

## SOBRE ÁRBITROS, TRADUCTORES Y CELESTINAS. LA FIGURA DEL MEDIADOR COMO INSTANCIA METACOMUNICATIVA

MARÍA JOSÉ LUCERGA PÉREZ  
*Universidad de Murcia*

**SUMMARY:** The models used till now in the semiotic studies start from the premise that communication is a bipolar phenomenon, played mainly by senders and receivers -or interlocutors-. However, a lot of interactive situations are only possible due to the intervention of a different figure, a third one we have designated as "Mediator". Using this term in a wider perspective than the one employed when it refers to mediation as a professional

field, the present article examines this third figure, proposing its inclusion within the semiocommunicative frame and describing it as a metacommunication application responsible for defining the meeting, coordinating its development and establishing the relationship between the participants. Criteria of categorization and a first approachment to a typology of the mediation processes are also offered in this article.

### I.- LA COMUNICACIÓN ES COSA ... ¿DE DOS?

La reflexión de las ciencias sociales durante este casi enterrado siglo XX nos ha educado en la idea de que la comunicación es un proceso bipolar. Emisores y receptores, fuentes y destinos, locutores y alocutarios, o interlocutores -si adoptamos una óptica interactiva-, han sido y son básicamente sus grandes protagonistas. No importa que hablemos de individuos, de grupos o de una sola persona en diálogo con su *alter ego*. Para la mayor parte de los modelos en uso, la comunicación se concibe como un viaje sin transbordos hacia el mutuo encuentro, propiciado o impedido por las características del medio de locomoción, por la climatología y por el acuerdo inicial de los viajeros con respecto al lugar y hora de la cita.

Sin embargo, una mirada más detenida sobre buena parte de estas travesías nos descubre que, muy a menudo, los protagonistas no viajan solos, ni siquiera dirigiéndose a un destino tan “de dos” como una relación amorosa. Para comprobarlo bastan algunos ejemplos. ¿Habría llegado a puerto la relación de Calisto y Melibea sin las artes de Celestina? ¿Podría un lector hispano acceder a la hermosa prosa de las *Memorias de Adriano* sin la no menos hermosa traducción de Julio Cortázar? ¿Jugarían la “Liga de las Estrellas” el Real Madrid y el Barça sin sus despreciados árbitros? ¿Existirían los acuerdos de Dayton sin la intervención diplomática internacional? ¿Se habría convertido Coca Cola en “la chispa de la vida” de tantas generaciones si una agencia de publicidad no hubiese andado de por medio?

La comunicación, como vemos, no siempre es cosa de dos. En muchas más ocasiones de las que parece, son figuras como las que acabamos de presentar, terceros en concordia o en discordia, quienes la hacen posible. El objeto de este artículo es examinar el papel de estos terceros, proponiendo pistas de reflexión, criterios de categorización y una primera tipología de lo que, acudiendo a nuestro título, denominaremos desde ahora “mediadores”.

Debemos decir que la figura del mediador, ausente de nuestro clásico marco semio-comunicativo y prácticamente sin atención en los estudios filológicos, no lo está de otros ámbitos profesionales. Pero antes de detenernos en ellos, veamos qué dicen nuestros más importantes diccionarios acerca de los términos “mediar”, “mediación” y “mediador”, y en qué medida estas definiciones nos brindan claves para iniciar nuestro recorrido.

## II.- EL MEDIADOR EN LOS DICCIONARIOS

Según el *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia de la Lengua (1984<sup>20</sup>), “mediar” es:

“(2) *Interceder o rogar por uno.* (3) *Interponerse entre dos o más que riñen o contienden, procurando reconciliarlos y unirlos en amistad*”.

Estas dos acepciones coinciden esencialmente con las recogidas en el *Diccionario ideológico de la Lengua Española* de Julio Casares (1987<sup>2</sup>):

“(3) *Interceder por uno.* (4) *Interponerse entre dos o más que riñen o litigan, con el fin de conciliarlos*”.

Algunos datos más encontramos en el *Diccionario de uso del español* de María Moliner (1990, reimpresión):

*"(2) Intervenir en el arreglo de un trato o de una diferencia o riña entre otros. (V. apaciguar, componer, empeñarse en poner paz (en paz), reconciliar. Arbitro, amigable componedor, intermediario, mediador, pleités, tercero, terciador (...). Apaciguar, reconciliar (4). Hablar con una persona en favor de otra".*

Por lo que respecta al término "mediador", los dos primeros diccionarios lo definen como "el que media", mientras que para el María Moliner "Se aplica al que media en favor de alguien o para arreglar un trato o poner en paz a los que están enemistados; por ejemplo, entre dos naciones. Se aplica específicamente a la Virgen y los Santos como mediadores entre los hombres y Dios (n. y adj.)".

Finalmente, la "mediación" es "Acción y efecto de mediar" (DRAE y Julio Casares), o "Acción de mediar, particularmente entre dos naciones" (María Moliner).

Siguiendo lo expuesto en estas definiciones, nos quedan claros los siguientes aspectos:

- el mediador es un tercero entre dos.
- está en un plano distinto al de otros participantes en el proceso de interacción, ya que su actuación sirve para que dicho proceso pueda desarrollarse entre esos otros de forma satisfactoria.
- sin él, por tanto, no sería posible esta comunicación.
- actúa en el terreno del conflicto.

El *Diccionario ideológico* de Julio Casares nos proporciona además un listado de términos asociados a "mediación", entre ellos:

*"mediador, medianero, intermediario, conducto, corredor, agente, muñidor, negociador, moro de paz, terciador, tercera persona, tercera parte, tercero en discordia, amigable componedor, juez compromisario, hombre bueno, avenidor, conciliador, componedor, árbitro, cabildero, pastelero, oficioso, intercesor, abogado, recomendante, medianete, comendatorio, recomendatorio, propiciatorio, intervención, injerencia, buenos oficios, corretaje, correduría, arbitraje, diplomacia, intercesión, protección, concordia, conciliación, desavenencia, discordia, tercería, alcabuetería, chisme, intervenir, inmiscuirse, entremeterse, interceder, abogar".*

De esta enumeración se desprende una primera nómina de figuras mediadoras, algunas no vinculadas ya con el "conflicto".

En estrecha relación con las definiciones transcritas, el término "mediación"

se utiliza para nombrar un campo profesional que tiene que ver con la resolución de conflictos en muy diversos ámbitos (comunitario o vecinal, laboral, escolar, empresarial, judicial, internacional...). En el apartado siguiente exponemos algunas nociones básicas acerca de este terreno.

