



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



Licenciatura en Comunicación

# ***MEDIACIONES Y REPRESENTACIONES EN LOS RELATOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN***

**Unidad de Aprendizaje:**

**Estudios de Mediación en Comunicación**

**Núcleo Sustantivo**

**Área de Docencia: Disciplinarias de Comunicación**

Material Didáctico elaborado por:  
Mtra. en Com. ANAID PÉREZ MONTEAGUDO

Septiembre de 2019

# Propósitos de la Unidad de Aprendizaje

- Conocer las perspectivas teóricas y metodológicas desarrolladas en Iberoamérica a partir del paradigma de la massmediación.
- Explicar las condiciones económicas, sociales, políticas y culturales en las que se pueden comprender los desplazamientos teóricos – metodológicos de la comunicación y la cultura.
- Caracterizar los modelos teóricos que explican, por una parte, la producción de mensajes, y por otro, su recepción desde el paradigma de las mediaciones.

# Objetivos de aprendizaje

- Reflexionar sobre la relevancia de los agentes comunicantes como mediadores entre lo que acontece el entorno y el conocimiento y acción de los sujetos en el sistema social respecto de los acontecimientos públicos sobre los que se elaboran productos comunicativos.
- Conceptualizar a las mediaciones estructural y cognitiva, así como los niveles de mediación, de actuación y los procesos en los que intervienen en la producción social de comunicación, para dar cuenta de las relaciones entre los sistemas de referencia y cognitivo desde o por la elaboración de productos comunicativos y sus tareas de mitificación y ritualización.
- Aplicar los modelos canónicos de análisis de las mediaciones cognitiva y estructural en procesos comunicativos que contemplen los datos y objetos de referencia, así como los planos de situación y de principios en la producción social de comunicación.

# Objetivos del material didáctico

- Que los alumnos se reconozcan como agentes mediadores en la producción social de comunicación en su condición de creadores de relatos que afectan a los sistemas de referencia, cognitivo, social y al propio sistema de comunicación, para valorar la importancia de conocer las tareas de quienes participan en medios masivos en la adquisición de conocimiento y conciencia sobre los cambios en el entorno.
- Que los alumnos generen productos de investigación soportados en los modelos canónicos de análisis de las mediaciones estructural y cognitiva en los sistemas de comunicación, así como su lectura e impacto en los planos de situación y de principios sobre lo que se informa.
- Que los alumnos identifiquen y discutan por medio de ejemplos y situaciones facilitadas por el docente, al conjunto de factores que indican en la producción y cognición de los relatos que configuran las representaciones de nuestros entornos próximos y distantes, y el impacto que en ello tienen las tareas de mitificación y ritualización practicadas por los medios de comunicación.

# Explicación de uso del material didáctico

- Las diapositivas de esta presentación en programa Power Point sintetizan la obra clásica de Manuel Martín Serrano, desarrollada principalmente en el libro “La producción social de comunicación”. Este material didáctico aborda los aspectos teóricos que se desglosan en los capítulos 4, 5 y 6 de la segunda parte de esta obra fundacional del lenguaje teórico de la Comunicación en Iberoamérica.
- La presentación parafrasea pasajes de la obra de este comunicólogo español seminal al tiempo que explica las mediaciones estructural y cognitiva, referidas a las dimensiones objetal y de sistema de conocimiento respectivamente, y que explican las funciones de los medios de comunicación en el conocimiento de los cambios del entorno. Tareas que son cumplidas por medio de la ritualización y la mitificación en los productos comunicativos.

# Explicación de uso del material didáctico

- El profesor requiere de un aula equipada con proyector, computadora y software Microsoft Office con el programa Power Point o lector de documentos PDF.
- El docente explicará los temas, apoyado en las pausas de resumen denominadas “Recordemos que” para hacer una síntesis de los principales conceptos, con ejemplos propios o que aporten los alumnos, en los que se verifique su pertinencia y congruencia, o bien se debata si los supuestos que se explican por medio de los gráficos y esquemas mantienen su vigencia y capacidad explicativa para abordar los temas.
- Se proponen actividades de aprendizaje que exijan y fortalezcan las competencias de los alumnos para la investigación social, apoyados de diferentes productos comunicativos para lograr los objetivos de aprendizaje.

