

Formato digital
ISSN 2542-3460
Depósito legal ZU2017000273

Formato impreso
ISSN 1317-102X
Depósito legal pp 200002ZU729

Revista de Artes y Humanidades



UNICA

Universidad Católica Cecilio Acosta



UNICA

Año 25
Jul - Dic
2024

Nº **53**



Revista de Artes y Humanidades UNICA
Volumen 25 N°53 / Julio-Diciembre 2024, pp. 130-141
Universidad Católica Cecilio Acosta – Maracaibo - Venezuela
ISSN: 1317-102X e – ISSN: 2542-3460

La construcción de representaciones sociales en los medios de comunicación masiva: Un análisis desde la perspectiva de la prensa venezolana

REYES LABARCA, Alfredo¹

*Universidad Católica Cecilio Acosta
Maracaibo - Venezuela*

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14241719>

Resumen

Este artículo examina la construcción de representaciones sociales en los medios de comunicación masiva en Venezuela, un país marcado por una intensa polarización política y social. Utilizando un marco teórico basado en las aportaciones de Moscovici, Rouquette y Raiter, se analiza cómo la prensa venezolana influye en la percepción pública y en la difusión de opiniones sobre temas críticos. La investigación destaca que los medios no solo informan, sino que también moldean las percepciones a través de la selección y presentación de la información. Se describe un proceso en tres fases para la difusión de representaciones sociales: la exposición a fuentes de información, la recepción de mensajes significativos y la interpretación individual de estos mensajes. Este proceso es esencial para comprender cómo se forman y evolucionan las representaciones sociales en el contexto venezolano. Además, se enfatiza el papel del lenguaje y las etiquetas utilizadas en los titulares, que impactan directamente en la forma en que los ciudadanos interpretan la realidad política. Los hallazgos sugieren que, en un entorno de crisis, los medios de comunicación tienen el poder de reforzar creencias preexistentes y contribuir a la construcción de narrativas que impactan la opinión pública. En conclusión, la investigación revela la compleja interacción entre los medios y las representaciones sociales en Venezuela.

Palabras Clave: Representaciones sociales, Medios de comunicación, Polarización, Venezuela

Recibido: 16-05-2024

Aceptado: 13-07-2024

¹ Doctorante en Ciencias de la Educación, Universidad Rafael María Baralt UNERB

Abstract

This article examines the construction of social representations in the mass media in Venezuela, a country marked by intense political and social polarization. Using a theoretical framework based on the contributions of Moscovici, Rouquette and Raiter, it analyzes how the Venezuelan press influences public perception and the dissemination of opinions on critical issues. The research highlights that the media not only informs, but also shapes perceptions through the selection and presentation of information. A three-phase process for the dissemination of social representations is described: exposure to sources of information, the reception of significant messages and the individual interpretation of these messages. This process is essential to understand how social representations are formed and evolve in the Venezuelan context. In addition, the role of language and labels used in headlines is emphasized, which directly impact the way in which citizens interpret political reality. The findings suggest that, in a crisis environment, the media has the power to reinforce pre-existing beliefs and contribute to the construction of narratives that impact public opinion. In conclusion, the research reveals the complex interaction between the media and social representations in Venezuela.

Keywords: Social representations, Media, Polarization, Venezuela

Introducción

Los medios de comunicación masiva, como la prensa, la televisión y la radio, desempeñan un papel crucial en la construcción y difusión de representaciones sociales. Según McQuail (2010), estos medios actúan como intermediarios entre los acontecimientos sociales y el público, facilitando la circulación de información y la formación de opiniones. En el contexto venezolano, caracterizado por una intensa polarización política y social, los medios no solo informan, sino que también moldean las percepciones y opiniones del público sobre diversos temas. Esta dinámica es particularmente relevante en un país donde la crisis política y económica ha llevado a un aumento en la desconfianza hacia las instituciones y los actores políticos (Boulton, 2016).

