

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO Y ESTRATEGIA METODOLOGICA

Al estudiar la construcción del Discurso político electoral de Alianza Republicana Nacionalista ARENA, como instituto político y partido oficial, se identifica un fenómeno que va más allá de una estrategia electoral coyuntural, responde a una complejidad de elementos que entrelazan diferentes esferas de la sociedad salvadoreña.

Los puntos entrelazados corresponden a su vez a los puntos de encuentro de diferentes tendencias teóricas, utilizadas para explicar y ordenar el proceso de construcción de un discurso político electoral, hasta ahora considerado una experiencia exitosa en la búsqueda del poder.

De ahí, el interés por estudiar un proceso político con una óptica mediática y cultural, poco explorada a través de los significados e interpretaciones simbólicas en el desarrollo de una fuerza política.

El capítulo presenta inicialmente aquellos aspectos que se consideraron fundamentales en la proyección real de la investigación empírica, observando el curso de los acontecimientos políticos en el país, que han marcado un cambio sustancial en las relaciones sociales, políticas y culturales de las y los salvadoreños. Contrastado con un marco teórico que permite reflexionar sobre el trozo de realidad que se ha estudiado y las herramientas metodológicas que sirvieron en el estudio y edificación de la comprensión analítica

I. Estrategia Metodológica

Inicialmente la Estrategia Metodológica, plasma los antecedentes y justificaciones al seleccionar el tema y la forma en que se realizó la investigación, a fin de unificar aquellos criterios operativos en el desarrollo del estudio.

Una segunda parte del capítulo identifica aquellas teorías y conceptos que dan soporte explicativo a los hallazgos, permitiendo un cuerpo de comprensión de los elementos encontrados. Debe mencionarse que la relación entre teoría y método es importante en la validación y análisis de la información recopilada.

Para ello se incluyen los objetivos de la Investigación trazando una relación complementaria entre estos, las preguntas guías y la estrategia metodológica utilizada en el proyecto.

I.1 Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Identificar los procesos que se realizan en la construcción del conocimiento socio-político de la población expuesta a estructuras significativas en coyunturas electorales.

Objetivos Específicos.

- a. Reconstruir el contexto socio-histórico que permita identificar las prácticas cotidianas de aceptación cultural;
- b. Identificar las estructuras de mediación social producidas en las campañas electorales.
- c. Establecer un punto de articulación entre las figuras e imágenes discursivas, procesos comunicativos y decisión política de la población.

Para desarrollar los objetivos propuestos se debe tener clara la relación metodológica entre el paradigma guía y la forma de abordaje que permitirá examinar la manera en que se desarrollan los significados compartidos y los esquemas sociales durante el curso de interacciones sociales.

I.2 Justificación de la Investigación

En 1989, tras triunfar en las elecciones presidenciales, asume la dirección del ejecutivo el partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA). Desde entonces, se han elegido consecutivamente cuatro presidentes del mismo partido político, sin darse alternabilidad en el poder. Esto ha permitido desarrollar cambios económicos, políticos, sociales y culturales en la sociedad salvadoreña, naturalizando así la idea de quiénes y por qué deben gobernar el país.

El proyecto político desarrollado desde entonces, es un fenómeno importante de estudio. Con ello, se pueden analizar los elementos que interactúan para darle legitimidad, representación y credibilidad a ese proyecto a través de la identificación de exterioridades del fenómeno, como son:

- a. La saturación de mensajes políticos en el espacio público;
- b. Incremento de la actividad comunicativa a nivel personal y mediática, por el partido oficial;
- c. y la abierta participación partidaria de los medios de comunicación más poderosos en las campañas electorales.

Lo anterior ha sido reforzado con procesos comunicativos constantes, promovidos desde el gobierno central y sus dependencias, especialmente en momentos electorales donde los procesos comunicativos buscan justificar, promover la aceptación de la actuación política del partido gobernante.

Lo que se busca con esta iniciativa de investigación es encontrar desde el plano comunicativo y cultural respuestas que permitan encontrar los puntos de articulación entre las formas comunicativas utilizadas en las campañas electorales y el conocimiento social de la población urbana, que permiten dicho fenómeno de continuidad.

I. 3 Formulación del Problema

Es importante explorar el contexto socio-cultural, político y mediático dado para evidenciar las relaciones que ocurren al fusionar el discurso electoral de los grupos dominantes, con los soportes sociales, culturales y políticos de la población. De esta forma, se permite visualizar las representaciones, imaginarios, experiencias cotidianas que permean la forma de aceptar o rechazar los mensajes, además de producir un efecto que posibilite la acción, en este caso la emisión del sufragio y la suscripción a un proyecto político que permita reafirmar al partido político en el poder.

Evidentemente, existe una relación muy compleja entre los procesos comunicativos mediáticos y políticos, al intentar conocer los efectos que estos causan en el conocimiento social. Especialmente en lo referente a la función de recrear y sostener los sistemas de representación y estilos de vida, lo cual incide directamente en la forma de comprender, actuar y asumir los procesos mencionados.

Al cuestionar la realidad observada, es necesario comprender y explicar por qué los sectores populares urbanos, se identifican o brindan su apoyo a un proyecto emanado de los grupos de poder hegemónico. Para el caso particular de este proyecto de investigación, es importante explorar las formas en que el discurso político, sobre todo electoral, incide y se retroalimenta del conocimiento social a fin de conducir, encausar actitudes y decisiones, de los diferentes sectores de la sociedad salvadoreña.

De esa forma, es posible la búsqueda de procesos cognitivos que interactúan con los flujos de mensajes de tal forma que se generan respuestas observadas en acciones concretas, identificándose, para ello, las siguientes preguntas de investigación:

¿Cómo se reactivan los patrones de interacción social, por medio del discurso político-electoral, para proporcionar legitimidad y continuidad política a un proyecto en la sociedad salvadoreña?

¿Cómo el discurso político electoral genera flujos de significaciones, expresados temáticamente e incorporados al sistema de representación?

¿Cómo se construye la realidad simbólica bajo la interacción de los flujos significativos producidos por el discurso electoral?

Hablamos entonces de estudiar los campos culturales y mediáticos que permiten el flujo de ideas sobre la realidad política, social del país. Interesa el análisis del conjunto de elementos que se relacionan entre sí, para comprender la dinámica de identificación con el partido oficial, a fin de encontrar los significados que posibilitan las pautas de fijación social, de ideas

preconcebidas, mitos y creencias políticas que naturalizan la práctica política unilateral de un sector social.

El discurso político electoral expresado en esquemas simbólicos, evoca en la subjetividad tanto individual y colectiva, temas, conocimientos, sentimientos objetivados desde las necesidades e intereses de los sectores populares, estableciendo una identificación, por la cual se busca su adhesión. En este sentido, los procesos de comunicación electoral se nutren de las aspiraciones socio-culturales de la población y de las expectativas generadas en el proceso.

Ello obliga a la reactivación de los patrones de interacción, como aquellos comportamientos esperados y provocados desde estímulos verbales y gestuales, que son reforzados, aprendidos y practicados desde la experiencia diaria, en diversos niveles de resenmantización, que generan nuevos sentidos, desde donde los procesos electorales adquieren carácter cultural.

