

Eliseo Verón leído desde la perspectiva de los estudios en comunicación alemanes: Semio-pragmática, comunicación e investigación en mediatización¹

Stefanie Averbeck-Lietz²

Abstract

El trabajo de Eliseo Verón es un gran desafío para la comunidad de académicos de la comunicación en Alemania, que ha sido –contrariamente a Francia, España, Italia y una gran cantidad de países latinoamericanos– *tradicionalmente no dominada por la semiótica*. Lo que podemos aprender de Verón es a tomar el texto (mediático) seriamente por ambos lados, los procesos de decodificación y encodificación así como su interdependencia. Esto ha sido olvidado por un largo tiempo en los estudios en comunicación alemanes, los que han estado dominados por una perspectiva centrada en el usuario; extensamente influidos por el famoso paradigma de Lazarsfeld del «Doble Flujo de la Comunicación», al igual que por la investigación de los Usos-y-gratificaciones en la línea de Elihu Katz y sus sucesores. En este contexto, el siguiente artículo esboza dos problemáticas principales del trabajo de Verón: La *Mediatización* como una especie de meta-proceso en la sociedad moderna, así como sus consecuencias: *la realidad mediatizada*. Ambas perspectivas están conectadas con su trabajo en semio-pragmática.

Abstract

The work of Eliseo Verón is a great challenge for a community of scholars of communication in Germany which is – contrary to France, Spain, Italy or a large amount of Latin American Countries – *traditionally not dominated by semiotics*. What we are *able to learn* from Verón is to take the (media) text seriously as well for both, decoding and encoding processes and also in their interdependency. This has been forgotten for a long time in German communication studies which had been dominated by a user centered perspective; widely influenced by the famous Lazarsfeldian paradigm of the «Two-Step-Flow of Communications» as well as by Uses-and-Gratifications-Research in the line of Elihu Katz and his successors. In this context, the following article outlines two main topics of Veróns work: *Mediatization* as a kind of meta-process in modern society as well as its consequence: *the mediatized reality*. Both perspectives are grounded in his work in semio-pragmatics.

¹ Traducción Daniel Saur

² Stefanie Averbeck-Lietz es profesora en estudios de la comunicación de la Universidad de Bremen, Alemania. Sus campos de investigación son teoría de la comunicación, sociología de la comunicación, historia de la comunicación, comunicación y ética de los medios, y la historia de la investigación en comunicación. Contacto: averbeck.lietz@uni-bremen.de

Palabras claves: Teoría de la Comunicación, Semio-pragmática, Contrato de Lectura, Mediatización, Eliseo Verón, Estudios en comunicación alemanes

Key words: Communication Theory, Semio-Pragmatics, Contract of Reading, Mediatization, Eliseo Verón, German Communication Studies

Introducción: cómo me encontré con el trabajo de Verón

Este no es el lugar indicado para detenerme con demasiado detalle en la tradición alemana de los estudios en comunicación. Déjenme proponer un resumen: el estudio de los periódicos en Alemania se ha institucionalizado tempranamente en las universidades desde 1916, en la mayoría de los casos por profesores cuya procedencia ha sido la historia, la literatura, la sociología y la economía. La semiótica y la lingüística no tuvieron un gran papel en ese proceso de institucionalización).³ El campo emergente de los estudios de la prensa, inspirado por la sociología de grupos y de opinión tanto como por la investigación periodística,⁴ irrumpió después de 1933: el pasado de la ciencia de los periódicos, durante el Estado Nazi, es una historia vergonzosa de una rama académica llamada ciencia periodística («*Zeitungswissenschaft*»), la que estuvo al servicio del Estado enseñando a los estudiantes a seguir metas y estrategias del periodismo controlado por el Nacional Socialismo.⁵ Después de 1945 fue muy obvio que la ciencia periodística había fracasado completamente. Tomó aproximadamente 30 años reconstruir y estabilizar los estudios en comunicación como una ciencia social, para ese entonces dominada por la *Communication Reserch* estadounidense,⁶ por el positivismo, el empirismo y, relativamente, por los efectos orientados, en términos de lo que hoy a menudo son teorías más o menos polémicas como la del «Espirale del Silencio» («*Schweigepirale*») desarrollada por Elisabeth Noelle-Neumann (1916-2010). Actualmente, en la Alemania contemporánea, el campo se encuentra más abierto (nuevamente): desde las miradas funcionalistas a los estudios culturales encontramos un amplio espectro de aproximaciones en los estudios en comunicación alemanes –pero, todavía: con una relativa ignorancia

³ Ver: vom Bruch y Roegele, (1986); Meyen, (2015).

