

Presupuestos teórico-metodológicos disciplinares relevantes para la construcción conceptual y categorial de la noción de usuario

Autora: MSc. Liliam Marrero Santana, Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, Cuba

marrerasantana@fcom.uh.cu, liliammarrero@gmail.com

Resumen: Se abordan bases conceptuales, teóricas y metodológicas vinculadas a la figura del usuario, entendido como actor esencial en procesos de información y comunicación, a partir de la sistematización y análisis de áreas del conocimiento afines como los Estudios de Usuario de la Ciencia de la Información y los Estudios de Recepción, asociados a la producción teórica e investigativa de la Comunicación de Masas, como parte del campo de la Comunicación. Se refieren de modo preliminar puntos de convergencia y divergencia; así como anclajes y desplazamientos fundamentales en torno al usuario, en una reflexión que atiende a las plataformas paradigmáticas sobre las cuales se erige la evolución de los referentes conceptuales y teórico-metodológicos de relevancia para el objeto de estudio.

Palabras clave: teorías de la comunicación de masas, estudios de recepción, ciencia de la información, estudios de usuarios

Tabla de contenidos:

1. Introducción
2. Metodología
3. Desarrollo
 - 3.1. Usuarios en las organizaciones de información
 - 3.1.1. Presupuestos paradigmáticos
Del sujeto ausente o fisicalismo
Enfoque cognitivo y nuevas miradas al usuario
Sociocognitivismo emergente: al usuario *social*
 - 3.2. Receptores de la comunicación masiva
 - 3.2.1. Tendencias teóricas principales
 - 3.2.2. Enfoques latinoamericanos: *cultura* y *mediaciones*
 - 3.3. Convergencias y divergencias

4. Conclusiones

5. Bibliografía

1. Introducción

El surgimiento de la denominada Sociedad Red procura la movilización del pensamiento científico social y los modos de construcción de conocimiento. Numerosas disciplinas se aprestan a abordar escenarios convergentes y se empeñan en actualizar sus formulaciones teórico-conceptuales y metodológicas al ritmo de las continuas modificaciones culturales que se agolpan con el crecimiento de las redes tecno-sociales y la expansión de los procesos que a través de ellas se desarrollan y expresan.

La disciplinarización científica, entendida como “la construcción y defensa de un territorio delimitado y relativamente cerrado para controlar los procesos de producción y reproducción de saberes académicos” (Fuentes, 2004), devuelve un cúmulo desconectado de aproximaciones teóricas e investigación que se muestran insuficientes para “atrapar”, en toda su profundidad, el trastorno de sensibilidades que fragua desde las últimas décadas del siglo XX.

Las oposiciones entre las posturas empírico-analíticas –también identificadas como *paradigma explicativo-*, asociadas a los fundamentos del positivismo, el funcionalismo, el pragmatismo y el cientificismo dominantes en el origen y desarrollo de las Ciencias Sociales, y las posturas de naturaleza crítica e interpretativa –reconocidas como *paradigma interpretativo-* inclinadas hacia la comprensión de los sujetos y las formas de socialidad con énfasis en los procesos de construcción y mediación sociocultural (Linares, 2003; Saladrigas, 2005), constituyen un referente primario para inaugurar itinerarios que permitan traspasar los lindes disciplinares y forjar bases teórico-metodológicas complementarias y flexibles.

El retorno al *sujeto*, a sus vínculos multidimensionales con la sociedad y al carácter mediado y mediador de las relaciones sociales, es crecientemente demandado a razón de valorar la inoperancia de las brechas disciplinares y las tendencias hegemónicas del pensamiento científico. Esta redimensión deviene un eje cardinal en el acercamiento a las coordenadas tecnológicas y culturales que perpetúan las asimetrías de poder y las relaciones de dominación a escala planetaria y que, al mismo tiempo, albergan condiciones de posibilidad para la subversión de los desequilibrios y para la reconquista de espacio-tiempos alternativos, de resistencias políticas y culturales.

Los Estudios de Usuarios y de la Recepción, asociados a las Ciencias de la Información y de la Comunicación, respectivamente, configuran territorios habitualmente inconexos, cuyos objetos y preguntas de investigación se vuelven cada vez más permeables. Los presupuestos paradigmáticos interpretativos y críticos en el actual ecosistema de redes tecnológicas y humanas, promueven incursiones *desde y hacia* estas y otras áreas, ante el imperativo de reconsiderar los supuestos epistemológicos de la *alteridad* en los procesos de información y comunicación (Pineda, 2011).

El presente constituye un ejercicio de sistematización, de carácter aproximativo, que se sustenta en la revisión de ciertas bases teórico-metodológicas disciplinares relevantes para la construcción conceptual y categorial de la noción de *usuario*, como parte de una investigación de Maestría en curso que propone un *acercamiento a referentes teórico-metodológicos que tributan a la concepción de usuario de la información en ambientes reticulares digitales*.

El contexto investigativo global asociado a esta problemática se caracteriza por la diversidad de áreas que se interesan en el vínculo entre sujetos y sistemas de información y comunicación, al tiempo que perviven desconocimientos entre unos y otros campos de saberes (Dervin, Reinhard y Shen, 2006). La disciplinarización estimula el desarrollo de programas de pesquisas que no sólo ignoran contribuciones existentes, sino que obvian el aporte de zonas históricamente enfrascadas en la investigación de los actores *Alter* (Martín, 2007) de procesos institucionales y/o sociales de información y comunicación.

En el panorama académico nacional, el estudio se coloca, igualmente, en el cruce de fronteras y líneas de indagación trazadas desde las carreras de Ciencias de la Información, Comunicación Social y Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana; y se identifica con un conjunto reciente de Tesis de pregrado y postgrado (Aportela, 2009; Bradshaw, 2010; Companioni, 2012; Navarro, 2007) que se orientan hacia exploraciones de carácter inter y transdisciplinar.

La contribución expone resultados y conclusiones parciales de un estudio más abarcador, que pretende contribuir con la edificación de un marco general complejo y dúctil asociado a la figura del usuario; y busca también promover nuevos derroteros investigativos como un empeño embrionario e impostergable para la todavía escasa indagación acerca de este *sujeto-objeto* en el ámbito cubano.

Teniendo en cuenta estos elementos, la ponencia plantea los siguientes objetivos:

1. *Sistematizar presupuestos teórico-metodológicos disciplinares relevantes para la construcción conceptual y categorial de la noción de usuario*, a partir de las aportaciones de áreas de investigación afines como los Estudios de Usuarios y los Estudios de Recepción.
2. *Referir puntos de convergencia y divergencia*, atendiendo a las plataformas paradigmáticas sobre las cuales se erigen los referentes disciplinares de relevancia para el objeto de estudio.

2. Metodología

Desde el apego a las lecturas socioculturales y la apuesta por la interlocución entre las áreas científicas, el estudio, de carácter teórico-documental, se adentra en el universo de los actores *Alter* de la información y a comunicación, y las matrices conceptuales, dimensiones y pautas metodológicas para su construcción como objeto; por lo que la investigación documental, en su perspectiva clásica o bibliográfica, se instaura como el método principal.

3. Desarrollo

3.1. Usuarios en las organizaciones de información

Los Estudios de Usuarios devienen una zona multidisciplinar de conocimientos que analiza los hábitos, comportamientos, motivaciones, actitudes y demandas de las personas en relación con los servicios y sistemas de información (Camué, 2007), por lo que cubren una gama amplia de investigación potencial, desde el estudio de las elecciones de libros de los usuarios de una biblioteca (...) al análisis en profundidad de las necesidades subyacentes que resultan en la búsqueda de información" (Wilson, 2003, p.18).

Un rasgo común en los empeños por definir este cuerpo de saberes descansa en el predominio de la investigación empírica sobre el debate de orden teórico, lo que se trasluce en la centralidad de la cuestión metodológica. Así, los estudios de usuario se aproximan más a un conjunto todavía disperso de indagaciones, que a un territorio disciplinar teórica y epistemológicamente estructurado.ⁱ

Una síntesis del progreso histórico de los estudios de usuarios establece como momento inicial la conferencia auspiciada por la *Royal Society Scientific Information Conference*ⁱⁱ en 1948 que postula como objetivo fundamental de

este tipo de pesquisa el conocimiento de los hábitos de lectura científica. Hacia las décadas de 1950 y 1960, es visible el interés por el aspecto emocional y afectivo de las personas y se configura como central la noción de *necesidad de información*. Se unen, además, hacia los años '70 y '80 las aportaciones encaminadas a la educación de usuarios y el valor del contexto de la necesidad de información para comprender el comportamiento humano en la búsqueda informativa, así como el comportamiento del uso de la información (Camué, 2007). Sin embargo, varios autores apuntan como período fundacional las décadas del '20 y del '30 del siglo XX en Estados Unidos, además de los años '40 y '50 en Inglaterra, de modo que se reconocen dos polos en el origen de los Estudios de Usuarios (Figueiredo, 1983; Martín-Lahera, 2004; Marín, 2006; Pinheiro, 1982; Ribeiro y Sigoli, 2011; Ávila, 2008; 2010).