### III.- LA MEDIACIÓN PROFESIONAL<sup>1</sup>

La mediación profesional es un campo relativamente reciente, nacido en Estados Unidos a principios de siglo y desarrollado sobre todo a partir de mediados de los años sesenta dentro del movimiento conocido como ADR (Resolución Alternativa de Litigios). Sin embargo, tal y como recogen algunos de sus representantes (Moore: 1995; Singer: 1996), la actividad mediadora ha estado presente en todas las grandes culturas desde tiempos inmemoriales. Christopher Moore menciona como precedentes al propio Jesucristo, reconocido en la Biblia como mediador entre Dios y los hombres<sup>2</sup>, al clero, los tribunales rabínicos judíos, las comisiones populares de conciliación en la República Popular China, el Tribunal de las Aguas en España o los tribunales legos en África. Linda G. Singer, por su parte, señala la influencia de pequeños grupos religiosos y comunidades de inmigrantes (judíos, chinos, puritanos del siglo XVI,...), del arbitraje comercial nacido en 1768 en USA y de los sistemas de resolución de conflictos de los sindicatos obreros norteamericanos. También habla de conceptos manejados por el Derecho, como el de "hombre bueno"<sup>3</sup>, y de la experiencia diplomática.

---

1 Para obtener una visión introductoria de este campo profesional pueden consultarse las obras de Christopher Moore *El proceso de mediación. Métodos prácticos para la resolución de conflictos* (Buenos Aires: Granica, 1995) y de Linda G. Singer *Resolución de conflictos* (Barcelona: Paidós Mediación, 1996). El libro *La mediación y sus contextos de aplicación* (Karen Grover Duffy, Paul Olzak y James W. Grosch eds. Barcelona: Paidós Mediación, 1996) ofrece una introducción general y un recorrido por las aplicaciones más importantes (mediación en el terreno educativo, comunitario, terapéutico, internacional, ...). Encontramos una reflexión sobre la negociación en conflictos internacionales en *Más allá de Maquiavelo. Herramientas para afrontar conflictos* (Fisher, Kopelman y Kupper Schneider. Buenos Aires: Granica, 1996). Asimismo, Andrew Floyer Acland hace una presentación del tema para lectores profanos, adaptándolo a la resolución de conflictos en la empresa en *Cómo utilizar la mediación para resolver conflictos en las empresas* (Barcelona: Paidós Empresa, 1993).

2 Para justificar esta mención Moore remite al siguiente pasaje del Nuevo Testamento, que citamos en la traducción de J. Mateos y L.A. Schökel. (Madrid: Ed. Cristiandad, 1987): "*Porque no hay más que un Dios y no hay más que un mediador entre Dios y los hombres, un hombre, el Mesías Jesús, que se entregó en rescate por todos*" (1Tim, 2: 5-6).

3 En Derecho, el "hombre bueno" es aquel que media en un conflicto. Por ejemplo, el tribunal de reparto de aguas más antiguo de España, el de Murcia, es conocido como el "Tribunal de los hombres buenos".

Teniendo en cuenta estos precedentes ¿qué es exactamente la mediación profesional y cuál es el cometido de un mediador? La mediadora comunitaria Karen Grover Duffy lo expresa en estos términos (1995, pág. 52):

*“Mediación es la intervención en un conflicto de una tercera parte neutral que ayuda a las partes opuestas a manejar o resolver su disputa. La tercera parte imparcial es el mediador, quien utiliza diversas técnicas para ayudar a los contendientes a llegar a un acuerdo consensuado con el fin de resolver su conflicto (...) se supone que los mediadores no fuerzan ni imponen la resolución. En lugar de ello, un mediador capacita a los contendientes para llegar a su propio acuerdo sobre el modo de resolución del conflicto, propiciando la discusión cara a cara, resolviendo el problema y desarrollando soluciones alternativas”.<sup>4</sup>*

En cuanto al cometido<sup>5</sup>, un mediador se ocupa de reunir a las partes y ayudarlas a resolver sus desacuerdos, encargándose una vez las ha reunido de estas tareas:

- a.- Suavizar los ánimos.
- b.- Actuar como guía imparcial de la discusión y asegurar que todas las partes tengan la oportunidad de hablar.
- c.- Ayudar a diferenciar los intereses de las posiciones.
- d.- Trabajar con las partes para idear soluciones creativas que cubran sus respectivas necesidades.
- e.- Ganarse la confianza de las partes.
- f.- Trasladar de uno a otro una selección de la información, traduciéndola de un lenguaje negativo a uno positivo.
- g.- Actuar como representante de la realidad.

---

<sup>4</sup> Otros autores se expresan en términos similares:

*“ (...) la base de la mediación es la negociación, y la tarea del mediador consiste en introducir algunas características especiales para modificar el enfoque basado en la confrontación, que plantea la negociación como un campo de batalla, y orientarla hacia la solución del problema. El mediador ayuda a las personas a dialogar, evitando generar malentendidos, establece por los menos relaciones de trabajo, aclara los problemas y busca soluciones aceptables para ambas partes”. (Floyer Acland, 1993).*

*“La mediación es la intervención en una disputa o negociación, de un tercero aceptable, imparcial y neutral que carece de un poder autorizado de decisión para ayudar a las partes en disputa a alcanzar voluntariamente su propio arreglo mutuamente aceptable”. (Moore: 1995).*

<sup>5</sup> Tomamos como guía la exposición de Singer (1996), aunque el resto de la bibliografía que hemos manejado distingue con ligeras variaciones las mismas funciones y las mismas etapas.

- h.- Ofrecer ocasionalmente una opinión objetiva sobre el aspecto positivo de la controversia.
  - i.- Mantener viva la negociación si quieren abandonar.
  - j.- Efectuar recomendaciones si las partes lo piden.
  - k.- Actuar de cabeza de turco si algo sale mal.
- Y todo lo lleva a cabo a través de un proceso con las siguientes etapas:
- a.- Contactos iniciales entre el mediador y las partes.
  - b.- Intervención del mediador en el conflicto y establecimiento de las líneas generales que guiarán el proceso.
  - c.- Recopilación de información relativa al conflicto e identificación de los puntos a resolver, acordando un orden del día.
  - d.- Desarrollo de opciones para solucionar cada uno de los puntos.
  - e.- Evaluación de las opciones de acuerdo, comparándolas con las alternativas de acuerdo de las partes.
  - f.- Conclusión de un acuerdo sobre el núcleo sustancial del conflicto y elaboración del plan necesario para la ejecución de dicho acuerdo.

