

# Hacia una semiología de la recepción

Entrevista a  
ELISEO VERON

MARILUZ RESTREPO DE GUZMAN  
GERMAN REY

*“La teoría de la Recepción está por hacer ...  
no existe ... No creo que la Semiología  
pueda progresar si no se plantea ese  
problema”*

*(E. Verón)*

**Pregunta G. Rey:** Uno de los aspectos a los que se ha referido en el Seminario realizado en la Universidad Javeriana (Bogotá), es la existencia de diferentes momentos en el desarrollo de la semiología. Podría Ud. caracterizarlos?

**Respuesta E. Verón:** Los tres momentos son: El primero, que es un poco el surgimiento de la semiología actual, lo podríamos situar más o menos hacia los años sesenta, dentro de la tradición de Saussure. Uno de los textos fundamentales de este primer momento es *Elementos de Semiología* de Barthes, que aparece hacia esos años; luego hacia el 61 o 62, se llevó a cabo un Seminario sobre ese texto. Es también la época de la Semántica de Greimas; e igualmente, podríamos decir, que es la de la semiología inicial del primer Christian Metz ... Era, a grosso modo, la primera formulación de la herencia Saussureana, mezclada con estructuralismo, y que funcionaba, muy explícitamente sobre el principio de inmanencia. Se trataba de elegir determinados textos y someterlos a manipulaciones específicas que permitían de algún modo identificar y describir una estructura.

La segunda etapa se dibuja más o menos hacia fines de los años sesenta y comienzo de los setenta. Está bastante marcada, según pienso, por Kristeva, quien por otra parte —no hay que olvidarlo— venía a París y era una extranjera; venía de un país socialista y por lo tanto dominaba una bibliografía muy diferente. Kristeva me parece una de las figuras que empezó a producir un cambio, el cual se expresa después en lo que uno puede llamar el segundo Metz, el de *El Significante Imaginario*. No creo que es un resultado indirecto, por un lado, de la lingüística transformacional que los primeros semiólogos desconocían totalmente, y por otro del psicoanálisis. Se trasladan a la semiología una serie de conceptos de lingüística, de una cierta lingüística que se interesa por la generación como genotexto y fenotexto en Kristeva, las cuales reproducen de alguna forma ciertas distinciones chomskyanas.

Esta es la segunda etapa, la cual en cierto modo es la actual; incluso, la primera semiología también permanece, no ha desaparecido. Greimas sigue escribiendo en la misma dirección en que lo había hecho desde los años sesenta.

La tercera etapa es más bien una etapa deseada que existente. Es la etapa de una Semiología de la Recepción, sobre todo porque del mismo modo que en la lingüística, la idea de producción no supera la distinción entre producción y reconocimiento. En la segunda etapa simplemente se plantea el problema del sentido no como una cuestión estática, de descripción de textos sino de comprensión de las condiciones no manifiestas de su funcionamiento. Pero la noción de producción no implica, en esta etapa, el término complementario de reconocimiento. De hecho incluso en Chomsky, la noción de producción es una noción muy abstracta; no tiene nada que ver con producción material, es una noción casi matemática; pero además afirma muy explícitamente la no distinción entre producción y reconocimiento. Para Chomsky no hay diferencia entre producir una frase y comprender una frase.

A partir del momento en que uno entiende la producción en el sentido propio, aparece el problema de qué es lo que pasa en la recepción. La posibilidad de poder formular la problemática de una tercera etapa, pienso que ha sido muy impulsada por la aparición de la Teoría de la Enunciación, que es lo más importante que ha ocurrido en lingüística en los últimos diez o quince años. Ha permitido dar un paso adelante bastante importante y posibilita estudiar todo el problema del enunciadore-destinatario; con todo esto, tampoco podemos decir, que la Teoría de la Enunciación plantea de manera automática el problema del reconocimiento. Desde el punto de vista de la enunciación es el destinatario imaginario no es destinatario real. De manera que la Teoría de la Recepción está por hacer, no existe.

Estas son las tres etapas. La tercera no es una etapa histórica todavía. Yo personalmente no veo otra alternativa. No creo que la semiología pueda progresar si no se plantea ese problema, el problema de la recepción. Pero ésta es una opinión muy personal.

**Pregunta G. Rey:** En algunos de sus últimos trabajos, Ud. introduce una serie de dimensiones de análisis muy interesantes, que por otra parte, no han estado muy presentes en la tradición semiológica francesa, como son por ejemplo las tematizaciones de Ch. Peirce y la reflexión que ha suscitado la *Human Communication Theory*. ¿Cómo se ha llevado a cabo esta convergencia en su actual trabajo que lo lleva a hablar de una socio-semiótica (Toda semiótica es social, ha afirmado Ud.) o de las relaciones entre esta socio-semiótica y la pragmática ...?