⁴ Averbeck, (2001).

⁵ ver Kutsch, (2010); Averbeck, (1999); Averbeck-Lietz, (2014).

⁶ Ver Löblich, (2010). Verón argumenta en contra del paradigma estadounidense de los efectos: «Ese núcleo duro [del funcionalismo] se funda en la figura de la relación entre un medio y un resultado» Verón (2004):61.

de la semiótica.⁷ ¿Por qué? Estimo que la causa principal radica en las raíces mismas del campo de los estudios en comunicación en Alemania, ha saber, historia, economía y sociología, al igual que –para los extranjeros puede resultar extraño– *la separación entre los «estudios mediáticos» y los «estudios en comunicación»*.⁸ En Alemania el estudio de los medios se desarrolló desde los 70' como resultado de su emancipación de los departamentos de literatura y lingüística, donde encontrábamos aproximaciones semióticas. No fue aventurado que leyera un artículo de Lucrecia Escudero-Chauvel sobre el «Contrato Mediático» inspirado en Verón, en un manual editado por el académico alemán Winfried Noeth, cuya procedencia es la lingüística. Poco tiempo antes, trabajé como investigadora postdoctoral en París (*Institut Français de Presse*) y fue sorprendente para mí el lugar central que la semiótica jugaba en la comunidad francesa de académicos en comunicación. Comencé a leer los trabajos de Eliseo Verón en lengua francesa y española, de un modo un poco aventurado en un comienzo, luego identificando que Verón encabezaba una vasta red de trabajo transnacional de referencias alrededor de discusiones sobre semio-pragmática o sobre una semiótica de «segunda» generación. Leí al menos su libro sobre el presunto incidente atómico en Harrisburg «Three Mile Island»⁹ y la realidad mediática construida sobre aquel acontecimiento amenazador, analizado por Verón. Fui aún más lejos con la «Semiosis Social» de Verón (1987) y su debate sobre el trabajo de Charles Sanders Peirce (1839-1914) y –nuevamente en español– el texto de Verón «Fragmentos de un tejido».¹⁰ También es valioso mencionar el libro «Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication» de Jean-Jacques Boutaud y Eliseo Verón (2007). Reconocí al «contrato de lectura» de Verón¹¹ y comencé a citar regularmente a Verón en mis propios textos en lengua alemana.¹² Sin embargo, lamentablemente en la comunidad alemana de académicos en comunicación Verón es hasta hoy bastante desconocido. Una razón central es el problema idiomático: es extraño que los académicos en comunicación alemanes estén en condiciones de leer francés o español. El otro motivo son los antecedentes semióticos de los textos de Verón, que no son tan bien conocidos en el campo de los estudios en comunicación en Alemania. Esperanzadoramente, a instancias de su última publicación en inglés, «Me-

⁷ Ver Koivistu y Thomas, (2007).

⁸ Ver Wissenschaftsrat, (2007).

⁹ Ver Verón, (1981).

¹⁰ Verón, (2004).

¹¹ Ver referencias conceptuales de Verón en Jeanneret y Patrin-Leclère, (2004):134.

¹² Ver Averbeck-Lietz, (2009), (2010).

diatization» en el «Handbook of Communication» editado por el académico noruego Knut Lundby (2014), hay también una mejor posibilidad para el mercado alemán. «Mediatización» es un concepto muy potente para los académicos en comunicación de los países del norte de Europa –puede que el término sea menos usado en el hemisferio de lenguas romanas donde «la mediación» o «médicación»¹³ es el término asociado.¹⁴ Incluso, Verón habló de «mediatización» (o en francés: «médiatisation») tempranamente, a partir de 1994.¹⁵