Junto a la mediación existen otras técnicas de negociación con un tercero, entre las que Singer destaca el *arbitraje* (que difiere porque el mediador es quien "dicta" el acuerdo, un acuerdo que es vinculante para las partes), la *conciliación* (el mediador sólo convoca a las partes y transmite mensajes entre ellas), la *valoración imparcial* (un experto que adelanta cuál sería el veredicto de un tribunal), el *defensor del pueblo* (un funcionario público, respetado e independiente, cuya función es investigar las quejas de los ciudadanos y criticar la actuación de las instituciones), los *procedimientos de reclamación* (organizados por periódicos, emisoras, organizaciones de consumidores, etc.), los *juicios expeditivos con un jurado de carácter consultivo* que emite un veredicto no vinculante o la *medlarb* (mediación con decisión vinculante en caso de no llegar a un acuerdo).

En el ámbito de la terapia familiar también se ha reflexionado sobre el papel del terapeuta como mediador. Gerald Zuk (1974) habla de la "intermediación" como un proceso que puede modificar las relaciones de poder en los grupos y que, aplicado a la terapia familiar, es la técnica que examina las relaciones de poder en la familia y trata de cambiarlas. Este proceso incluye una fase de desarrollo del conflicto y otra posterior en la que se produce un intento de control de la magnitud de éste a través de la intermediación y la selección de un intermediario -

que no es necesariamente el terapeuta- (Zuk: 1974, pág. 304):

*“El proceso de intermediación y el rol de intermediario no son términos sinónimos. Debe quedar bien en claro que el hecho de asumir el papel de intermediario no es más que un paso o una fase en el proceso de intermediación. El terapeuta controla ese proceso en la medida en que tiene conciencia de los pasos y de su ordenamiento. Puede perder el control del proceso, en algunos casos, al asumir el rol de intermediario en ocasiones en que habría sido más prudente asumir el rol de protagonista. Asimismo, el terapeuta pierde el control del proceso si deja que la familia le adjudique el rol de protagonista o de intermediario; en la medida en que aquella puede determinar qué rol ha de adoptar, controla el proceso”.*

El rol de este intermediario, sostiene Zuk, es muy importante porque los protagonistas le adjudican el poder de provocar cambios en sus posiciones recíprocas, estableciendo nuevas reglas de interacción.

Ahora bien, al comienzo de este artículo hemos hecho mención de otras figuras de terceros, profesionales o no. Hemos hablado de árbitros, traductores, celestinas y agencias de publicidad, y ahora añadimos a la lista intérpretes, diputados y senadores, correveidiles, mensajeros, ejecutivos de cuentas, escribidores, abogados, sacerdotes, chamanes ... ¿qué comparten estas figuras con un mediador profesional?

- a.- En primer lugar, todos se integran en procesos de comunicación que no existirían sin ellos.
- b.- Su función -por encima de las diferencias- es la de reunir a las partes, definir las reglas que gobernarán la situación comunicativa y el intercambio, determinar los roles y la relación entre los participantes y arbitrar el encuentro. Utilizando la metáfora dramática goffmaniana, son directores de escena y de actores.
- c.- Siempre están entre los participantes y por encima de los mismos. Actúan, por tanto, en el ámbito de la metacomunicación, entendida en el sentido que la define Gregory Bateson (Bateson y Ruesch: 1984) - comunicación acerca de la codificación y de la relación durante el transcurso de una interacción-.
- d.- En muchas ocasiones participan activamente en la constitución del mensaje, aunque esta participación no siempre alcanza el mismo grado - un heraldo lo transmite, un mediador profesional lo propicia, una agen-

cia de publicidad lo crea-

Sin embargo, el mediador como figura metacomunicativa presenta algunas diferencias con respecto a los profesionales. Por ejemplo:

- No siempre se identifica con el marco, sino que puede representar a uno de los participantes (la agencia, el delegado sindical o el abogado lo hacen).
- Por tanto, no siempre es imparcial.
- El conflicto no siempre es el eje de su actuación.

Uniendo todas estas semejanzas y diferencias podemos esbozar una primera definición de nuestra noción de “mediador”, introduciéndola en el ámbito semiótico y haciendo, por consiguiente, un uso más amplio del término que cuando se refiere a una actividad profesional.

#### IV.- EL MEDIADOR COMO FIGURA SEMIÓTICA

Dentro del ámbito semiótico, el mediador es una instancia metacomunicativa que propicia, define y coordina tanto el transcurso de la interacción como la relación entre los participantes.

Es además integrante de un proceso de comunicación en el que no es ni emisor ni receptor ni canal, aunque muchos hayan querido interpretar su labor como un doble proceso de emisión<sup>6</sup> y aunque las definiciones de los representantes ofrecidas por los diferentes textos legislativos o normativos —como la Constitución Española o el Catecismo de la Iglesia Católica— estén hechas desde esta perspectiva.

La mediación, por consiguiente, constituye una modalidad interactiva diferente de los procesos de interlocución habituales —o más bien de aquellos que estamos habituados a estudiar como tales—. El mediador está entre los participantes, como decimos, sin ser un canal ni situarse al mismo nivel. Su papel dentro del proceso es otro. Pero este otro papel no tiene cabida en el esquema de la comunicación que venimos manejando desde Shannon y Weaver y, sobre todo,

---

<sup>6</sup> Como es el caso de Sánchez Guzmán en su caracterización del papel de la agencia en el proceso de comunicación publicitaria (1993, pág. 129): “(...) el emisor de la comunicación publicitaria se ramifica en dos protagonistas con niveles distintos en cuanto a su actuación: de un lado, la empresa (...); de otro, los especialistas, a los que la empresa encarga la elaboración y difusión de los mensajes publicitarios (...)”.



desde la formulación jakobsoniana. A pesar de que dicho esquema se ha ido completando a lo largo de los años con la introducción de la perspectiva de la interlocución, las determinaciones socio y psicológicas de los interlocutores, la ampliación de la noción de contexto, el reconocimiento de la posible asimetría (diferencias de código) entre emisor y receptor o la sustitución del modelo lineal A-B por otro circular y dinámico, la premisa subyacente siempre ha sido la de un sistema bipolar en el que todos los participantes están en un mismo plano. Este modelo no nos sirve para explicar los procesos de mediación. Y dado que éstos definen una amplia gama de situaciones comunicativas, que van desde una sesión de espiritismo hasta el funcionamiento de la democracia parlamentaria, nos hace falta un nuevo modelo que incluya a este tercero.