# MEDIACIONES QUE INTERVIENEN EN LA REPRESENTACIÓN DEL CAMBIO SOCIAL



## Las clases de mediaciones con las que los MCM intervienen en la representación del acontecer

*Formas en las que el hacer de los MCM depende del cambio del entorno:*

*Funcional  
mente*

La presión de lo que ocurre reclama la cesión de un espacio o de un tiempo informativo en los MCM para dar cuenta del acontecer sociopolítico.

*Institucio  
nalmente*

La transformación del entorno social establece relaciones nuevas entre SS y SCI. Este devenir también desplaza a toda institución mediadora de su posición social, como a cualquier otro sujeto del cambio histórico.

La supervivencia de cada institución de CP depende de su capacidad para corregir el rumbo del medio de comunicación en función de los cambios tecnológicos, sociológicos y políticos.

La tarea de los Mediadores consiste en establecer los marcos de referencia adecuados para que los Agentes Sociales, incluidos ellos mismos, se sitúen en el cambio, lo cual supone una doble mediación:

La propuesta de los MCM de un ***marco de referencia innovador o conservador*** para evaluar lo que acontece en sus dimensiones éticas, sociales, políticas e institucionales;

La adopción por la institución mediadora de un ***marco de referencia tradicional o renovador***, para asumir su propia función social en sus dimensiones comunicativas y tecnológicas.

# OPERACIONES MEDIANTE LAS CUALES SE LLEVA A CABO LA MEDIACIÓN COGNITIVA Y ESTRUCTURAL DE LOS PRODUCTOS COMUNICATIVOS

LAS OPERACIONES DE MEDIACIONES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

MEDIACIONES

Niveles  
mediados

Niveles de  
actuación

Procesos técnicos  
de intervención

**COGNITIVA**

Entre la aparición de nuevos acontecimientos, cuya producción compromete el consenso social, y la reproducción de normas y valores socialmente compartidos (conflicto entre acontecimientos y creencias de las audiencias)

Sobre los datos de referencia del relato. Se ofrece un modelo de representación del mundo:

**TAREA DE  
MITIFICACIÓN**

Se interviene sobre la dimensión *novedad* // *banalidad* de los datos de referencia



**ESTRUCTURAL**

Entre la imprevisibilidad de los nuevos emergentes y la previsión de la programación del medio (conflicto entre acontecimientos y formas de comunicación de los medios)

Sobre las formas de presentación del relato. Se ofrece un modelo de producción de comunicación:

**TAREA DE  
RITUALIZACIÓN**

Se interviene sobre la dimensión *relevancia* // *irrelevancia* de la presentación de los datos de referencia.

REDUNDANCIA // INFORMACIÓN

# LAS OPERACIONES DE MEDIACIONES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

# Mediaciones existentes entre el acontecer y su entorno por vía comunicativa.

## INTEGRACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LOS MCM EN LOS PROCESOS DE MEDIACIÓN GENERALES QUE OPERAN ENTRE EL CAMBIO DEL ENTORNO Y LA RESPUESTA DE LOS SUJETOS A DICHO CAMBIO

Nivel de los sucesos que afectan a la comunidad.

