

REPRESENTACIONES SOCIALES Y MEDIACIONES: UNA LECTURA CRÍTICA DESDE LA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA DE COMUNICACIÓN

SOCIAL REPRESENTATIONS AND MEDIATIONS: A CRITICAL READING FROM THE LATIN-AMERICAN COMMUNICATION PERSPECTIVE

Rainer Rubira García
Belén Puebla Martínez

Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. España/Spain

rainer.rubira@urjc.es

belen.puebla@urjc.es

Recibido/Received: 16/06/2017

Modificado/Modified: 02/10/2017

Aceptado/Accepted: 10/10/2017

RESUMEN

El texto realiza una interpretación crítica del concepto de representaciones sociales y su valor heurístico, como categoría importante para comprender procesos de comunicación y de significación en la actualidad, mediante la contrastación de escuelas, autores y aportes de conocimientos desde un análisis crítico bibliográfico-documental en profundidad. En ese sentido, se propone una revisión teórica de los vínculos de las representaciones sociales con términos muy cercanos como actitud, imagen, opinión, estereotipos, percepción social, ideología y habitus, intentando establecer límites epistemológicos entre ellos. Luego, nos centramos en particular en las conexiones entre representaciones y mediaciones desde la perspectiva latinoamericana en Comunicación como campo. Así, vemos como se evidencia cierta complementación entre las categorías cuya exploración puede resultar interesante para el desarrollo de las mediaciones como sistema teórico relevante para entender fenómenos de inter-subjetividad.

PALABRAS CLAVE

Representaciones sociales; mediaciones; crítica; Comunicación; América Latina.

SUMARIO

1. Introducción. 2. El concepto de representaciones sociales. 3. Componentes de las representaciones sociales. 4. El consenso en las representaciones sociales: núcleo y periferia. 5. Representaciones sociales y conceptos afines. 6. Procesos de comunicación, mediaciones y representaciones sociales: una visión latinoamericana. 7. Conclusiones. Bibliografía.

ABSTRACT

The text conducts a critical interpretation of the concept of social representations and its heuristic value, as an important category to understand processes of communication and meaning today, by contrasting schools, authors and contributions of knowledge from an in-depth critical bibliographical-documentary analysis. In this regard, we propose a theoretical revision of the links between social representations and very close terms such as attitude, image, opinion, stereotypes, social perception, ideology and habitus, trying to establish epistemological limits between them. Then, we focus in particular on the connections

between representations and mediations from the Latin American perspective in Communication as field. Thus, we see a certain bonding between the categories whose exploration may prove interesting for the development of mediations as a relevant theoretical system to understand inter-subjectivity phenomena.

KEYWORDS

Social representations; mediations; review; Communication; Latin America.

CONTENTS

1. Introduction. 2. The concept of social representations. 3. Components of social representations. 4. The consensus in social representations: core and periphery. 5. Social representations and related concepts. 6. Communication, mediations and social representations processes: a Latin American vision. 7. Conclusions. References.

1. INTRODUCCIÓN

Las representaciones sociales se colocan entre los objetos y los sujetos articulándolos a través de un engranaje dialéctico de constricciones y habilitaciones. De tal suerte, las representaciones juegan un papel esencial en la comunicación al igual que en la realización de otras prácticas cotidianas.

Una representación no solo actúa sobre los intercambios comunicativos sino que, además, surge de estos. “Como proceso y forma de organización de la subjetividad social, las representaciones generan espacios de comunicación que llegan a instituirse en la sociedad; sin embargo, las representaciones sociales se forman y evolucionan en el propio proceso de comunicación. Por tanto, entre las representaciones sociales, la comunicación y la producción del conocimiento social se produce una relación de recursividad.” (González, 2002: 118).

La importancia de las representaciones para la comprensión de los fenómenos de la comunicación fue establecida entre otros por Serge Moscovici, quien, en 1970, indicó que el principal interés de la psicología social era estudiar los temas vinculados con la ideología y la comunicación, “ordenados según su génesis, su estructura y su función.” (Moscovici, 1985: 19).

En este texto, desde un análisis bibliográfico-documental en profundidad de escuelas, autores y aportes fundamentales, haremos una reflexión crítica sobre el concepto de representaciones sociales, sus componentes y su lógica consensualista, en tanto propuesta para entender procesos de inter-subjetividad en la contemporaneidad. Luego, abordaremos su relación con otros conceptos afines de filiación socio-psicológica como actitud, imagen, opinión, estereotipos, percepción social, ideología o habitus, indicando semejanzas y diferencias. Por último nos centraremos, en particular, en la relación de las representaciones sociales con el término de mediaciones, una categoría central de la llamada Escuela Latinoamericana de Comunicación dentro de la perspectiva culturalista hegemónica en la investigación sobre procesos comunicativos en la actualidad.

La hipótesis del trabajo se centra en la constatación de diferencias epistemológicas entre los conceptos de representaciones sociales con otros muy cercanos y en el valor heurístico de las mediaciones en tanto herramienta teórica significativa para estudiar la inter-subjetividad.

2. EL CONCEPTO DE REPRESENTACIONES SOCIALES

En una representación social el significado y el significante son aspectos indisolubles de un mismo fenómeno. De tal modo, todas las representaciones tienen un carácter dual. Lo anterior hace que la estructura de la representación aparezca desdoblada, con “dos caras tan poco disociables como el anverso y el reverso de una hoja de papel: la cara figurativa y la cara simbólica” (Moscovici en Jodelet, 1986: 476). A cada componente figurativo le corresponde un sentido y viceversa.

La relación dialéctica entre los elementos imagéticos y semánticos que se establece al interior de la representación trae consigo una consecuencia notable: no es posible estudiar la estructura sin tener en cuenta su significado intrínseco, significado en el que pesan tanto los factores internos del sujeto como los externos provenientes del entorno.

La representación se constituye como una amalgama de criterios, opiniones, esquemas, valoraciones y reflexiones referidos a un objeto particular. “En tanto que fenómenos, las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas, más o menos complejas. Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. Y a menudo, cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de nuestra vida social, las representaciones sociales son todo ello junto” (Jodelet, 1986: 472).

Podría parecer a algunos que, siendo una amalgama de elementos, las representaciones se encuentran dispuestas al azar; sin embargo, estas se distinguen, entre otras cosas, por su alto grado de organización estructural. Tanto es así que de no estar bien organizado el conjunto de sus componentes, o sea, los criterios, opiniones, esquemas, valoraciones, reflexiones, etc., no se puede hablar de representación social verdadera.

En tal caso se trataría de un grupo de imágenes más o menos inconexas sobre algo específico y no de una representación. Las representaciones son sistemas de entropía negativa.

