

Resignificación desde la vida cotidiana de los usos e impactos sociales de los media.

Olga Lucía Bedoya.

Doctora en Ciencias Políticas de la Universidad de Santiago de Compostela, España.

Profesora titular de la Universidad Tecnológica de Pereira.

Directora de la Maestría en Comunicación Educativa y del Doctorado en Ciencias de la educación.
Área pensamiento Educativo y comunicación.

olbedoya@utp.edu.co

Resumen:

Se abordan los diferentes acercamientos hechos por la investigación de comunicación de masas en relación con el impacto que generan los mass media en la vida cotidiana del público receptor, en esta línea se hace énfasis en lo abordado por Thompson en relación con los emisores y los receptores, pero tomando distancia de algunos de sus planteamientos. Como conclusión se plantea que la vida cotidiana, se constituye en un espacio de resignificación de la información ofrecida por los media.

Abstract:

We write about the different studies into the mass communication research about the impact that the mass media makes into the receptor's quotidian life, we emphasize the Thompson's studies about the transmitter and the receptors into the mass communication, but we keep distance for some of his topics. As conclusion we say: quotidian life is a space of re – signification about the information that the mass media give us.

Palabras clave: comunicación, cultura, mass media, recepción, representación, vida cotidiana.

Keywords: communication, cultura, mass media, reception, representation, quotidian life.





Introducción

Áreas como la psicología, la sociología, la antropología y la misma comunicación siempre se han preguntado por el impacto que los medios masivos de comunicación, desde sus desarrollos iniciales, han generado sobre la vida cotidiana y, por extensión, sobre el público receptor. Todas estas áreas, coinciden en el hecho de que efectivamente los mass media impactan la vida cotidiana de los receptores. No obstante, encontramos diferentes concepciones en relación con el papel asignado a los emisores y a los receptores en la relación que establecen con los media, es decir, emergen diferencias en el momento de evaluar el impacto de éstos.

Es así como las diversas corrientes de la mass communication research, bajo la misma pregunta sobre el impacto de los media en los receptores, han hecho diferentes abordajes al respecto; a continuación planteamos algunos:

Aquellos que le asignan al receptor un papel pasivo y acrítico en su relación con los mass media, tal es el caso de la teoría hipodérmica o los estudios empírico - experimentales de la persuasión que se fundamentan en el modelo conductista estímulo - respuesta.

Existen casos como el de la teoría crítica, especialmente, en su primera

versión con Marcuse, Adorno y Horkheimer, que al conceptualizar sobre las industrias culturales le asignan al individuo las características de masificado, acrítico y aislado, pero plantean la necesidad de superar esta condición del sujeto en su relación con las industrias culturales propias de los media; proponen, por tanto, la necesidad de construir un sujeto crítico y autónomo en relación con éstos: "los fines específicos de la teoría crítica son la organización de la vida en la que el destino de los individuos dependa no del azar y de la ciega necesidad de incontroladas relaciones económicas, sino de la programada realización de las posibilidades humanas" (Marcuse, 1936, 29, citado en Wolf, 1987)¹.

Está el caso de la hipótesis de lo uses and gratifications, asociada a la teoría funcionalista, la cual le asigna un papel más activo al sujeto en su relación con los media. Esta hipótesis ya no se pregunta por los efectos que ejercen los medios sobre los receptores, sino por lo que hacen estos últimos con la información ofrecida por los medios: "la inversión de la perspectiva se basa en la afirmación de que ni siquiera el mensaje más potente de los media puede normalmente influenciar a un individuo que no se sirva de él en el contexto socio - psicológico en el que vive" (Katz, 1959: 2, citado en Wolf, 1987).