Parte importante de los procesos comunicativos son las agendas informativas. La televisión se ha constituido en el mediador por excelencia de la cotidianidad social. Esa vinculación la convierte en el punto clave entre el espacio público y la relevancia política a la que se aspira antes, durante y después de los procesos electorales.

La investigación es un espacio para explorar de forma sistemática las figuras y procesos cognitivos que fortalecen los patrones de interacción político-electoral, y la relación posible en la creación de una identidad popular; dada la centralidad que la construcción de significado pueblo tiene en la búsqueda de la legitimidad del sistema político y el proyecto que se bosqueja a partir de la relación cotidiana de la política y la cultura.

El problema de estudio y análisis va más allá del planteamiento causa-efecto entre los procesos de comunicación política, frente a una respuesta de la población, por el contrario es multicausal, donde intervienen una serie de elementos que constituyen un discurso electoral fusionado a la identidad de la población.

La naturalización y legitimidad adjudicada por la población a la clase partidaria es un elemento estudiado en función de comprender la construcción social de la política en el país

I.4 Campo de Estudio

Desde la perspectiva metodológica, el campo de la investigación esta compuesto por dos elementos a diferenciar de forma práctica. El primero permitió evidenciar la articulación entre el objeto de estudio como es el Discurso Político, ejemplificado y objetivado desde la campaña electoral 2006. El segundo componente se estructura en orden a la necesidad de llevar mas allá del eje teórico la investigación, no basta con explicar y analizar como el mensaje tiene efectos, sino indagar, en la construcción del conocimiento social.

Se busca encontrar puntos entre las formas discursivas que adoptan figuras, imágenes, símbolos y ritualización de lo político, con la construcción de pueblo, contrastando con el discurso político de la población. Desde ese punto, coinciden dos niveles de identificación en el trabajo de campo, los cuales están correlacionados con los elementos que integran el campo de la investigación.

La utilización de la metodología cualitativa, en el descubrimiento de las formas en que interactúan los patrones de comportamiento socio-político y cultural. Dibujan una relación multifactorial entre los procesos comunicativos expresados en coyunturas electorales y la respuesta del elector. Mediados por figuras culturales como: medios de comunicación, rituales, creencias y modelos de vida, que interactúan para fijar representaciones, comportamientos y formas de ver la cotidianidad transferida a la acción en el ejercicio de la elección.

Esta metodología permite la búsqueda de la comprensión de motivos y creencias que se esconden tras las personas, lo que se denomina como el conocimiento social, no científico pero que rige la acción de las personas en cuestión. Por ello, se destaca que en la investigación inductiva se producen descripciones e interpretaciones de aquellos significados que le dan sentido a la vida individual y social, especialmente en la construcción y reafirmación del conocimiento formado, tras la legitimización y credibilidad de las formas de ver la vida misma. Los medios de comunicación social actúan como agentes de mediación cultural, a través de la programación, agenda informativa, utilización del tiempo de ocio (entretenimiento) entre otros factores.

Visualizar este proceso de investigación empírica requirió del establecimiento de criterios de selección en la búsqueda de aquellos elementos que operacionalizan directamente los flujos de significación en las personas. Activando procesos que inciden directamente en la construcción de la realidad. Por ello, se seleccionaron perfiles de votantes establecidos a nivel nacional, identificados previamente por institutos de opinión pública.

A través de estos es posible la ubicación geográfica de sectores populares que están directamente en relación con los medios de comunicación, sobre todo con la televisión. Estos perfiles sirvieron de base para organizar grupos focales, en lugares seguros y accesibles para la investigación, descubriendo las redes de vinculación, que forma parte del contexto socio-cultural de la población, de donde absorben sus conocimientos primarios.

La investigación propuso una serie de revisiones de momentos del proceso, para estudiar la relación e integración de las dimensiones estudiadas, además del nivel de interpretación que se extraería.

De esa forma, se planteó la realización de grupos focales con la población mediante el establecimiento de contactos con organizaciones e instituciones sociales vinculadas por medio de su trabajo a las comunidades seleccionadas, accesibles para reuniones, periodizadas en un máximo de tres sesiones. En ellas, se trabajó la directividad cultural, el nivel cognitivo y la vinculación política.

El desarrollo de instrumentos permitieron recoger, sistematizar y analizar la información como: la elaboración de un archivo documental que sistematizaría las diferentes noticias que produjeron los dos rotativos más importantes en el país, en el período comprendido entre noviembre de 2005 a marzo de 2006. Además se sistematizaron los editoriales, lo que permitió ver aquellos elementos ideológicos que los medios harían énfasis en su línea de opinión

Luego se realizaron diferentes entrevistas con periodistas, políticos, candidatos y población de sectores populares, quienes brindaron un análisis valioso en relación a aquellos elementos que dan respuesta a la interacción entre la agenda informativa y la población expuesta a los espacios noticiosos de la prensa escrita y televisión. Así como el desarrollo de grupos de discusión con personas que habitan zonas históricas y representativas de los sectores populares urbanos de San Salvador. De donde se obtuvo información en relación a los rasgos culturales que envuelven la conducta electoral.

La experiencia fue desarrollada en función de permitir un ambiente propicio para la expresión oral y argumentativa de las/os participantes, constituidos por separados en jóvenes, (mixto) mujeres y hombres. La selección de la población estuvo regida por criterios que posibilitaran un manejo factible de las personas, capacidad de expresar sus ideas, tolerancia política hacia otras corrientes entre otras.

I.5 Niveles de Análisis

El lenguaje es la expresión de las actividades cognitivas donde podemos observar y dilucidar los elementos de análisis, para ello se han fijado niveles de análisis como recurso metodológico. Estos permiten desentramar las diferentes relaciones, identificando a su vez aspectos donde se realizan los procesos de abstracción individual y colectiva objetivados a través del discurso.

Con ello, es posible calificar a las campañas electorales como recursos de mediación donde el mensaje es construido a partir de elementos significativos capaces de fijarse en la memoria, mediante la exposición a los medios. Los sondeos de opinión, se establecen en el nivel de atención/percepción. Muy poco se trabaja con niveles más profundos de las funciones cognitivas, la investigación propuso estudiar los siguientes niveles:

- a. De memoria ante la agenda informativa;
- b. Esquemas representacionales en relación a las actividades de directividad o estilos de vida introyectados.
- c. Funciones de narración y argumentación estudiada por medio de análisis del discurso. Interesa descubrir, analizar las formas y los mecanismos discursivos en la construcción de pueblo, así como la construcción de los mapas narrativos de la población antes identificada; contrapuesta con los mensajes mediáticos y las actividades de representación simbólica como son: los mítines, asambleas y convocatorias. Lo anterior fue útil para establecer la relación y la saturación del mensaje político en la narración cotidiana, lo cual permitió establecer nexos y puentes entre el conocimiento social, interpelado por la comunicación política del partido oficial.

Para estudiar dichos procesos se hizo necesario establecer dimensiones asociadas a niveles de cognición que intervienen finalmente en la construcción de las prácticas culturales y de la visión de realidad que se tiene.