3. COMPONENTES DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES

De acuerdo con Moscovici, existen tres ejes que articulan a todas las representaciones: la actitud, la información y el campo de la representación. Estas tres dimensiones, aun cuando son distintas, guardan una estrecha relación dialéctica entre sí, de manera que una no puede verse desligada de la otra.

La dimensión actitudinal consiste en “la orientación global en relación con el objeto de la representación” (Moscovici, 1979: 47). Esta orientación es evaluativa y se expresa como una disposición favorable o desfavorable, positiva o negativa, intensa o endeble hacia el objeto en cuestión. La actitud garantiza el componente afectivo de la representación y le imprime movilidad y emoción. Además, es “la más frecuente de las tres dimensiones y, quizás, la primera desde el punto de vista genético” (Moscovici, 1979: 49).

Recordemos que una actitud “es un estado mental y neural de disposición, organizado a través de la experiencia, que ejerce una influencia directiva o dinámica sobre las respuestas del individuo ante los objetos y situaciones con los cuales se relaciona” (Allport en Rodríguez, 2001: 93). También se ha dicho que la actitud es “la vivencia psicológica que el

individuo experimenta hacia el valor, la importancia y el sentido del objeto social” (Andreeva, 1984: 307).

Primero, hay factores del entorno presentes en las situaciones concretas en las que se desenvuelven los individuos que deben ser tomados en cuenta, pues forman parte de la representación como proceso y por tanto juegan un papel importante. Segundo, el contexto modela el sistema de actitudes y viceversa, en una interacción infinita.

Tercero, como bien demostró La Pierre en su experimento de 1934 mediante su famosa paradoja, las actitudes no guardan un vínculo directo y mecánico con la acción de los sujetos. Desde ahora es preciso decir que las representaciones tampoco. Las representaciones son una guía, un abanico de posibilidades indexicales para la práctica pero no una causa en sí mismas.

La segunda dimensión, la informativa, nos habla de “la organización de los conocimientos que posee un grupo con respecto a un objeto social” (Moscovici, 1979: 45), objeto de la representación, vale aclarar. Esa información varía en sus fuentes de origen, calidad y cantidad de acuerdo con la posición que guarda el grupo acerca del objeto y el tipo de relación que los vincula a ambos.

“Así, la información que surge de un contacto directo con el objeto, y de las prácticas que uno desarrolla en relación a él, tiene unas propiedades bastante diferentes de las que presenta la información recogida a través de la comunicación social” (Ibáñez, 1988: 47). Al tener un contacto próximo con el objeto de la representación, más allá de meras referencias comunicativas, los sujetos, reunidos en un grupo social específico, tienen a la mano un repertorio de informaciones de índole más vivencial.

Moscovici ha explicado que las representaciones son propias de las sociedades modernas en las cuales se movilizan un sinnúmero de informaciones sin tiempo a que sedimenten y consoliden. En una investigación efectuada por Denise Jodelet en 1976 acerca de la representación social del cuerpo, esta concluyó que, como el discurso sobre el objeto en ese caso era tan heterogéneo y poco abundante, se hacía casi imposible obtener categorías de valor analítico.

En su lugar, Jodelet decidió realizar a posteriori una caracterización de las fuentes de información que alimentaban la representación del cuerpo en los grupos que sometió a estudio. Dicha variante, que puede utilizarse cuando se procede a descubrir la dimensión informativa de la representación, más que las propias informaciones desea establecer los lugares de su procedencia como vía para revelar la naturaleza del lazo que une al sujeto y al objeto.

Según Jodelet, con la variante empleada por ella: “el objetivo era determinar, independientemente del contenido expresado, los diferentes tipos de fuentes de información de las cuales procedía ese contenido. En lugar de intentar explorar el qué se dice se buscaba responder al de dónde sacó lo que dice. Al enfocar los datos desde esta perspectiva, se enfatizaban los fundamentos y la forma de organización de las representaciones, subordinando los contenidos de los enunciados al proceso de su elaboración y poniendo en evidencia la estructura del discurso” (en Banchs, 1990: 197).

Más adelante Jodelet generalizó sus resultados e identificó las fuentes globales de las que procedían las informaciones en su investigación. Estas fuentes van de lo personal a lo impersonal y condicionan los tipos de informaciones posibles de acuerdo con la autora, a saber:

- a) informaciones procedentes de las vivencias del propio sujeto con el objeto.
- b) informaciones procedentes de lo que piensa el sujeto sobre el objeto expresadas mediante arquetipos y roles prefijados asignados a ese objeto.

c) informaciones obtenidas a través de la comunicación social y la observación.

d) informaciones sacadas de conocimientos adquiridos a través de mecanismos institucionales de carácter más formal como los estudios académicos, la profesión del sujeto, etc. (en Banchs, 1990: 198-199).

Al referirse al método desarrollado por Jodelet para el análisis de las informaciones al interior de una representación social, la venezolana María Auxiliadora Banchs ha dejado claro que funciona mejor para la investigación con objetos-temas que tocan la esfera íntima de las personas, como puede ser el cuerpo, pues la gente parece más sensible ante tales asuntos y los datos y experiencias que revelan son más escasos, cerrados e individuales (Banchs, 1990: 199).

La representación se distingue por ser una simplificación que los individuos hacen de la realidad que les rodea. De ese modo, el campo de la representación, el último de los ejes definidos por Moscovici, “nos remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de proposiciones que se refieren a un aspecto preciso del objeto de la representación” (Moscovici, 1979: 46). Esta dimensión estructural contribuye a configurar el orden y la jerarquía de los elementos que integran el contenido de las representaciones sociales. El campo de la representación, en donde se asientan las imágenes sobre el objeto, es, con mucho, la dimensión más compleja.

Siguiendo al propio Moscovici, el campo de la representación se subdivide en periferia y núcleo figurativo, también denominado esquema figurativo. Este esquema o núcleo es la parte más estable de toda representación y, como su nombre lo indica, aglutina en torno a sí la diversidad de criterios, opiniones, esquemas, valoraciones, reflexiones, de los cuales, además, emerge. Las imágenes que conforman el campo de la representación y, en particular, su núcleo figurativo, hacen posible que las personas conciban una visión más cercana del objeto, a través de un tránsito representacional que va de lo abstracto a lo concreto.

Los sujetos tienden a objetivar -y esta es una palabra fundamental como veremos más adelante- a hacer accesible mediante íconos familiares lo que les pueda parecer extraño por su carácter novedoso o difícil en un momento específico.

En consecuencia, las representaciones poseen entre sus funciones integrar objetos como las tecnologías mediáticas, que surgen y se presentan en la contemporaneidad como extensiones del hombre, para usar una frase de McLuhan.

4. EL CONSENSO EN LAS REPRESENTACIONES SOCIALES: NÚCLEO Y PERIFERIA

En parte, una representación es una construcción social y, en ese sentido, el núcleo figurativo nace de los entramados del consenso. Ahora bien, ese consenso ni tiene por qué ser homogéneo ni implica la inexistencia de fuertes diferencias inter-individuales entre algunos sujetos del grupo en relación con el objeto de la representación.