El artículo de Verón de 2014 titulado «Teoría de la mediatización. Una perspectiva semio-antropológica» provee un resumen de su fructífero pensamiento. Vale la pena mirar las palabras claves de su artículo que –a la luz del artículo de Lucrecia Escudero Chauvel en este volumen de la *Revista Estudios*– hacen mucho sentido, ellas son: «semiosis, mediatización, fenómenos mediáticos, sistemas auto-poiéticos, gramáticas de producción, gramáticas de reconocimiento, procesos no lineales, alfabetización, escritura, alteración espacio temporales».¹⁶

Acerquémonos ahora a una lectura más próxima de algunos textos de Verón y a su centralidad para una epistemología de los estudios en comunicación. Ellos tienen impacto *en un sentido transnacional*, más allá de las especializaciones de las comunidades nacionales de investigadores en comunicación:

La aproximación Semio-pragmático

«El sentido de un discurso se produce a partir de una diferencia necesaria, a partir de la distancia entre producción y reconocimiento: no hay otro análisis de los discursos que el interdiscursivo»¹⁷

Eliseo Verón caracteriza su propio acercamiento como una modalidad «sémio-pragmatique». Más allá del trabajo de Verón, esta noción se convirtió en un concepto, al igual que su homóloga en español «semio-pragmática». Del modo como lo entiendo, este acercamiento o concepto semio-pragmático se encuentra en ruptura con la semiología estructural, llevando más

¹³ En el sentido que le atribuye Jesús-Martín Barbero, (2001).

¹⁴ Ver Averbeck-Lietz, (2013).

¹⁵ Ver Verón (1994b), (1995), (1997).

¹⁶ Verón, (2014):163.

¹⁷ Verón, (1981):180.

allá el análisis de los procesos de comunicación *entre* emisores y receptores *en un ambiente técnicamente mediado*. Verón observa procesos de comunicación dinámicos, los que están, al mismo tiempo, controlados por un «contrato de lectura», entendidos como un universo de códigos compartidos tanto por los productores como por los receptores del mensaje.¹⁸ Paul Béaud y Jean-Claude Kaufmann caracterizan el acercamiento semio-pragmático o socio-semiótico del siguiente modo:

«El proyecto socio-semiótica hace foco en la determinación del significado posibilitado por la colusión –de lo más frecuente a priori– entre, por un lado, los micro-universos construidos por discursos políticos, publicitarios, informativos o literarios, y los marcos de la experiencia que los autores «espontáneamente» movilizan en sus vidas diarias, por el otro»¹⁹

Los dos autores señalan que este acercamiento no es «objetivista» ni «relativista», sino que se encuentra entre ambos. Por ejemplo, si uno se imagina la recepción de un programa televisivo:

«No es, por lo tanto, el referente real, sino el simbólico el que se propone analizar la socio-semiótica para asir los mecanismos a través de los cuales el significado, haciendo resonar el mundo doxático del receptor, parece ser dado por sentido»²⁰

En la misma dirección, Jean-Jacques Boutaud, quien se inclina por los escritos de Verón, se refiere a «la construcción social del sentido» o a la «co-producción» de la construcción social de sentido.²¹ El concepto de un ajuste «social» está integrando también, en sí, la acción comunicativa, al igual que su contexto social o aquellos significados «ocultados», que son socializados a la larga, y al cual los individuos, grupos u organizaciones, de modo más o menos deliberado, se refieren. La co-producción de significado es, entonces, un proceso de interpretación compartida coordinada por vía del empleo de símbolos. No hay ninguna producción de mensajes libre de contexto: un agente individual no es «libre de producir el texto como quiera».²² El mismo Verón explica: el semio-pragmatista nunca subraya *un* efecto manifiesto previsto

¹⁸ Ver Averbeck-Lietz, (2010):414-446.

¹⁹ Béaud y Kaufmann, (1998):26.

²⁰ Béaud y Kaufmann, (1998):24.

²¹ Vgl. Boutaud, (1998):11, 92, 151f.