I.6 Dimensiones a Estudiar

Cada una de las dimensiones representa espacios de búsqueda en la investigación, capaces de ejemplificar y ser objeto de reflexión sobre los hallazgos de la información.

La sistematización de la información empírica, responde al análisis de la consideración de las dimensiones para explicar los principales vínculos y relaciones entre los elementos que integran y se desenvuelven en cada una.

Dimensión Cognitiva: se refiere específicamente a las construcciones simbólicas que las personas se han creado de la política, además son aspectos que se identifican por medio del discurso y el proceso que consolida la adquisición del sentido común.

1. Representaciones e Imaginario político
2. Discurso expresado en relación a la situación social del país
3. Caracterización de personajes en el poder
4. Identificación de necesidades
5. Medios de Comunicación que consumen
6. Organización social a la que pertenecen
7. Participación o preferencia política.

Dimensión Política: Son aspectos medulares en relación a la intención y dirección del mensaje político y las relación con los medios de comunicación, de ahí que se obtenga información para contextualizar la investigación y la participación partidaria de los medios.

1. Campaña Electoral
2. Agenda informativa
3. Divulgación de mensajes político.
4. Simbolización del poder
5. Creación de Imágenes
6. Ejes Discursivos

Dimensión cultural simbólica: esta compuesta por aquellos elementos que interactúan entre la cultura y el discurso, relacionados por ritos políticos constitutivos en el quehacer de la campaña electoral.

1. Rituales Políticos
2. Discurso Político

I.6.1 Niveles de Análisis Interpretativos

Los niveles de análisis interpretativos se refieren a la reflexión de elementos visualizados en las dimensiones anteriores, considerando el aporte que brindan en datos se agruparon en función de su proximidad interpretativa y descriptiva que pueda brindar el marco general de la reflexión empírica.

a. **Análisis de la Información y Mensajes Propagandísticos:** las agendas informativas son consideradas importantes a través de ellas se expresan los temas más importantes y de interés público. A partir de ellos, giran las discusiones y debates. Sin embargo, existe un componente importante como lo es la mediación, tanto de los/as reporteros, las políticas informativas del medio en su decisión, de lo que es coherente, e ideológicamente correcto al procesar la información.

Dicha mediación se transmuta en un sesgo informativo que refleja la aceptación o identificación del medio y del periodista con una opción política determinada. Esta forma de tratar la información es un tipo de mediación social, que se constituye en la versión oficial transmitida con criterios de verdad, veracidad u objetividad, formulando una recreación de los hechos, incluso alterando la información, o descontextualizando la misma.

La visión de cada medio es identificada, asimilada e introyectada en la opinión de las personas, los grupos y colectividades sobre las representaciones, identificando agentes sociales, e incluso la colocación de estereotipos y delimitación de grupos antagonicos.

Esta versión de los hechos es determinante en la adquisición de conocimientos que perfilan la historia socialmente aceptada de los procesos políticos, sociales, culturales, económicos que de alguna forma legitiman, refuerzan e introyectan formas de pensar, comprender y asociar las imágenes, discursos como proyectos de vida. En ese sentido, las agendas informativas marcan ciertos ejes discursivos donde se pueden analizar las formas que adoptan los constructos hegemónicos.

b. **Rituales Políticos de apropiación del discurso en su estructura narrativa-contextual:** los ritos son actos cargados de símbolos y comportamientos que permiten descubrir la adhesión política del partido. Allí se mezclan las diferentes manifestaciones de clases, además de traslapes culturales, y la apropiación de la cultura popular como la practica hegemónica en busca de elementos de identificación y adhesión al proyecto político. En estos rituales, es interesante ver el drama discursivo y actancial de los participantes, así como el entorno del ritual, como parte de la experiencia colectiva del montaje, que pueden realizarse en mítines, congresos, festivales e inicios o cierres de campaña.

c. **Análisis de apropiación colectiva del discurso mediático:** Sin duda esta es el área que difícilmente se ha abordado por lo complejo de la obtención de la información, se explora la percepción y asimilación de los discursos e imágenes, a la vez la forma en que se apropian de las representaciones simbólicas las clases populares, pasando por los esquemas de intereses sociales y de actividades de directividad.

Para ello, se realizó la confrontación del discurso popular de la población en torno a tópicos que pertenezcan a la campaña y que circulan en los medios, para compararlos con el discurso hegemónico, de tal forma que pueda efectuarse la constatación.

Además, el rescate de los diferentes imaginarios que permean en la actualidad el nivel de consumo político que las personas realizan frente a la exposición de los medios de comunicación. De esa forma el estudio de consumo de medios, logró identificar las preferencias y las adhesiones a los mensajes, estudiar la organización partidaria en la

localidad, los niveles de tolerancia al mensaje político, así como las reacciones positiva o negativa frente al mensaje asociado a las estrategias de campaña.

I.7 Matriz Operativa

Cuadro No 1

Metodología, Técnicas e Instrumentos propuestos por Dimensión y nivel de análisis

Dimensión	Nivel de Análisis	Técnica	Instrumento
Cognitiva Representaciones simbólicas, Imaginario socio cultural Discurso expresado en relación a: Situación social del país Caracterización de personajes en el poder Identificación de necesidades	Análisis de la Información y Mensajes Propagandísticos. (nivel 1) Apropiación colectiva del discurso mediático (nivel 3)	Monitoreo spot Electorales 3 semanas en la campaña elec. Monitoreo de noticieros esp. Noticias político electoral,	Preguntas guías para Grupo Focal, GDD Reporte de clasificación de ejes temáticos Mapas cognitivos Escalas de valores sobre la actuación política partidaria, Esquema de directividad

<p>Política Campaña Electoral Agenda informativa Divulgación de mensajes político, Simbolización del poder Creación de Imágenes Ejes Discursivos</p>	<p>Análisis de la Información y Mensajes (nivel 1) Análisis de apropiación colectiva del discurso mediático (nivel 3)</p>	<p>Análisis del discurso Monitoreo de campaña política Clasificación de noticias político electoral Esquemmatización de agenda informativa Clasificación de imágenes</p>	<p>Fichas de monitoreo Fichas de clasificación Clasificación de ejes discursivos Análisis semiótico de la imagen Escalas de valores y perceptores del mensaje Guía de criterios comparativos sobre discurso población y discurso político</p>
<p>Cultural Simbólica Rituales políticos Discurso político</p>	<p>Análisis de la Información y Mensajes Propagandísticos (nivel 1) Apropiación del discurso en su estructura narrativa-contextual (nivel 2)</p>	<p>Análisis de discurso Análisis de ritos políticos. Socio biografía¹</p>	<p>Registro de simbología Transcripción del Discurso Revisión de material audiovisual</p>

La matriz operativa relaciona los vínculos teóricos prácticos entre las dimensiones, los niveles de análisis del discurso y la cognición social. De esta forma se trabajaron empíricamente, mediante el uso de técnicas de recolección de información e instrumentos adecuados para los objetivos señalados.