La traslación de la figura del mediador al ámbito semiótico nos plantea asimismo la necesidad de trascender el gran pilar de la mediación como actividad profesional: la fundamentación en la noción de conflicto, sustituyéndola por otra más amplia. Esta segunda noción es la de **DISTANCIA**.

Desde este punto de vista, un mediador es una instancia metacomunicativa que trasciende o instaure distancias entre los participantes en una interacción. Y ¿cuáles son las distancias en juego en los diferentes procesos de mediación?

a.- **DISTANCIA FÍSICA**: entendemos este primer tipo de distancia como un alejamiento espacial o temporal, superado por figuras como un mensajero y, en cierto modo, por un traductor.

b.- **DISTANCIA PSICOLÓGICA**: tiene que ver con el desconocimiento o, ahora sí, con el conflicto entre los participantes. Es la que existe, por ejemplo, cuando un chaval tímido necesita enviar a un amigo para acercarse a la chavala que se está tomando una copa a escasos metros de él, o la que motiva la mayoría de las intervenciones de mediadores profesionales y terapeutas familiares (problemas sindicatos-patronal, procesos de divorcio, disputas vecinales, pleitos, ...).

c.- **DISTANCIA LINGÜÍSTICA**: puede ser intra o interlingüística y se supera con la intervención de figuras como traductores e intérpretes.

d.- **DISTANCIA SOCIAL**: existe cuando hay un predominio del ámbito de las reglas sobre el de lo interpersonal, en especial en situaciones altamente ritualizadas o codificadas. La celestina tradicional, figura antaño casi institucionalizada, actuaba como superadora de este tipo de distancias. Lo mismo hace en cierto modo su pariente moderna, la agencia matrimonial. Podemos hablar también de

distancia social cuando se trata de relaciones entre individuos y entes abstractos (la Justicia, el Estado). Aquí el sistema entero, el legal o el parlamentario, se constituye en un complicado proceso de mediación.

e.- DISTANCIA ESCATOLÓGICA: surge entre realidades de distinto orden existencial, una de ellas de ámbito sobrenatural -dioses, muertos, espíritus, etc. Superadores de distancias en este terreno son los mediums, hechiceros, profetas, sacerdotes o chamanes.

La relación entre estos tipos de distancia o el predominio de cada una de ellas ha variado a lo largo de la Historia, pero lo cierto es que siempre han estado en la base de todos los procesos de mediación. Así, en épocas antiguas, la presencia del intermediario era indispensable debido al alto grado de ritualización de la mayoría de las actividades sociales, pero también a las dificultades de comunicación en directo (precariedad de medios de locomoción, grandes distancias...). Como contrapunto, en la actualidad, cuando estas limitaciones físicas son prácticamente inexistentes, nos encontramos con que la evolución tecnológica ha ido acompañada de tal aumento de la complejidad social (crecimiento demográfico, grandes núcleos urbanos, mayor número de mensajes a los que estamos expuestos...) que han disminuido drásticamente las oportunidades de encuentro cara a cara. Tal vez por esta razón, podemos decir que la era "del diferido" es la era de la "comunicación con mediación". Y si no, echemos un simple vistazo a nuestra vida cotidiana. Desde Internet hasta el representante de Círculo de Lectores ¿cuántos mediadores aparecen en ella?

Pero retrocedamos un momento a nuestra última definición. Hemos afirmado que un mediador –o un proceso de mediación– no sólo trasciende sino que también puede instaurar distancias. En esta dimensión aparece la censura con todas sus manifestaciones<sup>7</sup>. La censura evita que se produzca el encuentro entre los participantes acallando voces y secuestrando textos, o distorsiona el proceso de comunicación alterando los mensajes y su sentido. Recordemos el famoso y ridículo caso de *Mogambo*, que convirtió un simple adulterio en un morboso incesto. O la muy actual controversia a propósito de la Ley de Secretos Sumariales y, en general, toda la legislación que regula las libertades de expresión, creación,

---

<sup>7</sup> Agradecemos al Dr. José María Jiménez Cano su interesante sugerencia acerca del papel mediador de la censura, que ha enriquecido nuestra visión inicial de la mediación añadiéndole la dimensión instauradora de distancias.

cátedra, prensa o la actividad publicitaria. Sin entrar en la consideración de la necesidad o pertinencia de estas distancias –seguridad del Estado, publicidad engañosa o “políticamente incorrecta”, los usos de Internet, ...– lo que aquí nos interesa es que siempre son instauradas a través de un proceso de mediación.

Una vez efectuado este acercamiento preliminar a la figura del mediador, debemos preguntarnos qué variables hay que considerar para establecer una primera tipología. Respondemos a esta pregunta en el apartado siguiente.

## V.- VARIABLES PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA PRIMERA TIPOLOGÍA DE MEDIADORES

A la hora de proponer una primera clasificación de mediadores, hemos manejado cinco variables: naturaleza, función, participante al que representa el mediador, grado de implicación en la elaboración del mensaje y, por último, grado en que su presencia es percibida por los participantes. Desde nuestro punto de vista, el más importante de todos ellos es el criterio funcional.

a.- Naturaleza: atendiendo a su naturaleza, un mediador puede ser una figura individual (celestina, mensajero, traductor), o institucional (una agencia de publicidad, el cuerpo diplomático, una empresa, el sistema judicial, la censura).

b.- Función. Un mediador puede realizar funciones como las que exponemos a continuación:

- *Propiciar o evitar el encuentro entre los participantes.* Este es el papel de un mecenas, un editor, un medium o, por ejemplo, el que desempeñaron los noruegos en el conflicto árabe-israelí. A diferencia del rol que los estadounidenses habían tenido quince años antes (1978) en los acuerdos de Camp David, la diplomacia noruega no hizo propuesta alguna, y se limitó a reunir a los contendientes ofreciéndoles una oportunidad y un espacio neutral que favoreció la discusión y el logro de nuevos acuerdos.
- *Transmitir el mensaje:* es lo que hacen heraldos, mensajeros o, en un plano mucho más cotidiano, el niño que llega a la tienda y se dirige al tendero “Dice mi madre que me dé usted una barra de pan y una botella de aceite, y que lo apunte en nuestra cuenta”.
- *Definir y coordinar las reglas del intercambio comunicativo, así como la relación entre los participantes.* Este rol lo desempeña el presentador de un concur-

so televisivo al dejar claras las condiciones a los contrincantes antes de comenzar, o un mediador profesional en la primera entrevista con los contendientes. Reproducimos como muestra un fragmento de una de estas entrevistas iniciales de una mediadora con una pareja en trámites de divorcio, en pugna por el reparto de bienes y la custodia de los hijos (Singer: 1996, pp. 70-72):