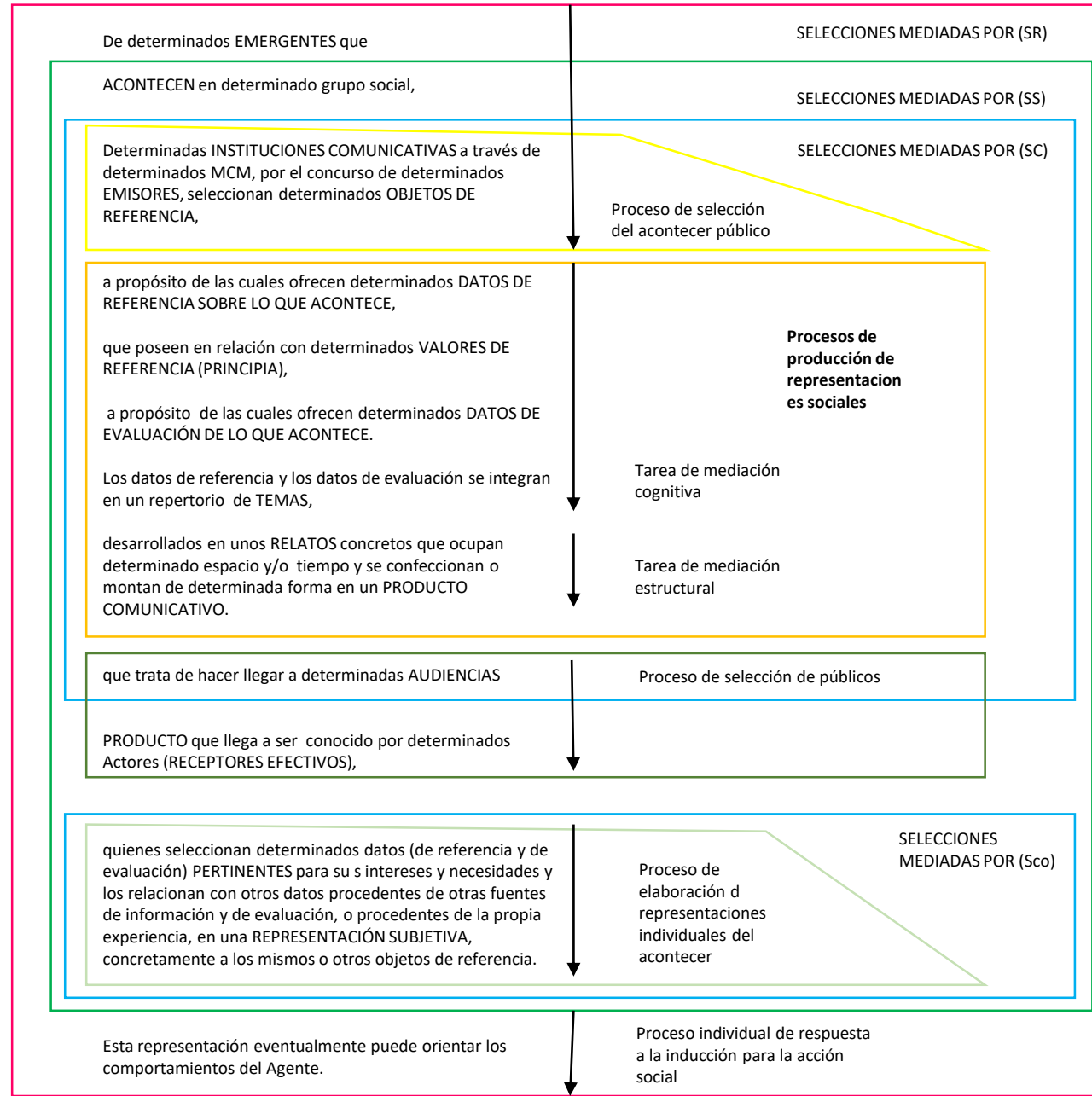
Nivel del control institucionalizado de los Mediadores comunicativos.

Nivel de elaboración de representaciones consolidadas.

Nivel de control sobre la producción y distribución de los productos comunicativos.

Nivel de la utilización cognitiva de la información por los sujetos individuales.

Nivel de la influencia sobre los comportamientos sociales.



# Pausa #1

## Recordemos que:

1. Los medios de comunicación se someten a dos criterios para intervenir en las representaciones de los cambios del entorno en forma de productos comunicativos, es decir a un nivel tanto funcional como institucional.
2. Los MCM actúan en marcos innovadores o conservadores tanto en relación con los cambios que ocurren en el sistema de referencia y que sanciona el sistema social, como en un nivel interno para la elaboración objetiva y el procesamiento cognitivo de los acontecimientos que relatan.

# Pausa #1

## **Recordemos que:**

3. Las mediaciones estructural y cognitiva contemplan distintos niveles de actuación y con procesos que atienden a la dimensión objetal y de procesamiento de información de acuerdo con los datos de referencia y de formas de presentación de los relatos.
4. Cada mediación conlleva la realización de tareas de ritualización (estructural) y mitificación (cognitiva) que a su vez son mediadas por niveles de control desde la obtención de los datos de referencia hasta la elaboración formal de los productos comunicativos.

# Actividad de aprendizaje sugerida

- En equipos de máximo cuatro integrantes analicen el conjunto de “operaciones mediante las cuales se lleva a cabo la mediación cognitiva y estructural de los productos comunicativos” en un medio de comunicación específico asignado por el docente. El reporte de análisis por escrito deberá replicar el esquema que desglosa las mediaciones cognitiva y estructural y desarrollarse a partir de sus productos comunicativos en torno a un tema previamente definido o en una secuencia temporal en la que se de seguimiento a diversas representaciones de los cambios del entorno.