La idea de este artículo parte, entonces, de reconocer que sí existe un impacto de los media en la vida cotidiana, pero entendiendo que si

¹ Para profundizar más sobre las diferentes corrientes de la mass communication research véase: WOLF, Mauro (1987) La Investigación de la Comunicación de Masas. España: Ediciones Paidós Ibérica.

bien ese impacto se puede dar en términos de la modificación de los aspectos estructurales de ésta, ello no le asigna al receptor las características de pasivo y acrítico en su relación con los media. Se entiende, por tanto, que la vida cotidiana construida por los usuarios de los medios de comunicación, se constituye en el espacio de resignificación de lo ofrecido por los media; esto quiere decir que: "Ante la ineludibilidad de una realidad desgarrada, la labor constructiva, afirmativa del hombre supone significatividad, axiología, sentido con – sentido irreductible a cualquier esquema de identidad pre –existente en las intenciones de los medios"² (Capdequi, 1999: 40).

En este orden de ideas, este artículo analiza el impacto de los media en la vida cotidiana, haciendo uso de lo planteado por Thompson en su libro "Los Media y la Modernidad" y lo planteado por Félix Ortega en su libro "Algo mas que periodistas: Sociología de una profesión". Para ello se plantean las características más importantes de la comunicación mediática en relación con su impacto transformador en la vida cotidiana y, finalmente, la autora tomando distancia de algunos planteamientos hechos por Thompson, sugiere que el espacio de lo cotidiano, lejos de ser invisibilizado por los impactos de los media, se constituye en la posibilidad de resignificación activa en relación a lo ofrecido por éstos.

Transformación colectiva e individual por el uso de los media.

El texto de John B. Thompson, sobre "los media y la modernidad: una teoría de

los medios de comunicación"³, aborda el uso de los media y su implicación en la creación de "nuevas formas de acción e interacción social, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo".

Desarrollaremos sus ideas desde el



² El subrayado es mío.

³ THOMPSON, John B. Los Media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación. Paidós, España, 1998.



punto de vista de las transformaciones a nivel colectivo e individual que el uso de los media han ocasionado. En cuanto a lo colectivo, organizamos sus planteamientos en relación con los cambios de la comunicación, en el nivel de lo social-cultural y de lo político.

Vida colectiva.

Partimos de la concepción sistémica de la vida social, en cuanto que los elementos que la componen están interrelacionados: comunicación mediática y esferas de lo social-cultural y político; pero a su vez, cada una tiene unas particularidades importantes que resaltar, las cuales, le dan sentido a todo el entramado de la vida colectiva.

Comunicación mediática.

Los medios.

Los medios se refieren a las innovaciones tecnológicas aplicadas a la esfera de la comunicación de masas. Estos sirven de mediadores entre los emisores-receptores y, además, permiten fijar las informaciones-mensajes.

La transformación esencial en la comunicación a propósito del uso de los nuevos medios, consistió en trascender un proceso basado en la interacción cara-cara, en el que se exige reciprocidad en las respuestas y que por lo tanto es dialógico, a una interacción no dialógica, unidireccional

y monológica. En esta última se da una alteración de las fronteras, en tanto que se modifica la dimensión espacio-temporal de la vivencia de las gentes. Es decir, se da inicio a la experimentación de la "simultaneidad de los acontecimientos" a pesar de la distancia. La simultaneidad se convierte, por tanto, en algo global. Se pasa de una comunicación local a una global; esto es, se vinculan las regiones periféricas a los centros mediante la expansión de las redes de comunicación.

El desarrollo de las formas mediáticas electrónicas, como la utilización de la energía eléctrica para la comunicación: telegrafía electromagnética, ondas electromagnéticas, comunicación por cable, etc.; condujo al establecimiento de acuerdos en relación con sus usos, lo que permitió regular y controlar éste tipo de medios (1920-1940).

Esto llevó a que la vida social tuviera que reorganizarse, por ejemplo, en relación con la estandarización del tiempo a escala supralocal, lo que permitió estructurar los horarios locales y organizar redes de comunicación y transporte.

En este sentido, la comunicación ya no se establece, únicamente, en el ámbito de la interacción cara - cara, sino más allá de la experiencia cotidiana personal, es decir, se amplía el potencial comunicativo, y la comunicación opera independientemente de la concreción asociada a las subjetividades y a la territorialidad cotidianas. La percepción de información a través de los media



permite, entonces, experimentar otros mundos que no están a mi alcance cotidiano. Por tanto, nuestra experiencia se construye a través de un conjunto de imágenes constituidas por otros seres y espacios alejados de mi entorno y que se transmiten a través de los media.