Cada una de las dimensiones se trabajó en correspondencia con la técnica asignada, luego de concluir el momento de recolección de datos, asociada a un nivel de interpretación analítica, considerándose algunos cambios en la forma de aplicar los instrumentos.

¹ Entendida como la narrativa que los medios ofrecen del acontecer del país o la unidad histórica de la conciencia pública, Del Rió Pereda Pablo **Psicología de los Medios de Comunicación** 1996 Editorial Síntesis pag354. Madrid España

I.8 Plan de actividades

I.8.1 Trabajo de campo

Para realizar la matriz operacional, donde se articula la dimensión con los niveles de análisis y las técnicas a utilizar según el método inductivo, se propuso una serie de actividades interrelacionadas que permitieran relacionar los componentes.

A. Recopilación de ejemplificaciones electorales.

En base al estudio de medios, se seleccionaron aquellos canales y periódicos a monitorear, con el fin de establecer una relación, tiempo -frecuencia de los mensajes políticos electorales, y los noticieros de mayor consumo, esta información permitió a su vez el monitoreo de noticieros televisivos en la hora de mayor audiencia.

Lo anterior formó parte de la reconstrucción de la agenda informativa, apoyada con la recopilación y clasificación de las noticias políticas electorales de los dos Periódicos de mayor circulación y proyección política histórica como es La Prensa Grafica y El Diario de Hoy.

Para seleccionar los medios de comunicación a monitorear, se tomó en cuenta los estudios de audiencia y *rating* realizados anteriormente. Se elaboró un archivo de spot televisivos, cuñas radiales e imágenes de los periódicos. Con ello, se buscó acceder a un registro verificable de los significados, símbolos y analogías expresadas en el discurso electoral de los últimos quince días previos a las elecciones, dicho período es importante porque en él ocurrieron la mayor saturación de mensajes, esto no impidió que algunos mensajes lanzados previamente fueran utilizados para dimensionar los tonos en el lenguaje, como parte del análisis del discurso aplicado.

La función principal del archivo fue proporcionar, ejemplos que permitieron realizar sesiones de trabajo, con los jóvenes, en la búsqueda de la evocación de las formas, significados y mensajes que permanecen en la memoria de la población. A la vez, permitió el análisis de los significados, de representación, de ahí se obtuvieron los mapas cognitivos por sector entrevistado.

Enfatizando las diferentes formas y estilos de vida colectivos aspirados y logrados. Con ello, se traslapan las maneras de relacionar los imaginarios e identidades culturales en relación a los medios de comunicación, aspiraciones políticas y expectativas después de la campaña electoral.

B. Construcción del análisis calificado

El análisis calificado se realizó por medio de entrevistas con periodistas de los noticieros televisivos, especialmente con los responsables de los espacios de opinión y los jefes de información. Se estableció un análisis de la agenda informativa, ejes temáticos y puntos

decisivos que a su juicio dieran las pautas de mayor influencia y permanencia en los públicos, explicando cómo los medios de comunicación generan vínculos ideológicos y simbólicos en el espacio público y privado de la población a través de la información.

C. Construcción del análisis cognitivo grupal

Sabemos que los conocimientos sociales se forman a partir de largos procesos de exposición a los medios de comunicación. Lo que interesó en la investigación fue identificar los procesos significativos sobre los cuales la campaña electoral activó los dispositivos ya adquiridos por la experiencia de vida, transmitiéndolos en acciones, sentimientos o adhesión a las posturas políticas.

La investigación buscó, después del período electoral realizar un proceso de activación de esos procesos significativos a largo plazo, a fin de identificar los elementos que interactúan en la población participante.

Los grupos focales se orientaron a recrear el conocimiento por medio del lenguaje, para reconstruir el discurso, y estructurar desde la población la socio biografía, abonando a la búsqueda explicativa de cómo se mantiene un partido político en el poder.

Para la realización de los grupos focales, se utilizaron diferentes niveles de agrupación, en base a los perfiles de votantes construidos por instituciones de opinión pública, sobre todo estudios que han identificado algunas características de cultura política en el votante, como lo ha hecho el Instituto Universitario de Opinión Pública de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA (IUDOP).

El segundo nivel de búsqueda es de subjetividad y emotividad, en la población, para relacionar los estilos de vida y la comprensión de la directividad. Se enfocó a grupos de jóvenes como parte de este nivel, son quienes están en la búsqueda de edificar sus formas independientes de vida, asociándose a un imaginario de futuro.

Luego se organizaron grupos con mujeres y hombres de las comunidades seleccionadas, cada uno por separado; por cuestiones de apertura y ambientación se realizaron dos sesiones con cada grupo a fin de identificar las dimensiones a estudiar. La dinámica fue interesante en el sentido de lograr armonía, motivar a los participantes a expresar sus ideas, y no autocensurarse. Para ello fue importante lograr un ambiente familiar donde se pudiera compartir las expectativas generadas de la reunión.

Siendo la investigadora una persona extraña a las comunidades, se prepararon reuniones dirigidas al inicio por los promotores que trabajan con las comunidades en espacios de desarrollo local, luego se programaron sesiones explicativas y de conocimiento de la investigación a fin de buscar comportamientos adecuados no solo de confianza, sino de identificación. Lo anterior se logró exitosamente ya que los grupos se expresaron ampliamente.

Con los grupos de jóvenes, se desarrolló un pequeño laboratorio, donde se les presentó un video de un minuto aproximadamente con algunos de los spots del Partido utilizados en su

campana, esta aproximación fue beneficiosa para rescatar algunos elementos ideológicos de los significados de algunos símbolos electorales.

Con el grupo de mujeres la integración y apoyo fue amplio, además de realizar las sesiones de introducción a la comunidad, e identificación, se participó directamente en celebraciones de la comunidad y el grupo. Esto ayudó en la familiaridad y cercanía, luego sirvió de base a la extensión de entrevistas individuales, donde hubo mayor apertura en sus sentimientos y puntos de vista.

La experiencia se repitió con el grupo de hombres, donde se realizaron dos sesiones que sobrepasaron el tiempo destinado, esto obedeció a la necesidad del grupo de poder conversar y expresar aquellas percepciones, recuerdos y argumentaciones. De los 3 sectores de población con que se trabajó, fue el de los hombres quien emitió sus opiniones con mayor seguridad y libertad. Los criterios de selección de las personas fueron importantes, a pesar de su identificación partidaria, en la comunidad no se le ve como militante, esta posición de neutralidad permitió menor sesgo ideológico en la información brindada.

De la realización de grupos focales se derivaron entrevistas dirigidas a personas que se identificaron plenamente con el partido por diversas razones y que no expresaron al máximo su pensamiento en los grupos.

Un factor que se exploró fue la exposición de las comunidades al consumo de medios, se elaboró una guía de consumo, al desarrollar el instrumento se encontró las tendencias de preferencia, en algunas ocasiones estaban dirigidas a comprobar los resultados de estudios anteriores, y a descubrir las relaciones entre los medios, los temas percibidos; así se puede relacionar el poco interés por los temas políticos y la construcción del entretenimiento.

Las actividades desarrolladas para el monitoreo de los eventos electorales, se cubrieron de forma simultánea en la observación participante, registros etnográficos como crónicas, donde se recopiló aspectos importantes en el desarrollo de los rituales políticos.