# Actividad de aprendizaje sugerida

- A partir de los reportes de análisis debatan en clase sobre las formas, lenguajes y recursos de los que se vale cada medio de comunicación para llevar a cabo las tareas de ritualización y mitificación, así como los marcos de referencia conservadores, renovadores, innovadores que emplean para mediar entre la necesidad de informar sobre los acontecimientos que definen como públicos y las propias políticas informativas de cada medio (en su dimensión objetual y cognitiva).

# LA PRODUCCIÓN DEL ACONTECER PÚBLICO Y LA ELABORACIÓN DE REPRESENTACIONES DEL ENTORNO



## A) MODELOS DE ANÁLISIS

# Diseño de análisis de la selección del acontecer público

# MODELO CANÓNICO PARA EL ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DEL MEDIO EN LA PRODUCCIÓN DEL ACONTECER PÚBLICO

Objeto, contexto e información evaluados como verdaderos o falsos, probables o improbables, existentes o inexistentes.

De algún emergente perteneciente al plano de Acontecer, se selecciona algún

Objeto de referencia

Que existe en un marco temporal

Situado en un marco espacial

Concerniendo a un número de Agentes (personajes, comunicantes, controladores)

Con base a la información obtenida de determinadas *fuentes* (sujetos, instituciones)

Al que eventualmente se le relaciona con otros OBJETOS DE REFERENCIA

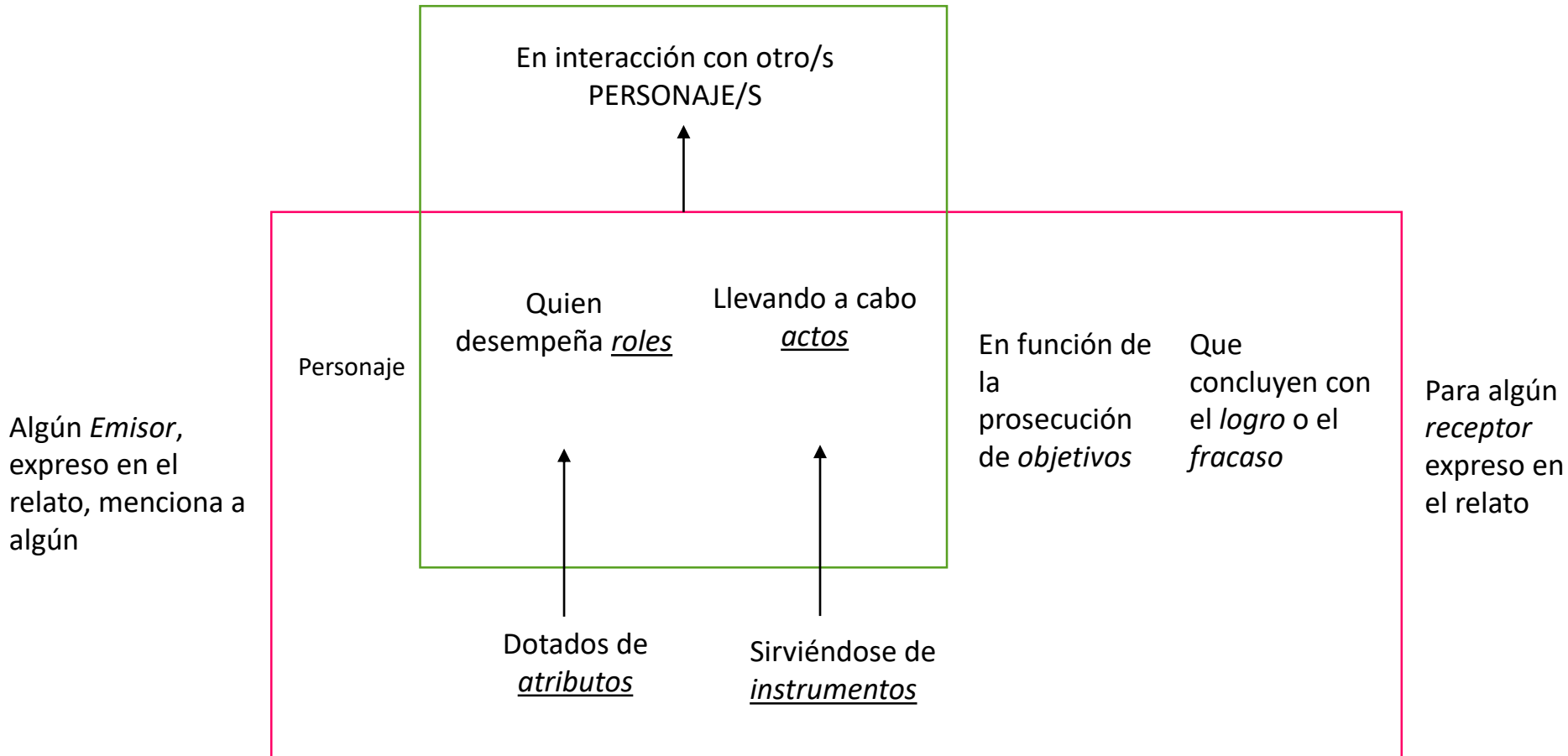
# Diseño del análisis de la mitificación