La idea del núcleo figurativo ha sido uno de los aspectos más originales y controvertidos dentro de la perspectiva de las representaciones sociales no por gusto.

Jean Claude Abric, a la cabeza del Grupo de MIDI, apoyándose en la obra de Moscovici, desarrolló en 1976 la llamada teoría del núcleo central. Por su relevancia a continuación vamos a abordar algunos de los principales aspectos de esta propuesta.

Para la teoría del núcleo central, los elementos representacionales se organizan alrededor de un cuerpo vertebral, que puede estar constituido por una o más unidades que anclan el significado de la representación como sistema.

Todas las representaciones se articulan en torno al núcleo central o núcleo estructurante, con dos funciones capitales:

a) función generadora: el núcleo transforma y hasta crea la significación de los otros elementos constitutivos de la representación.

b) función organizadora: el núcleo determina la naturaleza de los lazos que unen los elementos de la representación actuando como agente unificador y estabilizador de la representación (Abric, 2001)

El núcleo central es la parte más estable de una representación y garantiza su consistencia. Por ello, es quien resiste los cambios y le otorga singularidad a la representación. Cualquier modificación del núcleo central implica la transformación de la representación en otra distinta.

La identificación del núcleo central hace posible el estudio comparativo de las representaciones. “Para que dos representaciones sean diferentes, deben estar organizadas alrededor de dos núcleos centrales distintos. La simple identificación del contenido de una representación es pues insuficiente para reconocerla y especificarla. Es la organización del contenido lo que es esencial: dos representaciones definidas por un mismo contenido pueden ser radicalmente diferentes si la organización de ese contenido, y luego la centralidad de ciertos elementos, es distinta” (Abric, 2001).

El núcleo central tiene rasgos cuantitativos según la perspectiva de Abric y también rasgos cualitativos. Para este autor el número de vínculos cuantificables que mantiene un elemento representacional con los demás es un indicador pertinente de su centralidad, subrayando así la postura experimental de la escuela de Aix-en-Provence.

La naturaleza del núcleo central viene dada por el tipo de objeto representado, por la relación que el sujeto mantiene con dicho objeto y, también, por el sistema de valores y normas sociales que forman el entorno ideológico y material que rodea a los individuos.

Además, de acuerdo con los propósitos de la tarea que moviliza a la representación, ese núcleo tendrá una dimensión funcional en casos de situaciones cuya finalidad sea en lo fundamental operatoria o, por el contrario, tendrá una dimensión normativa cuando las tareas se refieran más a prácticas socio-afectivas e ideológicas.

Para Abric, las representaciones sociales están integradas, asimismo, por elementos periféricos dispuestos alrededor del núcleo central. Estos constituyen, de hecho, la mayor parte del contenido de la representación y su lado más accesible y concreto.

La periferia incluye informaciones retenidas por los sujetos, recogidas y subjetivadas, juicios, opiniones, estereotipos y creencias. Algunos de los elementos periféricos están más próximos al núcleo y por tanto juegan un papel más relevante en el significado global de la representación; los elementos periféricos más alejados del núcleo ilustran y aclaran ese significado.

Contrario a lo que muchos pudieran pensar la periferia es tan importante para una representación como lo es su núcleo central. Los elementos periféricos protegen al núcleo y contribuyen a la flexibilidad y adaptabilidad de la representación. La periferia cumple tres funciones generales:

a) función de concreción: constantemente la periferia vincula a la representación con el contexto inmediato en el que se desenvuelve, actualizándola.

b) función de regulación: los elementos periféricos hacen posible la adaptación de la representación a las evoluciones del contexto, facilitando su movilidad.

c) función de defensa: la periferia protege al núcleo central de la representación para evitar su completa transformación. La periferia amortigua los cambios y permite que la representación se adapte a ellos sin que se modifique en lo profundo.

A esta función Flament, otro representante de la perspectiva estructuralista del Grupo de MIDI, la ha llamado función de parachoque (Abric, 2001).

La doble estructura atribuida dentro de la teoría del núcleo central a las representaciones sociales tiene una connotación significativa en tanto revela por qué estas son al mismo tiempo flexibles y estables, individuales y colectivas, con contradicciones internas que las mantienen vivas, rasgo que Moscovici ha denominado polifasia cognitiva.

A pesar de los criterios cuantitativos, cognitivistas y un tanto deterministas de los autores de Aix-en-Provence, los aportes de Abric y Flament, entre otros, han sido descollantes y deben ser tomados en consideración, en especial por el enriquecimiento que han hecho a la dimensión más importante de las representaciones sociales, al campo de la representación. Por sus trabajos hoy se puede responder sin dificultad a los que criticaron el aparente consensualismo de tipo homogeneizante promovido por la teoría de las representaciones sociales, empezando por Bourdieu.

En tanto sistema, debe quedar claro, la representación social tiene contradicciones internas lo cual no impide su estabilidad, por el contrario, la facilita.

5. REPRESENTACIONES SOCIALES Y CONCEPTOS AFINES

La teoría de las representaciones sociales se sustenta en una categoría central que en sí misma es policonceptual. La representación está compuesta por criterios, opiniones, esquemas, valoraciones, reflexiones, estructurados en actitudes, informaciones e imágenes. Se trata de un sistema en el cual la suma de las partes da lugar a un todo nuevo, superior desde el punto de vista cualitativo. Este rasgo multifactorial ha suscitado enconados debates.

Muchos han afirmado que las representaciones no aportan nada en la explicación de fenómenos que ya de algún modo abordan formulaciones como las de actitud, imagen, opinión, estereotipos o percepción social. Recordemos que “para la teoría de las representaciones sociales, el sujeto es un grupo social inmerso en un contexto histórico, ideológico y cultural, aunque los individuos se apropian de los conocimientos elaborados colectivamente. De esta manera, los aspectos cognitivos de las representaciones sociales incluyen la pertenencia del sujeto a un grupo y su participación en la cultura” (Castorina, 2016: 1).

Al igual que las representaciones, las actitudes se refieren a disposiciones de tipo cognitivo y afectivo hacia un objeto. Dichas disposiciones juegan un papel importante, aunque no decisivo, en la orientación de las conductas y participan en la conformación de los criterios que los sujetos se construyen sobre el objeto.

Hasta aquí no parece haber grandes diferencias entre representaciones y actitudes. Ahora bien, las actitudes suponen la existencia de un estímulo previo hacia el cual se reacciona o se responde con la asistencia de ellas. En cambio, las representaciones no ven al estímulo separado de la respuesta, como tampoco entienden al objeto opuesto al sujeto.

