Suecia, Austria y Suiza. En el 2004 ganó el Premio Eusebi Colomer de Ensayo (Fundación Epsilon Ibérica – Gedisa). Es editor del blog hipermediaciones <http://hipermediaciones.com/>, co-editor del blog Digitalismo. <http://modernclicks.net/>, e:mail: carlosalberto.scolari@upf.edu

REVIEW OF BOOK BY ELISEO VERÓN:

The Social Semiosis 2. Ideas, moments, interpretations

Carlos A. Scolari*

Summary

As people say in Spain, Eliseo Verón is one of the intellectual with the “best fitted head” of his generation. It is not enough, because in his generation excel thinkers as Umberto Eco, Pierre Bourdieu, Jesús Martín Barbero and a few more heavy weights. ¿What could we say about of Verón at this point? ¿Doesn't he has thirty years old and had translated to Castilian the Structural Anthropology by Lévi-Strauss? ¿That introduced structuralism and semiotics in Argentina, and then to the rest of Latin America? That is one of the most cited authors in careers of communication in Argentina? That has developed fundamental categories and models to understand the semiotic functioning of societies and processes of mediation?

In brief: The Social Semiosis 2. Ideas, moments, interpretants is a fundamental book for understanding the work of Veron, see its theoretical roots thoroughly, review the history of mediations and identify an analytical model that can potentially be applied to any semiotic process. Much of his reflections beyond the scope of the media and presented as an ideal place to investigate, for example, the evolution of other technologies.

Keywords:

Structural anthropology, Eliseo Verón, semiotics, social semiosis, mediation, media.

Received: October 10, 2013. Accepted: October 20, 2013

* Carlos Alberto Scolari. Professor in the Department of Communication at the Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). PHD in Applied Linguistics and Languages of Communication at the Università Cattolica di Milano, and specialist in the study of digital media and the new media ecology from a semiotic perspective. Coordinator of the official Master of Interactive and Digital Communication and of the Recerca Group d'Interaccions Digitals (GRID) of the University of Vic (2003-2009). Academic Coordinator eWeek - Digital Setmana Vic (2004-2009). In 2011 he co-organized the McLuhan Galaxy Barcelona 2011 International Conference. He has given lectures, courses and workshops about digital communication, semiotics of interfaces and interaction design at universities and institutions in Argentina, Colombia, Portugal, Cuba, Brazil, Mexico, Spain, USA, Canada, Italy, Poland, Estonia, United Kingdom, Sweden, Austria and Switzerland. In 2004 she won the Essay Prize Eusebi Colomer (Epsilon Ibérica Foundation - Gedisa). He is editor of the blog hipermediaciones <http://hipermediaciones.com/>, co-editor of the blog Digitalismo. <http://modernclicks.net/>, e:mail: carlosalberto.scolari@upf.edu

INTRODUCCIÓN



Verón ha publicado *La Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretantes*; una continuación de su libro de 1988 titulado, obviamente, *La Semiosis Social*. Una anécdota muy personal sobre este volumen. En esa época Verón ya era un autor de referencia dentro de las universidades argentinas; la publicación de *La Semiosis Social* consolidó su circulación entre los alumnos, los cuales cantábamos unas famosas estrofas de los años sesenta, cuando Estudiantes salió campeón intercontinental de la mano de su delantero Juan Ramón “La Bruja” Verón:

*Hay una bruja
volando en una escoba
ese es Verón
Verón, Verón.
que está de moda.*

Es obvio que lo de Verón no era sólo una moda. Con el correr de los años se convirtió en uno de mis autores preferidos. El concepto de “**contrato de interacción**” que incorporé en mi libro sobre semiótica de las interfaces - (2004) – es hijo directo del “contrato de lectura” de Verón.



Eliseo Verón

Pero volvamos a la reseña de *La Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. El libro se divide en tres secciones: **ideas, movimientos e interpretantes**.

PRIMERA PARTE: IDEAS

En esta primera parte Verón convoca y ajusta cuentas con sus maestros y grandes interlocutores teóricos: **C. S. Peirce, Gregory Bateson, Émile Benveniste, Lévi-Strauss, Christian Metz y Antoine Culioli**. En ella aparece un Verón de neto perfil peirceano que no nos abandonará hasta el final del volumen. No lo niego, me sorprendió mucho: Verón nos descubre aquí y allá triángulos peircianos escondidos en los razonamientos de todos sus interlocutores. ¿Un Bateson peirceano? ¿Un Lévi-Strauss peirceano? ¿Por qué no?