La década del '60 deviene tiempo histórico propicio para la concreción del término *Estudios de Usuarios*ⁱⁱⁱ (Bastos Da Cunha, 1982) y con él, una zona de saberes mejor delimitada; al tiempo que se fragua, en 1962, el proyecto disciplinar de la Ciencia de la Información^{iv}, momento cumbre en el esfuerzo por constituir un "espacio diferenciado del conjunto de la ciencia" con bases analíticas propias (Almeida, Fernández y Linares, 2009).

3.1.1. Presupuestos paradigmáticos

Aun cuando la Ciencia de la Información presenta una juventud notoria, y sus relaciones de exclusión, subordinación o inclusión con áreas de conocimiento inaugurales y otras disciplinas informacionales no están definidas (Linares, 2004a; Ávila, 2010b), esta propuesta ofrece una plataforma global válida para adentrarse en las revisiones conceptuales e investigaciones que sustentan el reconocimiento de los usuarios como actores clave de los procesos de información (Linares, 2003; 2010; Ávila, 2009; 2010a).

El fisicalismo, cognitivismo y la tendencia más actual, aunque todavía emergente, de la dimensión cultural o sociocognitivismo, señalan estadios paradigmáticos que marcan, precisamente, desplazamientos centrales en la estructuración de la Ciencia de la Información y establecen correlatos en los modos de encarar la figura del usuario (Almeida, Fernández, y Linares, 2009; Capurro, 2003; Hernández, 2007; Linares, 2003; 2005; Ávila, 2009; 2010).

Del sujeto ausente o fisicalismo

La Psicología Conductista y los supuestos fundadores de la Sociología en el siglo XX en general, y la Teoría Matemática de la Comunicación (Shannon y Weaver, 1949), así como la Teoría General de Sistemas (Bertalanffy, 1968)

en particular, constituyen plataformas esenciales para la construcción del saber informacional y los Estudios de Usuarios (Linares, 2003; 2005; Martín-Lahera, 2004; Ávila, 2009).

La Teoría Sistémica en el entorno científico informacional se manifiesta en dos perspectivas principales: aporta una visión funcionalista del papel de la información en la sociedad y estimula la concepción de los sistemas de información en un sentido unidireccional a partir de la lógica de entrada, procesamiento y salida (Ávila, 2009).

El modelo de Shannon y Weaver, como basamento teórico de la Ciencia de la Información, tiene especial incidencia en la conceptualización de información, enmarcada en lo mensurable y objetivo (Linares, 2003; 2010). En correspondencia con la cuestión comunicativa focalizada en términos transmisivos, el receptor/usuario encarna un carácter pasivo.

El conductismo prioriza la indagación sobre el sujeto mediante "su conducta observable, a través de mecanismos como el estímulo-respuesta" (Linares, 2010). Los estudios de usuarios se pliegan al intento de medir el comportamiento informacional de sujetos desprovistos de singularidad por mediación subjetiva o cultural. Del empeño por consolidar el carácter científico de la Sociología, se instituye la noción de "hecho social"^v, entendido como suceso externo a los seres humanos, con existencia independiente de sus manifestaciones individuales. Coherentes con los presupuestos fisicalistas, la investigación sobre los usuarios pretende enunciar las "leyes del uso de la información" por lo que excluyen al ser humano como objeto significativo (Ávila, 2010a).

El "espíritu positivista" (Ávila, 2010a) prioriza la estandarización de variables comportamentales y acoge la cuantificación como operación metodológica suprema. Las técnicas bibliométricas se incorporan y son empleados el cuestionario, el análisis documental y la observación, astringidos a los dictámenes del método científico (Galvão y Bastos Da Cunha, 2007; Linares, 2003; 2005; Ribeiro y Sigoli, 2011; Wilson, 2003; 2010; Ávila, 2008; 2010).

Enfoque cognitivo y nuevas miradas al usuario

Con las últimas décadas del siglo XX cristalizan reformulaciones medulares en la Ciencia de la Información, que acredita su compromiso con el usuario como objeto de estudio, colofón de su ascensión definitiva como Ciencia Social (Almeida, J. C. Fernández y Linares, 2009; Cibangu, 2010; Linares, 2010; Ávila, 2003). Se concreta el reemplazo de las posiciones explicativas por las

interpretativas, y los aportes de la Psicología Cognitiva devienen la simiente de un nuevo estadio paradigmático: el enfoque cognitivo^{vi} (Capurro, 2003).

La Psicología Cognitiva se impone al conductismo y defiende los aspectos subjetivos de la experiencia psicológica “al tratar de explicar lo que pasa en el mundo interior” (Linares, 2010). El cambio es substancial pues enmarca la información en procesos de comunicación social (Linares, 2004b) que implican la presencia del sujeto y su subjetividad para la deconstrucción cognitiva de datos, circunstancia de la cual emerge el conocimiento al convocarse y/o alterarse los modelos mentales previos. La preocupación central de los estudios es observar la manera en que la información modifica los esquemas internos de los individuos (Capurro, 2003).

Dervin y Nilan^{vii} (1986) analizan las investigaciones sobre los usuarios desde los años '70 y elaboran un cuadro conceptual en el que identifican dos paradigmas: el *abordaje tradicional* y el *abordaje alternativo*, correlatos de los enfoques globales –fiscalismo y cognitivismo- en la Ciencia de la Información (Talja y Hartel, 2007; Ávila, 2008; 2010a).^{viii}

El programa investigativo se altera a partir de los siguientes desplazamientos: de una noción objetiva a una subjetiva de la información; de la concepción pasiva del individuo a su reconocimiento como actor activo; de la búsqueda de modelos universales al interés por los contextos informacionales específicos; de la percepción aislada de la experiencia de los usuarios a la inclusión de otros factores influyentes; y del énfasis en las expresiones comportamentales externas a la valoración de los aspectos cognitivos (Dervin y Nilan, 1986).

La inserción definitiva de las tecnologías info-comunicacionales asoma como elemento central; las indagaciones sobre los sujetos y sus interacciones con los sistemas se instituyen en una preocupación permanente de los Estudios de Usuarios (Siatry, 1999; Wilson, 2010).

El interés por la legitimidad de los procedimientos metodológicos y la entrada de perspectivas cualitativas se integran al reajuste cognitivo. Se emplean las discusiones grupales y el análisis de documentos elaborados por los sujetos, al tiempo que también es valorada la investigación-acción (Bastos Da Cunha, 1982; Cortés, Balboa, Montes y Solís, 2008; Galvão y Bastos Da Cunha, 2007; Martín, 2007; Wilson, 2003).

Aunque el estatus de los Estudios de Usuarios se eleva, el basamento terminológico de este actor no ocupa un espacio protagónico en las

discusiones, concentradas, sin embargo, en las dimensiones *necesidad de información, búsqueda de información y uso de la información*, que se delinean como ejes de indagación medianamente autónomos (Linares, 2003; Wilson, 2010). La serie *necesidad-demanda-búsqueda-uso-satisfacción*^{ix} consigna un núcleo conceptual en el acervo investigativo y deja ver el sello de las corrientes administrativas en la causalidad que se imprime a los procesos.

Desde los supuestos cognitivistas, Wilson (1981; 1994; 1997) propone y construye la noción de *comportamiento informacional* o *comportamiento humano informacional*^x como denominación "más completa" (Bawden, 2006; Case, 2004; J. Ferreira y Albino, 2007; K. C. Gonçalves y De Souza, 2010; Miranda, 2006; Uribe, 2008; Wilson, 1997; 2000; 2007; 2010). El *comportamiento informacional* engloba una amplia gama de conductas humanas relacionados con los recursos y canales de información y las actitudes asumidas durante la búsqueda y el uso informativo (Uribe, 2008; Wilson, 2000). La definición es renovadora, entre otras cuestiones, por intentar desprenderse de las instituciones y procesos de información clásicos y colocar al individuo en contextos sociales más complejos.

No obstante, la referencia al *comportamiento informacional* como categoría y zona disciplinar genera desacuerdos debido a la huella *behaviorista* que evoca, y también por su incapacidad para cubrir la diversidad temática que atañe a esta zona de conocimiento (K. C. Gonçalves y De Souza, 2010; Miranda, 2006; Pettigrew, Raya y Bruce, 2001).