Una representación se articula como tejido conectivo entre ambos, entre sujeto y objeto, incluyéndolos en una perspectiva holística. Las actitudes se han concentrado en el plano de los individuos, favoreciendo en la práctica la investigación o bien de la dimensión emotiva o bien de la cognitiva, menospreciando en general la significación de los aspectos culturales y sociales dentro de una tendencia en extremo psicologista.

En cuanto a la noción de imagen la situación es un tanto distinta. Este término fue empleado por Moscovici en el título de su tesis doctoral como sinónimo de representación social por comodidad en la redacción. Sin embargo, esto no quiere decir que desde el punto

de vista teórico ambos conceptos sean equivalentes ni que se transmuten. Para algunos como Tomás Ibáñez (1988: 62), la imagen, más relacionada con mecanismos perceptivos, es simple reproducción mental mientras que la representación es construcción activa.

Con frecuencia también se ha explicado que las representaciones por definición tienen que ser compartidas mientras que las imágenes no: las imágenes pueden ser individuales y no sociales; las representaciones son sociales por naturaleza.

De todos modos, en tanto el término de imagen ha evolucionado en el tiempo y ha demostrado ser muy maleable, con estudios como los de imagen pública por ejemplo, los autores que lo defienden en oposición al concepto de representación social han logrado en determinados casos rebatir estos argumentos.

No obstante, nadie ha podido contradecir el hecho de que, contrario a las imágenes, más puntuales y conformadas por disímiles sensaciones, las representaciones son formas de conocimiento de sentido común que se constituye en y para la práctica cotidiana de los individuos en un corpus que incluye a las propias imágenes. La imagen no existe necesariamente para la acción social mientras que la representación sí.

Hay que considerar, además, que cuando en representaciones se habla de imagen no siempre se alude al término clásico. Al Moscovici apuntar que “una representación es una organización de imágenes y de lenguaje porque recorta y simboliza actos y situaciones que son o se convierten en comunes” (1979: 16), está utilizando el vocablo imagen en el sentido de imaginario, de figuración.

La imagen en el campo de la representación social es entendida a veces como conjunto figurativo, como el componente que indica el trabajo de la imaginación, de la creación subjetiva en el individuo o el grupo.

Por su parte, las opiniones muestran cómo los hombres fijan su posición frente a ciertos elementos concretos de un fenómeno u objeto de la realidad. Los investigadores que abordan la opinión no ignoran las mediaciones del entorno ni de los grupos que someten a análisis, como tampoco los teóricos de las representaciones sociales. El asunto radica en los niveles de generalización y, al mismo tiempo, de síntesis que la representación como concepto incorpora en comparación con las opiniones.

Para Moscovici las representaciones son como “universos de opiniones” (en Banchs, 1984: 6), pero las opiniones son más específicas y, por esa razón, más cortas de vida. Una representación perdura, en medio de la movilidad que la caracteriza, manteniéndose y renovándose gracias a su doble estructura que la hace estable y dinámica.

Los estereotipos difieren de la representación en dos aspectos: en la función y, más aún, en el grado de dinamismo que poseen. El estereotipo es un esquema petrificado de la subjetividad que sirve para legitimar la actuación del individuo y reducir las contradicciones entre su yo interno y el mundo circundante.

Las representaciones se utilizan para comprender y practicar el entorno y no tanto para defender el statu quo imperante. Los estereotipos son casi inamovibles aunque -y esto es interesante- muchos de ellos nacen de la decantación de algunas representaciones sociales que sufren un proceso de endurecimiento bajo ciertas circunstancias. “Un estereotipo sería una representación social sobre los rasgos típicos de un grupo, clase o categoría social” (Ursúa y Páez, 1987: 222).

Todo estereotipo es una representación pero no toda representación es un estereotipo. La representación es activa y cambiante, a la vez que fuerte y unida, pues su organización interna se lo permite. Esto posibilita que cumpla varias funciones en el actuar cotidiano de los sujetos, muchas más de las que tienen los estereotipos.

Una representación puede sufrir transformaciones y, en ocasiones, hasta puede ser sustituida por otra muy distinta; los estereotipos, sin embargo, se distinguen por su alto grado de aletargamiento.

La percepción social apunta a la manera en que los sujetos atribuyen rasgos a un objeto blanco de su interés. En el fondo, la percepción continúa demasiado apegada a los mecanismos de sensorialidad con lo cual no alcanza a mostrar cómo se produce la reelaboración que cada persona hace de los objetos que asume como cercanos. En contraste, las representaciones han intentado suplir esta deficiencia de las percepciones sociales e ir mucho más allá para contribuir a revelar los intercambios simbólicos de la cotidianidad.

A las nociones teóricas que hemos discutido hasta el momento, vinculadas a las representaciones como constructos, podemos agregar dos más: las categorías de ideología y habitus.

Las ideologías son fenómenos del pensamiento social que, en un sentido abarcador, conducen la interpretación de los grupos sobre el entorno. Así, anclan las conductas a ciertos modelos subjetivos como mismo hacen las representaciones. No obstante, en contraposición a estas, las ideologías son más generales, o sea, se localizan en planos más bien absolutos mientras que las representaciones son más puntuales, tanto por los grupos en donde se generan como por el objeto-tema en sí. En adición, una ideología no parece tan cercana a la práctica como una representación.

Althusser, Moscovici y otros coinciden en que “las representaciones sociales constituyen la forma concreta en que se manifiestan las ideologías cuando estas se encaran con un objeto social específico” (Ibáñez, 1988: 57). Lo anterior no implica que la representación tenga cobija dentro de la ideología como si esta fuera un término sombrilla.

Las ideologías y las representaciones poseen desenvolvimientos propios aun cuando es cierto que ambas se interrelacionan de modo directo.

Las representaciones se asemejan a los textos, siempre tematizados, mientras que la ideología sería como el código, que es más abstracto (en Ibáñez, 1988: 59). Investigar las representaciones deja acceder a las dinámicas ideológicas de un conglomerado humano; al revés, descubrir el basamento ideológico de un grupo, permite entender sus representaciones.

Representaciones e ideologías se afectan mutuamente, y eso no podemos olvidarlo, pero es válido estudiarlas por separado pues está claro que el análisis de un texto no revela todas las potencialidades de un código como tampoco desmontar un código garantiza el conocimiento de los textos que puede originar.

También muy atado al concepto de representación e ideología está el habitus. Más cercano a los mecanismos de clase y a las condiciones objetivas de desarrollo de los individuos que las ideologías, el habitus da cuenta de los esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción de una colectividad.