*“Mi tarea consiste en ser imparcial y ayudarles a los dos a llegar a un acuerdo. No soy un juez. No tengo ninguna autoridad para tomar decisiones por ustedes.*

*(...)*

*En un proceso de mediación serán ustedes mismos los que negocien. Les recomiendo que consulten por separado con sus respectivos abogados, tantas veces como quieran, pero ustedes siempre serán los responsables del grueso de la tarea, con mi ayuda, por supuesto.*

*(...)*

*Esto funcionará mucho mejor si hablamos por turnos. Lo mejor es que tomen lápiz y papel y vayan anotando todo lo que se les ocurra mientras habla el otro.*

*(...) Yo les recordaré de cuando en cuando que en un proceso de separación hay que tratar determinados aspectos, para que no nos dejemos nada en el tintero. Pero de ustedes dependerán los asuntos a discutir y el orden en que los trataremos”.*

- *Crear, recrear o distorsionar el mensaje:* es lo que hacen mediadores como una agencia de publicidad, un traductor, un intérprete, un correveidile o la censura.

c.- Participante al que representa: puede identificarse con uno -heraldo, abogado, ejecutivo de cuentas, representante-; con todos -una celestina, una vez que se ha convertido en confidente de ambos amantes- o con el marco dentro del cual se desarrolla la comunicación- un árbitro, un moderador, un mediador profesional-.

d.- Grado de implicación en la creación del mensaje:

- Lo propician: mecenas, patrocinadores, mediums, conciliadores...
- Lo transmiten: mensajeros, heraldos, correos...
- Lo crean: agencias de publicidad, abogados, ...

- Lo recrean: traductores, intérpretes, ...
- Lo distorsionan o eliminan: correveidiles, la censura.

e.- Grado en que su presencia es percibida por los participantes: hay mediadores que son reconocidos por todos como tales, caso de los moderadores, árbitros, diplomáticos o abogados. Otros deberían pasar desapercibidos, como los editores o las agencias de publicidad. Esto, sin embargo, no suele suceder habitualmente. La creciente relevancia económica y social de algunas de estas actividades hace que, contraviniendo su papel, el mediador haga recaer sobre sí un protagonismo que no le pertenece. El editor que afirma "*mi obra es mi catálogo*" o la agencia que se muestra a sí misma en vez de al anunciante, cuestionan esta pretendida invisibilidad de ciertas clases de mediador.

La combinación de todas estas variables nos permite proponer una primera tipología de mediadores y procesos de mediación. Distinguimos seis tipos, sin pretensión alguna de exhaustividad, dado el carácter "primerizo" de esta propuesta.

## VI.- PROPUESTA PARA UNA TIPOLOGÍA DE FIGURAS DE LA MEDIACIÓN

### *1.- El mediador propiciador*

Es aquel que hace que se produzca el encuentro entre los participantes y transmite mensajes entre los mismos. Generalmente no define ni arbitra, pero sin él no existiría encuentro (Singer: 1996, pág. 42):

*"A diferencia de la mediación, en la conciliación o convocatoria el tercero se involucra, por lo general, sólo con carácter preliminar. El ajeno al conflicto se encarga de reunir a las partes o de transmitir mensajes entre ellas. Cuando los noruegos reunieron a los representantes de Israel y de la OLP se limitaron a actuar como convocantes".*

Dentro de esta categoría distinguimos a la vez dos subtipos:

– mediador transmisor: un mensajero, un heraldo, un correo, un recadero, un emisario o el pregonero que utiliza la plaza del pueblo para comunicar a los ciudadanos las determinaciones tomadas por la autoridad municipal: "*Por orden ... del señor alcalde ... se hace saber ... que el próximo lunes ... habrá pleno en el Ayuntamiento*".

– mediador inductor: puede ser un mecenas, un editor –ambos permiten que la obra del autor se convierta en una realidad material y llegue al público–, un patrocinador –qué sería del deporte y el espectáculo sin ellos–, un conciliador o un medium. También las musas, sobre todo las musas reales –Marianne Faithfull inspirando a los Rolling Stones a componer ex profeso para ella el tema *As tears go by*– son en cierto modo un ejemplo de mediador inductor. Esta última figura pone de manifiesto que la intencionalidad no es un componente indispensable en todo proceso de mediación.

A medio camino entre estos dos subtipos podríamos ubicar las diversas clases de celestinazgo, desde la alcahueta Trotaconventos hasta el amigo fiel que utilizamos como introductor, espía y confidente. Los medios de comunicación, a través de programas como QUIÉN SABE DÓNDE, LO QUE NECESITAS ES AMOR, NUNCA ES TARDE o SORPRESA, SORPRESA, son la versión más espectacular y controvertida de este primer mediador propiciador, que en esta ocasión sustituye el papel de rabinos, sacerdotes o patriarcas en las comunidades rurales, dejando al descubierto las carencias de nuestra sociedad en el terreno de las relaciones personales y destruyendo las barreras entre lo público y lo privado.

En función de su naturaleza, este mediador puede ser individual (mensajero, heraldo) o institucional (patrocinador, medios de comunicación).

Su presencia es explícita para ambos participantes, aunque no siempre se percibe su carácter mediador; más bien suele verse como un canal.

Como ya hemos indicado, el mediador propiciador –en realidad, cualquier tipo de mediador– puede violar la definición de su rol, mostrándose más a sí mismo que a los participantes. Es lo que ocurre con el mecenas que busca su propia gloria a través del artista o con el patrocinador que desea convertirse en eje del evento que paga.

Por otra parte, aunque este mediador no arbitra ni coordina, en ocasiones sí que define el marco del encuentro. Acudamos a nuestra memoria cinematográfica y recordemos las instrucciones de los correos en las películas de espías. ¿Cuántas veces hemos oído algo similar a esto?: *“Se encontrarán en el bar Praga, a las dos de la madrugada. Usted llevará un libro de Pessoa en la mano y su contacto una camelia en la solapa. Usted se acercará y le preguntará si quiere un whiskey. El deberá contestarle ‘Yo sólo bebo vodka con hielo’. Recuérdelo, ésa será la contraseña”*. De igual manera, todos los programas de televisión aludidos ofrecen un marco diseñado de

antemano, en el que los participantes aceptan integrarse como si del guión de una representación se tratase.