²² Odin, (2000):54.

en la recepción del mensaje, aunque tampoco *cualquier* efecto. Lo que la gente observa como una especie de «efecto» mediático es un producto dinámico, arraigado en la interdependencia entre el mensaje, el enunciador, el destinatario y la sociedad circundante como contexto.²³

Siguiendo a Eric Maigret la combinación de semiótica y pragmática condujo al «giro pragmático» de los estudios de comunicación franceses²⁴ –los que han sido ampliamente influidos por la escritura y la enseñanza de Verón durante los años 1970 y 1980 en París.²⁵

Más allá del asunto de la interdependencia entre producción y consumo de un mensaje, es la forma y el estilo de la mediación a través de un medio («el soporte») por lo cual la semio-pragmática se interesa. Si un mensaje es interpersonal o técnicamente mediado es relevante para su apropiación potencial por parte de los receptores.²⁶ Las dinámicas no sólo se asientan en el texto mediático sino en la totalidad del *dispositivo* mediático.²⁷

El mismo Verón se convirtió en socio-semiótico o en un pensador semio-pragmático como compañero de Roland Barthes (1915-1980) y Christian Metz (1931-1993).²⁸ Metz –como Verón nos dice– analiza el film como un medio que influye la producción y la recepción de signos. Esto había significado, al menos, un paso adelante de la sociología del cine y del film.²⁹ La semiótica de la imagen como fue formulada por Metz, debería ser estimada como una teoría sistemática de la semiología más allá de la lingüística, lo que inspiró a Verón:³⁰

«Partiendo de estos textos de Metz y ayudado por el trabajo que yo llevaba adelante desde hacía años sobre la teoría de Peirce, me di cuenta que era la noción Saussurienne de «signo» de la que había que desembarazarse, al mismo tiempo que de la noción de [la teoría de información de] código»³¹

Por consiguiente, ni el signo ni el código tienen que ser mantenidos como instrumento analítico, sino «al mensaje» *como una relación social en-*

²³ Ver Verón (1983) y (2004).

²⁴ Ver Maigret, (2003):121-123.

²⁵ Ver Averbeck-Lietz, (2010):414-446.

²⁶ Ver también Verón, (1997) y (2014).

²⁷ Dispositivo mediático», ver Jeanneret y Patrin-Leclère, (2004):134; o Verón, (1997) con respecto a «el dispositivo.

²⁸ Ver Averbeck-Lietz, (2010):414-446.

²⁹ Ver Verón, (1994a):49f.

³⁰ Ver Demirdjian, (2001).

³¹ Verón (1994a):50.

tre un enunciador y enunciatario.³² El mensaje es una realidad social. Es una *relación mediada*, que tiene premisas y límites sociales. Un mensaje puede implicar organización personal como social, al mismo tiempo.³³ Este carácter dual del proceso de construcción del mensaje no es contemplado por el análisis de contenido (en la tradición de Lasswell) ni comprendido por la teoría matemática de la comunicación de Shannon y Weaver.³⁴ La función manifiesta de un mensaje podría ser «la información» mientras que su función latente puede ser la mediación de valores o ideologías.³⁵ Al mismo tiempo, un mensaje nunca determina completamente una recepción: una multitud de «lecturas», vía una multitud de canales de comunicación (visual, auditivo, olfativo, táctil, gustativo), tiene que ser tenida en cuenta.³⁶

La suposición básica de Verón ha sido la siguiente: la acción simbólica construye mundos sociales. De hecho, en 1983 él escribe que su especial problema de investigación no es la recepción, como tal, sino el «contrato» (el contrato de lectura), que es puesto en práctica por el intercambio de símbolos y/o discursos por ambas vías: enuncadores y receptores: «Digámoslo enseguida: no se trata de estudiar la recepción, es la articulación entre producción y recepción de los discursos la cuestión fundamental».³⁷

Lucrecia Escudero Chauvel explica «el contrato de lectura» desde el lugar de una estructura de referencia común compartida por productores y receptores del mismo mensaje(s) –sin partir de la base de suponer que los procesos que construyen el sentido de productores y receptores son idénticos. «El contrato de lectura» integra el sistema de expectativas y creencias del lector, no sólo como una anticipación del enunciador, sino también como un momento dinámico de la lectura o el proceso de recepción en sí mismo.³⁸ Este «sistema de lectura» es compartido socialmente *antes* de cada acto singular de recepción. Este se basa tanto en experiencias a través de los medios como en experiencias con los medios que incluyen la credibilidad en los mismos. Entonces, «la verdad de medios es un efecto discursivo».³⁹

Este punto conduce al asunto de una realidad mediatizada.

³² Verón, (1994a):50.