**MEDIACIÓN COGNITIVA**

*El análisis de contenido, o si se acepta, el estudio de las representaciones del relato, consiste en identificar la forma en la que el Mediador realiza su labor de **mitificación** cuando relaciona la noticia de lo que acontece con las normas y los valores sociales.*



# MODELO CANÓNICO PARA EL ANÁLISIS DE LA MEDIACIÓN COGNITIVA. ESTUDIOS DE LOS DATOS DE REFERENCIA PROPUESTOS EN LOS RELATOS



Personajes y actuación evaluado positiva y negativamente por la invocación de normas generales

# Diseño del análisis de la ritualización

**MEDIACIÓN ESTRUCTURAL**



*El análisis formal, o si se prefiere, el análisis formal y material de las expresiones y de los productos comunicativos investiga la manera en la que el Mediador realiza su trabajo de **ritualización**, dando noticia del acontecer en los marcos prescritos por el diseño de utilización del espacio y / o el tiempo comunicativo.*

# MODELO CANÓNICO PARA EL ANÁLISIS DE LA MEDIACIÓN ESTRUCTURAL. ESTUDIO DE LA PRESENTACIÓN MATERIAL DE LOS PRODUCTOS COMUNICATIVOS EN LA PRENSA Y EN LA TELEVISIÓN

Una narración

Difundida p. e. en	prensa	En texto	y/o con <i>imágenes estáticas</i>	Ocupando una superficie ( <i>espacio</i> )	Ubicado en determinada página	Bajo la rúbrica de determinado <i>género</i>
	TV	En imágenes diacrónicas o sincrónicas; dibujadas o en imágenes reales	y/o con textos (hablados y/o escritos)	Entretenido un <i>tiempo de programación</i>	Emitido en determinada <i>posición horaria</i> dentro de una <i>programación</i>	Bajo la rúbrica de determinado <i>género</i>

# Pausa #2

## Recordemos que:

1. Uno de los modelos canónicos permite estudiar la transición de emergentes y acontecimientos públicos hasta que se convierten en objetos de referencia por los agentes comunicantes, contemplando en ello los marcos espacial y temporal, los agentes involucrados en el acontecer así como las fuentes que se eligen para su representación.
2. El modelo canónico para el análisis de la mediación cognitiva considera lo que expresan personajes, en lo que se implican roles, atributos, actos, acciones e instrumentos para un fin que se logra o no. Este modelo revela la tarea de mitificación de los MCM en sus relatos.

# Pausa #2

## **Recordemos que:**

3. El modelo canónico para la mediación estructural considera la existencia en una narración de texto e imágenes, el espacio y tiempo que ocupa y el género que sigue de acuerdo con los criterios del sistema de comunicación pública institucional. Este modelo de análisis explicita la tarea de ritualización de los MCM en la elaboración de sus productos comunicativos.

# Actividad de aprendizaje sugerida

- Como tarea individual desarrollen los tres modelos canónicos de análisis (selección de aconteceres, mediación cognitiva y mediación estructural) pero tomando como objeto de estudio el *newsfeed* de Facebook o el *timeline* de Twitter sobre un acontecimiento público designado por el docente y desde cuentas tanto de empresas de medios de comunicación como de líderes de opinión.
- Hagan los ajustes necesarios a los modelos de análisis (por ejemplo, en lo que implica la diferencia con los medios referidos por el autor) y discutan en clase sobre la pertinencia y vigencia de esta herramienta metodológica y su base conceptual.