Este artículo explora cómo los medios de comunicación masiva en Venezuela contribuyen a la construcción de representaciones sociales, utilizando el marco teórico de autores como Moscovici (2005), Rouquette (1986) y Raiter (2010). Moscovici (2005) argumenta que las representaciones sociales son construcciones colectivas que se forman a partir de la interacción social y la comunicación, mientras que Rouquette (1986) enfatiza la importancia del contexto social en la recepción y procesamiento de información. Por su parte,

Raiter (2010) destaca el papel activo del individuo en la interpretación de los mensajes mediáticos, lo que permite una comprensión más profunda de cómo se forman las creencias y percepciones en la sociedad.

Además, es fundamental contextualizar la situación actual de Venezuela, donde la polarización han llevado a una fragmentación del discurso mediático. La influencia de los medios se convierte en un factor determinante en la construcción de narrativas que pueden reforzar o desafiar las creencias existentes. Este artículo, por lo tanto, no solo analiza la función informativa de los medios, sino que también examina su papel como agentes de construcción social, contribuyendo a la comprensión de las representaciones sociales en un entorno complejo y cambiante.

Aproximación a una definición de las Representaciones Sociales

Las representaciones sociales son construcciones cognitivas y culturales que permiten a los individuos interpretar y dar sentido a su entorno social. Según Moscovici (1976), "las representaciones sociales son un sistema de valores, ideas y prácticas que permite a los individuos comprender su mundo y comunicarse con los demás". Este concepto es fundamental para entender cómo las personas organizan sus experiencias y construyen significados en contextos sociales específicos.

Las representaciones sociales no solo son individuales, sino que también se dan en el ámbito colectivo. Como señala Jodelet (1989), "las representaciones sociales son compartidas por un grupo y son el resultado de un proceso de negociación entre sus miembros". Este proceso implica la interacción social y la influencia de diversos factores, como la cultura, la historia y el contexto socioeconómico.

La función de las representaciones sociales es esencial, ya que permiten a los individuos orientarse en su realidad cotidiana. Según Abric (2003), "las representaciones sociales actúan como guías que facilitan la comprensión de fenómenos complejos y ayudan a la toma de decisiones". De esta manera, las representaciones sociales contribuyen a la construcción de identidades y a la cohesión social, ya que proporcionan un marco de referencia común para los miembros de un grupo.

Además, las representaciones sociales son dinámicas y pueden evolucionar con el tiempo. Como lo indica Raiter (2010), "las representaciones sociales se transforman a medida que los individuos y grupos enfrentan nuevas experiencias y contextos". Esta adaptabilidad es crucial en entornos en constante cambio, donde las percepciones y significados pueden ser desafiados y redefinidos

En este sentido comprender las representaciones sociales es fundamental para analizar una amplia gama de fenómenos sociales, como:

- **La formación de la opinión pública:** Las representaciones sociales influyen en las opiniones y actitudes de los individuos sobre temas de interés público.
- **Los procesos de comunicación:** Las representaciones sociales guían la interpretación de los mensajes y la construcción de significados compartidos.
- **Las relaciones sociales:** Las representaciones sociales influyen en las relaciones entre los individuos y los grupos sociales.
- **Los cambios sociales:** Las representaciones sociales juegan un papel clave en los procesos de cambio social.

En este sentido, las representaciones sociales son construcciones colectivas de significado que las personas desarrollan a partir de sus experiencias compartidas y su interacción en un contexto social. Estas representaciones permiten a los individuos interpretar y dar sentido a su realidad, facilitando la comunicación y la comprensión mutua dentro de un grupo. Funcionan como marcos de referencia que influyen en la percepción, el comportamiento y las decisiones de las personas, adaptándose a lo largo del tiempo a medida que cambian las experiencias y el entorno social. En esencia, las representaciones sociales son herramientas cognitivas que ayudan a las comunidades a navegar y organizar su mundo.