El paradigma cognitivo se revela como el único momento en la historia de la Ciencia de la Información en que un patrón de pensamiento se afianza como dominante en todas las subáreas (Linares, 2003), de ahí que puede considerarse como metaparadigma^{xi} (Hernández, 2006); pero en los Estudios de Usuarios su influencia no logra reflejar del todo el vuelo teórico de esa perspectiva en las investigaciones, dedicadas a identificar necesidades objetivas, ajenas a individuos y situaciones específicas. Prácticamente se entiende de forma unívoca la correspondencia entre necesidades y fuentes, como si existiese una fuente absolutamente adecuada para la satisfacción de cada necesidad (Ávila, 2010a).

Sociocognitismo emergente: al usuario *social*

Los años '90 permiten observar la escisión entre el cognitismo inaugural ortodoxo y una vertiente que propone la inclusión de los entornos culturales y las dinámicas de intercambio de experiencias y aprendizaje colectivo para aproximarse más integralmente a los usuarios (Hernández, 2007; Linares,

2003). De ese modo, el emerge el paradigma social (Capurro, 2003) o sociocognitivismo.

La modificación puede valorarse en dos orientaciones que comprenden pronunciamientos críticos diferenciados, aunque con supuestos comunes. Por una parte, se entronizan los debates acerca de la necesaria superación de los abordajes cognitivos; y por otra, la temática de la democratización de la información ocupa un lugar preponderante en los países del llamado tercer mundo desde los '80 (Ávila, 2008).

Dos investigadores pioneros en esta revisión son Birger Hjørland (1995; 2002) y Bernd Frohmann (1992), quienes promueven desde sus reflexiones “una explícita entrada de la sociedad y la cultura en el escenario informacional, con la peculiaridad de ser una mirada de la Ciencia de la Información inequívocamente entendida como ciencia social” (Linares, 2010).

Frohmann (1992) se opone “a una epistemología basada en conceptos como ‘imágenes mentales’, ‘mapas cognitivos’, ‘modelos del mundo’, ‘realidades internas’” y reivindica la comprensión del fenómeno informativo en tanto proceso socialmente construido, esencia que afecta las concepciones sobre “las ‘necesidades de los usuarios’, los ‘archivos de conocimientos’ y los esquemas de producción, transmisión, distribución y consumo de imágenes” (Capurro, 2003).

En Hjørland y Albrechtsen (1995) es revolucionadora la propuesta teórico-práctica del *análisis de dominioxii* (Linárez, n.d.), desde la cual queda atrás el individuo aislado del cognitivismo y las comunidades discursivas o dominios – profesionales, sociales, científicos-, entendidos como “entidades grupales que comparten una visión, una cultura y un lenguaje” (Hernández, 2007) se instauran como puntos focales del saber informacional. En la conceptualización presentada es posible notar la profunda influencia de corrientes interpretativas, con particular cercanía al concepto de *comunidad interpretativa* que implicó importantes variaciones en la concepción sobre los públicos en los Estudios de Recepción en Comunicación (Corominas, 2001; Martín-Lahera, 2004).

Cuando Hjørland (2003) afirma que el objeto de la ciencia informacional es el estudio de las relaciones entre discursos, zonas de conocimiento y documentos en asociación con diversas comunidades de usuarios, plantea una rotación sensible del eje analítico antológico del área, subordinado al objeto documental, esa persistente dimensión corpórea y cuasi sustitutiva de la información sembrada con la postura fisicalista. La información aparece ahora

imbricada en un complejo entramado de relaciones sociales y trazos discursivos donde el *sujeto en contexto* es un núcleo determinante, e involucra “los mensajes (paradigma físico), que son procesados a un nivel cognitivo (paradigma cognitivo) y además un contexto -situación, tarea, problema-, motivaciones e intencionalidad” (Saracevic, 1999, Almeida, Fernández y Linares, 2009).

3.2. Receptores de la comunicación masiva

Desde el reconocimiento de dos polos básicos interactuantes en la transmisión informativa como entes configuradores del proceso comunicacional (M. Martín, 2007; M. Martín, Piñuel, Arias y Gracia, 2005; Medina, 1995), la instancia de la *recepción* y el actor vinculado a ella, centran la atención de un área de conocimiento que no resuelve sus contradicciones internas ni las debilidades de su estatus científico, pero exhibe en el recorrido de las Teorías de la Comunicación de Masas, una zona de mayor sistematización y producción teórico-metodológica (Scolari, 2008) con aportes incuestionables en el acercamiento a la relación entre sujetos y sistemas mediáticos.

Un recuento histórico de los acercamientos al tema halla como punto de partida los años 30 y 40 del XX, donde prima una concepción del individuo como receptor puro, expuesto a la irradiación mediática y esgrime su preocupación fundamental con la interrogante: *¿qué efectos tienen los medios de comunicación en la sociedad de masas?*. Los 60 introducen la línea de las intenciones del receptor y se instaura como pregunta: *¿qué hacen las personas con los medios?* Mientras los 70 abren rutas de estudio acerca de la recepción desde su entendimiento como práctica de construcción social de sentidos, en la cual las personas reciben el mensaje mediático a través de la activación de sus propios repertorios culturales en interacción con los propuestos desde la emisión (Soares, 1995).

Las también llamadas Teorías, Análisis o Estudios de Recepción de Medios (Alonso, 1999; Orozco, 2002; 2003) alcanzan un momento climático en las postrimerías de la pasada centuria, y estimulan un desplazamiento epistemológico trascendente en los supuestos de la Comunicación, al punto de aportar “un tercer estadio en la biografía del campo, que viene a sustituir lo dicho por los dos anteriores, el funcionalista y el frankfurtiano” (Caletti, 1992, p.31)^{xiii}.

3.2.1. Tendencias teóricas principales

Los enunciados científicos relativos a la recepción pueden agruparse a través de un conjunto de perspectivas dominantes: el Modelo de Efectos, la Investigación sobre los Usos y Gratificaciones, las Teorías Literarias, el Enfoque de los Estudios Culturales y la Investigación Crítica de Audiencias (Alonso, 1999; Orozco, 2010).

De la misma manera que en el nacimiento de la preocupación por los usuarios en el área de la Información, el conductismo psicológico y el funcionalismo sociológico se vislumbran como fuentes de la Investigación de la Comunicación de Masas en Estados Unidos^{xiv} (A. Mattelart y M. Mattelart, 1998). En ese proyecto emergen los bosquejos primigenios a través del Modelo de Efectos, de orientación administrativa y positivista (Alonso, 1999; Vidal, 2002).

El proceso de relativización del poder de los *media* responde a la complementación de las perspectivas sociológica empírica y psicológica experimental, cuyos aportes develan los límites de los efectos mediáticos. El cierre de los años '40 encuentra dos formulaciones que devienen paradigmáticas en las Teorías de la Comunicación y representan las bases del Modelo de Efectos: el esquema de Lasswell (1985) y el modelo informacional de Shannon-Weaver (1949) (Medina, 1995)^{xv}. Ambos profundizan el carácter asimétrico y lineal otorgado a la comunicación y soportan diseños metodológicos cuantitativos apoyados en la encuesta y el experimento.

La Hipótesis de Usos y Gratificaciones se orienta hacia la utilidad atribuida por los sujetos a la información mediática en lugar de buscar el impacto de los medios en los públicos. Esta línea emerge de las corrientes funcionalistas y debe sus fundamentos a la teoría sociológica del Estructural-Funcionalismo de Talcott Parsons (1967) que aprecia en la sociedad un sistema con tendencia al equilibrio pendiente de subsistemas funcionales, entre ellos, los medios de comunicación (Vidal, 2002; Wolf, 1987).

Un momento de renovación en los acercamientos a las audiencias se desprende de las Teorías Literarias, que postulan la necesaria "iniciativa interpretativa" que preexiste en los textos, esto es, la exigencia de una comprensión activa para su puesta en función, si bien reconocen, con mayor o menor énfasis, un "margen suficiente de univocidad" en las opciones de interpretación. Tienen en cuenta los contextos de la interacción entre el mensaje y el lector, específicamente la pertenencia a conjuntos de receptores con estrategias decodificadoras afines o "comunidades interpretativas" (Alonso, 1999). Se advierte, sin embargo, la cercanía de los estudios literarios

a la línea de Efectos, pues no traspasan la idea del significado como elemento inherente a la estructura textual (Jacks y Escosteguy, 2005).

Los Estudios Culturales integran los preceptos sociológicos y literarios, y elevan la concepción de la cultura en tanto proceso de producción social de sentido que intermedia la propia dinámica de consumo mediático (Alonso, 1999). Con el movimiento del interés por los textos hacia los contextos de los intercambios y la mirada al destinatario como productor, estos enfoques crean un puente hacia las corrientes postmodernas en Comunicación y estimulan la toma de conciencia en torno al consumo como práctica cultural (Medina, 1995; Vidal, 2002).