Se altera, también, el sentido de pertenencia a un grupo o comunidad en relación con la identidad colectiva e individual: "porque la pertenencia se

deriva de compartir una historia y un lugar común, una trayectoria común en el tiempo/espacio. Entonces, sentimos que pertenecemos a grupos y comunidades que se han constituido, en parte a través de los media" ⁴.

Igualmente se modifica la percepción de la distancia: porque el aumento de la velocidad de las comunicaciones, da la sensación de que se disminuye la distancia. El ritmo de vida se acelera, el desarrollo de las telecomunicaciones permite el incremento de la velocidad, la vivencia se hace "instantánea": el mundo parece pequeño.

Así como se ha alterado la idea del pasado, también se ha hecho lo propio con la de futuro. Este no se concibe ya como algo prometido: la idea lineal hacia a donde hay que llegar. Pero el horizonte se muestra cambiante y tal vez la idea de progreso, como dice Thompson, ligada al futuro perderá arraigo en nosotros. Esto es, los medios crean un conocimiento efímero del tiempo, fragmentario. No importa el pasado, ni el futuro, sólo el presente pero a corto plazo ⁵.

La actual conversión gradual de tecnologías de información y comunicación hacia un sistema digital de información, procesamiento y almacenamiento, acrecienta la interdependencia de lejanas partes del mundo hacia esta complejidad de comunicación.

En síntesis, se da un gran salto de una comunicación local a una de tipo global por el uso de los medios que facilitan tal transformación. Esta globalización de la comunicación ha generado los siguientes efectos:

⁴ opcit, pag. 57

⁵ Ortega G. Félix. Seminario ofrecido en el doctorado de Comunicación, Cultura y Educación y en las jornadas sobre " La Manipulación de los Medios de Comunicación , Cultura y Educación" y " La Manipulación de los Medios de Comunicación y sus Efectos en la Sociedad". Esta información también se encuentra referenciada en su libro titulado: " Algo más que Periodistas. Sociología de una Profesión, Editorial Ariel.



El desarrollo de tecnologías tales como la utilización de satélites de telecomunicaciones ubicadas en órbitas geosíncronas e interconectadas, evitando el tendido de cables terrestres de transmisión, por un lado y el uso de métodos digitales de procesamiento, almacenamiento y recuperación de la misma, por el otro.

La concentración de poder económico y simbólico controlado de manera privada y desigualmente distribuido. Ejemplo: en los países de tercer mundo no hay conglomerados de comunicaciones como en Estados Unidos, Europa Occidental, Australia o Japón.

Pero los medios son apenas uno de los elementos de esa comunicación mediática. Veamos los otros que la componen y que, además, le dan sentido.

Los emisores.

Los emisores son los encargados de transmitir la información a través de los medios en esta comunicación mediática. Dentro de ellos, los periodistas son uno de los más importantes, por el rol que están jugando en la vida social actual. En este apartado, nos apoyaremos en la información tanto del libro citado de Thompson, como en la ofrecida por el investigador español Félix Ortega, tanto a nivel oral como escrito.⁶

Como ya lo habíamos planteado, uno de los emisores que más incidencia ha

tenido en relación con el desarrollo de los media, han sido los periodistas. Estos según, Ortega, se convierten en los nuevos creadores de conocimiento, en la medida que crean imágenes, estereotipos de la realidad y de personajes. Ellos determinan qué se publica y qué no. Seleccionan unas cosas de la realidad y no ven otras: aquellas que no sintonizan con la realidad pensada por ellos. La sociedad acaba por reconocerse a través de lo que dice el Periodista. Nos encontramos con sus creencias, sus valores y su mentalidad en general. Este emisor filtra lo que le interesa. No se limita sólo a lo que le han contado sino que construye o reconstruye la vida social. También elabora una imagen del público, a partir de los sondeos de quienes son sus usuarios. Construyen un público infantil y victimista que no sabe hacia donde va. Todo esto indica que el periodista parte de la idea de que el receptor es pasivo.