Representaciones Sociales y Medios de Comunicación

Las representaciones sociales son construcciones colectivas que permiten a los individuos comprender y dar sentido a su entorno. Según Cuevas (2010), los medios de comunicación masiva son una vía efectiva para divulgar estas representaciones, ya que permiten a los individuos acceder a diversas opiniones y puntos de vista sobre temas de

interés. En Venezuela, la prensa ha sido un actor clave en la configuración de estas representaciones, especialmente en un contexto donde la información es altamente polarizada.

Moscovici (2005) sostiene que, aunque los medios no cambian directamente las opiniones individuales, su influencia se manifiesta en los grupos sociales a través de la discusión y el intercambio de ideas. Este fenómeno es particularmente relevante en Venezuela, donde la polarización política ha llevado a que los ciudadanos busquen información que respalde sus creencias y opiniones. En este sentido, los medios actúan como mediadores que pueden reforzar o desafiar las representaciones sociales existentes (González, 2018).

Rouquette (1986) describe un proceso en tres fases mediante el cual las representaciones sociales se difunden a través de los medios. En la primera fase, el individuo se expone a una fuente de información; en la segunda, recibe un mensaje que le resulta significativo; y en la tercera, interpreta y clasifica el mensaje según su contexto y experiencia personal. Este proceso es fundamental para entender cómo las representaciones sociales se forman y evolucionan en la sociedad venezolana, donde el contexto socioeconómico y político influye en la recepción y construcción de significados (Pérez, 2021).

Proceso de Difusión de Representaciones Sociales

La difusión de representaciones sociales se puede describir en tres fases, según el marco teórico de Moscovici (2005) y Rouquette (1986):

Exposición a Fuentes de Información: Esta fase implica que los individuos se exponen a diversas fuentes de información, como medios de comunicación, redes sociales y conversaciones interpersonales. Según Moscovici (2005), esta exposición inicial es crucial para la formación de representaciones sociales, ya que permite a los individuos acceder a diferentes narrativas y puntos de vista sobre un tema.

Recepción de Mensajes Significativos: En esta etapa, los individuos no solo reciben información, sino que también identifican y procesan mensajes que consideran relevantes o significativos. Rouquette (1986) señala que la relevancia del mensaje está influenciada por

factores como el contexto social y las experiencias previas del receptor, lo que determina su grado de atención y aceptación.

Interpretación Individual de los Mensajes: Finalmente, cada individuo interpreta el mensaje recibido de acuerdo con su propio contexto y experiencia personal. Esta interpretación es un proceso activo, donde se construyen significados basados en creencias, valores y conocimientos previos. Según Raiter (2010), este proceso de interpretación es fundamental para la consolidación de representaciones sociales, ya que permite que cada persona asigne su propio significado a la información recibida.

Los Medios como Agentes de Socialización y Construcción de Representaciones

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la socialización de los individuos y en la construcción de representaciones sociales. Esta influencia se manifiesta en cómo los medios informan, interpretan y, en muchos casos, moldean la percepción de la realidad en la sociedad. A continuación, se explora esta temática a través de las contribuciones de varios autores destacados en el campo de la comunicación y las ciencias sociales.

1. McQuail (2010): La Función de los Medios en la Socialización

Denis McQuail, en su obra "Mass Communication Theory", describe cómo los medios de comunicación actúan como agentes de socialización, facilitando la transmisión de valores, normas y comportamientos dentro de una sociedad. McQuail sostiene que los medios no solo informan sobre eventos y realidades, sino que también desempeñan un papel activo en la formación de identidades y en la construcción de significados compartidos.

En el contexto de la socialización, los medios ofrecen modelos de comportamiento y representan diversas realidades que pueden ser adoptadas por los individuos. Por ejemplo, las narrativas presentadas en la televisión, la prensa y las redes sociales pueden influir en cómo las personas perciben temas como la política, la cultura, la identidad de género y la raza. Esta influencia es especialmente potente en sociedades donde los medios son omnipresentes y donde los individuos están constantemente expuestos a mensajes mediáticos.