**Respuesta E. Verón:** Para mí no es nueva la tradición americana de la *Human Communication Theory* puesto que desde hace ya varios años he trabajado con ella; es nueva para los franceses. A Peirce no lo conocían, ha sido traducido hace muy poco tiempo al francés; pienso que en general, los franceses desconocían totalmente a Peirce, yo me acuerdo que hice un Seminario sobre Peirce en la Ecole durante el 75-76 y era la novedad más absoluta. Esto porque en general, los franceses no conocen nada que no esté publicado en francés; y además, las traducciones tardan mucho. Por ejem-

plo, G. Bateson ha sido traducido al francés más o menos hacia el 77; en la Argentina trabajamos con Bateson desde el 64. Hay un fenómeno de retardo, por parte de los franceses en particular. En cambio los norteamericanos han trabajado a Peirce desde hace mucho tiempo y los italianos también; Eco lo ha hecho, por ejemplo. Ahí hay una situación que es muy específicamente francesa; ahora se está recuperando el tiempo perdido y mucha gente está empezando a trabajar con Peirce; el mismo Bateson está ahora de moda allí.

Yo personalmente sentí siempre una cierta afinidad con esa línea americana, por lo menos en el sentido de que es un planteamiento que se interesa en el comportamiento. Ahora las cosas están cambiando muy rápidamente; la discusión se ha enriquecido con la problemática de la llamada Filosofía del Lenguaje Ordinario cuyos exponentes son investigadores como Searle, Austin, etc. En Francia el primero que tocó este tipo de temas fue Ducrot; es lo que se llama pragmática actualmente en Francia; es una especie de derivación de la lingüística.

Esta pragmática se desarrolló, durante mucho tiempo, más como una filosofía del lenguaje totalmente independiente de la lingüística en el sentido técnico; pero posteriormente, cuando consiguió difundirse realmente tuvo resonancia sobre la lingüística misma, por ejemplo, desde el momento en que Chomsky se dignó interesarse en eso, lo discutió, lo criticó, etc. Esto es relativamente reciente. Un pragmático en lingüística jamás se preguntaría sobre el problema de la imagen, puesto que por definición sólo se ocupan de lingüística. Es una teoría del empleo de los enunciados ..., entonces, la semiología es más amplia que esa pragmática, por definición, porque se interesa en materias significantes que no son el lenguaje. Por lo que a mí respecta, me interesa una semiología que es un poco distinta de la semiología dominante históricamente en Francia, porque tiene este acento sociológico y por lo tanto forzosamente se preocupa por el problema del comportamiento, en las prácticas sociales y en la comunicación de masas, la semiología considerada en su conjunto jamás se preocupó por la comunicación de masas, salvo Metz, quien desde el inicio se interesó por estudiar el fenómeno del cine ... sin embargo él nunca se preocupó por los aspectos sociológicos.

**Pregunta M. Restrepo:** Quisiera que analizáramos, así sea rápidamente, el concepto de sociosemiótica ... retomando su aclaración de que toda semiótica es necesariamente social.

**Respuesta E. Verón:** Desde mi punto de vista, decir sociosemiótica es innecesario; pero desde el punto de vista de la política institucional es necesario puesto que si uno no dice sociosemiótica el aspecto sociológico queda oculto. Uno no dice "sociosemiótica" por razones políticas sino por razones teóricas, porque en la mayoría de los casos la semiótica no es concebida como una ciencia social, en el sentido propio del término ... Es concebida como una ciencia social en el sentido general, pero no se interesa en factores específicamente sociales.

**Pregunta M. Restrepo:** Centrándose en el trabajo que Ud. está haciendo actualmente, como por ejemplo en su obra recientemente publicada en español, *Construir el acontecimiento* (1983), Ud. ha dicho que la realidad social es fruto de los medios, por lo menos en las sociedades industriales ... Esto no implicaría volver nuevamente a los medios todopoderosos, ya que sin ellos no existiría esa realidad social?

**Respuesta E. Verón:** Yo no digo que la realidad social en su totalidad es construida por los medios; hay otras fuentes de construcción de la realidad social que no son los medios. Sin embargo, éstos construyen una parte muy importante de esa realidad social que es la realidad social en devenir o lo que en las sociedades industriales se llama la actualidad. Esta dimensión, si no hubiera medios, no existiría. La actualidad sólo existe porque existen los medios ... en el siglo XVIII no había actualidad ... Si no hubiese medios viviríamos en otro tipo de sociedad ...