El *habitus*, un aporte de Pierre Bourdieu, ha puesto en evidencia cómo se engarzan los elementos de la materialidad social con la conciencia social. “El habitus sistematiza el conjunto de las prácticas de cada persona y cada grupo, garantiza su coherencia con el desarrollo social más que cualquier condicionamiento ejercido por campañas publicitarias o políticas. El habitus «programa» el consumo de los individuos y las clases, aquello que van a «sentir» como necesario. Lo que la estadística registra bajo la forma de sistema de necesidades no es otra cosa que la coherencia de elecciones de un habitus” (Bourdieu, 2003: 35).

Al igual que sucede con la ideología, la noción de habitus es más genérica que la de representaciones. A su vez, ha estado más próxima al polo de los procesos objetivos a pesar

de los esfuerzos de Bourdieu por tratar de conectar más su propuesta con el universo espiritual de los hombres.

El habitus suministra herramientas para la actuación social desde las determinantes que encuentran los sujetos en su desempeño como entidades productoras de sentido. Los “lugares comunes”, ofrecidos por el habitus, que permiten el encuentro de los individuos en el espacio y el tiempo en que viven, hacen que aquellos “cultivados” en una misma época, aun cuando no estén de acuerdo sobre el significado de los objetos de interés focos de controversias, al menos estén de acuerdo en discutir en torno a los mismos objetos que piensan relevantes (Bourdieu, 2003: 280).

Dentro del habitus se expresan el sexo, la edad, la etnia, las competencias aprendidas para el intercambio con la realidad, en fin, una madeja de mediaciones que habilitan y constriñen los mecanismos de conocimiento del mundo y las prácticas que se llevan a cabo en él.

Desde el habitus es factible explicar la emergencia y naturaleza de las representaciones sobre todo si consideramos que estas son un producto y un proceso lento de decantación de experiencias a la vez que se efectúa a través de mecanismos como el de objetivación o el de anclaje. En tanto construcciones de sujetos activos, hay que decir que las representaciones también pueden llegar a modificar en ocasiones al propio habitus por el recurso de la dialéctica constante que los une de forma inequívoca.

No deben quedar dudas sobre la autonomía del término de representación social por encima de otros que abordan cuestiones similares de la subjetividad y la acción humanas. “Parece razonable aceptar la idea según la cual el pensamiento social está constituido por diversas modalidades particulares que, incluso manteniendo ciertas relaciones entre ellas, poseen sin embargo una personalidad propia y deben ser estudiadas por sí mismas. La representación social constituye sin duda una de esas modalidades y precisa, por lo tanto, de una investigación específica” (Ibáñez, 1988: 60).

6. PROCESOS DE COMUNICACIÓN, MEDIACIONES Y REPRESENTACIONES SOCIALES: UNA VISIÓN LATINOAMERICANA

Para Moscovici buena parte de los conceptos de la psicología social -modo en que también llamó a la psicología social- como representación, actitud, percepción, aprendizaje, etc., eran interdisciplinarios pues hablaban de mecanismos humanos irreductibles a un campo en específico. Marcado por esta idea llegó a decir que “en realidad, la psicología social analiza y explica los fenómenos que son simultáneamente psicológicos y sociales. Este es el caso de las comunicaciones de masas, del lenguaje, de las influencias que ejercemos los unos sobre los otros, de las imágenes y signos en general, de las representaciones sociales que compartimos y así sucesivamente.” (Moscovici, 1985: 19)

Moscovici, Jodelet, Abric, entre otros, al abordar la decisiva participación de las representaciones en las interacciones comunicativas y viceversa, han empleado el término global de comunicación social para referirse a la comunicación de masas y a los intercambios lingüísticos y semánticos que se producen cara a cara. En la perspectiva de las representaciones sociales la comunicación se entiende en su más amplia concepción, tanto a nivel mediático como interpersonal, institucional y grupal. Esto no es casual: estamos en presencia de una propuesta que rechaza el mediacentrismo clásico provocado por el deslumbramiento de la técnica en la sociedad contemporánea, aun cuando no ignora la relevancia de los medios.

Comunicación y representación son inseparables y se afectan de forma mutua e inevitable. En ese sentido, para los teóricos de las representaciones sociales la comunicación no es la mera transmisión de mensajes que plantea el modelo informacional de Shannon y Weaver sino más bien un intercambio en el cual los individuos son entes activos.

La investigación en representaciones ha intentado superar la visión estática del vínculo sujeto-objeto. Así, la realidad se mira en clave terciaria constituida por el sujeto individual, el sujeto social y el objeto, sumergidos todos en un contexto que en gran medida los particulariza. “Una concepción dialéctica de las representaciones sociales permite asumir el enfoque histórico cultural y su influencia marxista: la conjunción de dos teorías distanciadas por contextos e ideologías donde se originaron” (Villamañán, 2016).

Con esta mirada se advierte la existencia de un lazo a modo de espiral infinita entre la actividad social de los seres humanos -dentro de la cual la comunicación es fundamental-, el entorno y los objetos de interés. La lectura psicosocial del mundo que promueve Moscovici, aunque con sus lógicas diferencias, está muy emparentada con la semiótica de Pierce.

De acuerdo con el propio Moscovici su enfoque “presupone una mediación constante.” (1985: 21). Por supuesto, al ubicarse en el punto de contacto entre los imaginarios y las prácticas, como guía socializada para la acción y la comunicación de los sujetos, el constructo de la representación puede vincularse al análisis de las mediaciones propuesto desde América Latina por Jesús Martín-Barbero entre otros, si aceptamos por tales “los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de los medios” (Martín-Barbero, 1987: 233) o, también, el “proceso estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los auditorios con los medios como la creación por el auditorio del sentido de esa interacción.” (Orozco, 1993: 61). Es preciso aclarar que a través de los años se han suscitado, además de estas dos, otras variantes para enunciar y pensar las mediaciones.

Siguiendo el reputado criterio de Manuel Martín Serrano, de la conocida como Escuela de Madrid en Comunicación, la noción de mediaciones “pretende ofrecer un paradigma adecuado para estudiar todas aquellas prácticas, sean o no comunicativas, en las que la conciencia, las conductas y los bienes entran en procesos de interdependencia.” (1986: 23). Por su parte, para Jesús Martín-Barbero, quien cada cierto tiempo renueva la manera de formular qué son las mediaciones, estas constituyen, “ámbitos que se interponen entre la configuración social y la naturaleza de la comunicación.” (2001: 73-74). En la línea de Martín-Barbero, Guillermo Orozco también ha actualizado en numerosas ocasiones su idea de mediación. En general, este autor mexicano considera que “las mediaciones hay que entenderlas como procesos estructurantes que provienen de diversas fuentes, que inciden en los procesos de comunicación y conforman las interacciones comunicativas de los actores sociales.” (Orozco, 2002: 26).