No obstante plantea Ortega, que los periodistas no manejan el mundo de la representación, es decir, ellos mandan mensajes y no saben cómo va a reaccionar el público frente a éstos. El público no es tan ingenuo como los periodistas lo creen, afirma.

Ortega va más allá, planteando que los intelectuales de nuestra época están en los medios de comunicación y que utilizan su lógica, no la de la ciencia o la Universidad; estos como institución están dedicados a construir creencias que no se someten a comprobación o verificación. Crean formas culturales, que se convierten en reguladoras del comportamiento social.

⁶ El Op, cit. .

Estos emisores, por lo tanto, están teniendo gran importancia en la vida social actual, en la medida en que estamos en sus manos; en relación a que intelectuales, académicos, gobernantes, etc., dejamos en manos de aquellos la tarea de hacer una re-representación de la realidad. Esto es, la "realidad" no es sólo un fenómeno representado, sino que estamos permitiendo, a su vez, otra representación unilateral-individual, sobre la ya existente. Entonces ¿a qué nivel de realidad nos estamos enfrentando?

La re-reconstrucción de la realidad social: Los periodistas agentes principales.

Los receptores.

Consideramos, ahora, otro de los sujetos que participan en este sistema comunicativo. Thompson, parte de la concepción de que el receptor es un ser "activo"; y esto lo sustenta con la hermenéutica: los hermenéuticos⁷ enfatizan en el hecho de que los individuos expuestos a la recepción de formas simbólicas (transmitidas como mensajes), siempre las tomarán, las interpretarán y les darán un sentido. Igualmente, plantea que la "apropiación" es una actividad propia del proceso de autoaprendizaje de los sujetos, quienes adquieren un sentido de ellos mismos y de los otros, de su espacio de acción y de los grupos sociales a los que pertenecen. Así los receptores pueden interpretar los mensajes y crear otros nuevos, a través

de su discusión y uso en la vida diaria. La apropiación de estos mensajes, puede afectar la "autoformación y autocomprensión del "Yo".

Podemos plantear que los nuevos receptores somos los teleespectadores y que si bien no podemos tener una comunicación recíproca con los emisores, participamos interpretando los mensajes y creando otra cosa a partir de ellos. Este papel activo del receptor, muchas veces se pasa por desapercibido, lo que puede convertirse en un arma de doble filo, en la medida que no se están controlando las implicaciones de esta actividad receptora, como lo plantean Thompson y Ortega.



Nos atrevemos a pensar que al interior de este elemento de la comunicación mediática (los receptores) se puede iniciar, y de hecho ya lo estamos empezando a ver, una "revolución social", no en aras de buscar un bienestar colectivo, sino por grupos que defienden sus intereses políticos, económicos, religiosos: escuchábamos

⁷ opcit, pag. 22. Thompson alude a : Paul Ricoeur, Hermeneutics and the Human Sciences: Essays on language, Action and Interpretation, comp. Y trad. A cargo de John B., Thompson, Cambridge University Press, 1981, entre otros

al inicio del 2000, cómo Bill Clinton, llamó a negociar a un "pirata cibernético" que había logrado entrar a algunos archivos secretos de la CIA, porque no quería que este "receptor" quedara suelto, sino aprovechar su conocimiento en beneficio de la Casa Blanca. Como este sujeto puede haber muchos en este mundo virtual.

En conclusión, estamos en una era de la comunicación mediática, que por sus mismas características de "interconectividad", "interdependencia" y "pública", es difícil controlar y no nos imaginamos las consecuencias futuras. En otras palabras, estamos tratando con receptores activos y por lo tanto muy creativos.

Los mensajes.

Los mensajes transmitidos por los media llevan imágenes, acciones y expresiones que muchas veces estimulan acciones colectivas, tales como despertar sentimientos positivos/ negativos frente a la guerra, la discriminación racial o étnica, etc. Surge, entonces, la preocupación por el control sobre los media, ya que estos pueden poner en peligro los intereses de gobiernos, grupos particulares, etc.

Es decir, el desarrollo de los medios tecnológicos ha llevado a crear nuevas formas de comunicación mediada por ellos, en la que los emisores-receptores entran en una nueva relación y adquieren nuevas y particulares características. Dentro de esto, los mensajes recrean diferentes modos de vida y pensamientos que influyen la vida colectiva misma.