## 2.- El mediador representante

El mediador representante sustituye a los participantes -a uno o a todos- en los intercambios, transmitiendo su voz y sus intereses. Estos procesos se desarrollan en su mayoría en diferido, pero también los hay cara a cara -los letrados en los juicios civiles o las conversaciones de los cónyuges en presencia de sus respectivos abogados durante los procesos de divorcio-.

Este tipo de mediación es la base de los dos sistemas que conforman el modelo organizativo de la mayoría de las sociedades occidentales: el sistema de representación parlamentaria y el sistema legal.

El mediador representante puede ser de naturaleza individual o institucional, como se desprende de los ejemplos mencionados. Generalmente suele representar a uno solo de los participantes, aunque pensamos que esta afirmación es relativizable. El abogado es la voz de su defendido, sí, pero también hace llegar hasta éste las propuestas de la parte contraria. El sacerdote no sólo hace llegar la Palabra de Dios al Pueblo, sino la del Pueblo a Dios -las plegarias que dirige al Altísimo en nombre de los fieles durante el transcurso de la Eucaristía-. Igual ocurre con los profetas. Así, según el *Tercer Catecismo de la Comunidad Cristiana* (1990<sup>3</sup>, pág. 17) "*Dios hizo surgir entonces a los profetas para seguir manifestando en los hombres sus designios de amor*", y "*Los profetas anunciaron a todos, sin desmayo, el juicio inminente de Dios para que, convertidos, volvieran a él*". Pero también "*Los profetas amaron, conmovidos, al pueblo de las promesas e intercedieron ante el Señor por Él*".

Y, al hablar sobre los obispos, presbíteros y sacerdotes, el texto señala (pág. 186):

*"Los Obispos, sucesores de los Apóstoles, con sus colaboradores en el sacerdocio o presbíteros y sus colaboradores en el servicio a la comunidad o diaconos, tienen en la Iglesia, una función propia e insustituible. A ellos les corresponde representar a Jesucristo -profeta, sacerdote, rey y pastor- ante sus Iglesias particulares y ante todas las comunidades cristianas. Ellos son los Pastores de la Iglesia, elegidos para edificar y servir a todo el Pueblo de Dios".*

Pero también ... *“Cada Obispo representa a su Iglesia y ejerce en ella su misión pastoral”*.

Por otra parte, la mediación representación suele instaurar un doble proceso de comunicación, el de las partes a través de sus representantes y el de los representantes entre sí –pensemos en los padrinos de los novios en las pedidas tradicionales o en los duelos–.

A la hora de la elaboración del mensaje, el representante puede actuar como portavoz –teóricamente es lo que hacen un delegado o un profeta– o como creador –el abogado con la estrategia legal o la agencia con los mensajes publicitarios.

Su presencia puede ser explícita (abogado) o percibida (agencia).

En este segundo apartado incluimos a figuras como sacerdotes, mediums, chamanes -no sólo propician el encuentro; se supone que los dioses o los muertos hablan a través de su boca-, ejecutivos de cuentas, representantes, profetas, abogados, fiscales, jueces, delegados, diputados y senadores, agencias de publicidad<sup>8</sup>, embajadores, padrinos, la mismísima Virgen y su Hijo Jesucristo y el Rey<sup>9</sup>.

---

8 La mayoría de los manuales sobre comunicación publicitaria definen a la agencia como un emisor. Aparte del ya mencionado Sánchez Guzmán, encontramos esta perspectiva en García Uceda (1995) y González Martín (1996). Aunque este último señala que *“(…) voy a definir la publicidad como una actividad mediadora ente el mundo material de la producción y el universo simbolizado del consumo”* (pág. 5), más adelante indica *“(…) es evidente que en la realización del proceso de comunicación publicitaria existe un emisor, el anunciante, un receptor, el público-objetivo, un mensaje, la campaña publicitaria, unos códigos, el lenguaje publicitario, un contexto, la situación de comunicación concreta, y un contacto, la posible eficacia publicitaria”* (pág. 188), haciendo desaparecer a la agencia del proceso.

En otros estudios (Pérez Ruiz: 1996) se hace referencia al término “mediación” en una versión restringida, intentando desligarlo de la concepción de la moderna agencia de publicidad: *“El término agencia proviene del latino *agentia*, que a su vez deriva del participio *agens*, -ntis, que significa el que hace. Inicialmente este sentido de el que hace se aplicó al intermediario, al agente-agentis-, cuyo trabajo consistía en relacionar al anunciante con los medios de comunicación, captando los anuncios del primero a cambio de un comisión pagada por éstos. (...) La agencia de publicidad, en cuanto empresa que da unos servicios que rebasan la mera labor de mediación, debería dejar de ser considerada como agencia, es decir, mediadora -en el sentido antiguo de comisionista que se limita a poner en contacto a dos partes sin realizar servicio alguno-, y pasar a ser considerada como empresa de publicidad. Si ha superado la etapa de mediación ya no es meramente agencia”*. (pp. 63-64)

Nuestro planteamiento inicial acerca del papel mediador de la agencia de publicidad se encuentra recogido en Lucerga Pérez (1996, II, cp. 1 “El discurso publicitario”).

9 El papel mediador de la Virgen se encuentra formulado en el *Tercer Catecismo de la Comunidad Cristiana* (1990), pág. 194: *“La Iglesia invoca a la Virgen, Madre de Misericordia, como su abogada y auxilio en las dificultades y como mediadora ante su Hijo, el único mediador entre Dios y los hombres”*.

En cuanto al Rey, la *Constitución Española* (art. 56) dice lo siguiente: *“El Rey es el Jefe del Estado, símbolo de su unidad y permanencia, arbitra y modera el funcionamiento regular de las instituciones, asume la más alta representación del Estado español en las relaciones internacionales, especialmente con las naciones de su comunidad histórica”*.