³³ Ver Verón, (1994a):51.

³⁴ Ver Verón, (1971):6.

³⁵ Verón, (1971):7.

³⁶ Ver Verón, (1971):7-9.

³⁷ Verón (1991):167.

³⁸ Ver Escudero Chauvel, (1997).

³⁹ Escudero-Chauvel, (1997):103.

Realidad de los Medios y Mediatización: «Harrisburg»

«Como un contrato social, el contrato de los medios es sumamente estable y le permite a la información circular, y ser consumida, a través del mundo contemporáneo sin el riesgo de colapso comunicacional (...). El contrato mediático termina siendo construido por medio de la disolución del mundo factual en uno exclusivamente discursivo»⁴⁰

«La noción de contrato se coloca, en efecto, en el contexto de una teoría no lineal de la comunicación (...)»⁴¹

En 1981 Eliseo Verón fue uno de los primeros científicos en comunicación que pensó no sólo en una realidad mediada, sino en una realidad técnicamente mediatizada, lo cual fue posible por la «capacidad de semiosis» de la especie humana.⁴² Hoy, él no está solo con este punto de vista: sin referenciar a Verón, el académico en comunicación alemán Friedrich Krotz usa el término «mediatización» en un sentido muy similar.⁴³

En 1981 Verón analizó la producción de noticias sobre el incidente en Harrisburg, el que se produjo en los Estados Unidos en marzo de 1979. El título de su estudio ha sido programático: «Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island». Verón comparó material de la agencia France Presse (AFP) en la cobertura del incidente a través de la prensa diaria, de las revistas y de la televisión nacional. Su análisis de entrada-salida contiene un análisis semiótico así como un análisis de contenido. Su objetivo ha sido investigar sobre la escenificación de la actualidad. –Décadas más tarde, la investigación y la teoría en acontecimientos mediáticos se desarrolló como una perspectiva habitual en los estudios en comunicación.⁴⁴ Lo específico de la realidad mediática es que esta depende de las *construcciones compartidas de la realidad*. Verón se ha inspirado en sus propios estudios en Palo Alto, California⁴⁵ referidos a la comunicación de los neuróticos: la persona neurótica vive en una realidad comunicativa que está tan cerca de su propia interpretación que es

⁴⁰ Escudero Chauvel, (1997): 103.

⁴¹ Boutaud y Verón, (2007):172.

⁴² Ver el desarrollo relacionado en su propio trabajo Verón, (2014):164.

⁴³ Ver Krotz, (2012).

⁴⁴ Ver Dayan y Katz, (1996); Couldry, Hepp y Krotz, (2010).

⁴⁵ Ver Sluzki y Verón, (1970).

casi imposible de compartir.⁴⁶ «La realidad mediática» como *una* realidad compartida describe el fenómeno opuesto: un mundo altamente compartible de símbolos.

En lo referido al incidente de Harrisburg Verón indicó: a partir del material de la Agencia France Presse los medios están co-construyendo la realidad del incidente. Sobre esta base los medios comienzan a formular relatos: uno sensacionalista-dramático referido a la tragedia humana en un «tecnificado» y potencialmente peligroso ambiente, y otro más tecnocrático sobre el control eficaz de la energía nuclear. Al menos un tercer discurso ha sido visible, a saber la autoreflexión de los medios como actores corporativos: la producción de noticias así como la política informativa de los ministerios y de la central nuclear son puestas en foco. El público tuvo que aprender: quizás los periodistas no saben todo, quizás nuestros relatos no están basados en los hechos puros. Verón encontró las perspectivas y discursos más heterogéneos en la prensa diaria, mientras que la radio cubrió sobre todo noticias y la televisión tenía una cierta fuerza homogeneizadora a partir de la comunicación visual con su alta credibilidad. El proceso cognitivo *para ver* la información filmica sobre el incidente es un proceso asociativo y altamente vinculado con las emociones, ideas y miedos del público o de los receptores.⁴⁷

Más allá de Verón

«Hablar de contrato, es pensar la comunicación en términos de institución social. Es interrogar la relación entre el texto y su interpretación. Es convocar una antropología (...)»⁴⁸

En sus últimos años Verón trató de adoptar la teoría de sistemas de Luhmann para su propia epistemología.⁴⁹ ¿Por qué? A primera vista una lectura de Luhmann por parte de Verón no parece ser muy prometedora –el mismo Luhmann rompe totalmente con la semiología en el sentido de Peirce, así como con una teoría de acción comunicativa en sentido Habermasiano.⁵⁰ En mi valoración, ha sido más el aspecto «auto-poiético» de Luhmann

⁴⁶ Ver Verón, (2004):10.