Si bien la televisión permite a los receptores ver personas, acciones y acontecimientos, al tiempo que les permite oír la palabra hablada y otros

sonidos; éstos (los receptores), están expuestos a un mayor número de sujetos ubicados en contextos diversos y dispersos. También los receptores se caracterizan por la visibilidad que les permite ver fenómenos muchos más amplios extraídos de su comunidad; otro elemento importante es lo que



Thompson llama la "direccionalidad de la visión", es decir, los sujetos que aparecen en la pantalla, no pueden ver a los teleespectadores, pero estos últimos sí pueden ver a los primeros.

En síntesis la propiedad pública creada por la televisión se caracteriza por la visibilidad e invisibilidad entre productores y receptores. No hay una conversación dialógica en un lugar compartido. Se da una desespacialización y des-dialogización de la relación. Pero con las características particulares de la nueva forma de visibilidad, sectores como el político quedan expuestos al telespectador lo que requiere un manejo cuidadoso de la imagen. Esto ha llevado, a que muchas veces se construya una imagen diferente a lo que es el personaje o un acontecimiento en sí.

A través de Thompson se pueden ver, entonces, las implicaciones del uso de los medios en la transformación

del comportamiento ético y moral. Los media afectan la ética, entendida tradicionalmente como la responsabilidad adquirida en las relaciones cara-cara. Hoy se globaliza la responsabilidad, es decir, se amplía la cobertura; se incluyen otros no presenciales, quienes, aunque están lejos, pueden formar parte de una "construcción de acciones interconectadas y de sus consecuencias".⁸

Nuestro pensamiento ético-moral no se circunscribe sólo a lo espacial-concreto, sino que se basa en el reconocimiento de la interconectividad del mundo. Se "democratiza la responsabilidad", en el sentido de una preocupación por los otros no-presenciales que se convierten en parte de lo cotidiano. Los media han creado una creciente conciencia acerca de la interconectividad e interdependencia, y por ende "ha nutrido un sentido de responsabilidad, para una humanidad compartiendo un mundo colectivamente habitado".⁹

En conclusión, los media afectan la concepción sobre lo público-privado, y a su vez la idea sobre la mirada de lo ético, es decir, mi responsabilidad frente al mundo.

La interacción mediática crea una "intimidad a distancia", y un "carácter no dialógico", lo que lleva a un tipo de familiaridad que libra al sujeto del "compromiso de respuesta" y "obligaciones" que implica la interacción cara-cara. El individuo puede perder su control (ejemplo, el mundo de las fans), es decir, el sujeto desplaza su responsabilidad y compromiso social-cotidiano a "otros distantes" y lejanos en las coordenadas del tiempo-espacio.

Recogiendo las ideas expuestas anteriormente, se puede afirmar que los media han ido transformando la vida colectiva e individual en la medida en que introducen la "experiencia mediática a través de sus mensajes; de esta forma, nos podemos trasladar mentalmente a lugares y tiempos que creíamos inalcanzables e inimaginables. Sin embargo, se debe tener cuidado en tomar acríticamente dichos planteamientos, porque se puede caer en la tentación de afirmar que esa es la única vía existente.



Si bien es cierto que los medios, han transformado muchos aspectos de nuestras vidas, también lo es, el hecho de que cada sujeto sigue viviendo en unas coordenadas espacio / temporales concretas, las cuales requieren destrezas comunicativas que no necesariamente pasan por los medios de masa. Preguntas como las que a continuación planteamos, son importantes aquí: ¿Con quién vivimos cotidianamente, con quién interactuamos? ¿Cuáles son los roles sociales y los espacios en los que desempeñamos dichas funciones en nuestro vivir diario? Thompson en su exposición plantea que las formas tradicionales de vida aún no han desaparecido, y esto nos parece rescatable en sus planteamientos, pero por el objetivo que se plantea en el texto, deja entrever que le da más importancia a la experiencia mediática. A continuación desarrollo mi punto de vista en relación con lo anteriormente dicho, en consonancia

⁸ opcit, pag. 336

⁹ opcit, pag. 339

con la lectura del libro de Thompson y los planteamientos de Félix Ortega.