Los Estudios de Recepción alcanzan expresión propia en las décadas del '80 y '90, y concretan un área de conocimiento que conquista la vuelta al sujeto (A. Mattelart y M. Mattelart, 1991) ante el agotamiento de las corrientes clásicas^{xvi}. Se erige el denominado Paradigma de la Recepción Activa, correlato de la revalidación del ser humano y su subjetividad como directriz en la investigación vinculada a los medios (Medina, 1995).

La perspectiva de la Investigación Crítica de Audiencias inaugura la nueva línea en los Estudios de Recepción, contrapuesta al conductismo del Modelo de Efectos y a la carrera cuantificadora del *rating* en la investigación de audiencias (Orozco, 2003). Múltiples fuentes como las sociologías interpretativas -el Interaccionismo Simbólico, la Fenomenología Social^{xvii}, la Etnometodología^{xviii}-, el Psicoanálisis, la Estética de la Recepción y las Teorías de Usos y Gratificaciones, alimentan sus postulados.

Orozco (1997) sintetiza los desplazamientos que en los niveles epistemológico, teórico y metodológico preceden a la Investigación Crítica de Audiencias: se abandona la asunción de un vínculo directo, causal, entre emisión y recepción, al tiempo que el contexto y la cultura son incorporados como ejes centrales. La audiencia implica a sujetos colectivos productores de sentido e históricamente situados; y en el plano metodológico pierde legitimidad el empirismo cientificista, la perspectiva cualitativa es refrendada y se emplean técnicas etnográficas.

3.2.2. Enfoques latinoamericanos: *cultura y mediaciones*

La investigación asociada a la recepción en América Latina, en especial en los decenios '80 y '90 del siglo XX, apuntala la contribución teórico-metodológica de esta línea al reordenamiento de los saberes en Comunicación. En una amalgama de propuestas que mantienen particularidades, asoman certezas

comunes que confirman desplazamientos en el abordaje del *sujeto destino*, derivadas también del contexto socio-histórico de la región.

La asunción dialéctica de la relación entre lo popular y lo masivo, la intención transformadora expresada en los esfuerzos por potenciar la participación política y cultural de los públicos, así como el valor otorgado a los géneros como articuladores de la recepción y los propios procesos productivos, constituyen bases compartidas por los enfoques latinoamericanos (Alonso, 1999), marcados por una espesa politización (Medina, 1995) y apoyados en la apropiación del concepto *gramsciano* de hegemonía^{xix}, desde el cual la cultura es también un instrumento de reproducción, lucha y negociación de las clases subalternas (Jacks y Escosteguy, 2005b). ^{xx}

Al actor social se le atribuye la "*capacidad de agencia*^{xxi} en tanto condición de posibilidad para la negociación de significados" (Orozco, 2003). Si la *agencia* refiere las posibilidades y habilidades para "reinterpretar y movilizar un repertorio de recursos en términos de esquemas culturales distintos a los que constituyeron originalmente el repertorio" (Sewell, 1992, p.19), y la comunicación es un proceso de (*re*)creación cultural y no una simple transmisión informativa (Martín-Barbero, 1998), la figura del receptor desborda su anclaje conceptual y se integra en tramas histórico-sociales más complejas que superan la precondition de sometimiento al mensaje mediático.

En los enfoques latinoamericanos habitan desplazamientos epistemológicos que apuntan a comprender la *comunicación* desde la *cultura* y la *cultura* desde su naturaleza *comunicativa*, junto al corrimiento del eje de miras de los *medios* a las *mediaciones* propuesto por Martín-Barbero (1998).

Al colocar la cultura como plataforma cardinal para el estudio de la comunicación, Martín-Barbero revela una vocación transdisciplinaria que convoca a desatender la tenaz disciplinarización del campo y a adentrarse en modelos más complejos, plurales y flexibles de análisis. Los procesos de socialización y las prácticas cotidianas pasan a ser la problemática medular y revalidan las interrogaciones sobre el agente receptor y sobre los usos sociales de los medios (Alonso, 1999; Fuentes, 2004; Jacks y Escosteguy, 2005b).

Los Estudios de Recepción se enfrentan a cuestionamientos que advierten el desbalance optimista en la comprensión del receptor como agente activo, que diluye la desigual relación medios-públicos (Martín-Barbero, 1991; Mata, 1995; Orozco, 2003). Por otra parte, la televisión constituye el referente prioritario (Alonso, 1999; Medina, 1995), mientras la abundancia de categorías y los escasos esfuerzos de articulación entre las diversas

aproximaciones, limitan el acceso a resultados más consistentes y abarcadores (Jacks y Escosteguy, 2005a).

3.3. Convergencias y divergencias

Los estudios en torno a la figura del usuario –de la información- o del receptor –de la comunicación mediática-, entre otros apelativos, reflejan la diversidad de enfoques y perspectivas que modulan las formas de apropiación de los objetos, según presupuestos epistemológicos de ámbitos específicos de investigación, como parte del complejo desarrollo de las Ciencias Sociales. El sujeto asoma como un objeto segmentado, atado a núcleos conceptuales y posicionamientos científicos, políticos, ideológicos, económicos, culturales, que pautan las formas de abordarlo y comprenderlo.

La sistematización de los ejes reflexivos y de investigación que contribuyen a la concepción del actor *Alter* de la información y la comunicación, posibilita identificar algunos tópicos o dimensiones claves desde las cuales se sostienen puntos de convergencias y divergencias que son, a su vez, núcleos substanciales para un análisis de potenciales desplazamientos de cara a ambientes tecnológicos y circunstancias científicas e históricas distintas. El escenario o contexto-marco de ubicación del usuario/receptor, la concepción de la tecnología y sus vínculos con los sujetos, la noción de información, así como los modos de comprender los procesos de información y de comunicación, fungen como útiles zonas de anclaje para una valoración de los encuadres básicos que modelan el entendimiento en torno a este *sujeto-objeto* de estudio.

Como cuestión central en la zona científica de la Información se observa el marco institucional en tanto contexto de referencia privilegiado en el acercamiento a la figura del usuario. La Bibliotecología, que constituye un saber fundacional, afianza un vínculo determinante con las organizaciones como escenarios de estudio primordiales, que incide en el subsiguiente desarrollo de la Ciencia de la Información, tradicionalmente inclinada hacia la documentación científico-técnica y hacia entidades específicas de información.

Delimitar el escenario o contexto del receptor desde las aportaciones de la Comunicación de Masas resulta complejo, por la heterogeneidad de sus perspectivas paradigmáticas que cubren desde los entornos a nivel micro –el hogar, la comunidad- hasta lo macrosocial, de conjunto con las aristas privilegiadas a la hora de estudiar los públicos, según procesos de mera audienciación, consumo cultural y/o expresión ciudadana. Esta “liberación” de los sujetos en los múltiples espacios de lo social tiene lugar, no obstante,

sobre la base de una todavía insuficiente concepción organizacional de los medios de comunicación.

La proximidad intrínseca de los saberes informacionales a los sistemas tecnológicos y las lejanías e inconstancias de los estudios de la comunicación respecto a los mismos, recorren uno de los principales puntos de intersección ineludibles para el perfeccionamiento de los soportes conceptuales y teórico-metodológicos relativos al actor *Alter*. El interés por el diseño, investigación y evaluación de las tecnologías computacionales en el terreno científico de la Información, hacen que esta área se afiance como un legítimo referente. La orientación más marcadamente instrumental que la distingue exige, sin embargo, rebasar la mera conciliación entre las dimensiones técnica y social de los sistemas de información, para saldar las rupturas disciplinares que se mantienen al interior del campo y condicionan la delimitación de su objeto.

La contribución de las perspectivas latinoamericanas de los Estudios de la Recepción aquí es inobjetable, en especial, por el modelo o paradigma de las mediaciones que desenfoca la mirada a los medios y la dirige en torno a "las densas pero secretas conexiones de los procesos de comunicación con las dinámicas culturales y con los movimiento sociales" (Martín-Barbero, 2012, p.30). Se instituye el desplazamiento desde la dimensión tecnológica instrumental de los medios hacia la cuestión tecnológica como mediación cultural, un pronunciamiento que rescata el doble condicionamiento del concepto de medio que comporta simultáneamente la constitución artefactual y simbólica de la tecnología (Rodríguez, 2012).