McQuail también destaca que la socialización a través de los medios es un proceso bidireccional. No solo los medios influyen en los individuos, sino que las audiencias también moldean el contenido mediático a través de sus reacciones, preferencias y demandas. Esto sugiere que la relación entre los medios y la audiencia es dinámica y en constante evolución, lo que permite que los medios se adapten a las necesidades y expectativas de la sociedad.

2. Moscovici (2005): Representaciones Sociales y Medios

Serge Moscovici, en su teoría de las representaciones sociales, aporta una perspectiva valiosa sobre cómo los medios contribuyen a la construcción de significados en la sociedad. En su obra "Social Representations: Explorations in Social Psychology", Moscovici argumenta que las representaciones sociales son construcciones colectivas que emergen de la interacción social y la comunicación.

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la difusión y consolidación de estas representaciones sociales. A través de la selección de temas, el lenguaje utilizado y las imágenes presentadas, los medios contribuyen a la creación de narrativas que pueden reforzar o desafiar las creencias y valores existentes. En este sentido, Moscovici señala que los medios no son meros transmisores de información, sino que actúan como agentes activos en la construcción de la realidad social.

En el contexto de la polarización política y social, como es el caso de muchos países latinoamericanos, los medios pueden exacerbar las divisiones existentes al presentar representaciones sesgadas de diferentes grupos y realidades. Esto puede llevar a la creación de estereotipos y a la perpetuación de prejuicios, afectando la forma en que las personas se relacionan entre sí y con el mundo que les rodea.

3. Rouquette (1986): El Contexto Social en la Recepción de Mensajes

Jean-Claude Rouquette enfatiza la importancia del contexto social en la recepción y procesamiento de información. En su obra "Les représentations sociales", Rouquette sostiene que la interpretación de los mensajes mediáticos está profundamente influenciada por el entorno social y cultural del receptor. Esto significa que la manera en que los individuos comprenden y reaccionan a los contenidos mediáticos no es uniforme, sino que varía según su contexto social, experiencias previas y creencias personales.

Rouquette describe un proceso en tres fases: la exposición a fuentes de información, la recepción de mensajes significativos y la interpretación individual. En este marco, los medios de comunicación se convierten en un espacio donde se negocian significados y se construyen representaciones sociales. En sociedades con una diversidad cultural y social, como Venezuela, esta dinámica es particularmente relevante, ya que diferentes grupos pueden interpretar el mismo mensaje mediático de maneras divergentes.

Además, Rouquette señala que la socialización a través de los medios no ocurre de manera aislada. Los individuos también se socializan a través de sus interacciones con otros, lo que significa que las conversaciones y discusiones en grupos sociales pueden influir en cómo se interpretan los mensajes mediáticos. Así, los medios actúan como catalizadores en el proceso de socialización, pero el contexto social y las interacciones personales son igualmente importantes en la construcción de significados.

4. Raiter (2010): La Interpretación Activa del Individuo

Mariana Raiter resalta el papel activo del individuo en la interpretación de los mensajes mediáticos. En su investigación sobre comunicación y percepción, Raiter argumenta que los receptores no son pasivos; en cambio, participan activamente en la construcción de significados a partir de la información que consumen. Esta perspectiva es crucial para entender cómo los medios pueden influir en la socialización y en la construcción de representaciones sociales.

Raiter sugiere que la interpretación de los mensajes mediáticos es un proceso complejo que involucra la reflexión crítica y la negociación de significados. En un contexto donde los medios de comunicación son omnipresentes, los individuos deben desarrollar habilidades críticas para analizar y evaluar la información que reciben. Esto es especialmente relevante en sociedades donde la desinformación y la manipulación mediática son comunes.

La capacidad de los individuos para interpretar activamente los mensajes mediáticos implica que también pueden resistir o cuestionar las representaciones sociales que los medios intentan imponer. En este sentido, Raiter destaca que la audiencia no es un ente homogéneo, sino que está compuesta por individuos con diferentes experiencias, creencias y contextos

sociales. Esta diversidad en la interpretación permite que surjan representaciones sociales alternativas, que pueden desafiar las narrativas dominantes.