Dice Thompson, en la obra referenciada al principio, que "con el desarrollo de los medios de comunicación, la formación y transmisión de la tradición depende cada vez más de formas de comunicación que nada tienen que ver con la interacción cara-cara". Esto



implica, entonces, la creciente mediatización de los mensajes, en la que se requiere cada vez menos de la relación cara-cara; además se da un proceso de "despersonalización" de la vida cotidiana y de "desubicación" de la tradición, es decir, se pierden cada vez más las raíces que las fijan la tradición a un territorio.

Estos aspectos planteados por Thompson, los matizaremos desde una visión complementaria y no excluyente.



Los planteamientos que este autor hace, son muy generales, en la medida en que toma los aspectos más "globalizantes" que presentan los medios; en otras palabras, busca en qué aspectos de la vida cotidiana nos homogenizan los medios, dejando por fuera la reflexión frente éstos, en relación a cómo fortalecen las diferencias culturales e individuales y, más aún, frente a cómo sigue funcionando la vida cotidiana con o sin la presencia e impacto de los media.

Pensamos que la vida cotidiana, se desenvuelve en constante relación con los media, pues aunque ellos han creado los "no - lugares" al decir de Augé, los "lugares antropológicos" con

sus coordenadas espacio / temporales concretas, permiten que nuestra vida cotidiana se desenvuelva normalmente. Es decir, aunque instituciones como la familia, la escuela, la religión, etc.; se han modificado en su cotidianeidad, han surgido otras instituciones que pueden estar desempeñando el mismo papel de socialización de éstos. En este sentido cabe plantearse las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los nuevos tipos de familia que coexisten con la nuclear? ¿Qué papel juegan los crecientes grupos de amigos que se constituyen en las discotecas, bares, etc., al interior de los cuales las personas comparten mucho de su tiempo libre? ¿Qué estrategias comunicativas se utilizan en los barrios, comunas y demás grupos de vecinos para solucionar sus problemas cotidianos de comunicación interpersonal? Si miramos a nuestro alrededor, nos enteramos que vivimos con la gente, que nos rozamos constantemente con ella; nos damos cuenta de que aún no nos encontramos en la época en la que vivimos en un mundo en el que no veamos nada más que mçáquinas.

Podemos, decir, entonces, que las afirmaciones demasiado "globales" o "generales" frente al impacto de los medios en la vida cotidiana, se deben matizar con una visión más local-de lugar específico, porque se corre el riesgo de borrar nuevamente la riqueza multicultural y plurilingüe que existe en el planeta y que por falta de su reconocimiento hay demasiado conflicto en la actualidad. Pensamos que cada vez que se hable de "global" es necesario pensar en lo



local, en otras palabras, la propuesta es pensar lo global / local como un par complementario. Y creemos, que en todas las épocas han existido contactos intercambios culturales, es decir, a través de la historia, no ha habido conocimiento de algún grupo que viviera sin contacto con otros. Es precisamente ese contacto el que le permitió a la gente autocriticarse y por extensión crecer. No ignoramos las grandes ideologías que dominan a la gente, pero si referenciamos la gran paradoja: después de tantas guerras, esas ideologías han tenido que sentarse a hablar con el "enemigo" y buscar una convivencia con el otro - diferente.



Una conclusión: la re-reconstrucción de la realidad social.

Quizás en ese sentido puede entenderse la idea sobre la "creación social de los periodistas". En el sentido que están