⁴⁷ Ver Verón, (1981).

⁴⁸ Jeanneret y Patrin-Leclère, (2004):133.

⁴⁹ Ver Boutaud y Verón, (2007):181-183.

⁵⁰ Ver Luhmann, (1987).

en el cual ha estado interesado Verón:⁵¹ la comunicación es un proceso auto-poiético infinito y circular. Esto es lo que Luhmann y Verón comparten.⁵² Este es, claramente, un cambio paradigmático de cualquier perspectiva orientada a los efectos y abre el camino a fenómenos de comunicación recursiva. Como el académico de comunicación alemán Klaus Merten, discípulo de Luhmann, señaló: hay una reflexividad temática, social y temporal en cualquier proceso de comunicación. O: la comunicación tiene que referirse a un cierto marco temático, así como a un horizonte social y temporal, para hacer sentido. La gente se refiere a la información y al conocimiento (incluyendo el aprendido por los medios), al igual que a su entorno social directo e indirecto (lo que otra gente piensa y dice...) con un cierto ajuste temporal: Un mensaje no está aislado, sino que refiere a mensajes pasados o futuros. Esto es válido en un sentido trans-mediático: Harrisburg sería hoy, al mismo tiempo, un asunto de cobertura mass mediática tanto como un asunto de las redes sociales. El contrato de lectura implicaría una plétora de relaciones entre la masa mediatizada, (no mediatizada) comunicación interpersonal y formas de comunicación en línea. Verón llama a eso la «interminable negociación entre sistemas auto-poiético social y socio-individual».⁵³ Este es un programa futuro para estudios en comunicación en cada contexto cultural o nacional.

Bibliografía

- AVERBECK, Stefanie, (1999), *Kommunikation als Prozess. Soziologische Perspektive in der Zwischenkriegszeit 1927-1933*. Münster, London: LIT.
- AVERBECK, Stefanie, (2001), *European Journal of Communication*, 16 (4): 451-475.
- AVERBECK-LIETZ, (2009). En SCHULZ, Peter /HARTUNG, Uwe/ KELLER, Simone (eds.): *Identität und Vielfalt der Kommunikationswissenschaft*. Konstanz: UVK 2009: 65-87.
- AVERBECK-LIETZ, Stefanie, (2010), *Kommunikationstheorien in Frankreich. Der epistemologische Diskurs der Sciences de l'information et de la communication 1975-2005*. Berlin, Paris, Toronto: Avinus 2010.

⁵¹Ver Verón, (2014).

⁵² Más allá de muchas diferencias, como detalla Averbeck-Lietz, (2009).

⁵³ Verón, (2014):170.