La "desconexión" entre *información y comunicación* como ejes esenciales en la articulación de áreas disciplinares diferenciadas, asoma como punto crítico que denuncia la brecha entre las aportaciones de los Estudios de Recepción y los avances en los Estudios de Usuarios. En consonancia con pronunciamientos paradigmáticos tradicionales, la noción de información está íntimamente ligada a los ámbitos organizacionales, con especial énfasis en instituciones especializadas en su manejo y uso intensivo. Prevalece una apreciación fisicalista de la información, lectura que es impugnada con la estimación de los procedimientos cognitivos que realizan los sujetos, convertidos en actores partícipes de la significación de los mensajes, y con el valor atribuido a los contextos socioculturales, condicionantes de la propia información y del procesamiento.

Desde el paradigma social se potencia la articulación compleja entre información y comunicación; de modo que se comprende la matriz procesual

y la determinación social del vínculo entre sujetos y sistemas. El reconocimiento de la capacidad de los usuarios/receptores para *dar forma* a ideas y emociones, así como para su *puesta en común*, refleja el progresivo escrutinio conceptual y teórico en torno a la información y la comunicación, y con ello, la exploración consciente de sus interdependencias, sin demeritar la arista documentaria que pervive y se reajusta a tono con esta construcción (A. M. D. Silva, 2009).

Los enfoques dominantes sobre los procesos de información y comunicación destacan por el carácter transmisivo, unidireccional y asimétrico de sus modelos, que se proyectan en función de entidades básicas (fuente, canal, mensaje, destinatario), pero desde las especificidades y fraccionamientos entre las disciplinas y áreas de estudio.

Es importante recordar la hegemonía del esquema de Shannon-Weaver como un referente común en la legitimación científica de la Información y la Comunicación. El proceso lineal *emisor*→*mensaje*→*receptor*, identificativo de la comunicación mediática, se reproduce en la representación de la información, con los sistemas informativos en calidad de emisores y los usuarios en el extremo de la recepción (Martin-Lahera, 2004).

Desde el recorrido por los puntos convergentes y divergentes asociados a tópicos claves y no excluyentes que circundan y orientan la mirada hacia actor *Alter*, se ratifica que la concepción en torno a esta figura se encuentra supeditada a los presupuestos dispares de las zonas científicas, y a la enérgica tensión entre teoría y práctica que caracteriza estos ámbitos.

Dervin y Reinhard (2006) señalan que tanto desde los enunciados disciplinares más reconocidos como desde ámbitos heterogéneos de actividades profesionales y de producción, se emplean profusamente variantes terminológicas para describir personas o colectividades potenciales o reales que utilizan medios o sistemas de información y/o de comunicación. Ciudadanos, empleados, pacientes, clientes, públicos, audiencias, estudiantes, etc., son algunas de las categorías más comunes que identifican a usuarios particulares de la información en determinados contextos y en función de determinadas mediaciones tecnológicas y sociales. Se confirma que la divisoria más acusada e influyente entre todos esos referentes, está dada por la centralidad de los usuarios objeto de la Ciencia de la Información, frente a la de los públicos o audiencias de la Comunicación.

A las brechas que se interponen en el esfuerzo por sintetizar las formulaciones principales a propósito del actor *Alter*, se suma el requisito de tener en cuenta

los desplazamientos que afectan su armazón categorial, a raíz de la especificidad de cada uno de los cuerpos de conocimiento. La noción de usuario o receptor, aún desde las trayectorias disciplinares, no puede asumirse como una conceptualización inamovible, toda vez que se somete a numerosos enfoques y revisiones impuestas por la emergencia de estadios paradigmáticos que guían la producción científica.

Teniendo en cuenta estas premisas, se resumen enunciados fundamentales acerca del actor *Alter*, sobre la base de aquella polarización global primaria apuntada por Dervin y Reinhard (2006), que establece dos universos primordiales en el acercamiento a esta figura: uno asociado a la información, la tecnología y los contextos institucionales y otro vinculado a la comunicación masiva, los medios y los escenarios macro y micro sociales.

Las autoras se apoyan en los planteamientos más arraigados sobre los usuarios y los públicos –receptores o audiencias- y analizan las aristas más destacadas en su concepción:

Habitualmente la denominación de *usuarios* se refiere a personas que de forma voluntaria hacen uso de sistemas de información, tales como los clientes de una biblioteca o los asistentes a un museo; o, visto de otro modo, aquellas personas para las cuales se diseñan y prevén los servicios de los sistemas info-comunicativos; es el caso de los ciudadanos concebidos para servirse de las prestaciones de una ciudad o un sistema de museos, los estudiantes que son atendidos en bibliotecas, o los empleados para los que se edifica un sistema de gestión del conocimiento en una entidad determinada. Los usuarios se aprecian desde su individualidad y su concepción está atada necesariamente a la utilización de los sistemas, que de manera consecuente privilegian el interés en las necesidades individuales de los sujetos. El aspecto esencial en este escenario conceptual es el efectivo funcionamiento del sistema en correspondencia con la demanda del usuario (Dervin y Reinhard, 2006).

Mientras, las audiencias indican grupos amorfos de individuos que los medios de comunicación convocan o atraen con ofertas de géneros particulares, tipos de programaciones y contenidos variados. La preocupación del lado de los sistemas comunicativos se inclina más hacia el alcance cuantitativo de la producción mediática, que hacia la valoración cualitativa del servicio brindado a integrantes específicos del público. Las audiencias se enfocan como unidades de valor económico para los sistemas y su contabilización resulta un eje sustantivo en su abordaje como objetos de estudio (Dervin y Reinhard, 2006).

Sin perder de vista los determinantes de esa polarización, es preciso reseñar como parte de sus desarrollos teóricos y metodológicos, la mutación desde el carácter pasivo otorgado al actor *Alter* hasta su concepción como sujeto activo, agente social potencialmente (*re*)productor de los sistemas de información y comunicación.

4. Conclusiones

La mirada al usuario se identifica con una serie de condicionantes que se desprenden del propio origen de la Ciencia de la Información, que encuentra en las organizaciones de información un contorno inicial para el desarrollo de los estudios, vinculados fundamentalmente a la producción de conocimiento - con énfasis en el conocimiento científico- y a la mirada al sujeto como ente individual. En la noción de información se privilegia la dimensión operativa del registro documental y por momentos se diluye la relación individuo-información-conocimiento con la interacción sujeto-sistema de información, asumida a su vez como proceso secuencial desde el cual son observables las acciones –en un lógica comportamental- de los usuarios.

El emergente paradigma social apunta hacia una mutación significativa en la concepción del usuario ante la valoración de los contextos socio-históricos y culturales para el abordaje de los procesos informacionales y de comunicación. Las aproximaciones a la recepción y uso social de la información se instauran como desafíos impostergables para esta zona de conocimiento.

Los Estudios de Recepción en la Comunicación de Masas reeditan las mudanzas paradigmáticas de las Ciencias Sociales en el análisis de la relación entre audiencias o públicos y medios de comunicación, pero con un enfoque que se interesa en las formas en que el polo no emisor reacciona, reproduce, negocia, resiste, y/o reconstruye la producción mediática, de manera que se reconoce más explícitamente la mediación contextual, económica, política y cultural del proceso de información y comunicación. Los encuadres conceptuales originarios promulgan una concepción pasiva del destinatario que es impugnada sucesivamente hasta la validación de la capacidad de agencia del ente receptor.

A partir de las contribuciones de las zonas de saberes abordadas se identifican coordenadas claves para la construcción conceptual y categorial del actor *Alter* de la información y la comunicación. El contexto organizacional y/o social, macro y/o micro; la mirada a la tecnología, el concepto de información; la comprensión de los procesos informacionales y de comunicación –

organizacional o mediática-, establecen puntos de anclaje que modulan los acercamientos teórico-metodológicos.

La noción de sistema sirve como hilo de articulación entre las dimensiones organizacional y social como escenarios de actuación de los usuarios/receptores, quienes se integran en disímiles relaciones mediadas por (sub) sistemas de información y comunicación, en contextos históricos y culturales determinados. Sin embargo, estos nodos de convergencia permanecen supeditados a un aislamiento disciplinar que dicta la fragmentación del actor *Alter* en sujetos-objetos de estudio diferenciados.

5. Bibliografía

Almeida, L. R., Fernández, J. C., & Linares, R. (2009). Coordinadas paradigmáticas, históricas y epistemológicas de la Ciencia de la Información: una sistematización. *Information Research*, 14(2). Retrieved from <http://informationr.net/ir/14-2/paper399.html>.

Alonso, M. (1999). *Recepción de telenovelas: Un enfoque teórico-metodológico para su estudio*. Tesis de Doctorado no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Álvarez, Y. (2005). *Modelos y metodologías para los estudios de usuarios. Una aproximación a su estudio*. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Aportela, I. M. (2009). *La gestión de la Información y de la Comunicación: procesos relacionados o independientes en DELFOS*. Tesis de Maestría no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Ávila, C. A. (2003). A ciência da informação como ciência social. *Ciência da Informação*, 32(3), 21-27. Retrieved from <http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/29/26>.