**Pregunta M. Restrepo:** Qué pasaría entonces en países como el nuestro y como muchos otros más de América Latina, donde coexisten formas de vida industriales y otras que no lo son?

**Respuesta E. Verón:** Creo que en la mayor parte de los países, llamados del Tercer Mundo, la radio ya está. Por lo tanto ya hay actualidad. La gente escucha la radio todo el tiempo.

**Pregunta M. Restrepo:** Pero qué pasaría entonces con ese campesino, con esos grupos indígenas, a los cuales les llega a través de la radio una actualidad que no es la de ellos ... esas actualidad que no tiene nada que ver con la que ellos realmente si tienen ...

**Respuesta E. Verón:** Pero es que la actualidad del día de hoy tiene algo que ver con su vida? Por supuesto que nada! Absolutamente nada! La actualidad concebida por los medios no tiene que ver nada con la vida cotidiana; al contrario, se define como lo opuesto a la vida cotidiana. Yo miro el noticiero en la televisión y éso no tiene nada que ver conmigo; yo oigo hablar gente que no conozco, de países donde nunca he estado. Probablemente lo visto u oído va a tener efectos sobre mí mismo ... ése es otro problema: yo no tengo ningún control sobre esa realidad social. El campesino, desde ese punto de vista se encuentra exactamente en la misma situación que un habitante de la ciudad.

A partir del momento en que una sociedad se mediatiza, la vida cotidiana empieza a ser definida como lo contrario de lo que uno ve en la televisión, como lo opuesto y complementario ... La vida cotidiana es lo que no aparece en los medios: mi perro, mi casa, mis cosas ... Eso es mi vida cotidiana; es lo opuesto a la realidad social que se llama actualidad.

**Pregunta M. Restrepo:** Pero también esos grupos —insisto— tienen una actualidad, que no es tan personal como mi perro y mi casa ... que es social ...

**Respuesta E. Verón:** Sí, pero yo no lo llamaría actualidad, porque por ejemplo, en la Edad Media había realidad social pero no era una realidad social producida por los medios; era una realidad social producida por otros canales, que era construida al mismo nivel que la experiencia subjetiva ... El soporte tecnológico a partir del cual se construía la realidad social es de la misma escala que la vida significante de los actores sociales. En esa época para saber que el rey había muerto, un caballo recorría Francia y tres meses después un campesino lo sabía ... Claro que había realidad social ... pero era mucho más lenta, infinitamente más esquemática, menos homogéneamente repartida y a que la información era poseída muy diferencialmente ... En cambio, en una sociedad mediatizada como la nuestra, todo el mundo sabe todo en un instante. Hay gente que puede saber más, pero hay un nivel de realidad al cual acceden instantáneamente todas las personas. De esta manera, el campesino tiene una realidad social, pero es una realidad pre-industrial, es una realidad social pre-medios y ese es uno de sus grandes problemas. De todas formas, parece relativamente claro que en grandes sectores del planeta existen poblaciones no mediatizadas, pero que lo serán rápidamente ... el proceso es irreversible. Dentro de x años, todo el planeta tendrá televisión y todo el mundo estará mediatizado.

**Pregunta M. Restrepo:** Retomo otra vez una sensación expresada en mi primera pregunta ... una sensación de contradicción que tengo ... parece que los medios se están convirtiendo en algo muy importante, todopoderosos ... ante quienes uno se debe defender ...

**Respuesta E. Verón:** A mi juicio no se trata de defenderse de los medios, o tal vez sí, no sé ... De todas maneras, la única forma de defenderse —si se quiere utilizar esta definición— es comprender cómo funcionan, qué es lo que están haciendo ... y eso, efectivamente, me parece importante ya que por lo menos los países más avanzados están entrando en un nuevo tipo de sociedad que los

sociólogos han llamado “programada”, post-moderna, post-industrial pero que desde el punto de vista de los medios, es, diría yo, la sociedad totalmente mediatizada.