Una mediación se interpone y a la vez canaliza las relaciones entre sujetos y objetos, igual que las representaciones. Ya se hable de mediaciones solamente (en Martín-Barbero y Martín Serrano), haz de mediaciones (Enrique Sánchez Ruiz), mediaciones múltiples o multimediaciones (Orozco), el término siempre se refiere a un espacio condicionante y condicionado dentro del cual se desenvuelven los individuos en sus actividades diarias, incluida la comunicación.

Mediaciones y representaciones permiten deconstruir los inextricables nexos entre los universos interno y externo de los seres humanos. Gracias a la aproximación holística que suponen a la hora de enfrentarse con fenómenos como los de cognición, cultura y comunicación con ambas categorías se ha conseguido superar, al menos desde un punto de vista nominal, la fractura legada por el positivismo en la exploración de esas temáticas.

Pero las fracturas no se han dado solamente motivadas por el positivismo. “El campo crítico de la Comunicación en América Latina, como también ocurrió en Inglaterra, estuvo dividido, en las dos últimas décadas, entre dos perspectivas teóricas que, de hecho, deberían ser entendidas (y frecuentemente lo son) como complementarias: la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura (EPC), heredera del marxismo y del estructuralismo histórico latinoamericano, y los Estudios Culturales (EC), que incorporan una perspectiva antropológica a los estudios comunicacionales” (Bolaño et al., 2016: 154). De tal suerte, hay que entender que el campo de conocimientos está en constante contradicción y, por tanto, evolución epistemológica.

En tanto las representaciones se expresan en y a través de interacciones simbólicas y de otras prácticas concomitantes, admiten el carácter activo y creador de los hombres, como también lo hacen las mediaciones, las cuales han restituido la significación de las subjetividades individuales y sociales.

El retorno al sujeto garantizado por las mediaciones ha sido destacado por Armand y Michelle Mattelart del siguiente modo: “en el horizonte se perfila otro paradigma, el del reconocimiento del sujeto y la pertinencia de una teoría que parte de las percepciones de aquél, de su subjetividad, que acoja las oscilaciones de sentido, que capte la comunicación como un proceso dialogante donde la verdad, que nunca más será única, se desprende de la intersubjetividad.” (1991: 15). No se trata de ignorar las determinaciones contextuales en el desenvolvimiento de las personas sino de rescatar la efectiva capacidad de elección y acción de cada cual. Ese tal vez sea el mérito principal no solo de las mediaciones sino además de las representaciones.

Según Martín Serrano (2004: 161-162), autor centrado en el nivel masivo de la comunicación, existen dos clases fundamentales de mediaciones: unas vinculadas con las funciones de los medios y las otras con la legitimidad de estos como instituciones simbólicas. Las mediaciones aseguran el equilibrio en una sociedad al permitir la correspondencia, así como los reajustes, entre el sistema social y el sistema comunicativo.

El primer tipo de mediaciones se refiere a las cognoscitivas, que posibilitan la integración de los cambios del entorno en las visiones o concepciones de las audiencias. Las mediaciones cognoscitivas ordenan y reordenan los repertorios interpretativos que se utilizan para comprender los aconteceres de la agenda. De esa forma, a través de dicha actualización, se incorporan nuevos elementos a los saberes y normas precedentes.

Las mediaciones estructurales, el segundo tipo, dan cuerpo comunicativo a los aconteceres adaptándolos a la expresividad de cada medio y conduciendo la difusión de hechos de relevancia por los canales establecidos. La realidad mostrada por los medios no es la realidad en sí, se trata de una realidad otra que se digiere en virtud de un pacto negociado entre emisores y receptores. Los medios se legitiman, entre otras cosas, por los modos de producción y los géneros que su estructuración origina.

Las mediaciones se aplican a disímiles prácticas y objetos, a veces divergentes en apariencia pero insolubles al final, como pueden ser la conciencia humana y algunas tecnologías digitales, Internet por mencionar una de ellas. “La mediación propone representaciones del tiempo, del espacio y de lo que acontece. Logra que nuestra conciencia se historicice, es decir que encuadre el conocimiento de la realidad en modelos históricamente determinados. Tales modelos mediadores intervienen para dar sentido a las experiencias concretas que van a ser incorporadas a nuestra visión del mundo; pero también intervienen a nivel de las operaciones mentales generales con las que se manejan esas experiencias.” (Martín Serrano, 2004: 56). Así, no es errado concluir que las mediaciones enlazan y al

mismo tiempo encarnan los componentes que el propio Manuel Martín Serrano define para el análisis de la comunicación: actores, expresiones, instrumentos y representaciones.

Las deudas teóricas del español Martín Serrano con el concepto de representación social de Moscovici son evidentes a pesar de que en ningún momento hay un reconocimiento explícito al respecto.

Ahora bien, más allá del valor operativo, cognitivo y estructural, que el sociólogo hispano da a las mediaciones, en América Latina se ha insistido en la importancia de estas como procesos conectivos e intersticiales. En la región el modelo de mediación ha sido empleado en los estudios de recepción de distintos medios masivos en nuestros países, con énfasis en la televisión. En opinión de Jacks (1994) son cinco las áreas en las que se puede dividir la investigación en comunicación del subcontinente al influjo de la mediación, eje vertebral que sin discusión debe atribuírsele a Martín-Barbero y a su libro *De los medios a las mediaciones* de 1987. Estas áreas en cuestión son: el consumo cultural de García Canclini, los frentes culturales de Jorge González de la Universidad de Colima, la recepción activa del Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística -CENECA- de Chile, el uso social de los medios del propio Martín-Barbero y el análisis de las multimediaciones de Orozco.

Martín-Barbero en un principio señaló un conjunto de mediaciones como la cotidianidad familiar, la temporalidad social, las competencias culturales, los géneros y el habitus que para él actuaban en y desde las interacciones comunicativas. En 1998, en el prólogo a la quinta edición de su obra *De los medios a las mediaciones*, intitolado *Pistas para entre-ver medios y mediaciones*, en respuesta a las complejidades recientes que se presentan en la contemporaneidad diseñó un mapa renovado desde el cual pensar la comunicación.

El mapa relaciona a través de un eje diacrónico o histórico de larga duración a las matrices culturales (MC) con los formatos industriales (FI) y, mediante uno sincrónico, a las lógicas productivas (LP) con las competencias de recepción o consumo (CR). Las mediaciones intervienen entre estos factores como sigue: “las relaciones entre MC y LP son mediadas por distintos regímenes de institucionalidad, mientras las relaciones entre MC y CR están mediadas por diversas formas de socialidad. Entre las LP y los FI median las tecnicidades, y entre los FI y las CR median las ritualidades.” (Martín-Barbero, 1998: xvi).