Ávila, C. A. (2008). Estudios de usuários: pluralidade teórica, diversidade de objetos. *IX ENANCIP*. São Paulo.

Ávila, C. A. (2009). Correntes teóricas da ciência da informação. *Ciência da Informação*, 38(3), 192-204. Retrieved from <http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/1719>.

Ávila, C. A. (2010a). Abordagem interacionista de estudos de usuários da informação. *Ponto de Acesso*, 4(2), 2-32.

Ávila, C. A. (2010b). Ciência da Informação como campo integrador para as áreas de Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. *Informação e Informação*, 15(1), 173-189. Retrieved from www.uel.br/revistas/uel/index.../informacao/.../588.

Bastos Da Cunha, M. (1982). Metodologias para estudo dos usuários de informação científica y tecnológica. *Revista de Biblioteconomia*, 10(2), 5-19.

Bawden, D. (2006). Users, user studies and human information behaviour. A three-decade perspective on Tom Wilson's "On user studies and information needs". *Journal of Documentation*, 62(6), 671-679.

Belkin, N. (1978). Information concepts for information science. *Journal of Documentation*, 34(10), 55-85.

Belkin, N. (1980). Anomalous states of knowledge as a basis for information retrieval. *The Canadian Journal of Information Science*, 5, 133-143.

Bertalanffy, L. (1968). *General System Theory: Foundations, Development, Applications*. New York: George Braziller.

Bradshaw, Y. (2010). *Información - Comunicación. Una aproximación desde el caso cubano al estudio de sus diálogos coincidentes y divergentes*. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Caleti, S. (1992). La recepción ya no alcanza. In AA.VV. (Eds.), *Generación de conocimientos y formación de comunicadores. VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana*. México: Opción.

Camué, E. (2007). *Primera aproximación a los estudios de usuarios en ambiente digital*. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Capurro, R. (2003). Epistemología y ciencia de la información. *V Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. Belo Horizonte*. Retrieved from http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S1690-75152007000100002&lng=es&nrm=iso&tlng=.

Case, D. O. (2004). Information Behavior. *Annual Review of Information Science and Technology*, 40, 293-327. Retrieved from https://courses.washington.edu/info200e/powerpoint/Class_04.1_-_Information_Behavior_-_Case_Fisher_Eisenberg.pdf.

Cibangu, S. K. (2010). Information Science as a social science. *Information Research*, 15(3).

Companioni, P. (2012). *Dibujando el Hipermedio. Acercamiento a los presupuestos teórico-metodológicos para la concepción y análisis organizacional de un hipermedio*. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Corominas, M. (2001). Los estudios de recepción. *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Retrieved from www.portalcomunicacion.net/download/4.pdf.

Cortés, C. F., Balboa, A. C., Montes, R., & Solís, B. E. (2008). *Métodos cualitativos para estudiar a los usuarios de la información*. (P. Hernández, Ed.). México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.

Dervin, B. (1983). An overview of Sense-Making research: concepts, methods and results to date. International Communications Association Annual Meeting. Dallas.

Dervin, B., & Nilan, M. (1986). Information needs and uses. (M. Williams, Ed.). *Annual Review of Information Science and Technology*, 21, 3-33. Chicago: Knowledge Industry Publications.

Dervin, Brenda, & Reinhard, C. L. (2006). Researchers and practitioners talk about users and each other. Making user and audience studies matter—paper 1. *Information Research*, 12(1). Retrieved from <http://informationr.net/ir/12-1/paper286.html>.

Dervin, Brenda, & Reinhard, C. L. (2006). Researchers and practitioners talk about users and each other. Making user and audience studies matter—paper 1. *Information Research*, 12(1). Retrieved from <http://informationr.net/ir/12-1/paper286.html>.

Ellis, D. (1989). A behavioural approach to information retrieval design. *Journal of Documentation*, 45(3), 171-212.

Ferreira, J., & Albino, M. E. (2007). Comportamento informacional de crianças e adolescentes: uma revisão da literatura estrangeira. *Ciência da Informação*, 36(1), 20-34. Retrieved from revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/.../872.

Figueiredo, N. M. (1983). Aspectos especiais de estudos de usuários. *Ciência da Informação*, 12(2), 43-57.

Frohmann, B. (1992). The power of images: a discourse analysis of the cognitive viewpoint. *Journal of Documentation*, 48(4), 365-386. Retrieved

from

http://www.fims.uwo.ca/people/faculty/frohmann/LIS602/IMAGE_JD.PDF.

Fuentes, R. (2004). Del intercambio de mensajes a la producción de sentido: implicaciones de una perspectiva sociocultural en el estudio de la comunicación. *Quórum Académico*, 1(1), 3-22. Retrieved from <http://revistas.luz.edu.ve/index.php/quac/article/view/1592/1547>.

Fuenzalida, V. (1991). *El televidente activo. Manual para la recepción de televisión*. Santiago de Chile: CPU.

Fuenzalida, V. (2002). *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Argentina: Grupo Editorail Norma.

Fuenzalida, V., & Hermosilla, M. (1989). *Evaluación de la experiencia de CENECA en recepción activa de televisión*. Santiago de Chile: UNESCO/CENECA.

Galvão, S., & Bastos Da Cunha, M. (2007). Estudio de usuarios: visão global dos métodos de coleta de dados. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 12(2), 168-184.

García, D. (2008). *Estado del arte de los estudios de usuarios en los ambientes digitales en organizaciones cubanas*. Estudios de casos. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

García, N. (1987). Ni folclórico ni masivo, ¿qué es lo popular? *Diálogos de la comunicación*, (17). Retrieved from http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/garcia_canclini1.pdf.

García, N. (1992). Los estudios sobre comunicación y conusmo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. *Diálogos de la comunicación*, (32), 8-15. Retrieved from <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogos-los-estudios-sobre-comunicaci%C3%B3n.pdf>.

García, N. (1996). El consumo sirve para pensar. *Diálogos de la comunicación*, (30). Retrieved from http://www.antropologiasyc-106.com.ar/constructores/33cap5_canclini.pdf.

Gonçalves, K. C., & De Souza, S. M. (2010). Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. *Ciência da Informação*, 39(1), 21-32.

Hernández, A. R. (2006). *Organización y representación del conocimiento: paradigmas, hipertextos y fundamentación metamodélica*. Tesis de Doctorado no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Hernández, A. R. (2007). Paradigmas dominantes y emergentes en la Bibliotecología y Ciencia de la Información. *ACIMED*, 16(3). Retrieved from http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_3_06/aci02907.htm.

Hjørland, B. (2002). Domain analysis in information science. Eleven approaches – traditional as well as innovative. *Journal of Documentation*, 58(4), 422-462. Retrieved from www.scimago.es/publications/ipm2005b.pdf.

Hjørland, B. (2003). Epistemology and the Socio-Cognitive Perspective in Information Science. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53(4), 257-270.

Hjørland, B., & Albrechtsen, H. (1995). Toward a new horizon in information science: domain analysis. *Journal of the American Society for Information Science*, 46(6), 400-425. Retrieved from <http://comminfo.rutgers.edu/~kantor/601/Readings2004/Week3/r5.PDF>.

Izquierdo, M. (1999). Una aproximación interdisciplinar al estudio del usuario de información: bases conceptuales y metodológicas. *Investigación Bibliotecológica*, 13(26), 112-134

Jacks, N., & Escosteguy, A. C. (2005a). Comunicação e Recepção. In N. Jacks & A. C. Escosteguy (Eds.), *Comunicação e Recepção* (p. 127). São Paulo: Hacker Editores.

Jacks, N., & Escosteguy, A. C. (2005b). Comunicação e Recepção. Uma visão latino - americana. In N. Jacks & A. C. Escosteguy (Eds.), *Comunicação e Recepção* (p. 127). São Paulo: Hacker Editores.

Kuhlthau, C. C. (1991). Inside the Search Process: Information Seeking from the User ' s Perspective. *Journal of the American Society for Information Science*, 42(5), 361-371.

Lasswell, H. (1985). Estructura y función de la comunicación en la sociedad. In M. Moragas (Ed.), *Sociología de la Comunicación de Masas* (Vol. 2). Barcelona: Gustavo Gili.

Linares, R. (2003). *La Ciencia de la Información y sus matrices históricas: contribución a su historia*. Tesis de Doctorado, Universidad de La Habana, Cuba.

Linares, R. (2004a). Bibliotecología y Ciencia de la Información: ¿subordinación, exclusión o inclusión?. *ACIMED*, 12(3). Retrieved from http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_3_04/aci07304.htm.

