

Índice General

Capítulo I	Pág.
I. Estrategia Metodológica	1
I.1 Objetivos de la Investigación	2
I.2 Justificación de la Investigación	2
I.3 Formulación del Problema	3
I.4 Campo de Estudio	4
I.5 Niveles de Análisis	6
I.6 Dimensiones a estudiar	7
I. 6.1 Niveles de Análisis Interpretativos	7
I. 7 Matriz Operativa	9
I.8 Plan de Actividades	11
I. 8 .1 Trabajo de Campo	11
II Marco Teórico	15
II. 1 La representación social	15
II.1.2 La complejidad y Patrones de Interacción social	18
II.2 La cultura y las mass-mediación	21
II. 3 La Dimensión política	28
II.3.1 El pueblo nación	29
II.3.2 Los rituales políticos	30
Capitulo II	
La Agenda Informativa como base de la Realidad Simbólica Electoral	
II.1 La Construcción de la agenda informativa	35
II.1.2 Agenda Informativa de Prensa Escrita	37
II.1.2.1 Análisis de Producción Informativa Prensa Escrita	45
II.1.2.2 Esquemas en base ala organización temática de las noticias	51
II.1.2.2.1 Informaciones no electorales	51
II.1.2.2.2 Informaciones Electorales	56
II.2 Análisis de Producción Informativa Televisiva	64
II.2.1 La escenificación de la Agenda Informativa Televisiva	64
II.2.2 Los Titulares como redes informativas	69
Capitulo III	
Interacción Cognitiva y Campaña Electoral	74
III.1 Campaña Electoral 2006	74
III.1.2 El Discurso Electoral de Alianza Republicana Nacionalista	76
III.1.2.1 Estrategias Discursivas	76
III.1.2.2 Relaciones Catoriales	78
III.2 El mensaje mediático Radio y Televisión	79
III.3 La Interacción Cognitiva	97
III.3.1 Comunidad Las Palmas	98
III.3.2 Comunidad Los Manantiales	100
III.4 Consumo de medios de Comunicación por las Comunidades	100
III.5 La representación de la realidad	103

III.5.1 Conocimiento expresado por los grupos	103
III.5.1.2 Guión Narrativo de los jóvenes	104
III.5.1.3 Guión Narrativo de las mujeres	107
III.5.1.4 Guión Narrativo de Hombres	113
Capitulo IV	
Rito Político y Espectáculo Público: campaña electoral 2006	121
IV.1 Ritualización de la vida cotidiana	125
IV.2 El Espectáculo Político	127
IV.2.2 Estructura del Evento	131
IV.3 Ritual Político	136
IV.3.1 Simbolismo Electoral	137
IV.4 Interacción Partidaria	141
Conclusiones Generales	155
Bibliografía	160
Índice de Cuadros	
Cuadro No.1 Metodología, Técnicas e Instrumentos por Dimensión de análisis	9
Cuadro No 2 Recuento de Titulares por mes de El Diario de Hoy	37
Cuadro No 3 Recuento de Titulares por mes La Prensa Gráfica	37
Cuadro No 4 Titulares interiores de La Prensa Gráfica	40
Cuadro No 5 Titulares interiores de El Diario de Hoy	40
Cuadro No 6 Cobertura por Periódico	41
Cuadro No 7 Horario de Emisión Estelar de Noticieros	65
Cuadro No 8 Distribución de franjas temáticas por canal	66
Cuadro No 9 Relación multidireccional expresada en Titulares de noticieros Televisivos	72
Cuadro No 10 Intencionalidad de la Narrativa en spot TV	81
Cuadro No 11 Elementos de Identificación de spot Televisivos	96
Cuadro No 12 Relación de Preferencia de Consumo Canal-Noticiero	101
Cuadro No 13 Relación de memoria Informativa por sexo	102
Cuadro No 14 Relación estrategia Discursiva-Modelo mental por sector Poblacional	121
Cuadro No 15 Comparación de Estructura de eventos monitoreados	134
Índice de Esquemas	
Esquema No 1	51
Esquema No 2	53
Esquema No3	55
Esquema No 4	57
Esquema No 5	59
Esquema No 6	61
Esquema No 7	62
Esquema No 8	71
Esquema No 9	79
Esquema No 10	88

Esquema No 11	107
Esquema No 12	112
Esquema No 13	118
Índice de Imágenes	
Imagen No 1	84
Imagen No.2	90
Imagen No.3	93
Anexos	