En francés se puede hacer una distinción entre “mediatique” y “mediatisé”. No sé como se diría en español ... Aunque suena horrible digamos: mediática y mediatizada. Bien ... las sociedades industriales son “mediáticas” desde hace tiempo; la radio, por ejemplo se transforma en un medio masivo, más o menos desde los años veinte ... La “mediatización” de la sociedad se está produciendo ahora; evidentemente la condición previa era la mediatización muy avanzada de la experiencia sensible. A partir del momento en que se aparece la televisión es allí donde se produce la mediatización ... Todos los fenómenos —esa parece ser una regla general histórica—, todas las transformaciones sociales o culturales están siempre acompañadas de ideologías que las explican y que generalmente proporcionan las malas explicaciones de un fenómeno ... Mientras que la gente siga creyendo que la realidad existe fuera de los medios no va a comprender qué son los medios. Mientras que la gente siga diciendo que los medios lo único que hacen es representar más o menos bien una realidad que existe por otro lado, mientras se siga cometiendo ese error, no se comprenderá lo que es una sociedad mediatizada. Eso es una gran discusión ... pero digamos, las teorías de la comunicación masiva que acompañan a la mediatización, son a mi juicio, en su mayor parte, incorrectas, no permiten comprender la verdadera naturaleza del fenómeno que se está produciendo. Entre otras, están todas estas teorías sobre la alienación y los medios que nos destruyen ... como si hubiera otra realidad diferente que pueda constituir alguna especie de salvación política ... no, no existe.

**Pregunta M. Restrepo:** Quisiera insistir sobre un último punto ... al hacer un estudio sobre el reconocimiento seguramente habría que romper con el concepto causa-efecto lineal, o con la relación mecánica estímulo-respuesta ...

**Respuesta E. Verón:** Ah, sin duda! La relación es todo, menos lineal ... Y en el fondo yo creo que sabemos muy poco sobre cuáles son los efectos. Esa es la parte más difícil porque esa es la parte sobre la cual prácticamente no hay ninguna información.

La relación no es lineal porque uno tiene evidencias bastante simples según las cuales un mismo tipo de mensaje masivo va a producir efectos diferentes en distintos sectores de la sociedad y ese solo hecho implica que hay que tener una Teoría más o menos complicada de los efectos ... Por ejemplo, cómo explicar que una misma cosa tiene efectos incluso tan diferentes? ... Hay que tratar de tener una Teoría para éso ...

**Pregunta M. Restrepo:** Claro ... Pero todo el problema de la alienación es ése, proceder uniformemente sin posibilidad de diferencia ...

**Respuesta E. Verón:** Por éso, digamos, las Teorías de la Alienación son teorías que parten de efectos monolíticos, por llamarlos de algún modo. Por ejemplo, decir, que los medios de comunicación masivos tienen un solo efecto que es alienar a la gente, uniformizar las conciencias y todo lo que Ustedes quieran ... Hay pruebas flagrantes de que eso es falso. Las sociedades industriales son extremadamente diversas y complejas y en este momento son el teatro del surgimiento de las más variadas microculturas. ¿Dónde está la alienación de los medios?

Lo que hay realmente que tratar de empezar a comprender es qué es lo que pasa efectivamente. Cómo la gente recibe la telenovela, cómo la gente ve el noticiero. Insisto sobre eso mucho: la gente no es idiota. La mayor parte de las teorías supuso que la gente es así, o que son como los perros de Pavlov. Yo creo que éso está bastante determinado por una cierta concepción de la publicidad ... Digamos que entre las dos guerras mundiales y especialmente en los Estados Unidos, creo que la gente asoció mucho medios de comunicación de masas con publicidad ... la idea de la publicidad relacionada con la

alienación del consumo, con una sociedad en la cual todos los mensajes están orientados a hacernos comprar cosas ... Todas estas opiniones sobre la publicidad y el mercado industrial contaminan mucho, a mi juicio, la imagen de los medios y en el fondo, por una parte, no era buena teoría de lo que es la publicidad, y por otra parte la publicidad es sólo un aspecto, los medios son infinitamente más complejos de lo que es un mensaje publicitario.

**Pregunta G. Rey:** Volvamos un poco a ciertos trabajos que Ud. ha publicado en francés como por ejemplo: *"Sémiosis de l'idéologique et du pouvoir"*, a sus planteamientos acerca de lo que sería un análisis de los discursos sociales, la propuesta para explicar el discurso a partir de una gramática de producción y unas condiciones de producción, y una gramática y condiciones de reconocimiento. Nos gustaría que Ud. hiciera una caracterización de estas dos gramáticas y de las relaciones que Ud. establece entre gramática de producción e ideologías, y gramática de reconocimiento y poder ...

**Respuesta E. Verón:** Es complicado explicar todo éso en pocas palabras. No es fácil.

Cuando uno habla del discurso lo que interesa en el caso de una asociación semiótica es —creo que debo insistir sobre éso— una tipología; uno trata de comprender tipos de discursos y no discursos individuales, salvo en ciertos casos de análisis históricos.