La transcripción del discurso público, sirvió de base para complementar lo expresado frente al discurso informativo y mediático.

D. Clasificación de información.

Las actividades de campo se realizaron en función de lograr los objetivos de la investigación, dando cuenta descriptiva, explicativa y analíticamente de la relación entre las dimensiones objetivadas y relacionadas con los niveles de análisis antes propuestos, para ello se planificó el trabajo de recolección en cuatro meses, continuando con el proceso de clasificación, ordenamiento y selección de información, el cual inició en los dos meses siguientes. Se tomó el tiempo prudencial para estructurar el cuerpo de los resultados.

Esta etapa fue importante en cuanto al diseño de los instrumentos, al vaciado de información cualitativa, observaciones, descripciones, análisis del discurso y la forma de ritualización de la

política como mecanismo para fundamentar los temores e incertidumbres que puedan generar los cambios en la conducción política de un país.

Se realizaron a su vez, las transcripciones, ediciones de entrevistas, proyecciones de narrativas discursivas, mediante la identificación de conceptos claves, así como también la depuración de documentos, clasificación del archivo de noticias político electoral.

Se preparó una matriz relacional, entre los mapas cognitivos de la población y la secuencia relacional de la agenda informativa de ese momento, expresada en ejes discursivos durante la investigación

Cabe mencionar, que el trabajo de campo se realizó en el tiempo estimado con pocas semanas de desfase, esto permitió hacer algunos ajustes en el diseño y realización de las entrevistas, seguimiento presencial de los eventos electorales, y la realización de los grupos focales adaptándose a los tiempos y disposición de las personas participantes.

E. Construcción de Esquema Explicativo

A partir de la revisión y aceptación de los instrumentos vaciados, se establecieron seis meses para la construcción de las propuestas de capítulos y articulación de las diferentes dimensiones explicativas y analíticas, captada en la campaña electoral que se cubrió.

Con ello, se establecieron una serie de discusiones, que abonaron en la presentación de los hallazgos como punto de explicación a los nuevos procesos de significación, dados como aportes por la población de las localidades seleccionadas

El análisis de mapas cognitivos, mapas conceptuales, análisis del discurso, presentación y análisis de agenda informativa, contrastada en el discurso político de la población, permitió relacionar las formas de vida cotidiana, priorizando los ejes discursivos en cuanto a la identificación de las dinámicas de adhesión al proyecto político.

Metodológicamente el proyecto ha sido una experiencia factible en la realización del trabajo de campo, adecuando constantemente los instrumentos a la realidad social con la cual se encontraba, al lenguaje, y las diferentes expresiones ideológicas-culturales que refleja la población.

Cada etapa de la investigación es fuente riquísima de conocimiento sociológico en tanto que representa un reto continuar estudiando y visibilizando los modelos culturales en relación a procesos importantes como la política, los aspectos religiosos y algunos elementos autoritarios que continúan marcando el sentido común de la población.

Comprender la dinámica socio-política y cultural, de la sociedades sigue siendo un esfuerzo por sistematizar, los procesos de comunicación que funcionan como eje transversales en los procesos y marcan la trayectoria de un país

II. Marco Teórico.

El marco teórico conceptual que se presenta a continuación forma parte de las reflexiones, enfoques y tendencias en la comprensión de la realidad social, de ellos se han tomado en consideración aquellos aportes que son compatibles con la investigación tanto en su planteamiento epistemológico como metodológico, en concordancia con la lógica de inducción que organiza la sistematización de la información obtenida y permite el análisis cualitativo del estudio.

Una de las premisas importantes para la investigación es obtener elementos nuevos de explicación que posibiliten comprender las diferentes dimensiones sociales abordadas desde los procesos de comunicación política.

De ahí que pensar la comunicación como punto de partida de investigación es visualizar el complejo tramado de las relaciones sociales, al paso del tiempo, han creado nuevas y diferentes formas de interacción. En ese sentido, el estudio de los medios de comunicación requiere ir más allá de una explicación basada en su desarrollo tecnológico, significa comprender la reflexión sobre la organización social y las condiciones del ejercicio del poder, cultural, político y simbólico.

Explicar los procesos políticos desde una perspectiva cultural tiene sentido si entendemos las bases de la convivencia diaria, como soporte de una cadena de significaciones que permiten justificar, naturalizar, legitimar y continuar con las relaciones sociales preestablecidas, de tal forma que puedan mantener un orden social.

Siendo un estudio complejo el marco teórico-conceptual se ha organizado en función de aplicar y comprender la perspectiva socio-cultural, política y comunicativa en la que se encuadra la investigación.

II.1 La representación social

La Teoría de Representación social se ha desarrollado desde los trabajos y estudios de la Psicología social y la sociología, asociadas a conceptos precisos como: actitudes, cogniciones sociales que han dejado profundas huellas en el devenir histórico de las disciplinas y de la teoría planteada particularmente. Ubicar sus antecedentes es una tarea compleja puesto que varias corrientes y escuelas son reconocidas en estrecho vínculo con ella.

Particularmente se reconoce el trabajo de Serge Moscovici,² quien después de su tesis doctoral, dio aportes a la elaboración de la representación social como sistema cognitivo que posee una lógica y un lenguaje particular, al revisar la trayectoria encontramos que utilizó críticas y aportes desde la sociología al considerar el concepto de Representación Colectiva del sociólogo francés Emile Durkheim.

² Del Río Pereda Pablo **Psicología de los Medios de Comunicación** 1996 Editorial Síntesis Madrid España Pág 305.

La propuesta moscoviana de reintroducir la dimensión social en la investigación psicológica tiene sus antecedentes en los trabajos de William Thomas y Florian Znaniecki en 1918, sobre el campesino polaco. En ellos se propone una concepción más social de las actitudes, considerándolas procesos mentales que determinan las respuestas de los individuos hacia fenómenos de carácter social.

Moscovici propone dos modificaciones “entender las representaciones sociales como una forma concreta de adquirir conocimiento y luego entenderlas como una forma concreta de comunicación convergente con los estudios de la sociología de la cultura y de comunicación de masas”³, desarrollados también desde la perspectiva del Interaccionismo simbólico.

Otros autores y estudios que han contribuido teórica y empíricamente a respaldar dicha postura pueden encontrarse en la línea de los trabajos de Jahoda, Lazarsfeld y Zeisel ⁴ con desempleados de una comunidad austriaca; investigaciones actuales sobre cognición social y representaciones sociales fue marcado por el psicólogo Fritz Heider, quien dio explicación al enorme y complejo sistema de conocimientos psicológicos de sentido común que utilizan las personas en su vida diaria.