“Ciertos desarrollos teóricos tienen la virtud de sugerir, implícita o explícitamente, articulaciones con otros modelos, con otros problemas planteados en otros sectores disciplinarios, con otros caminos que están siendo recorridos” (p. 109).



Claude Lévi-Strauss

El discurso de Verón no sólo es sólido: también es elegante. Esto es importante. Así como los matemáticos reconocen cierta elegancia en sus mejores fórmulas, también las ciencias sociales exigen un pensamiento bien organizado y estéticamente sostenible. Verón salta de un autor a otro, de una disciplina a otra, de un concepto a otro de manera impecable. Entre un salto y otro nos deja caer párrafos de alto contenido teórico o metodológico que no puedo dejar de citar, como el que sigue:

“No se puede abordar un texto de manera interesante sin movilizar innumerables percepciones, informaciones, hipótesis y conceptos “extratextuales”, sin los cuales

ni siquiera se podría justificar por qué se está analizando ese texto y no otro (...) lo interesante no es nunca el texto en cuanto tal, sino las marcas de la semiosis de la cual es portador, semiosis que siempre, necesariamente, trasciende el discurso que se están analizando en un momento dado” (p. 105).

Siempre digo que la semiótica crece y se desarrolla cuando dialoga con otros campos del saber. Me gusta el libro de Verón porque mecha permanentemente su discurso semio-lingüístico con componentes provenientes de las ciencias cognitivas, la teoría evolutiva y las ciencias de la complejidad.

Si en un momento -mediados del siglo XX- la lingüística aparecía como una ciencia mediadora entre ciencias humanas y naturales, ahora ha perdido ese rol que tenía en las épocas de hora del estructuralismo.

Verón no aclara si la semiótica ocupa o debería ocupar ese lugar (creo que un semiótico como **Paolo Fabbri** respondería sin dudar de manera afirmativa). Verón tampoco nos dice si alguna otra disciplina-bisagra ejerce ese rol, pero las conversaciones interdisciplinarias no se detienen y *La Semiosis Social 2* es una buena muestra de ello.

Todos estos diálogos teóricos le permiten a Verón consolidar los cimientos del concepto clave del libro: *mediatización*. ¿Qué entiende Verón por *mediatización*? Para eso debemos pasar a la segunda parte del libro.

SEGUNDA PARTE: MOVIMIENTOS

En el contexto de la evolución de la especie la *mediatización* ...

“es la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos (p. 147). 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” (p. 145-46).

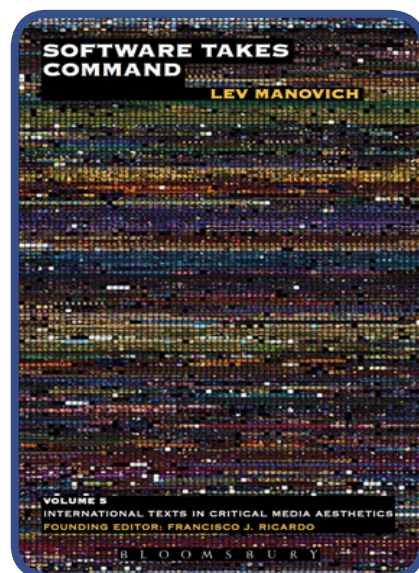
Si la semiosis aparece como una dimensión antropológica del Homo Sapiens,

“la historia de la mediatización, lejos de ser un proceso circunstancial de la modernidad, coincide con el largo plazo de la historia evolutiva de la especie” (p. 18).



La segunda parte del libro es una historia de la mediatización (aunque, teniendo en cuenta las recurrentes referencias al paradigma evolutivo, mejor sería decir que esta parte del volumen nos cuenta la *evolución de las mediatizaciones*). Después de describir los siempre candentes debates sobre el origen del lenguaje, Verón nos presenta el primer fenómeno mediático: la construcción de los instrumentos de piedra hace dos millones y medio de años. Por entonces la producción de estas pequeñas expresiones materiales se convirtió en un proceso formado por “cadenas operatorias” similares a la sintaxis del lenguaje.

Digresión. Mientras leo esto sobre las “cadenas operatorias” y la repetición de operaciones “encastradas” que llevan a la producción de utensilios, no puedo dejar de pensar en el último libro de **Lev Manovich** (*Software Takes Command*).