Entonces, la noción de gramática es la noción de un modelo abstracto que permite comprender, a partir del punto de vista adoptado, (todo depende del punto de vista que uno adopta para definir el tipo de discurso) y que permite definir y comprender las propiedades que definen esa clase.

La gramática de producción es un conjunto de reglas que en el fondo son instrucciones de producción. Si Ud. sigue esas instrucciones produce un discurso de ese tipo. Ahora, la cuestión de la ideología es una problemática, no es la única posible, es una problemática que concierne a una cierta dimensión de los discursos sociales. Lo que parece útil es diferenciar entre ideología e ideológico. Reservar la noción de ideología al uso corriente vale decir, para designar configuraciones históricas extremadamente complejas pero intuitivamente identificables, como cuando uno dice fascismo italiano todos sabemos lo que es. Es una especie de formación discursiva extremadamente compleja porque incluye textos, discursos políticos, arquitectura, cine, etc.: éso es el fascismo. Entonces, reservamos la noción de ideología como una noción descriptiva, histórico-cultural más o menos específica, y la dimensión de lo ideológico como una dimensión analítica, como un nivel de funcionamiento —en principio no podría decir de los discursos sociales en general— de todos. Lo ideológico aparece bajo distintas formas, en los diferentes tipos de discurso; lo ideológico no es un tipo de discurso: éso me parece un punto importante. La ideología no es un tipo de discurso. No hay un discurso ideológico. Eso no existe. Ese extraño objeto nombrado por Althusser no existe en ninguna parte. Lo ideológico es una dimensión de cualquier discurso que se sitúa en el nivel de la gramática. El reconocimiento es más complicado, justamente porque no está muy claro cuáles son los criterios. Podemos definirlos de una manera más o menos abstracta, pero hay menos Teorías sobre el reconocimiento. Digamos, sin embargo, que si a mí me interesa un conjunto discursivo dado, si yo no me refiero a otros discursos yo no puedo sobre el mismo texto distinguir la producción del reconocimiento, es imposible. La producción yo la estudio respecto de ciertas cosas que están antes, —no necesariamente en un sentido temporal sino analítico— y el reconocimiento con cosas que están después. Los efectos de un discurso yo no los puedo estudiar sino sobre otros discursos que no es el que produce los efectos sino el que los expresa, como por ejemplo cuando yo entrevisto a la gente para averiguar cuáles son las gramáticas de reconocimiento que utilizan para interpretar ciertas cosas ...

En ese momento, estoy haciendo una investigación para el Ministerio de Cultura Francés sobre los efectos de las emisiones científicas y en particular sobre la biología, que es probablemente el saber

crucial de la sociedad post-industrial. En este caso concreto estamos intentando hacer las dos cosas al mismo tiempo: un análisis de la producción para comprender cuáles son las reglas de transformación entre el discurso de la biología y el discurso de la televisión sobre la biología; y por otro lado entrevistamos a las familias para comprender qué significa el que ellos vean una emisión sobre biología, y tratar de reconstruir las reglas de interpretación, de lectura a partir del discurso mismo de la gente. Yo creo que el reconocimiento no se puede estudiar de otra manera. El problema es que no hay modelos todavía que sean más o menos serios de cómo se relaciona sistemáticamente el discurso de los autores sociales a propósito de un mensaje de los medios y el discurso de los medios mismos; no es evidente la relación, pero el problema está ahí. Ese es el problema ... Yo creo que la única estrategia es tratar el discurso de los receptores del mismo modo que uno trata el discurso de los medios, en el sentido de que hay que manipularlo como un discurso que contiene de alguna manera la gramática de reconocimiento del otro, o las gramáticas, porque habrá siempre muchas gramáticas. A nivel de la recepción es evidente que los modos de lectura de la divulgación científica van a ser muy diferentes en la clase obrera, en la burguesía, etc. Este tipo de modelos exige necesariamente la determinación de familias de gramáticas de reconocimiento.

**Pregunta G. Rey:** Una fuerte tradición dentro de la denominada psicología social se ha preocupado por la reflexión sobre temas como la constitución de los sistemas de creencias, la formación de valores ... problemas, sin duda relacionados con cualquier estudio de la recepción. Qué dimensiones disciplinares existen para acercarse a este tema de la recepción ... y qué opciones metodológicas o instrumentales cree que existen para trabajar tal problema?