Linares, R. (2004b). La presencia cognitiva en la ciencia de la información y su entorno. *Ciência da Informação*, 33(1), 33-37. Retrieved from <http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/issue/view/28>.

Linares, R. (2005). *Ciencia de la información. Su historia y epistemología*. Bogotá: Ediciones Rojas Eberhard.

Linares, R. (2010). Epistemología y ciencia de la información: repensando un diálogo inconcluso. *ACIMED*, 21(2). Retrieved from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352010000200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es.

Llinárez, J. C. Birger Hjørland y la Ciencia de la Información: Una Aproximación al Estudio de su Obra. Material no publicado

Marín, F. (2006). Repensando figura usuario. *ACIMED*, 14(5). Retrieved from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352006000500020&lng=es&nrm=iso.

Martín, C. (2007). Metodología de investigación en estudios de usuarios. *Revista General de Información y Documentación*, 17(2), 129-149.

Martín, M. (2007). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. España: Mc Graw Hill.

Martín, M., Piñuel, J. L., Arias, M. A., & Gracia, J. (2005). *Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

Martín-Barbero, J. (1991). Recepción, uso de medios y consumo cultural. *Diálogos de la comunicación*, (30), 4-5. Retrieved from http://www.scribd.com/full/6334246?access_key=key-2lgsc3tgovs2e68zfo7.

Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

Martín-Barbero, J. (2002a). Pistas para entre-ver medios y mediaciones. *Signo y Pensamiento*, XXI(41), 13-20. Retrieved from <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86011596003>.

Martín-Barbero, J. (2002b). *Oficio de Cartógrafo*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Martín-Barbero, J. (2012). Jesús Martín Barbero: "yo no fui a buscar los efectos, sino los reconocimientos." In J. Bonilla, M. Cataño, O. Rincón, & J. Zuluaga (Eds.), *De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Mapa de los estudios y de las tendencias de ciudadanos mediáticos en Colombia* (pp. 19-38). Colombia: Sello Editorial Javeriano.

Martin-Lahera, Y. (2004). ¿Teoría o metateoría? En el dominio usuario. *Ciência da Informação*, 33(3), 50-60. Retrieved from <http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/viewFile/597/537>.

Mata, M. C. (1995). Interrogaciones sobre el consumo mediático. *Nueva Sociedad*, (140), 90-101. Retrieved from http://www.nuso.org/upload/articulos/2455_1.pdf.

Mattelart, A., & Mattelart, M. (1987). *Pensar sobre los medios*. Madrid: FUNDESCO.

Mattelart, A., & Mattelart, M. (1991). *La recepción: el retorno al sujeto. Diálogos de la comunicación*, (30), 10-17. Retrieved from edvirtual2.fed.uh.cu/.../El_retorno_al_sujeto.pdf.

Mattelart, A., & Mattelart, M. (1998). *Historia de las Teorías de la Comunicación*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

Medina, I. (1995). *Desde el otro lado: una aproximación teórica a los estudios latinoamericanos sobre la recepción de la comunicación de masas*. Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana, Cuba.

Miranda, S. (2006). Como as necessidades de informação podem se relacionar com as competências informacionais. *Ciência da Informação*, 35(3). Retrieved from <http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/756/626>.

Navarro, Y. (2007). *Información - comunicación: acercamiento a un diálogo*. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Orozco, G. (1991). La audiencia frente a la pantalla: una exploración del proceso de recepción televisiva. *Diálogos de la comunicación*, (30), 54-63.

Orozco, G. (1993). Hacia una dialéctica de la Recepción televisiva: la estructuración de estrategias por los televidentes. *Comunicao & Política na America Latina*, (25), 57-73.

Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Orozco, G. (1997). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina*. Buenos Aires: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

Orozco, G. (2002). Travesía y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina. *Comunicación y Sociedad*, (38), 11-36. Retrieved from <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=2640&N=1>.

Orozco, G. (2003). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. *Intexto*, 2(9), 1-13. Retrieved from <http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/3629/4400>.

Orozco, G. (2010). La investigación de las audiencias viejas y nuevas. *ALAIC, Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 7(13), 12-29. Retrieved from <http://alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/316/200>.

Parsons, T. (1967). *Sociological Theory and Modern Societies*. New York: Free Press.

Pettigrew, K. E., Raya, F., & Bruce, H. (2001). Conceptual frameworks in information behavior. *Annual Review of Information Science and Technology*, 35, 43-78. Retrieved from <http://faculty.washington.edu/fidelr/RayaPubs/ConceptualFrameworks.pdf>.

Pineda, M. (2011). Nuevas aproximaciones teóricas de la comunicación en un entorno posmoderno. *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Retrieved from http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=66.

Pinheiro, L. (1982). *Usuarios-información: o contexto da Ciência e da Tecnologia*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A.

Ribeiro, L. M., & Sigoli, L. (2011). Estudos de Uso e Usuários da Informação: uma análise do foco e dos tipos de grupos estudados historicamente e suas relações com as tendências atuais. *XXIV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação*. Maceió, Alagoas.

Rizo, M. (2010). Semiótica y fenomenología social. Apuntes iniciales para un diálogo desde la prouesta de la comunicología posible. *Razón y Palabra*, (72). Retrieved from http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Monotematico/3_Rizo_72.pdf.

Rodríguez, A. (2012). *Artesanías de Sentidos. Acercamiento a las concepciones sobre las prácticas emergentes de ciudadanía en plataformas de comunicación en red*. Tesis de Maestría no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Saladrigas, H. (2005). *Coordenadas cubanas para un fenómeno complejo: fundamentos para un enfoque teórico-metodológico de la Comunicación Organizacional*. Tesis de Doctorado no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Sewell, W. H. (1992). A Theory of Structure. Duality, Agency and Transformation. *American Journal of Sociology*, 98(8), 1-29.

Siatry, R. (1999). The Evolution of User Studies. *Libri*, 49, 132-141. Retrieved from www.librijournal.org/pdf/1999-3pp132-141.pdf.

Silva, A. M. D. (2009). Informação y comunicação como projecto epistemológico em Portugal e no Brasil. In Z. Duarte & L. Farias (Eds.), *A medicina na era da informação*. Salvador: EDUFBA

Smit, J. W., Tálamo, M. D. F., & Kobashi, N. Y. (2004). A determinação do campo científico da Ciência da Informação: uma abordagem terminológica. *DataGramaZero*, 5(1). Retrieved from http://www.dgz.org.br/fev04/Art_03.htm.

Soares, S. M. (1995). Novos paradigmas e novos usuários de informação. *Ciência da Informação*, 25(2). Retrieved from http://dici.ibict.br/archive/00000360/01/Novos_paradigmas__e_novos_usu%C3%A1rios.pdf.

Talja, S., & Hartel, J. (2007). Revisiting the user-centred turn in information science research: an intellectual history perspective. *Information Research*, 12(4). Retrieved from <http://informationr.net/ir/12-4/colis/colis04.html>.

Taylor, R. S. (1984). Value-added processes in document-based systems: abstracting and indexing services. *Information Services and Use*, 4(3), 127-146.

Uribe, A. (2008). *Diseño, implementación y evaluación de una propuesta formativa de alfabetización informacional mediante un ambiente virtual de*

aprendizaje a nivel universitario. Tesis de Maestría no publicada, Escuela de Administración, Finanzas y Tecnología, Medellín.

Vidal, J. R. (2002). *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. Pablo de la Torriente Brau.

Wilson, T. D. (1981). On user studies and information needs. *Journal of Librarianship*, 37(1), 3-15. Retrieved from <http://informationr.net/tdw/publ/papers/1981infoneeds.html>.

Wilson, T. D. (1994). Information needs and uses: fifty years of progress. In B. C. Vickery (Ed.), *Fifty years of information progress: a Journal of Documentation review* (pp. 15- 51). London: Aslib. Retrieved from <http://informationr.net/tdw/publ/papers/1994FiftyYears.html>.

Wilson, T. D. (1997). Information behaviour: an interdisciplinary perspective. *Information Processing and Management*, 33(4). Retrieved from <http://210.48.147.73/ptarpprack/silibus/is772/infoBehavior.pdf>.

Wilson, T. D. (2000). Human Information Behavior. *Informing Science*, 3(2). Retrieved from inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf.