La institucionalidad se asocia con la evolución de la sociedad civil que se ha fortalecido luego de la revolución industrial y la consolidación del capitalismo como sistema hegemónico e indica intereses contrapuestos de individuos reunidos en un pacto o contrato social para el bien común; la socialidad opera tanto desde los intercambios del día a día, que anclan la praxis comunicativa a circunstancias específicas, como desde la situación que ocupan unos grupos en oposición a otros; las tecnicidades remiten más a la sedimentación de conocimientos y a las destrezas consensuadas en el uso de objetos que a instrumentos o a aparatos y, por último, la ritualidad alude al ritmo semántico que se da en la perenne repetición e innovación de las prácticas.

Por su parte, en un intento por acceder empíricamente a las mediaciones, Orozco (1991, 2004) ha identificado un total de cinco, a saber:

a) mediaciones tecnológicas: dadas por los rasgos técnicos de cada medio y las estrategias discursivas que estos emplean para llegar a las audiencias. En el caso de la televisión se habla de mediaciones video-tecnológicas.

b) mediaciones cognoscitivas: ubicadas en el orden personal y privado de cada cual, se derivan de las estructuras por las que el sujeto conoce al interactuar con el mundo circundante. Estas estructuras se denominan guiones mentales y están enfocadas hacia la acción y el discurso de manera tal que a través de ellas se decide cómo interpretar las

informaciones del entorno y las respuestas a ofrecer según el contexto específico en que se encuentran los individuos.

c) mediaciones situacionales: incluyen los escenarios de recepción y el uso que se les otorga tanto individual como colectivamente, la distribución de estos espacios, la forma en que se conjugan con las demás actividades del sujeto, etc.

d) mediaciones institucionales: provienen de la influencia que poseen entidades como la familia, la escuela o la religión, las cuales generan comunidades interpretativas y esferas de significación producto de su historicidad. Así, legitiman determinados guiones mentales y respaldan prácticas concretas desechando otras o condenándolas.

e) mediaciones de referencia: al igual que las cognoscitivas parten del orden personal pero contrario a estas que son más subjetivas dan cuenta de factores externos sociodemográficos objetivos, como la edad, el género, la raza o la posición social, que intervienen en las lecturas de la comunicación.

No debemos olvidar que Orozco focaliza su atención en la televisión en particular por lo que su clasificación busca sobre todo ahondar en los mecanismos de recepción de este medio lo cual no elimina el hecho de que en ocasiones su tipología haya sido generalizada, con mayor o menor éxito, al estudio de otros *massmedia* como la radio, por señalar uno.

Desde una postura marxista es relevante la propuesta del también mexicano Sánchez Ruiz para el análisis histórico-estructural de las mediaciones. Este declara tres clases de mediaciones posibles a nivel macro (1991: 42-44):

a) mediaciones económicas: hablan del modo en que los medios se insertan en el panorama monetario-mercantil correspondiente y de su papel en tanto instituciones económicas en sí mismas (lucrativas o no) que expresan los intereses del mercado, del Estado o de la sociedad civil.

b) mediaciones políticas: resaltan los lazos entre el poder y los medios y cómo ambos se afectan entre sí en una dinámica constante.

c) mediaciones culturales: explicitan las influencias mutuas entre los productos comunicativos y otros productos culturales y artísticos que alimentan las ritualidades y la producción de sentido de un momento histórico.

Además de insistir en «las síntesis coyunturales» y en «las temporalidades sociales» como elementos mediadores a tener en cuenta, Sánchez Ruiz refiere otras mediaciones a nivel micro como las tecnológicas, que atraviesan la producción y la apropiación del mensaje y las institucionales, dentro de las cuales está la mediación expresiva, dispuesta según él en dos planos: el del discurso social, de valor semántico y el de las propuestas culturales, de relevancia política y económica. También las audiencias constituyen una mediación imposible de ignorar pues en dependencia de las competencias que estas activen frente al medio y de los intereses y representaciones que tengan se completará en una dirección u otra la comunicación. Para Enrique Sánchez Ruiz la reconstrucción metodológica de las mediaciones es necesaria desde un punto de vista holístico a partir de lo que él denomina zona de articulación con el objetivo de no perder la esencia molar del concepto.

Los lectores avezados habrán notado las numerosas similitudes entre la noción de representaciones y los planteamientos alrededor de las mediaciones. El venezolano Colina (2000), en su artículo “De la teoría de las representaciones sociales a las mediaciones”, advierte sobre estas coincidencias y, asimismo, presupone la influencia de las representaciones sobre los autores que han trabajado en mediaciones, en virtud de la antigüedad cronológica de las primeras, cuyo debut iniciático data del año 1961 con la tesis de Moscovici y su florecimiento pleno alcanza el clímax en los setenta, antes que el paradigma de las mediaciones entrara de lleno en escena.

Aunque lo anterior tiene cierta lógica también debemos considerar otra variante: que la propuesta de las mediaciones se haya desarrollado paralela a los hallazgos de las representaciones sociales, pues lo cierto es que no consta un reconocimiento claro de influencia ni tan siquiera en Martín Serrano, a pesar de que con mucho es el que más apropiaciones hace de aristas que aparecen en la teoría representacional. Verdad es que Martín Serrano no es dado a declarar sus fuentes pero tampoco en los textos de Martín Barbero ni de Orozco hay agradecimientos epistemológicos ni a Moscovici ni a ninguno de sus seguidores cuando esto no ha sido un problema en el caso de las deudas admitidas por ellos dos con Michel de Certeau, Gramsci o los estudios culturales ingleses.

7. CONCLUSIONES

Mediaciones y representaciones sociales están a la cabeza de constructos teóricos que -es evidente- se solapan aun cuando no se transmutan. Todavía queda mucho trabajo por hacer para definir las zonas comunes entre ambas categorías aunque está claro que los mecanismos de objetivación y anclaje de una representación, así como las condiciones que rodean su formación y funcionamiento pueden ser instancias prometedoras a partir de las cuales descubrir esas zonas de articulación.

Las mismas representaciones, he aquí algo significativo, forman un sistema mediado y mediador que conecta a los individuos con el objeto -cualquiera que este sea- en circunstancias determinadas. Estas circunstancias no son otras que las condiciones de emergencia de la representación en sí. Las representaciones son estructuras subjetivas y sociales que sintetizan y hacen actuantes las diferentes mediaciones del intercambio comunicativo (Vidal, 2002: 103), al organizarse en marcos desde los cuales se construye el sentido de las actividades del día a día.

Las representaciones como elaboración conceptual ofrecen mayor riqueza que términos como el de guion mental, de Orozco, o el de repertorio, de Morley. A la hora del análisis de las mediaciones que rodean a un objeto como Internet, a la vez tecnología, canal, etc, las representaciones sociales que se han ido estructurando en y desde la utilización del medio son una vía eficaz para acceder no solo a las visiones latentes hacia los procesos comunicativos sino también a las habilitaciones y constricciones que se han ido constituyendo para la interacción con y a través de los medios entre grupos de usuarios.