**Respuesta E. Verón:** Desde el punto de vista sustantivo hay una intervención necesaria para la sociología, por el simple hecho de que es la misma realidad que en la producción. No creo que la situación sea diferente desde ese punto de vista. Uno necesita hipótesis sociológicas bastantes precisas sobre la sociedad en la que los discursos que uno estudia son producidos, para poder seleccionarlos, para poder explicar por qué uno eligió esos y no otros, y comprender además lo que uno encuentra en el análisis. Hay allí una intervención masiva de la sociología que creo que es la misma para los problemas de recepción. Yo no puedo realmente comprender las modalidades de lectura, por ejemplo, de aceptación o rechazo, o de aceptación parcial de un contrato de lectura de una revista si no comprendo, si no sitúo perfectamente desde el punto de vista sociológico, socio-económico y cultural a los lectores y a los no lectores de esa revista. La intervención de la Sociología es relativamente importante en los dos extremos del sistema.

Es muy interesante estudiar por qué determinadas modalidades de funcionamiento discursivo son eficaces en determinados sectores de clase y no en otros; lo cual indica que efectivamente se está produciendo en ese momento una transformación cultural, o por qué cierto discurso pedagógico es eficaz en ciertos sectores y no en otros, asociado a transformación de valores, etc. En estos casos hay una etapa de estudios del reconocimiento; se hacen entrevistas con los lectores. El análisis del medio y la descripción del contrato de lectura corresponden a una fase. La otra fase son entrevistas individuales o de grupo con lectores y no lectores, lo que permite —todavía de manera extremadamente intuitiva— articular el discurso de los lectores con el discurso del medio ... Sin embargo esta articulación es todavía extremadamente grosera.

Otro ejemplo podría ser un estudio que hice el año pasado y que creo que va a salir publicado en estos días, para el Centro G. Pompidou en París. Realicé una investigación sobre los modos de lectura de una exposición que se hizo el año pasado ... Bueno, utilizamos la misma estrategia, ya que la exposición es un medio de comunicación de masas también.

Se hizo una descripción de la estructura de la exposición, una descripción de la producción, lo cual era interesante porque implicaba tratar el problema de la puesta en espacio, de la significación; se hizo, así mismo, una observación sistemática de los comportamientos de visita en relación con la estructura significativa de la exposición y después se entrevistaba a la gente para ver qué pensaba. Creo que todo esto funcionó bastante bien. Se pudo comprender la relación entre la lógica de la puesta en espacio y las estrategias de visita. Ahí se ve muy claramente la naturaleza de la negociación, el carácter activo de la apropiación: El consumo de los medios es una apropiación activa, no es una recepción pasiva. Todo esto permitió que yo construyera una tipología de modalidades de estrategias de lectura—apropiación que corresponde a posiciones culturales. Las diferencias en las estrategias de lectura están asociadas a una diferente relación a la cultura del actor social. Estos son algunos ejemplos donde se trabaja a la vez, en análisis de la producción y el reconocimiento.

**Pregunta M. Restrepo:** Cuando uno hace un estudio de la gramática de producción de un discurso de alguna manera está también haciendo una gramática de reconocimiento de ese otro sujeto que produjo este discurso que yo estoy analizando ...

**Respuesta E. Verón:** Sí, exactamente. Hacer un análisis de producción es realizar una lectura. Yo me situó en reconocimiento para reconstruir la producción. Pero cuál es la legitimidad, el fundamento que determina que mi lectura es mejor que la del señor que viene y lee la revista: ése es el problema. En el fondo, en todo análisis del discurso el analista se coloca forzosamente en reconocimiento. Se supone que el analista tiene ciertos instrumentos que le permiten al reconstruir las restricciones en producción definir, de cierto modo, el campo de efectos posibles, las condiciones a partir de las cuales un receptor —no semiólogo— va a encontrarse al consumir, al apropiarse ese objeto. Así mismo, el análisis de la producción implica relacionar el discurso que uno analiza con sus condiciones. Entre sus condiciones hay seguramente otros discursos, pero lo que pasa es que la práctica del productor es como cualquier práctica social, no es una teoría ... el productor mismo al producir un discurso está prácticamente poniendo en relación las condiciones de producción con lo que está produciendo. Esto sin lugar a duda ...

**Pregunta M. Restrepo:** Quisiera hacerle algunas preguntas sobre su método ... qué buscamos al aplicar estos tipos de procesos de análisis?

**Respuesta E. Verón:** Qué buscamos, es difícil contestar en general, porque en cada investigación se busca una cosa determinada.

Por ejemplo en la exposición del Pompidou, el objetivo era muy concreto: ayudar a la Biblioteca Pública de Información del Centro a organizar mejor las exposiciones, a comprender mejor cómo funcionan, a utilizarse según se quiera y a organizarlas de acuerdo al tipo de tema de que se trate ... Ese es un objetivo muy concreto ... querían comprender mejor cómo funciona la exposición como un medio de masas. El intento, entonces fue, aplicando este modelo que aquí hemos discutido, comprender qué significa exponer; para esto uno puede aplicar perfectamente la Teoría de la Enunciación. Exponer significa presentar. Esta es una problemática importante para una institución cultural como el Centro Pompidou que pretende hacer divulgación cultural.