Allí **Manovich** desarrolla una teoría software-céntrica de la comunicación. Verón en ningún momento habla de *algoritmo*, pero creo que sus “cadenas operatorias encastradas” no son otra cosa que un conjunto de instrucciones o reglas bien definidas, ordenadas y finitas que permite realizar una actividad mediante pasos sucesivos. O sea, un algoritmo. Creo que en este nivel de análisis se puede generar un diálogo interesante entre Verón y Manovich. Fin digresión.

La historia de la mediatización de Verón se detiene en los momentos fundamentales: la emergencia de la escritura, el desarrollo de nuevos soportes, la aparición de la imprenta y de los “papeles de noticias” (*newspapers*) y, ya en el siglo XIX y XX, la invención de la fotografía, el cine y la televisión. El recorrido resume varios milenios de cultura occidental a partir de una serie de referencias bibliográficas obligadas, por ejemplo André Leroi- Gourhab , Jack Goody , Eric Havelock o Elizabeth Eisenstein.

Me gustó que Verón citara a **Lisa Gitelman**, una de las historiadoras de los medios más destacadas (la entrevisté en New York). Sin embargo, me sorprendió la poca presencia de **Roger Chartier** o directamente la ausencia de **Harold Innis**, **Marshall McLuhan** o **Guglielmo Cavallo** (autor de la magnífica *Historia de La Lectura En El Mundo Occidental* junto a **Chartier**).

A pesar de estas ausencias mis expectativas eran cada vez más altas a medida que me acercaba al final de esta segunda parte: después de la mediatización televisiva llegaba la web y los nuevos medios interactivos... pero Verón, en sintonía con sus exposiciones en múltiples mesas redondas y conferencias, liquida la web en pocas páginas. Desde su perspectiva la web no ofrece nada nuevo a nivel de mediatización ya que:

“comporta una mutación en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación” (p. 281).

No estoy para nada de acuerdo con este análisis.

Como dijimos, el libro de **Eliseo Verón** se divide en tres secciones: **ideas, movimientos e interpretantes**. Después de reseñar las dos primeras solo nos queda la tercera, o sea la sección dedicada a la aplicación del modelo teórico presentado en las precedentes.

TERCERA PARTE: INTERPRETANTES

En esta sección Verón recupera algunas de las investigaciones que, circulando en forma de artículos y capítulos de libro, muchos profesores leímos con atención e incorporamos en la bibliografía de nuestras asignaturas. Trabajos como el análisis de los visitantes de una exposición o de los pasajeros del metro de Paris reaparecen aquí en un contexto teórico y metodológico que los enlaza y presenta como parte de un proyecto científico mayor. En todos estos casos el análisis en clave *mediatizadora* permite identificar estrategias emergentes y poner a foco la actividad de los diferentes usuarios de esos espacios.

Respecto al debate entre métodos cualitativos y cuantitativos, Verón no los opone (es más, los presenta como complementarios) pero marca las diferencias y pertinencias de cada uno de ellos:

“Si nos interesan las lógicas del reconocimiento, las encuestas no nos sirven para nada (...) Los estudios cualitativos, en cambio, en la medida en que comportan la obtención de fragmentos del habla de los receptores y, eventualmente, observación de o información sobre sus comportamientos, pueden ser una puerta de entrada al estudio de los procesos de reconocimiento. No lo son necesariamente, ya que todo depende de cómo sean procesados y analizados esos discursos de los receptores. Pero no hay otro camino para el estudio de las lógicas de reconocimiento; la semiosis es una red de operaciones discursivas, tanto en producción como en recepción. Si podemos identificar operaciones que forman parte de los procesos de reconocimiento, activadas por los sistemas socioindividuales en situación de interpenetración con los discursos mediatizados, nada nos impedirá, después, proceder a una cuantificación” (p. 306-307).

Además de los recorridos de los usuarios del metro y de una exposición, Verón presenta

un análisis de los programas televisivos de divulgación científica. En todos ellos el concepto clave es el de *semiosis*, porque...

... lo único directamente observable son los signos en su materialidad: la observación, en cualquiera de sus niveles, es observación de configuraciones materiales de signos, que son fragmentos de la semiosis, mediatizada (un libro, un film, una obra de arte visual, un afiche en la vía pública, un CD musical) o no mediatizada (el habla de los actores, sus secuencias gestuales en una situación dada, su apariencia, su comportamiento en los espacios públicos) (p. 404).