### 3.- El mediador traductor

Es el encargado de recrear el mensaje de manera que pueda producirse el intercambio entre los participantes. Se trata de una figura generalmente individual (Hatim y Mason: 1995, pág. 281):

*"(...) el traductor se halla en el centro de este proceso dinámico de comunicación como mediador entre el productor de un texto original y quienes resulten ser sus receptores en la lengua de llegada. El traductor es, en primer lugar y sobre todo, un mediador entre dos partes para quienes sería problemática la comunicación sin el concurso de aquél; y esto vale tanto para el traductor de patentes y contratos, el de poesía o de ficción, como para el intérprete simultáneo, mediador de manera muy directa".*

Desde una óptica tradicional, podría parecer que el traductor sólo representa a uno de los participantes –el emisor–, pero tenemos el caso del intérprete, que se identifica con todos los que intervienen en el proceso y, además, en la traducción propiamente dicha, el traductor hace presentes en el texto las determinaciones del lector/receptor –actualizaciones de los clásicos, sustitución de juegos de palabras o refranes por sus equivalentes en la lengua de llegada, etc.– (I. Kranicki, en M.A. Vega: 1994, pág. 188):

*"Un digno traductor debe fundirse con el autor que está traduciendo, y para esta transformación hace falta tanto trabajo, tanto ingenio, y tanta facilidad de palabra innata, que es más fácil sentirlo que expresarlo (...). También hay que tener en cuenta a la hora de traducir que, aun cumpliendo con los requisitos, no debe excederse uno en sus obligaciones con otros, de tal manera que al traspasar la materia de una lengua a otra, debe hacerlo teniendo en cuenta a quién se le está ofreciendo".*

El mediador traductor siempre se implica en la creación del mensaje. Si desempeña bien su tarea, recrea el original convirtiéndolo en un texto nuevo; si lo hace mal, lo distorsiona, entorpeciendo el proceso de comunicación. Encontramos la mano creativa o distorsionadora de este mediador en los errores del traductor, pero también en las diferentes traducciones de un mismo texto - por ejemplo, de la Biblia, según la opción ideológica y teológica del traductor- o en las ya aludidas actualizaciones de los clásicos.

En cuanto a su presencia, el destino de este mediador es pasar desapercibi-

do en un proceso de lectura normal, pero se hace presente al comparar ediciones, cuando surge un error o cuando el traductor es a su vez un escritor –Cortázar, Vargas Llosa, Javier Marías, ...–. Esta figura es a menudo visible para el lector especializado.

#### 4.- El mediador censor

El mediador censor es un instaurador de distancias, que distorsiona o neutraliza el encuentro y el intercambio entre los participantes.

Su naturaleza suele ser institucional, aunque existe la figura del censor como individuo.

En este tipo de mediación, el grado de implicación en la elaboración del mensaje es máximo. El censor recrea los mensajes distorsionándolos y cambiando el sentido original –junto al ya citado caso de *Mogambo*, podemos mencionar el final de la primera versión de *Blade Runner* impuesto a Ridley Scott por la productora o las púdicas telas que cubren las partes nobles de muchas pinturas profanas, ...–. Otras veces simplemente los hacen desaparecer mediante el secuestro de ediciones, las amenazas, las torturas y asesinatos, los silencios impuestos o mediante instrumentos legales como la Ley de Secretos Sumariales. El control ejercido por todos los códigos de autorregulación –sin duda necesarios– y por las asociaciones de defensa de consumidores y usuarios, de la mujer, etc. son materializaciones del mismo mecanismo de mediación.

Aunque todos sabemos de la existencia del mediador censor, no siempre percibimos en el momento las consecuencias de su tarea, y es la Historia la que nos descubre, en una lectura diacrónica, los mensajes que no llegamos a conocer o los que conocimos en una versión falseada.

#### 5.- El mediador árbitro

Con este quinto tipo entramos de lleno en el campo de la mediación profesional.

La actuación del mediador árbitro se sitúa en el terreno de las reglas, y por eso es tal vez el más explícitamente metacomunicativo de todos los mediadores. Define el encuentro, coordina su transcurso y establece la relación entre los par-

ticipantes durante el mismo (turnos de palabra, reglas del intercambio, descripción del marco, orden del día, ...). Algunas de estas figuras van más allá, y son quiénes deciden el resultado del proceso. Esto es lo que hacía hasta ahora un juez en el modelo español, previo a la Ley del jurado. También es la labor de un árbitro en los procesos de arbitraje, del terapeuta familiar o de los mediadores internacionales cuando intervienen con propuestas, caso de Carter en Camp David o de los negociadores de Dayton. No obstante, esta intervención del mediador en el plano de los resultados está siempre contemplada en la definición previa del encuentro: su labor se deriva de la aplicación de la ley, el reglamento, las reglas pactadas o el principio de equidad o justicia natural. Por supuesto, el mediador puede violar estas reglas, contraviniendo la imparcialidad y la ausencia de protagonismo que, en esta ocasión, deben ser requisitos irrenunciables. Es entonces cuando nos encontramos con árbitros "caseros", errores judiciales, sentencias parciales, casos de prevaricación, o con declaraciones como las efectuadas por el embajador español en Israel con motivo de su nombramiento como mediador de la Unión Europea en Oriente Medio, recogidas por el diario *La Verdad* (26 de octubre de 1996):

*"Su nombramiento, estima el embajador, «significa que el espíritu de la Conferencia de Paz de Madrid sigue vivo y es el reconocimiento del papel que ha jugado siempre España en el proceso de paz de la zona». «Mi objetivo -añade- será hacer más visible la presencia europea en Oriente Medio. Europa tiene una vocación constructiva entre las partes y estoy seguro de que me aceptarán como un amigo»".*

El mediador árbitro puede ser una figura individual o institucional, y su presencia siempre es explícita y reconocida. Está por encima de los participantes en el encuentro y es identificado por ambos como parte del marco donde éste se desarrolla.

Mencionamos algunos ejemplos: moderadores, árbitros legales, árbitros deportivos, mediadores profesionales, diplomáticos, jueces, terapeutas, defensor del pueblo, defensor del universitario, defensor del soldado, maestros de ceremonias.

## 6.- El mediador prescriptor

Este es el último tipo de mediador que recogemos en nuestra tipología. Su función es orientar y dar claves para la interpretación-valoración del mensaje. Un prólogo nos brinda claves de lectura; una crítica de cine, de un concierto o de una exposición no sólo nos indica si ésta es buena o no —¿buena para quién y desde qué perspectiva?—, también nos dice qué vamos a ver y cómo debemos verlo u oírlo. Por otra parte, el autor tiene en la opinión del crítico un anticipo de lo que puede ser la acogida de su obra por parte del público —aunque siempre ha existido y existirá el divorcio entre ambos—. Debido a esto, el prescriptor es un receptor para el autor, pero para el público se convierte en un emisor especializado que tamiza el mensaje. En consecuencia, su presencia es explícita para todos los participantes, aunque su influencia no sea siempre reconocida.

Al ofrecer una lectura particular, el mediador prescriptor se implica en la creación del mensaje recreándolo.

Finalmente, su naturaleza puede ser individual o institucional, como se refleja en la lista siguiente: críticos, prologuistas, comentaristas, columnistas, medios de comunicación y, por supuesto, todo el ámbito de la opinión pública<sup>10</sup>.