Las elaboraciones de Denise Jodelet plantean que la noción de representación social concierne a:

1. La manera en que los sujetos sociales aprenden los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas del entorno próximo o lejano.
2. El conocimiento espontáneo, ingenuo o de sentido común por oposición al pensamiento científico.
3. El conocimiento socialmente elaborado y compartido, constituido a partir de nuestras experiencias y de las informaciones y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social.
4. Conocimiento práctico que participa en la construcción social de una realidad común a un conjunto social e intenta dominar esencialmente ese entorno, comprender y explicar los hechos e ideas de nuestro universo de vida.
5. Son a un mismo tiempo producto y proceso de una actividad de apropiación de una realidad externa y de elaboración psicológica y social de esa realidad. Son pensamiento constitutivo y constituyente.⁵

La teoría de las representaciones sociales enfatiza una forma de comunicación y pensamiento cotidiano en el mundo actual. El pensamiento colectivo y la reflexividad de los grupos se complementan mutuamente convirtiéndose en los prerequisites para la identidad social. Por ello, existe una correspondencia entre la experiencia cotidiana y las representaciones como externalidades de la misma.

³ Op. Cit., pág 310

⁴ Mattelart Armand, Mattelart Michele **Historia de las Teorías de la Información**. 1997 Editorial Paidós, Barcelona España

⁵ Jodelet Denise **La representación social. Fenómeno, concepto y teoría. Psicología social II** 1988 Editorial Paidós, Barcelona España.

La realidad es una construcción simbólica que cada persona elabora desde su cultura. Y se encuentra afectada o dirigida en relación a las interacciones y mediaciones a que se vea expuesta. No se trata de un solo factor, sino de la acumulación de varios, que logran fusionarse y reconstruir un espacio, momento o situación específica. De lo anterior, se puede comprender que los conocimientos individuales puedan ser considerados como consecuencia de la interiorización de un discurso socialmente compartido.

La base para la creación de las representaciones sociales son los procesos de comunicación en todos sus niveles. La importancia de establecer una relación con los media y su trabajo en materia de información, temas y figuras que se crean para el configurar el saber común, sentido común o **conocimiento social**. Este último debe comprenderse, para efectos de esta propuesta de trabajo, como **la experiencia cotidiana, asimilada y aprendida de tal forma que permite el acceso a distinguir el funcionamiento de los objetos, por lo que orienta la conducta de las personas o de un grupo social**.

Las representaciones sociales constituyen una forma de conocimiento socialmente elaborada, que se establece, a partir de la información que recibe el individuo, de sus experiencias y modelos de pensamiento compartidos y transmitidos. A través de ellas, se describen, simbolizan y categorizan los objetos del mundo social, atribuyéndoles un sentido en el cual podrá inscribirse la acción.

Bajo este esquema de comprensión de la realidad, las personas fusionan sus intereses y la forma de llevar su vida, con relación a lo que se cree, se piensa y se desea. **“Los estilos de vida son así, procesos de ordenación de actividades bajo esquemas narrativos de teatralidad, donde se hace presente una dosis de lo que se desea hacer”**⁶ De esa forma, la comunicación mediática, presenta y difunde narraciones no-rationales, sino estructuradas en el espectáculo. Los hechos cotidianos se vuelven un texto o mensajes mediatizados, de tal forma que la interpretación es considerada en sí un acto de directividad.

En tal sentido, están relacionadas con lo que se puede imaginar y representar para llevar a cabo una acción concreta, los conceptos se vuelven complementarios, concatenados de tal forma que generan un soporte al concepto de patrones de interacción social que, en nuestro caso particular, estarán ligados a la interacción política.

Por ello, otro concepto importante y complementario para comprender las interacciones sociales es el de **imaginario social**. Este concepto fue trabajado por Castoriadis. De su propuesta, se rescata la siguiente aproximación: **“los imaginarios sociales producen valores, apreciaciones, gustos, ideales y conductas de las personas que conforman una cultura, es a su vez una compleja red de relaciones entre discursos y practicas sociales”**⁷

⁶ Martín Barbero, Jesús (2001) **De los Medios a las Mediaciones, Comunicación Cultural y Hegemonía**, Editorial Gustavo Gili Barcelona, México. Pág 212.

⁷ Castoriadis Cornelius, **La Institución imaginaria de la sociedad** 1983. Tusquets Editores, Barcelona España Pág 214.

El imaginario comienza a actuar como tal, tan pronto como adquiere independencia de las voluntades individuales, aunque necesita de ellas para materializarse. Se instala en las distintas instituciones que componen la sociedad para poder actuar en todas las instancias sociales, a partir de las coincidencias valorativas de las personas, se manifiesta en lo simbólico a través del lenguaje y en el accionar concreto entre las personas. (Prácticas sociales).

II.1.2 La complejidad y patrones de interacción social

Las representaciones se transforman en prácticas sociales, relacionándose conceptualmente con ámbitos que pertenecen directamente a espacios de interacción, partiendo de la idea de que la cotidianidad encierra en sí misma, una explicación para comprender procesos colectivos. Desde esa perspectiva, los espacios individuales o grupales pueden ayudar a comprender niveles mayores de complejidad contextualizadas de forma que permitan alcanzar grados de historicidad analítica.

Parte de esa historicidad analítica es el entendimiento de la realidad como construcción simbólica, la cual abarca temporalidades que han registrado cambios desde el lenguaje verbal, costumbres, actitudes hasta formas de representar y establecer relaciones sociales, así como la transformación de la organización espacial y temporal de la vida social.

Nos encontramos ante la interrelación de campos de interacción esbozados entre la observancia de un proceso de comunicación, que debe entenderse, según Thompson como un **“tipo de actividad social que implica la producción, transmisión y recepción de formas simbólicas y que compromete la materialidad de recursos de varios tipos”**⁸

La teoría social no disocia los espacios micro y macro-sociales. Por el contrario, la complementariedad explicativa es básica para desarrollar otra forma de estudiar y abordar problemas de investigación que exige mayor complejidad. Bajo ese punto de vista, se recobra el interés por estudiar interacciones de las redes de comunicación y los flujos de información.

Los postulados y discusiones desarrollados bajo el enfoque transdisciplinario de la complejidad social, expuesto en la cátedra virtual del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO⁹, permite darle un soporte epistémico al proyecto, en el estudio y análisis por revisar la cotidianidad y las condiciones de aprehensión significativas (saber social) de las personas hacia los demás aspectos de la vida social.

Por ello, para el presente proyecto de investigación es fundamental estudiar las relaciones entre la esfera política, los medios de comunicación social y el conocimiento social, contextualizados desde la cultura como eje explicativo. Dichos componentes no pueden ni

⁸ Thompson John B, **Los media y la modernidad, Una teoría de los medios de comunicación.** (1998) 1ª edición Editorial Paidós Barcelona España. Pag 36.

⁹ Sotolongo Pedro Luís, Delgado Díaz, **La revolución del saber y la complejidad social.** (2006) Consejo Latinoamericano de ciencias Sociales CLACSO. 1ª edición Buenos Aires Pág 20.

deben verse separados. Por el contrario, se articulan y funden en una dinámica que convoca a los diferentes componentes interactuando entre sí, como lo son los procesos electorales, vistos como espacios de vinculación entre la población y los grupos que entran al juego por la representación y cuotas de poder.

Precisamente, ese vínculo es posible por la comunicación que se establece, la cual crea connotaciones y significados en los procesos cognitivos de las personas, especialmente los discursos, que se nutren de las necesidades y aspiraciones que se conforman en la cotidianidad, donde además se fusionan los intereses políticos, en diferentes grados de intensidad y adjudicación de importancia.