LA PRODUCCIÓN DEL ACONTECER PÚBLICO Y LA  
ELABORACIÓN DE REPRESENTACIONES DEL  
ENTORNO



**B) UNIDADES DE ANÁLISIS**

# Acontecer y representación colectiva en los relatos de la CP

*La producción social de comunicación aparece como una actividad destinada a reproducir y producir una clase de representaciones sociales adecuadas para enfrentarse con el cambio de las condiciones objetivas que afronta la comunidad, manteniendo la validez de los principios más universales en los que se apoya la vida en común.*



# Descomposición de los productos comunicativos en unidades para el análisis de las mediaciones.

TEMA:

*Denomino TEMA a la unidad de análisis mínima en la que cabe identificar una práctica mediadora.*

## ***Planos mediados por el tema***

Cada tema pone en relación dos tipos de información, diferenciables en razón de las presuposiciones, implícitas o explícitas, que introduce el Mediador:

- Información que se presenta como pertinente para *identificar* la existencia de las entidades, y / o describir su estado; y / o lo que les acontece.
- Información que se introduce como pertinente para *interpretar* la existencia de las entidades; y / o su estado; y / o lo que les acontece.

La operación mediadora consiste en distinguir y establecer una conexión entre qué es lo que viene dado, y por tanto se describe como algo que pertenece a la **SITUACIÓN** de referencia, y qué es lo que queda por supuesto, y por lo tanto se da por sabido que pertenece a los **PRINCIPIOS** de evaluación de la situación.



## Al PLANO DE LA SITUACIÓN

*de referencia a propósito de lo que se comunica pertenece cualquier **emergente** que por su existencia o inexistencia, su presencia o su ausencia, su transformación o su permanencia, afecta o puede afectar a toda la comunidad, o bien a alguno o algunos de sus miembros.*

## Al PLANO DE LOS PRINCIPIOS

*referencia a propósito de lo que se comunica pertenece cualquier **constancia** (norma, aspiración, idea, idea, modos establecidos de ser, de aparecer, de reaccionar, de hacer, de utilizar, de comportarse, de relacionarse; sean las cosas, los objetos, los sucesos, los seres vivos, las organizaciones, instituciones, las personas, las colectividades, etc.)*

Constancias que por su pertinencia o su no pertinencia, su vigencia o no vigencia, le permiten al Mediador evaluar lo que acontece como bueno o malo, legítimo o ilegítimo, conveniente o inconveniente, verdadero o falso, general o particular, normal o excepcional, importante o intrascendente, etc.

# Funciones mediadoras de los temas

Lo que acontece adquiere sentido social cuando se describe la SITUACIÓN de manera tal que pueda ser interpretada en relación con algún PRINCIPIO reconocible por los Comunicantes (aunque ese patrón de evaluación o la evaluación misma no sea asumido por todos)

Un tema puede requerir para su desarrollo de más de un relato. Del mismo modo en un único relato cabe desarrollar más de un tema.

# Funciones mediadoras de los temas

El tema es el resultado de una mediación que puede operar de alguna de estas dos maneras:

El Relator indica si un cambio (o una persistencia) de una SITUACIÓN tiene (o no tiene) consecuencias para la vigencia (u obsolescencia) de algún PRINCIPIO.

El Relator indica si la transformación (o el mantenimiento) de algún PRINCIPIO, tiene (o no tiene) consecuencias que cambien (o mantengan) la SITUACIÓN.

EJEMPLOS DE LA ELABORACIÓN DE TEMAS DIFERENTES: A PARTIR DE UNA IDÉNTICA DEFINICIÓN DE LA SITUACIÓN (A Y B) Y A PARTIR DE LOS MISMOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN (C Y D)

PLANO DE LA SITUACIÓN

Aconteceres que se mencionan

- a) Homicidio de una cajera
- b) Homicidio de una cajera

c) El padre renuncia a la otra y vuelve al hogar donde lo esperan su mujer y sus hijos

d) El príncipe se casa con la fregona

PLANO DE LOS PRINCIPIOS

Evaluaciones que se aluden

<Los mas débiles y honrados tienen derecho a ser protegidos de los criminales>

<el crimen es la consecuencia de la falta de autoridad>

< el amor siempre vence >

< el amor siempre vence>

TEMAS

Indefensión de los trabajadores

Descomposición moral de la sociedad

Defensa de la familia.  
Rechazo del divorcio

Superación de las clases sociales

## Preparación de los productos comunicativos para la identificación de los temas y el análisis de las prácticas mediadoras

La información que se utiliza como pertinente para identificar las entidades, describir su estado y lo que les acontece (que se presenta a nivel de la SITUACIÓN) siempre está explícita en los **OBJETOS DE REFERENCIA** que designa el producto comunicativo; y / o en los *datos de referencia* que proporciona la narración; y / o en la *presentación material* del propio producto.