A pesar de esta solidez metodológica Verón no deja de recordarnos *“el carácter provisorio, relativo, y sustentando por un contrato social, del conocimiento científico”* (p. 417).

Mi impresión después de leer esta tercera sección es de... hambre. **Me quedé con las ganas de leer más aplicaciones del modelo analítico de Verón**, sobre todo en el ámbito estricto de los medios masivos (más ejemplos de la televisión, prensa, etc.) y, obviamente, en los nuevos entornos digitales e interactivos. En las últimas dos décadas Verón nos ha regalado excelentes estudios sobre los debates televisivos o la prensa. Supongo que como esos trabajos ya han sido publicados en otros libros el autor decidió no volver a incluirlos, pero creo que hubieran reforzado el peso de esta sección.

En breve: *La Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretantes* es un libro fundamental para comprender el trabajo de Verón, ver a fondo sus raíces teóricas, repasar la historia de las mediatizaciones e identificar un modelo de análisis que puede ser potencialmente aplicado a cualquier proceso semiótico. Gran parte de sus reflexiones exceden el ámbito de los medios de comunicación y se presentan como un marco ideal para investigar, por ejemplo, la evolución de otras tecnologías. Sin embargo, como dije en la primera parte de este texto, hay un aspecto que me quedó dando vueltas en la cabeza -como decimos en Argentina, “no me cierra”- y que quiero retomar en la parte final.

LA MEDIATIZACIÓN Y LOS NEW MEDIA

Según Eliseo Verón la web no ofrece nada nuevo a nivel de mediatización ya que

“comporta una mutación en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación” (p. 281).

Más adelante reafirma:

“Internet no es un medio más, tampoco es un paquete de “medios” (expresión que siempre me ha parecido curiosamente vacía). Como vimos, Internet es una mutación en las condiciones de circulación de los fenómenos mediáticos, como una transformación de las condiciones de acceso” (p. 429).

Desde la perspectiva de Verón, si no entendí mal su planteo, en la web solo se expresan las precedentes formas de mediatización (las del discurso audiovisual, las del texto impreso, etc.). *Internet no es un medio. Si yo tomo las grandes dimensiones de la semiosis, esas ya estaban todas mediatizadas antes que apareciera Internet. Internet no mediatiza ninguna forma nueva. Internet es una mutación de acceso, de la circulación.*

Por un lado coincido con Verón en que la web no es un medio más (prefiero no hablar de “Internet” sino de la web o, mejor, de la comunicación digital interactiva). Sin embargo, considero que la web no sólo modifica las condiciones de acceso y de circulación: también implica, como diría Verón, nuevas gramáticas de producción/reconocimiento y nuevas formas de mediatización.

En los nuevos entornos de comunicación emerge una doble dinámica. Por una parte **en la comunicación digital interactiva** (que va mucho más allá de Internet, por ejemplo la encontramos en los videojuegos, en los viejos CD Roms, en muchas instalaciones artísticas, etc.) **se expresan las viejas formas de mediatización**; por otra parte, al mismo tiempo **aparecen nuevas mediatizaciones**. Se me ocurren decenas de ejemplos. A continuación presento sólo un par para abrir el debate.

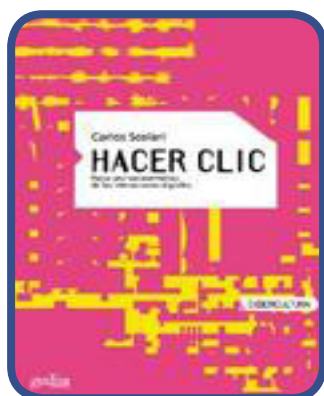
▪ YouTube

Obiedad. Ver un vídeo en YouTube -por ejemplo un *trailer* de una película creado para ser visto en el cine- no es lo mismo que ver el mismo contenido en la televisión o el cine. Si bien las condiciones de producción son las mismas (las huellas en el texto son similares) las condiciones de reconocimiento son totalmente diferentes. Por otro lado, el auge de YouTube y otros portales similares ha llevado a la creación de contenidos específicos para estos nuevos canales de distribución (por ejemplo los webisodios, publicidades interactivas, etc.).

Los *youtubers* crean contenidos para esta nueva plataforma con un formato determinado (breve), una estética específica (de “usuario”) y a menudo incorporan la interactividad.