En definitiva, tanto desde las mediaciones como desde las representaciones se ha tratado de ahondar en los mecanismos de interrelación, interpretación y conocimiento de los sujetos con énfasis en sus acciones cotidianas, dentro de las cuales las prácticas comunicativas ocupan en lugar cardinal. Esto es importante pues revela la posibilidad de más de un camino para desandar los intrincados parajes de las interacciones simbólicas en la contemporaneidad, lo cual enriquece a las Ciencias de la Comunicación en su conjunto.

BIBLIOGRAFÍA

- Abric, J. C. (2001) "Prácticas sociales, representaciones sociales". En J.C. Abric (comp.) *Prácticas Sociales y representaciones*. México D.F.: Ediciones Coyoacán.
- Andreeva, G. M. (1984) *Psicología Social*. Moscú: Vneshtorgizdat.
- Banchs, M. A. (1984) *Concepto de representaciones sociales. Análisis comparativo*. Caracas: Editorial Universidad Central de Venezuela.

- Banchs, M. A. (1990) “Las representaciones sociales: sugerencias sobre una alternativa teórica y un rol posible para los psicólogos sociales en Latinoamérica”. En M.A. Banchs (ed) *Aportes críticos a la psicología en Latinoamérica*. Caracas, Editorial Universidad Central de Venezuela.
- Bolaño, C.; Páez, A. y Herrera-Jaramillo, M. (2016) “Mediación, subsunción y apropiación social. Contribución al diálogo entre estudios culturales, economía política y comunicación”. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 24 (XIII): 153-165. Disponible en: <http://alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/783/420>. Consultado el 02/10/2017.
- Bourdieu, P. (2003) “Campo intelectual y proyecto creador”. En: N. Araújo y T. Delgado. *Textos de teorías y crítica literarias (Del formalismo a los estudios postcoloniales)*. México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- Castorina, J. A. (2016) “La significación de la teoría de las representaciones sociales para la psicología”. En *Perspectivas en Psicología*, 13 (1): 1-10. Disponible en: <http://seadpsi.com.ar/revistas/index.php/pep/article/view/245/pdf>. Consultado el 02/10/2017.
- Colina, C. (2000) “De la teoría de las representaciones sociales a las mediaciones”. En *Revista Comunicación*, 110: 46-55.
- González, F. L. (2002) *Sujeto y subjetividad: una aproximación histórico-cultural*. México D.F.: Thomson.
- Ibáñez, T. (1988) *Ideologías de la vida cotidiana. Psicología de las representaciones sociales*. Barcelona: Sendai.
- Jacks, N. (1994) “Televisión e identidad en los estudios de recepción”. En G. Orozco (coord.). *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. México D.F., Universidad Iberoamericana.
- Jodelet, D. (1986) “La representación social: fenómenos, concepto y teoría”. En S. Moscovici (comp.). *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Martín-Barbero, J. (2001) *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización y multiculturalidad*. Pittsburgh: Nuevo Siglo.
- Martín-Barbero, J. (1998) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998.
- Martín-Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México D.F.: Gili.
- Martín-Serrano, M. (2004) *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1991) “La recepción: el retorno al sujeto”. En *Diálogos de la Comunicación*, 30: 10-17.
- Moscovici, S. (1979) *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Editorial Huemul.
- Moscovici, S. (1985) Introducción: “El campo de la psicología social”. En: S. Moscovici (comp.). *Psicología Social I. Influencia y cambio de actitudes. Individuos y grupos*. Barcelona: Paidós.
- Orozco, G. (1993) “Hacia una dialéctica de la recepción televisiva. La estructuración de estrategias por los televidentes”. En *Comunicação & Política na América Latina*, No. 22-23-24-25. Sao Paulo, CBELA (Centro Brasileño de Estudios Latinoamericanos), 57-71.
- Orozco, G. (2002) “Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales”. En *Signo y Pensamiento*, 41 (21): 21-33.
- Orozco, G. (1991) “La audiencia frente a la pantalla: una exploración del proceso de recepción televisiva”. En *Diálogos de la Comunicación*, 30: 54-63.
- Orozco, G. (2004) “La perspectiva de las mediaciones”. En J. R. Vidal y M. Alejandro (comps.) *Comunicación y educación popular*. Selección de Lecturas. La Habana, Editorial Caminos.
- Rodríguez, A. (2001) “Estudio de las actitudes”. En J. C. Casales y Z. Bello (comps.) *Psicología Social*. La Habana: Universidad de La Habana.
- Sánchez Ruiz, E. (1991) “Apuntes sobre una metodología histórico-estructural (con énfasis en el análisis de los medios de difusión)”. En *Comunicación y Sociedad*, 10-11: 11-50.
- Ursua, N. y Páez, D. (1987) “Psicología del desarrollo, filosofía de la ciencia y representaciones sociales”. En D. Páez (ed.) *Pensamiento, individuo y sociedad. Cognición y representación social*. Madrid: Editorial Fundamentos.

- Vidal Valdés, J. R. (2002) *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- Villamañán Alba, M. (2016) “Aproximaciones conceptuales desde la Escuela Vigotskiana a la teoría de las representaciones sociales”. En *Psicología em Estudo*, 21 (1). Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=287146384005>. Consultado el 02/10/2017.

Breve currículo:

Rainer Rubira García

Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos, en Madrid, España. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad de La Habana, Cuba; Máster en Comunicación y Problemas Socioculturales. Actualmente es investigador de la Cátedra UNESCO de Investigación en Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos y profesor visitante del propio centro. Ha sido investigador asociado de la Fairfield University, Connecticut, Estados Unidos, y profesor en la Universidad Carlos III y en la Universidad Complutense de Madrid. Ha participado en varios proyectos de investigación sobre redes sociales digitales, comunicación corporativa, estudios de Internet, género, comunicación política y comunicación internacional. Tiene publicaciones en revistas como *International Journal of Communication*, *Global Media and Communication*, *Ecquid Novi: African Journalism Studies* y el *European Journal of Women's Studies*, entre otras. Es miembro de la IAMCR, LASA y de ECREA.

Belén Puebla Martínez

Profesora e investigadora de la Universidad Rey Juan Carlos. Doctora en Ciencias de la Comunicación por la URJC. Licenciada en Periodismo y en Comunicación Audiovisual por la misma universidad. Ha impartido diversas asignaturas en los grados de Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, y Educación Primaria, tanto en la URJC como en la Universidad Complutense de Madrid. Ha participado en varios proyectos de investigación financiados españoles e internacionales. Es especialista en el estudio de la ficción televisiva española, en el análisis de los métodos analíticos de investigación en comunicación social y en el estudio del uso de las redes sociales como forma de comunicación, entre otras líneas de investigación. Es fundadora del grupo interdisciplinario *Visual, Investigando la comunicación en España*.