Se trató de mostrar cómo organizar una exposición es para el organizador constituirse como enunciadore de lo que expone. Y también, se logró mostrar que hay muchas maneras de visitar una exposición. No hay una sola manera. La gente negocia la visita.

Visitar una exposición es un juego de discurso con la cultura. Otro interés era generar una tipología de modos de lectura que mostrara cómo diferentes personas se apropian una exposición de manera completamente diferente y en algunos casos sin ninguna relación con las intenciones del expositor ...

En fin un objetivo de investigación puede ser querer comprender mejor qué es lo que está ocurriendo o cuál es realmente el modo de funcionamiento de tal o cual medio en relación con tal o cual sector de la sociedad, etc.

**Pregunta M. Restrepo:** Sería posible, dentro de ciertas preocupaciones de la Semiología en América Latina, hacer investigación para tratar de encontrar elementos que están en el trasfondo de toda producción de discurso ... develar ideologías existentes ...?

**Respuesta E. Verón:** Sí. Todas esas posibilidades pueden presentarse. Uno puedo hacer una investigación para comprender mejor el funcionamiento de ciertos aspectos de una ideología determinada; como era lo que me interesaba en una época, relacionar ciertos fenómenos de la comunicación de masas como por ejemplo, el surgimiento de semanarios llamados modernos de América Latina y articular este fenómeno, este discurso que aparece en un momento determinado, que tiene ciertas características, que construye la realidad de una manera particular, articularlo —digo— con la evolución de la estructura social y de la constitución de un sector de clase ... éso me permite comprender cuál es la relación entre esa modalidad ideológica y la evolución social ... Pero la semiología puede tener un poder de aplicación que la gente no se da cuenta ... Además desde el inicio de la semiología ésta ha tenido una vocación de desmitificación ...

**Pregunta M. Restrepo:** El método que Ud. está siguiendo, aun cuando ha sido manejado concretamente con los medios masivos, podría aplicarse a otros tipos de discursos, no masivos?

**Respuesta E. Verón:** El método se puede aplicar a cualquier fenómeno discursivo, masivo o no masivo. Por ejemplo cuando uno lo aplica al análisis de un sujeto al cual yo le hago una entrevista, los instrumentos con los que recojo el material para estudiar el reconocimiento no son encuestas de opinión, por supuesto, sino entrevistas no directivas muy largas, etc. Ese discurso que uno recoge ahí no es masivo, es la palabra individual, pero nada impide analizarlas con los mismos métodos, claro que teniendo en cuenta todas las diferencias y las especificidades; evidentemente el discurso de una persona no es lo mismo que un mensaje de radio o un programa de televisión.

Siendo totalmente diferentes, las estrategias metodológicas generales y las implicaciones de la noción de discurso me parecen que son las mismas. Todos los fenómenos de enunciación están presentes en la palabra de un individuo del mismo modo que en la palabra de un presentador. Los dos dicen yo ...

**Pregunta M. Restrepo:** Si la ciencia se define por su objeto y su método, cuál sería un posible objeto de estudio de la comunicación?

**Respuesta E. Verón:** Yo diría que el objeto sería el discurso social. No veo que otro objeto pueda uno indicar. O si se quiere, el sentido como sistema productivo. Yo no diría otra cosa. Por mi parte no hablaría de comunicación. Habrá notado que no utilizo casi nunca esa palabra, salvo cuando se habla de comunicación de masas donde la fórmula ya está establecida.

**Pregunta M. Restrepo:** Por qué?

**Respuesta E. Verón:** Porque está contaminada de hipótesis que no me gustan. Si yo pregunto qué es la comunicación me dicen que es una cosa que pasa de un emisor a un receptor. Todo mi modelo indica que éso no sucede. El modelo está fundado en el desajuste entre la producción y el reconocimiento.

**Pregunta M. Restrepo:** Pero sigue siendo comunicación ...

**Respuesta E. Verón:** Si usted quiere ... pero en todo caso no es esa comunicación que consiste en el hecho de que un emisor quiere comunicar algo y construye un mensaje para transmitírselo a un receptor ... Esa es la definición corriente. Mi hipótesis es justamente que esa comunicación no existe. Que lo que comprende el receptor nunca es exactamente lo que pretendía el emisor, siempre es diferente.