Para lograr una comprensión más clara en la utilización del término comunicación colectiva, es preciso delimitarlo en función de sus atribuciones. La idea de colectividad es difusa por lo que optaremos en utilizar el concepto de **comunicación mediática, “para referirse a la producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información o contenido simbólico”**¹⁰

Una de las características de la comunicación mediática que interesa desarrollar por su impacto con la vida cotidiana es la reordenación espacio-tiempo. Según la teoría social de los medios de comunicación desarrollada por John B Thompson, los media tienen un efecto en la separación de temporalidades y espacialidades. Ellos permiten que se agilicen, no solo los procesos de comunicación e interacción, sino también los procesos de consumo.

En ese sentido, la recepción de los productos mediáticos es una rutina, una actividad que los individuos llevan a cabo como parte integral de sus vidas cotidianas. Nos referimos a las experiencias que hacen aparecer la construcción colectiva de las pautas de convivencia social como un orden natural, a la vez que se acompaña de la producción y uso de lo que llamamos “sentido común”, o lo que entendemos por conocimiento social. Por ello, se debe pensar en los medios de comunicación en relación a los contextos sociales prácticos donde los individuos producen y reciben formas simbólicas mediáticas, en un proceso de interpretación a través por lo cual se dan diferentes sentidos.

El contacto de la vida cotidiana con los medios de comunicación, se da naturalmente de forma desapercibida por la población, las interacciones sociales son importantes porque en ellas se transita desde la praxis humana a una concreción de la vida cotidiana, sujeta a una indagación empírica de mayor posibilidad y facticidad. Los patrones de interacción social, **“son modos colectivos característicos de comportamiento o conducta social conjunta que emergen a partir de múltiples accionares individuales, consciente y explícitamente”**¹¹

La vida cotidiana es un espacio constante de exposición a nuevas experiencias, existen normas para dirigirnos y desenvolvernos en la sociedad, están implícitamente en el comportamiento, y deducidas por medio de las expectativas que se tiene de las diferentes respuestas de cada

¹⁰ Idem, Pág 46.

¹¹ Sotolongo Pedro Luís, Delgado Díaz, **La revolución del saber y la complejidad social**, (2006) Consejo Latinoamericano de ciencias Sociales CLACSO. 1ª edición Buenos Aires Pág 117

individuo. Unido a los patrones de interacción, encontramos los guiones socialmente aprendidos. Además de ello, se encuentran el cúmulo de conocimientos y experiencias vividas compartidas desde las estructuras de parentesco, las que generan los vínculos sociales y las relaciones sociales. A estas las denominaremos “campos de interacción”. Los individuos ocupan diferentes posiciones al interior de esos campos, donde siguen reglas, recursos y relaciones sociales relativamente estables.

Lo cotidiano desarrolla en sí las características de los sujetos sociales y sus modos de vida, donde se encuentra sus emociones, sentimientos, relaciones sociales a lo que se le denomina subjetividad, a la vez son parte de la materialidad bajo la cual se desarrolla el día a día, o su contexto de vida. De estos elementos se han realizado esfuerzos por comprender los símbolos y significados que le brindan sentido a la práctica social.

Según Agnes Heller, la vida cotidiana se forma a través de las apropiaciones que hace el individuo de las herramientas de la sociabilización, como el lenguaje, los usos y costumbres¹²; otras escuelas y tendencias sociológicas han explicado la vida cotidiana desde aspectos comprensivos e interpretativos, así la fenomenología abordará mediante la subjetividad, la vida cotidiana como el espacio donde ocurren procesos micro sociales importantes en la comprensión del comportamiento en la sociedad y las diferentes proyecciones hacia las estructuras macro sociales.

La relación micro-macro, esta marcada por pautas de comunicación que se abordan en los diferentes espacios donde se desarrolla la praxis diaria, reconocidos como el mundo de vida, se identifican espacios como lo social, religioso, cultural y político.

La relación de la vida cotidiana con la política es importante para el estudio por el vínculo directo entre la comunicación política y el discurso cotidiano de la población reflejado en los discursos políticos electorales.

A partir de la importancia que se descubre de evidenciar y estudiar la cotidianidad de la población en función de potenciar los planteamientos políticos, se ve la necesidad de introducir este tipo de enfoque en las ciencias políticas

En su libro **Los patios interiores de la democracia**, Norbert Lechner, plantea la necesidad de buscar una explicación sobre la relación de la política con la subjetividad, por lo que sitúa el estudio de la vida cotidiana en medio de dos relaciones, los procesos micro y macro-sociales. Es importante mencionar que sería muy difícil precisar conceptualmente la vida cotidiana, que no escapa a la relación con lo que podríamos llamar estilo y calidad de vida. Por tanto, es una forma de visualizar el bienestar cotidiano, colectivo o personal incluso en la perspectiva analítica de la política como acción social de un grupo.

En ese sentido, la cotidianidad abarca el ámbito de las necesidades, de la producción y el intercambio mercantil y simbólico en que los individuos viven la libertad e igualdad, donde se abren las posibilidades para la relación con los circuitos de comunicación mediática e incluso los asuntos públicos sometidos al debate: “El estudio de la vida cotidiana apunta pues, en

¹² Heller, Agnes, **Sociología de la Vida Cotidiana**. 1994 4ed. Ediciones Península, Barcelona España.

buena medida, a la crítica de la producción y el uso de aquellas certezas básicas que llamamos sentido común”.¹³

Es entonces cuando la cotidianidad adquiere un nuevo sentido, al representar el ámbito concreto en que se define el modo de vida, se pasa de la esfera de producción a la del consumo y a ello contribuye la revalorización del tiempo presente y del tiempo libre, sobre todo para los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información en un contexto de globalización.

La vida cotidiana es el reflejo de los cambios socio-culturales y políticos que derivan directamente de la conducción económica llevada en el país, así los sectores populares urbanos poseen ciertas prácticas que los mezclan socialmente, en tanto que el mercado adapta los productos y las necesidades de los consumidores, manteniendo el consumo de bienes, servicios y medios de comunicación al alcance de estos sectores.

Por ello la investigación consideró relevante la aproximación a la cotidianidad, y observar desde ahí el conocimiento social que se tiene sobre los políticos y los procesos de comunicación electoral que se perciben por medio de las representaciones sociales.

La percepción es influida directamente por la televisión considerada como el medio que mejor recrea la vida cotidiana, por la estructura del drama, e informativamente incide en aspectos macro sociales como la práctica política, entendida como la ejecución del poder por parte de los hombres y mujeres de Estado, en tanto son parte de un esquema de representación social establecida.

II.2 La cultura y la mass-mediación.