influyendo en una re-reconstrucción de la vida socio-cultural. Nos explicamos, los sujetos recibimos una realidad social que han construido nuestras generaciones anteriores, luego como sujetos activos que somos, la transformamos con nuestra socialización, en relación con otros sujetos o grupos. Por lo tanto nuestras acciones en el mundo están afectadas tanto por lo recibido que por lo aportado por cada uno de nosotros, aquí hablaríamos de una "re-construcción social de la realidad". Pero a ese proceso, le estamos sumando la "realidad creada" por los periodistas, entonces podemos pensar que estamos asistiendo a una re-reconstrucción social de la realidad, como dice Morin¹⁰, en su segundo principio que propone para pensar la Complejidad: la recursividad organizacional: "reencontramos el ejemplo del individuo, son los productos de un proceso de reproducción que es anterior a nosotros. Pero, una vez que somos producidos, nos volvemos productores del proceso que va a continuar." Entonces, la inquietud es ¿a qué nueva realidad social nos estamos enfrentando? Esa reconstruida por los periodistas? que a su vez nosotros receptores, construimos y por lo tanto re-reconstruimos socialmente esa realidad? Y si es así, creo que el camino a recorrer es mucho más arduo que el recorrido hasta aquí por nosotros. Porque nos toca participar en la desmitificación de esa realidad que nos están presentando los periodistas.

Bibliografía.

AUGÉ, Marc. (1998) Los no Lugares: Espacios de Anonimato. Barcelona: Gedisa Editorial.

BALANDIER, Georges (1989). El desorden. La teoría del caos y

¹⁰ MORIN, Edgar. Introducción al Pensamiento complejo. Gedisa Editores, Barcelona, segunda reimpresión, 1998

las ciencias sociales. Elogio de la fecundidad en movimiento. Barcelona: Gedisa.

BEDOYA, Olga Lucía y otros. Paradoja de la Ciudadanía en Pereira: Entre los Ciudadanos Jurídicos y los Itinerantes (2000 - 2003). Bogotá: Editorial Magisterio.

BERGER, Peter y LUCKMANN Thomas (1998) La Construcción Social de la Realidad. Buenos Aires: Amorrortu editores, décimoquinta impresión.

BRONCKART, Jean-Paul. Teorías de la acción, lenguaje, lenguas naturales y discurso. En: La mente Sociocultural. Aproximaciones teóricas y aplicadas. Editado por James V. Wertsch I Río y Amelia Alvarez, Fundación Infancia y Aprendizaje, 1997. Pág. 63-76

CANCLINI GARCIA, Néstor (1995). Consumidores Y Ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo.

FISCHER, H.R., RETZER A.(comp.) (1997). El final de los grandes proyectos. Barcelona: Gedisa.

GIL, Hernán. (1999) El Correo Electrónico: Como proceso Comunicativo. Colombia: Tesis Magíster, Universidad Tecnológica de Pereira.

IBAÑEZ, Jesús. (1994) El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden. Madrid: Editorial Siglo XXI.

MATURANA, Humberto. (1997) La realidad ¿objetiva o construida? Fundamentos biológicos de la realidad. Barcelona: Anthropos.

-----, (2002) El Sentido de lo Humano. Santiago: Ediciones Dolmen. 2002.

-----, (2002) Transformación en la Convivencia. España: Dolmen Ediciones.

MORIN, Edgar (1998) Introducción Al Pensamiento Complejo. Barcelona: Gedisa Editores.

OLSON, David. (1995) Cultura escrita y oralidad (compilación). Barcelona: Editorial Gedisa.

ORTEGA G. Félix. Y HUMANES, M. L. (2000) Algo Mas Que Periodistas. Sociología De Profesión. Barcelona: Ariel.

PINTOS, Juan-Luís. (1995) Los imaginarios sociales, La nueva construcción de la realidad social. Santander: Sal Terrae.

SANCHEZ, Celso (1999) Imaginación y Sociedad: una Hermenéutica Creativa de la Cultura. España: Universidad Pública de Navarra.

THOMPSON, John B (1998) LOS MEDIA Y LA MODERNIDAD. Una Teoría De Los Medios De Comunicación. España: Paidós.

VARGAS LLOSA, Mario (2000) Las Culturas Y La Globalización. Colombia: El País.

WATZLAWICK, Paul (comp.) (1989) La realidad inventada. ¿Cómo sabemos lo que creemos saber? Barcelona: Gedisa, 1989.

WERTSCH, James (1997) DEL RÍO, Pablo y ALVAREZ, Amelia. La Mente Sociocultural. Aproximaciones Teóricas Y Aplicadas. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.