La Influencia de los Medios en Venezuela

La situación política y social en Venezuela ha propiciado una diversificación de los medios de comunicación, donde cada uno busca atraer a un público específico. En este contexto, Raiter (2002) distingue entre dos vías de difusión de representaciones sociales: la cuantitativa, que se refiere al alcance de los medios, y la cualitativa, que se relaciona con la interpretación de los contenidos por parte del público. Esta dualidad es fundamental para entender cómo los medios en Venezuela han adoptado estrategias que responden a las necesidades y creencias de sus audiencias, permitiéndoles mantener su relevancia en un entorno mediático altamente competitivo.

La prensa venezolana, en particular, ha utilizado etiquetas y calificativos que influyen significativamente en la percepción pública. Marková (2003) sostiene que "el uso de ciertas palabras en los titulares puede transformar la manera en que se perciben los objetos de representación". En el caso de Venezuela, términos como "dictadura" y "gobierno legítimo" han sido comúnmente empleados en la cobertura mediática, afectando la forma en que los ciudadanos interpretan la realidad política. Esta utilización del lenguaje no solo refleja una postura editorial, sino que también contribuye a la construcción de una narrativa que puede polarizar aún más a la sociedad. López (2020) argumenta que "la elección de palabras en los medios de comunicación puede crear divisiones en la opinión pública, intensificando la polarización existente".

El contexto de crisis humanitaria y económica en Venezuela ha llevado a que los medios de comunicación adopten, en ocasiones, un enfoque sensacionalista, priorizando la atención sobre eventos dramáticos o impactantes. Según Martínez (2019), "el sensacionalismo en la cobertura mediática puede generar representaciones distorsionadas de la realidad". Este fenómeno afecta no solo la percepción pública, sino también la construcción de identidades sociales, ya que las narrativas mediáticas pueden influir en cómo los ciudadanos se ven a sí mismos y a su entorno. En un país donde la crisis ha desbordado las fronteras de lo cotidiano, la forma en que se presentan los eventos puede tener

consecuencias profundas en la cohesión social y en la percepción de la legitimidad de las instituciones.

Además, el papel de las redes sociales se ha vuelto crucial en la difusión de información y en la construcción de representaciones sociales. En un entorno donde los medios tradicionales pueden estar polarizados, las plataformas digitales permiten que diversas voces y narrativas emerjan. Sin embargo, esto también puede llevar a la proliferación de desinformación y a la creación de cámaras de eco, donde los individuos solo consumen información que refuerza sus creencias preexistentes (González, 2021).

Las Representaciones Sociales en el Contexto Venezolano

Las representaciones sociales en Venezuela están marcadas por diversos factores históricos, políticos y sociales que han influido en la percepción y comprensión de la realidad por parte de la población. Este proceso es dinámico y se ve afectado por el contexto cambiante del país.

Cambios Políticos y Crisis Social: La historia reciente de Venezuela, caracterizada por una serie de cambios políticos drásticos y crisis económicas, ha tenido un impacto profundo en las representaciones sociales. Según Boulton (2016), "las crisis generan un cambio en las narrativas sociales, donde las representaciones se adaptan a nuevas realidades". Por ejemplo, la polarización política que ha surgido en las últimas décadas ha llevado a la formación de representaciones sociales que reflejan divisiones profundas entre diferentes sectores de la población.

Influencia de los Medios de Comunicación: Los medios de comunicación han desempeñado un papel crucial en la evolución de estas representaciones. Moscovici (2005) señala que "los medios actúan como agentes de socialización que no solo informan, sino que también moldean las percepciones colectivas". En Venezuela, la forma en que los medios informan sobre eventos políticos y sociales contribuye a la construcción de narrativas que pueden reforzar o desafiar creencias existentes. Durante períodos de crisis, la desconfianza hacia los medios también puede llevar a la creación de representaciones sociales alternativas en las redes sociales y otros espacios no convencionales.