- AVERBECK-LIETZ, Stefanie, (2013), «French and Latin American Perspectives on Mediation and Mediatization: A lecture note from Germany» en *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication* 3 (2): 177-195.
- AVERBECK-LIETZ, Stefanie, (2014), «Da ciência do periódico à ‘ciência da liderança nacional-socialista’: Como os estudos de imprensa adotaram o regime nazista na Alemanha» en *Revista Famecos. Mídia, Cultura e tecnologia*, 21 (2): 418-437.
- BARBERÓ, Jesus-Martin, (2001), *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*, 6th ed. México, Barcelona: Ediciones G. Gili.
- BÉAUD, Paul y KAUFMANN, Laurence, (1998), «New trends in French communication research» en *Javnost – The Public*, 5 (1): 5-31.
- BOUTAUD, Jean-Jacques ,(1998), *Sémiotique et communication. Du signe au sens*. Paris: L’Harmattan.
- BOUTAUD, Jean-Jacques y VERÓN, Eliseo, (2007), *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*. Paris: Hermès-Lavosier.
- COULDRY, Nick; HEPP, Andreas y KROTZ, Friedrich, (2010), *Media Events in a Global Age*. London: Routledge.
- DAYAN, Daniel y KATZ, Elihu, (1996), *Media Events: The Live Broadcasting of History*. 3rd ed. Cambridge: Harvard University Press.
- DEMIRDJIAN, Liliana Alicia, (2001), Entrevista a Eliseo Verón. http://portalcomunicacion.com/monograficos_det.asp?id=266 (18.4.2015).
- ESCUADERO CHAUVEL, Lucrecia, (1997), «The Media Contract» en NÖTH, Winfried (ed.): *Semiotics of the Media. State of the Art, Projects and Perspectives*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter: 99-107.
- JEANNERET, Yves y PATRIN-LECLÈRE, Valérie, (2004), «La métaphore du contrat» en *Hermès*, 38: 133-140.
- KOIVISTU, Juha y THOMAS, Peter, (2007), *Mapping Media and Communication Research: Germany*. Helsinki: Department of Communication, Research Reports 6/2007.
- KROTZ, Friedrich, (2012), «Von der Entdeckung der Zentralperspektive zur Augmented Reality: Wie Mediatisierung funktioniert» en KROTZ, Friedrich/HEPP, Andreas (2012), *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: Springer VS: 27-58.

- KUTSCH, Arnulf, (2010), «Die Entstehung des Deutschen Zeitungswissenschaftlichen Verbandes» en *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte* 12: 120-144.
- LÖBLICH, Maria, (2010), *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem.
- LUHMANN, Niklas (1987). *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- LUNDBY, Knut, (2014), *Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science*, Vol. 21. Berlin, Boston: de Gruyter Mouton.
- MAIGRET, Eric, (2003), *Sociologie de la communication et des médias*. Paris: Armand Colin.
- MEYEN, Michael, (2015), «Communication Research and Media Studies, History of» en WRIGHT, James D. (ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd ed. Vol. 4. Oxford: Elsevier: 278-283.
- ODIN, Roger, (2000), *De la fiction*. Paris, Bruxelles: de Boeck.
- VERÓN, Eliseo, (1971), *Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política*. <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/veron.pdf> (18.4.2015).
- VERÓN, Eliseo, (1981), *Construire l'évènement. Les médias et l'accident de Three Mile Island*. Paris: Editions de Minuit.
- VERÓN, Eliseo, (1983), «Il est là, je le vois, il me parle» en *Communications*, 38: 98-120.
- VERÓN, Eliseo, (1987), *La semiosis sociale. Fragments d'une théorie de la discursivité*. Paris: Université de Vincennes.
- VERÓN, Eliseo, (1991), «Les médias en réception. Les enjeux de la complexité» en *MédiasPouvoirs*, 7 (21): 166-172.
- VERÓN, Eliseo, (1994a), «De l'image sémiologique aux discursivités. Le temps d'une photo» en *Hermès*, 7 (13-14): 45-61.
- VERÓN, Eliseo, (1994b), «Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia» en *Semiosfera*, No. 2: 5-36. <http://eliseoveron.com/articulos/> (18.4.2015).
- VERÓN, Eliseo, (1995), «Médiatisation du politique: stratégies, acteurs et construction des collectifs en La Communication Politique» en *Hermès*, No. 17-18: 69-78.

- VERÓN, Eliseo, (1997), «Esquema para el análisis de la mediatización» en *Diálogos*, No. 48: 9-16. <http://eliseoveron.com/articulos/> (18.4.2015).
- VERÓN, Eliseo, (2004), *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- VERÓN, Eliseo, (2014), «Mediatization theory: a Semio-Anthropological Perspective» en LUNDBY, Knut: *Mediatization of Communication. Handbook of Communication Science*, Vol. 28: 163-172.
- VOM BRUCH, Rüdiger; ROEGELE, Otto (Hg.), (1986), *Von der Zeitungskunde zur Publizistik. Biographisch-institutionelle Stationen der deutschen Zeitungswissenschaft in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts*. Frankfurt a. M.: Haag und Herchen.
- SLUZKI, Carlos y VERÓN, Eliseo, (1970), *Comunicación y neurosis*. Buenos Aires: Editorial del Instituto.
- WISSENSCHAFTSRAT, (2007), *Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland*. <http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/7901-07.pdf> (18.4.2015).