La información que se introduce como pertinente para interpretar la existencia de las entidades, sus estados y lo que les acontece (que se presenta a nivel de los PRINCIPIOS) generalmente no está explícita.

Tiene que ser identificada por el analista, recurriendo a procedimientos objetivados que le permitan reconocer los *patrones de evaluación* que está manejando el mediador.

Tales patrones se delatan: en la selección que hace de *OBJETOS DE REFERENCIA*; en el manejo de los *datos de referencia* o en el tratamiento material del producto comunicativo.

Identificación de los OBJETOS DE REFERENCIA  
y de los DATOS DE REFERENCIA

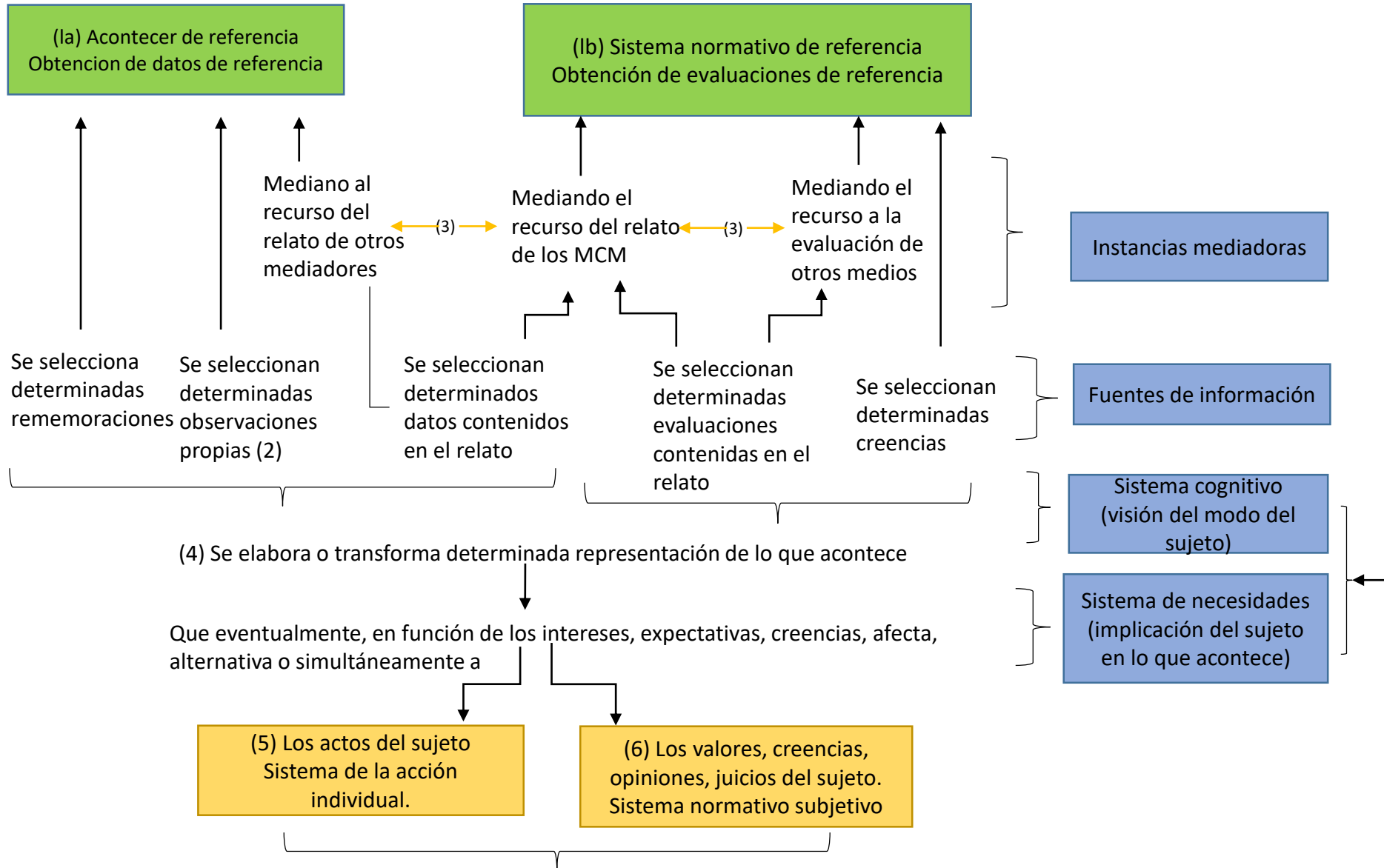
- **OBJETO DE REFERENCIA DE LA COMUNICACIÓN:** *Es la entidad a propósito de la cual se comunica.*