Tras este recorrido por el terreno de la mediación, realizado con las impresiones y carencias propias de una primera aproximación, desde nuestro punto de vista tres son los campos de estudio que quedan abiertos para la Filología:

1.- Una vez reconocida la existencia del amplio número de situaciones que sólo pueden explicarse adecuadamente desde las claves aquí expuestas, queda al descubierto la necesidad de desarrollar un modelo de la comunicación que recoja e introduzca un nuevo elemento: la figura del mediador.

---

10 Podemos encontrar interesantes claves de reflexión acerca del papel mediador de medios de comunicación y de la opinión pública en *Comunicación Social 1996. Tendencias* (Madrid: Informes Anuales de Fundesco, 1996), especialmente en el artículo de Victoria Camps: "A favor de la opinión pública" (pp. 221-222), así como en Price, V. *La opinión pública. Esfera pública y comunicación* (Barcelona: Paidós, 1994). Con respecto al rol de los medios de comunicación en el debate público, este último autor señala (pág. 109):

*"En resumen, los medios de comunicación permiten al público atento seguir la huella de los actores políticos (vigilancia) y organizar sus respuestas hacia ellos (correlación).*

*El periodismo realiza también estas dos funciones para las elites respecto al público activo (...). Las caracterizaciones de los medios de comunicación de la opinión entre el público atento (...) son simultáneamente un medio de vigilancia para las elites (ayudándolas a seguir las reacciones del público atento. (...)*

*Los noticieros proporcionan, en consecuencia, un importante medio por el que los miembros del público se comunican. y tal vez más importante aún, el periodismo permite a los actores y espectadores políticos interactuar".*

2.- Partiendo del papel del mediador como superador o instaurador de distancias, y de su importancia en una sociedad que funciona cada vez más "en diferido", debemos seguir profundizando en una tipología rigurosa y completa de los procesos de mediación, ajustando más la interrelación entre las diferentes variables.

3.- El mediador siempre deja su huella en el discurso. Por consiguiente, habrá que prestar atención a las estrategias discursivas que establecen, concretan y muestran su presencia en los diferentes mensajes, con el objetivo de proponer una tipología de textos de la mediación, acorde con la tipología de mediadores que aquí hemos aventurado.

Por último, quisiéramos cerrar estas páginas con una reflexión. La mayoría de los sistemas y procesos de mediación nacieron para superar distancias, pero ¿no han acabado acrecentándolas? De hecho, los programas de mediación comunitaria no sólo surgieron para descargar a los juzgados de juicios civiles o por delitos leves, sino como respuesta a la lejanía que el sistema legal había creado para con aquellos a quienes representaba. Por otra parte, nos preguntamos si la lenta recuperación de la iniciativa ciudadana y de las ONG's no está constituyendo nuevos sistemas de mediación que responden al hecho de que los ciudadanos hemos dejado de percibir el carácter de mediación-representación del sistema parlamentario, partidos políticos, sindicatos, etc. y a que éstos realmente han perdido la conciencia de su papel para acabar configurando sistemas "ensimismados".

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BATESON, G. y RUESCH, J.: *Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría*. Barcelona: Paidós, 1984.
- CAMPS, V.: "A favor de la opinión pública", en *Comunicación Social 1996. Tendencias*. Madrid: Informes Anuales de Fundesco, 1996 (pp. 221-222).
- CASARES, J.: *Diccionario ideológico de la Lengua Española*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987<sup>2</sup> (14ª tirada).
- CONFERENCIA EPISCOPAL ESPAÑOLA. *Tercer Catecismo de la Comunidad*

- Cristiana. Esta es nuestra fe. Esta es la fe de la Iglesia.* Madrid: Conferencia Episcopal Española, 1990<sup>3</sup>.
- "Constitución Española", en *Asamblea Regional de Murcia. Materiales normativos.* Murcia: Asamblea Regional, 1991.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la Lengua Española.* Madrid: Espasa-Calpe, 1984<sup>20</sup>.
- FISHER, R., KUPPER SCHNEIDER, A. y KOPELMAN, E.: *Más allá de Maquiavelo. Herramientas para afrontar conflictos.* Buenos Aires: Granica, 1996.
- FLOYER ACLAND, A.: *Cómo utilizar la mediación para resolver conflictos en las organizaciones.* Barcelona: Paidós Empresa, 1993.
- GARCÍA UCEDA, M.: *Las claves de la publicidad.* Madrid: ESIC Editorial, 1995
- GONZÁLEZ MARTÍN, J. A.: *Teoría General de la Publicidad.* Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1996.
- GROVER DUFFY, K., OLZAK, P. y GROSCH, J.W. (comps.): *La mediación y sus contextos de aplicación.* Barcelona: Paidós Mediación, 1996.
- HATIM, B. y MASON, I.: *Teoría de la traducción. Una aproximación al discurso.* Barcelona: Ariel, 1995.
- "Ley Orgánica 3/1981, de 6 de abril, del Defensor del Pueblo". B.O.E. núm. 109, de 7 de mayo.
- LUCERGA PÉREZ, M.J.: *La perspectiva interactiva y el concepto de metacomunicación en la obra batesoniana: el discurso publicitario juvenil como ejemplo de doble vínculo.* Secretariado de Publicaciones Universidad de Murcia. Barcelona: EDT micropublicaciones, 1996.
- MOLINER, M.: *Diccionario de uso del español.* Madrid: Gredos, 1990 (reimpresión).
- MOORE, C.: *El proceso de mediación. Métodos prácticos para la resolución de conflictos.* Buenos Aires: Granica, 1995.
- NUEVO TESTAMENTO. Traducción de J. Mateos y L.A. Schökel. Madrid: Ed. Cristiandad, 1987.
- PÉREZ RUIZ, M. A.: *Fundamentos de las estructuras de la publicidad.* Madrid: Síntesis, 1996.
- PRICE, V.: *La opinión pública. Esfera pública y comunicación.* Barcelona: Paidós, 1994.

- SÁNCHEZ GUZMÁN, J. R.: *Teoría de la Publicidad*. Madrid: Tecnos, 1993.
- SINGER, L.G.: *Resolución de conflictos*. Barcelona: Paidós Mediación, 1996.
- VEGA, M.A.: *Textos clásicos de teoría de la traducción*. Madrid: Cátedra, 1995.
- ZUK, G.H.: "Los procesos de intermediación en la terapia familiar", en *Interacción familiar. aportes fundamentales sobre teoría y técnica*. Buenos Aires: Ed. Tiempo Contemporáneo, Colección Fundamentos, 1974. (pp. 301-327)