**Pregunta G. Rey:** Quizás porque en la raíz misma de lo que se denomina tradicionalmente comunicación, por ejemplo en la Teoría de la Información, se estaba trabajando básicamente sobre sistemas cerrados. Aquí hay una especie de explosión —en los planteamientos que usted hace— ya sea en las numerosas posibilidades de la producción de los discursos como en las múltiples y diversas lecturas posibles ..., se rompe completamente ese sistema cerrado y hablaríamos de sistemas abiertos en cuyo centro existe el problema del sentido, de la significación, el cual no era pertinente para la Teoría de la Información ...

**Respuesta E. Verón:** No lo es, efectivamente ... El problema es que todo fenómeno social es abierto. El sistema cerrado del término información es una ilusión de ingenieros.

**Pregunta G. Rey:** Una ilusión posible de manipular dentro del espacio en el cual ellos trabajan.

**Respuesta E. Verón:** Sí, en el espacio del sistema mismo. Pero a partir del momento en que hay un utilizador del sistema éste se rompe. Eso se ve por ejemplo con el análisis de la manera cómo la gente utiliza la pantalla de los ordenadores domésticos, de los computadores domésticos. Extraordinaria la mitología que genera una pantalla de computador!

**Pregunta G. Rey:** Dentro de sus últimos trabajos de semiología aplicada, éste último de la telemática abre una serie de preguntas importantes no solamente en los países donde el fenómeno está teniendo una gran difusión sino también en nuestros países de América Latina donde no se trata de una posibilidad tan lejana e irrealizable ...

**Respuesta E. Verón:** Bueno, ése fue un estudio realizado —ya está casi terminado— para la RATP (Régie autonome de transport parisien, METRO), que es una empresa un poco especial, digamos que de vanguardia desde el punto de vista científico y tecnológico. Los transportes en París —que son los mejores del mundo— se interesan, entre otras cosas, por lo que en Francia se llama la “telemática doméstica”, que ya existía experimentalmente hasta el año pasado en una zona cerca de París y que desde ahora se instalan a razón —creo— de 200.000 terminales por año. Lo que le interesaba a la RATP era uno de los servicios de la telemática doméstica: su uso en los transportes. Uno puede consultar el computador, por ejemplo, para saber qué bus tomar para ir a algún sitio. Como la RATP está necesariamente presente en el servicio de la telemática doméstica, les interesa saber de qué modo se está presente, qué es lo que hay que hacer con ese medio, qué tipo de programas hay que elaborar, etc. Lo que hicimos fue llevar a cabo un análisis de los programas y entre otras cosas de una cuestión fundamental: quién es el que habla de esas pantallas extrañas, quién es el enunciador de ese saber que se transmite ... Hemos vuelto a utilizar ciertos elementos que yo había trabajado hace ya varios años cuando me preocupé por el tema de la neurosis —por ejemplo Bateson— y que después abandoné al interesarme por los medios de comunicación masivos ... Nuevamente han vuelto ya que son extremadamente útiles ... Así, en este trabajo de la RATP íbamos a las casas de la gente y hacíamos una entrevista familiar (la entrevista en realidad era hecha por psicoanalistas formados en la Escuela de Palo-Alto), para tratar de entender cómo funcionaba la dinámica familiar respecto a ese extraño aparato que les habían puesto en su casa.

Siempre es el mismo esquema: Tratar de describir el tipo de discurso en términos de sus reglas de producción, y por otro lado tratar de entender cómo la gente se apropia, bien o mal, de ese discurso.

Desde el punto de vista más teórico, justo antes de venir a Bogotá, terminé un libro que es un análisis de las estrategias discursivas en la elección presidencial de Mitterand. Es un análisis del proceso durante unos seis meses más o menos y sobre los grandes momentos y las estrategias de los distintos candidatos tal como se manifiestan en los medios, sobre todo en las grandes emisiones televisivas; y a partir de esas descripción tratar de comprender cómo se fueron estructurando las estrategias y por qué ganó Mitterand. Hay allí, igualmente, una especie de teoría de lo que es el discurso político como algo muy diferente a la información. El libro a que me refiero se llama "*Le corps du Président*".

**Pregunta M. Restrepo:** Cómo vé el proceso investigativo sobre estos temas en América Latina?

**Respuesta E. Verón:** Me resulta muy difícil contestar esta pregunta porque durante estos últimos tres o cuatro años he estado muy mal informado, puesto que he viajado menos por cuestiones de trabajo. Yo conozco un poco mejor al Brasil ya que he podido estar en varias de sus Escuelas de Comunicación. Pero por ejemplo a Colombia, hace ocho años que no venía ...