▪ Arquitectura de la información

En mi libro *Hacer Clic* presenté una descripción en clave semiótica de las nuevas formas de mediatización que se están generando en las interfaces digitales (aunque en ese texto no uso el concepto de *mediatización*). Por ejemplo el caso de los diarios *online*: si la prensa tradicional organizaba la información en función de su *importancia* (arriba las noticias más importantes, con letra más grande, etc.) en la web los portales informativos juegan también con la dimensión *temporal* (arriba la última información). Estos cambios en la arquitectura y jerarquización de las noticias implican cambios a nivel de producción y de reconocimiento, no sólo en el acceso.



▪ Enunciación

Los medios digitales interactivos incorporan formas de enunciación muy diferentes a las de sus colegas analógicos. Durante la reciente explosión en la ciudad de Rosario -que causó muchos muertos y destruyó varios edificios- la

edición en línea de un diario local publicó un texto que decía “Al cierre de esta edición...”. **Un diario en línea no puede escribir “al cierre de esta edición” porque no tiene hora de cierre.**

Evidentemente se trataba de un “copia y pega” del artículo escrito para el diario impreso. Este pequeño error -seguramente fruto de la urgencia periodística que generó esa tragedia, pero no por eso menos criticable- nos da una pauta de los cambios discursivos y desafíos que proponen los medios digitales interactivos: la construcción del discurso en línea no es igual al discurso del medio impreso. El periodista de diario tradicional escribe *hoy* para un lector que leerá *mañana*; el periodista digital escribe *ahora* para un lector que leerá también *ahora o dentro de unos pocos minutos*.

También las transmisiones vía Twitter (o sistemas similares) de los partidos de fútbol, los debates políticos o las presentaciones de nuevos productos por parte de Apple -donde los cronistas cuentan segundo a segundo lo que está pasando- proponen **formas de enunciación en tiempo real** que prácticamente nunca estuvieron presentes en los medios impresos (sí en la radio y en la televisión, pero de una manera diversa). Quizá el antecedente más cercano de esta forma de narrar son los carteles que colgaban los viejos diarios para informar de las últimas noticias en la parte exterior de sus edificios.

Si analizamos cualquier tipo de discurso o práctica social encontraremos nuevas formas de mediatización. Veamos por ejemplo el **discurso político**, un tipo de producción semiótica muy trabajada por Verón desde finales de los años 1960. ¿Acaso no cambiaron las formas de hacer política desde la llegada de la web y las redes sociales? La última campaña de Obama nos exige de mayores comentarios: el discurso político, sin abandonar las formas tradicionales de mediatización televisiva, radiofónica o impresa, ahora incorpora nuevas mediatizaciones, sobre todo en las redes sociales. Mientras escribo este texto Barack Obama es el cuarto tuitero del mundo con más de 36 millones de *followers* (el primero es, claro, Justin Bieber), lo que implica cambios ya sea en producción como en reconocimiento de su discurso. No es lo mismo “hacer política”

para la prensa, para la televisión o para las redes sociales.

En este contexto hasta podría decirse que la **“red de la semiosis social” teorizada por Verón adquiere una nueva topografía, una densidad diferente a la propuesta por el *broadcasting* durante el siglo XX.**

Podríamos mencionar muchos más ejemplos de continuidades y rupturas en las formas de mediatización (entre otras cosas no hemos dicho nada sobre el consumo musical en plataformas como Spotify o iTunes, ni de la producción de contenidos a cargo de los usuarios ...). Si bien no habla desde la semiótica -aunque su raíz formalista rusa está bien presente- el último libro de Lev Manovich -*When Software Takes Command*- es una de las mejores exploraciones de la gramática de las nuevas interfaces y medios.

Gran parte del discurso de Manovich está centrado en el concepto de *metamedia* propuesto por Alan Kay a principio de los años 1970. En breve haré una reseña de este volumen que propone una teoría de los medios *software-centred*. A su manera y a la distancia, el libro de Manovich dialoga con el de Verón ya que propone una teoría de las nuevas mediatizaciones en los entornos digitales interactivos.

NOTAS

- [1] En el blog del autor ***Hipermediaciones*** ~ Conversaciones sobre la comunicación digital interactiva, se encuentra **ésta** y otras reseñas además de temas relacionados con la TIC. <http://hipermediaciones.com/>

Para citar este artículo:

SCOLARI, CARLOS A. (2013). **Reseña del libro de Eliseo Verón: La Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretaciones.** Revista Luciérnaga, Año 5, N10. Grupo de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. ISSN 2027-1557. Págs. 110-116.