NOTAS

i Martín (2007) cita varias definiciones relativas a los estudios de usuarios y resulta de interés que, a pesar de acudir a autores y temporalidades diversas (Menzel, 1966; Exon, 1978; Sanz, 1994; Sridhar, 1995) permanezca como constante la referencia a los métodos y técnicas que sirven a estas investigaciones en función de mejorar los sistemas y servicios de información. En la práctica –asegura la autora- estos estudios se pueden entender como una herramienta que permite obtener un modelo del comportamiento de los usuarios de organizaciones de información.

ii Conferencia sobre Información Científica de la Real Sociedad de Londres.

iii *User studies*, en inglés.

iv La fundación de la Ciencia de la Información se ubica en el contexto de dos conferencias celebradas en el Instituto Tecnológico de Georgia, Estados Unidos, entre octubre de 1961 y abril de 1962, desde las que se cuestiona la noción de Documentación y la primera definición asociada a la nueva ciencia es aportada por Robert Taylor (Linares, 2004a).

v La noción de “hecho social” resulta de la estrategia de Emile Durkheim, uno de los padres fundadores de la Sociología, para legitimar la cientificidad de la misma (Ávila, 2010a).

vi Linares (2003) acota la distinción entre el *cognitivismo* y el *enfoque, paradigma o perspectiva cognitiva*. El primero es una tendencia de la Psicología Cognitiva que en algunos casos homologa los conceptos de mente y cerebro, o mente y computadora en otros. El enfoque o dimensión cognitiva trasciende lo psicológico y abarca otras zonas como las Ciencias Cognitivas, que pretenden explicar los procesos, naturales o artificiales, de adquisición de conocimientos. Entre estas áreas se encuentran la propia Psicología, la Filosofía, la Antropología, la Neurofisiología, la Ciencia de la Computación, la Informática y la Microelectrónica.

vii Dervin y Nilan (1986) elaboraron el capítulo de Usuarios de la Información para el *Annual Review of Information Science and Technology* (ARIST), para lo cual investigaron unos 300 artículos vinculados a este tipo de indagaciones.

Wilson, T. D. (2003). Tendencias recientes en los estudios de usuarios: investigación acción y métodos cualitativos. *Información, Cultura y Sociedad*, (8), 9-38. Retrieved from www.scielo.org.ar/pdf/ics/n8/n8a02.pdf.

Wilson, T. D. (2007). Evolution in information behavior modeling: Wilson's model. In K. Fisher, S. Erdelez, & L. McKechnie (Eds.), *Theories of information behavior* (pp. 31-36). Medford: Information Today. Retrieved from <http://informationr.net/tdw/publ/papers/2005SIGUSE.html>.

Wilson, T. D. (2010). Fifty Years of Information Behavior Research. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 36(4), 27-34. Retrieved from http://www.asis.org/Bulletin/Feb-10/FebMar10_Wilson.html.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

viii La mudanza paradigmática en la literatura científica se aborda indistintamente a partir de las nociones de *fisicalismo* y *cognitivismo*, mediante la referencia a los *abordajes tradicional* y *alternativo*, o desde la denominación de *paradigmas centrado en el sistema* y *en el usuario*, sin que se expliciten, necesariamente, las distinciones según las áreas de conocimiento. Entre las principales contribuciones que encierran críticas a la herencia del positivismo, se encuentran la propuesta sobre el estado anómalo del conocimiento de Belkin (1978; 1980); la perspectiva del *sense-making* de la propia Dervin (1983); el abordaje sobre los valores de los usuarios, de

Robert S. Taylor (1984); el modelo del comportamiento informacional de David Ellis (1989); y el abordaje constructivista de Carol Kuhlthau (1991) basado en el proceso (Soares, 1995; Ávila, 2009; 2010a)

ix Hernández (2007) afirma que “las operaciones desde el cognitivismo mentalista se realizaban en serie (una a una, una detrás de otra, una consecuencia de otra)”. En la mirada al usuario de la información se percibe esa búsqueda de las fases consecutivas en el accionar del sujeto en su relación con la información, lo cual deja ver una impronta comportamental más allá de los enfoques críticos. Basta analizar la insistencia, incluso en las aproximaciones más alternativas, por establecer los momentos y etapas fundamentales de la búsqueda y uso de la información.

x *Information behavior o Human information behavior*, en inglés.

xi “El cognitivismo puede considerarse como un metaparadigma que explica la interdisciplinariedad de la Bibliotecología y la Ciencia de la Información (BCI), la evolución epistemológica de su objeto de estudio y los métodos en los que se fundamentan sus procesos” (Hernández, 2006, p.61).

xii *Domain analysis*, en inglés.

xiii Desde los años '20 se fragua la Teoría Crítica, en el Instituto de Investigaciones Sociales de Frankfurt, con raíces en el Marxismo y el Psicoanálisis, centrada en la crítica al sistema capitalista y al sistema mediático entendido como instrumento del poder. Desde esta corriente, se consolida la comprensión de un vínculo determinista entre la estructura de los mensajes y la estructura de la recepción. Si bien introduce un vuelco substancial frente a la tradición investigativa de corte administrativo en Comunicación, la mirada crítica condena a los receptores a la noción de masa predecible y uniforme (Medina, 1995) al establecer que los productos de las industrias culturales, incluidos los medios, prohíben toda actividad mental del espectador. En palabras de A. Mattelart y M. Mattelart (1987) si hubo una zona de sombra en la perspectiva crítica, fue la de los procedimientos de consumo y recepción mediáticos.

xiv Los padres fundadores de la *Mass Communication Research* son, precisamente, un cientista político como Harold Lasswell, el sociólogo Paul Félix Lazarsfeld y los psicólogos Kurt Lewin y Carl Hovland (A. Mattelart y M. Mattelart, 1998).

xv “Siguiendo la línea de los efectos se desarrollan en décadas posteriores nuevos enfoques como la Teoría del Cultivo, la Espiral del silencio o la *Agenda-*

setting function que se centran en la influencia de los medios en condiciones normales de funcionamiento y desde una perspectiva temporal diferente, tienen en cuenta las características individuales y sociales del público y se fundamentan en metodologías y marcos teóricos integrales y complejos" (Alonso, 1999).

xvi Varios autores (Orozco, 2002; 2003) establecen una distinción entre los Estudios de Recepción o Estudios de Recepción de Medios, y los abordajes precedentes a las décadas de los años '70 y '80, identificados según el modelo predominante como Estudios de Efectos o Estudios e Investigación de Audiencias, etc., aun cuando reconocen estas variantes en tanto perspectivas relacionadas a la recepción y sus actores. Otras consideraciones (Alonso, 1999; Corominas, 2001) se inclinan a comprenderlos como una nueva corriente en el complejo camino de los estudios centrados en el polo no emisor de la comunicación masiva.

xvii La Fenomenología Social, también denominada Sociología Fenomenológica, "permite construir conocimiento acerca del mundo de la vida cotidiana, un mundo concreto, donde la comunicación se materializa en relaciones interpersonales que pueden ser observadas empíricamente" (Rizo, 2010).

xviii Harold Garfinkel funda la Etnometodología desde 1967, con su libro *Studies in Ethnomethodology*, que considera como objeto "el estudio del razonamiento práctico de sentido común en situaciones corrientes de acción" (A. Mattelart y M. Mattelart, 1998, p.90), es decir, identifica "las operaciones a través de las cuales la gente se da cuenta y da cuenta de lo que es y lo que hace en acciones corrientes" (p.91), por lo que pone el énfasis en la relación acción-contexto y sus interinfluencias.

xix "Gramsci definía la hegemonía como la capacidad que un grupo social tiene de ejercer la dirección intelectual y moral de la sociedad, su capacidad de construir en torno a su proyecto un nuevo sistema de alianzas sociales" (A. Mattelart y M. Mattelart, 1987, p.88).

xx De las múltiples aportaciones de los estudios latinoamericanos, la Mediación Cultural, de Martín-Barbero (1991; 1998; 2002a; 2002b); la Teoría Sociocultural del Consumo, de Néstor García Canclini (1987; 1992; 1996), el Enfoque Integral de la Audiencia, de Guillermo Orozco (1991; 1993; 1996); y la Recepción Activa, de Valerio Fuenzalida (1991; 2002; 1989), constituyen tendencias centrales, con alcances más allá del espacio continental.

xxi La *agencia* es una categoría procedente de la *Teoría de la Estructuración* propuesta por el sociólogo británico Anthony Giddens, seguidor de los planteamientos de la Etnometodología, desde los que promueve la superación de la dualidad estructura-práctica, la oposición entre sociologías interpretativas y sociologías estructurales (A. Mattelart y M. Mattelart, 1998). A raíz de su propuesta es posible acercarse desde posturas más complejas a los procesos de articulación de los sistemas sociales sin la división manifiesta entre los niveles micro y macro. Se reconoce el papel de los sujetos en la producción de la sociedad, al tiempo que se valida la comunicación como eje fundamental en las dinámicas de configuración de la sociedad (Corominas, 2001).