Entre los hombres cabe comunicar a propósito de entes que existieron, existen o existirán (o no); de cualidades, manifestaciones, relaciones, acciones observables o inobservables, concebibles o inconcebibles; las cuales se les asignan a cualquier ente real o ideal, individual o colectivo, posible o imposible.

- **DATOS DE REFERENCIA A PROPÓSITO DEL OBJETO DE REFERENCIA:** *Es la información que permite distinguir entre un OBJETO DE REFERENCIA y cualquier otro.*

Igualmente la información que permite diferenciar atributos, estados, transformaciones, relaciones del OBJETO DE REFERENCIA.

# EL PASO DE LA INFORMACIÓN DE LOS NÍVELES REFERENCIALES A LOS NIVELES INDIVIDUALES



# Pausa #3

## Recordemos que:

1. Las unidades de análisis para el abordaje de la representación que hacen los MCM de los acontecimientos que marcan los cambios significativos en el entorno son: los temas, los planos de la situación y los principios. Estos a su vez definen la función mediadora de los relatos para el conocimiento y acción sobre la relación entre sistema social y sistema de comunicación.
2. El análisis de los datos y objetos de referencia en los relatos que se presentan como productos comunicativos van desde el nivel de los emergentes hasta el de las acciones individuales que repercuten en el sistema social.

# Actividad de aprendizaje sugerida

- TRABAJO INTELECTUAL:
  1. Crear un emergente – acontecer – acontecimiento público
  2. Crear un relato – productos comunicativos a partir del mismo plano de la situación o del mismo plano de los principios.

Estos dos aspectos deben estar redactados en máximo una página, explicados desde los conceptos del autor.

# Actividad de aprendizaje sugerida

- TRABAJO TÉCNICO:
  3. Producir tres cápsulas informativas en audio, con duración mínima de 45 segundos cada una, y máxima de un minuto. En las cápsulas se deben incluir “testimonios” de agentes involucrados en el tema, al menos uno diferente por cápsula.

# Actividad de aprendizaje sugerida

- TRABAJO DE ANÁLISIS:
  4. Desarrollar el esquema “las operaciones de mediación en los medios de comunicación de masas”. Uno por cada cápsula.
  5. Desarrollar el esquema “integración de la actividad de los MCM en los procesos de mediación generales...”. Uno solo por todas las cápsulas, en máximo dos páginas.
  6. Desarrollar los modelos canónicos de análisis para las mediaciones cognitiva y estructural para cada una de las cápsulas (dos tablas de análisis por cada cápsula: seis esquemas de análisis en total, uno por página).

# Actividad de aprendizaje sugerida

- TRABAJO DE ANÁLISIS:

7. Desarrollar el esquema de análisis de la mediación a partir de los temas. Misma tabla para todas las cápsulas, siendo común el plano de la situación o el de los principios, resultando en tres temas diferentes (una página).

Entregarán el trabajo de análisis impreso y las cápsulas en un CD.

Trabajo en equipo de mínimo dos y máximo cuatro integrantes.

# Referencias documentales

Presentación principalmente desarrollada desde la obra:

**MARTÍN SERRANO, Manuel:** *La producción social de comunicación*, España, Alianza Editorial, 2010.

## OTRAS REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **MARTÍN BARBERO, Jesús:** *De los medios a las mediaciones*, México, Editorial G. Gili, 2003.
- **OROZCO, Guillermo:** *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana 1994.

**NOTA: LAS IMÁGENES INCLUIDAS EN LA PRESENTACIÓN FUERON OBTENIDAS DEL BUSCADOR *GOOGLE*, CON DERECHOS DE USO PARA REUTILIZACIÓN.**