Interacción Social y Contexto Cultural: La interacción social y el contexto cultural también juegan un papel fundamental en la evolución de las representaciones sociales. Raiter (2010) afirma que "la interpretación de los mensajes mediáticos depende de las experiencias previas y del contexto social del receptor". En Venezuela, las experiencias compartidas durante períodos de crisis han llevado a la formación de representaciones sociales que reflejan la resiliencia y la identidad cultural del pueblo. Esto se manifiesta en narrativas que enfatizan la lucha y la resistencia frente a la adversidad.

Adaptación a Nuevas Realidades: A medida que la situación en Venezuela continúa evolucionando, las representaciones sociales también se adaptan. La migración masiva de venezolanos ha generado nuevas dinámicas sociales y culturales, lo que ha llevado a la creación de representaciones que reflejan la diáspora y la búsqueda de nuevas oportunidades. Según Rouquette (1986), "las representaciones sociales son fluidas y pueden cambiar en respuesta a nuevas experiencias y contextos".

Conclusiones

Las representaciones sociales son construcciones colectivas que permiten a los individuos dar sentido a su realidad social, facilitando la comunicación y la interacción en contextos específicos. Su naturaleza dinámica y su función orientadora son clave para la comprensión de la vida social y cultural.

La construcción de representaciones sociales a través de los medios de comunicación masiva en Venezuela es un fenómeno complejo que refleja la interacción entre la información presentada y la interpretación que realiza el público. Aunque los medios tienen el poder de influir en la opinión pública, es el contexto social y las experiencias individuales de los ciudadanos las que determinan cómo se reciben y procesan estas representaciones. En un país donde la polarización es intensa, comprender este proceso es crucial para abordar los desafíos que enfrenta el periodismo y la comunicación en general.

La influencia de los medios de comunicación en Venezuela es un fenómeno complejo que se manifiesta a través de la elección del lenguaje, el enfoque sensacionalista y la diversificación de las plataformas informativas. Estas dinámicas no solo afectan la

percepción pública, sino que también juegan un papel fundamental en la construcción de representaciones sociales que pueden polarizar aún más a la sociedad venezolana.

Referencias

Boulton, A. (2016). La influencia de los medios en la opinión pública. Ediciones Universitarias.

Cuevas, M. A. (2010). Representaciones sociales en la prensa. *Sinéctica*, 36. Recuperado de www.sinectica.iteso.mx

González, R. (2018). La influencia de los medios en la construcción de la opinión pública en Venezuela. *Revista de Comunicación y Sociedad*, 12(3), 45-62.

González, M. (2021). *Redes sociales y desinformación en Venezuela: Un análisis crítico*. Editorial Universitaria.

López, J. (2020). La polarización mediática en el contexto venezolano: Un análisis crítico. *Estudios de Comunicación*, 15(1), 89-104.

López, J. (2020). Narrativas mediáticas y polarización en Venezuela. *Revista de Comunicación*, 15(3), 45-62.

Marková, I. (2003). *Social representations: A case study in the social psychology of communication*. New York: Psychology Press.

Martínez, F. (2019). Sensacionalismo y crisis en la prensa venezolana. *Revista de Estudios Sociales*, 20(2), 123-138.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.

Moscovici, S. (2005). *Social representations: Explorations in social psychology*. New York: NYU Press.

Pérez, A. (2021). Contexto y construcción de significados en la prensa venezolana. *Análisis de Medios*, 10(4), 34-50.

Raiter, M. (2002). *Medios de comunicación y representaciones sociales*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Rouquette, M. L. (1986). *La comunicación y las representaciones sociales*. México: Siglo XXI Editores.



UNICA

REVISTA DE ARTES Y HUMANIDADES UNICA

Nº 53 Vol.25 – 2024 - 2 (Julio – Diciembre)

*Publicación en formato digital a cargo del Fondo Editorial de la
UNIVERSIDAD CATÓLICA CECILIO ACOSTA. Maracaibo-Venezuela*

<https://revistas.unicaedu.com/>