De la idea anterior, rescatamos el interés por centrarnos en la utilización del concepto de cultura y las distintas formas de caracterización de la cultura mediática en el sentido paralelo al progreso de las tecnologías que han dado paso al estado actual de los media. Para ello, es necesario encontrar un referente de lo que se comprenderá como cultura. En un sentido general, podemos decir que **cultura es el conjunto de elementos constitutivos de la praxis social, considérese hábitos, costumbres, tradiciones, comportamientos.**

Según Martín-Barbero, esta estructura descubre en el melodrama tal intensidad, de la complejidad, que exige sistemáticamente dos operaciones. En primer lugar, la identificación de la matriz cultural en que se perfila la esquematización y polarización, la cual es entendida por la mayoría de analistas como la ausencia de psicología, donde los personajes son reducidos a signos vaciados de las cargas y el espesor de las vidas humanas. En segundo lugar, “el melodrama hace una reducción valorativa de los personajes a buenos y malos, resultando ser un chantaje ideológico”¹⁴.

¹³ Lechner Norbert, **Los patios Interiores de la democracia, Subjetividad y Política**, 1984. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Flacso, Santiago de Chile. Pág 128

¹⁴ Martín Barbero, Jesús (2001) **De los Medios a las Mediaciones, Comunicación Cultura y Hegemonía**, Editorial Gustavo Gili Barcelona, México. Pág 128.

El largo proceso de enculturación de las clases populares al capitalismo sufre desde mediados del siglo XIX una ruptura mediante la cual logra su continuidad, el paso de los dispositivos de sumisión a los del consenso, entre esto se da la disolución del sistema tradicional de diferencias sociales, la constitución de la masa y el surgimiento de una nueva cultura de masas. “La cultura es redefinida y cambiada su función, ello no como una estratagema de los dominadores, sino como elemento constitutivo del modo de funcionamiento de la hegemonía burguesa, como parte integral de la ideología dominante y de la conciencia popular”¹⁵ donde la resemantización y la caracterización de la vida cotidiana, serán ejes principales para constituir la nueva forma de cultura. La relación entre cultura y medios de comunicación se encuentra en la reproducción de un estilo de vida peculiar en relación a lo que se produce, la gramática de la producción con que los medios universalizan un modo de vivir.¹⁶

Las massmediación podríamos definirla operativamente para el estudio como la articulación de los medios de comunicación con la masificación de la población. De ese modo, en la generación de significados en Latinoamérica, podemos identificar dos matrices culturales que resultan relevantes para la investigación: la construcción de la Nación- popular y la cultura de consumo.

La construcción de la nación popular, puede convertirse en el esfuerzo en cohesionar una sociedad. Así, el papel decisivo de los medios masivos residió en su capacidad de hacerse voceros de la interpelación desde los grupos dominantes, convirtiendo a las masas en pueblo y al pueblo en nación: “El nacionalismo populista será una etapa fundamental, ya que en ella el Estado busca legitimación en la imagen de lo popular, y lo popular buscara ciudadanía en el reconocimiento oficial”¹⁷

La masificación de Latinoamérica, a partir de los años setenta, estará orientada por la idea de desarrollo. Lo masivo pasa únicamente a los medios de homogenización y control de masas, acelerando el consumo desde la publicidad, estimulando la difusión generalizada de innovaciones como motor del desarrollo. Esto implicó la hegemonía de la televisión y pluralización funcional de la radio.

Bajo el esquema del espectáculo, se incorporan los viejos contenidos sociales, culturales y religiosos. Se pasa entonces a la mediación que presupone la articulación entre las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales que se entrecruzan actualmente: “Esta mirada que apela al postmodernismo ha hecho que la atención se trasladará desde los efectos del poder hacia la ligera despreocupación con que el pueblo-público se desplaza en el espacio de la programación de los medios”¹⁸

Se visualiza un cambio de atención en la investigación de la cultura, en la búsqueda de explicaciones en la recepción, el consumo y el individuo consumidor, que ocupan un lugar

¹⁵ Ídem, Pág. 134.

¹⁶ Ídem, Pág. 234

¹⁷ Ídem Pág. 188.

¹⁸ Matterlart Armand, **Geopolítica de la Cultura**, 2002 1ª edición Lom Ediciones Santiago de Chile .

destacados en la legitimación de la concepción neoliberal de la sociedad. Se está tratando con un consumidor soberano respecto a sus elecciones en un mercado libre.

Los procesos de comunicación mediática, sobre todo la televisión, juegan un papel decisivo en la aceptación de los nuevos significantes. Se trata entonces de comprender cómo se articula aspectos complementarios, en la esfera cultural, política y social. Como afirma Martín Barbero: “La propuesta cultural se torna seducción tecnológica e incitación al consumo, homogenización de los estilos de vida deseables, e incorporación de los viejos contenidos sociales, culturales, religiosos, políticos a la cultura del espectáculo”¹⁹ para ello la publicidad se ha tornado indispensable en hacer posible dicha tarea.

La teoría de la mediación explica la forma en que los medios de comunicación, especialmente la televisión, han dejado atrás la función de informar y entretener, constituyendo una forma de organización y presentación de hechos que forman parte de las representaciones mentales de las personas. Ello nos lleva a considerarlos como los agentes que interpretan y explican los hechos que se consideran público, estableciendo un rumbo hacia la creación de nuevos significados, entendidos como la otra forma de comprender e interiorizar la realidad.

Con esta idea podemos contrastar que en relación a la apropiación cultural de significados también la “mediación institucional permite la instrucción de los grupos en tanto que pertenecen a una iglesia, por lo general ha pasando por la escuela”.²⁰

Los medios de comunicación juegan un papel importante no sólo en la difusión de esa visión de mundo, sino en la producción de una representación de lo que sucede en él a partir de procesos de selección de los hechos, presentados al espacio público en las mediaciones.

La **mediación situacional** entendida desde las diversas identidades del sujeto receptor, cultural, sexual, étnica, socioeconómica en relación al proceso de ver televisión; en tanto que la mediación cultural concibe al televidente como producto y miembro de una cultura la cual se encuentra presente en sus interacciones sociales, revelando la curiosidad cognitiva del sujeto.

Estos tipos de mediaciones generan significados que la población va asimilando o dejando a un lado según su interés y que vienen a reforzar la visión de mundo o representación que se tiene de la sociedad.

La teoría de la Recepción plantea la importancia de establecer una relación entre los discursos políticos expresados y los discursos de la población, en tanto que la interacción política esta diseñada no sólo para crear significados, sino para apropiarse de los producidos desde la cotidianidad como contexto de intercambio cultural.

¹⁹ op. Cit .Pág 212.

²⁰ Lozano José Carlos, **Teoría e Investigación de la Comunicación de masas**, 1996 Pearson Educación México. Pág 209

Tanto la teoría de la recepción y los estudios culturales constituyen un soporte analítico para el proyecto en tanto permite explicar algunos factores que constituyen el contexto y la fuente donde se nutre los patrones de interacción social.

“El acceso a través de los medios de comunicación se constituye cada vez más en el principal formato de transmisión de la realidad política y social, lo que las personas piensan sienten y hacen en términos políticos surge en buena medida de los significados que le conceden a las percepciones sobre las organizaciones y las instituciones y sus actitudes hacia las personalidades”²¹.

La transmisión de la realidad socio-política es desarrollada por los noticieros, especialmente los televisivos brindan una presentación de los hechos, convirtiéndose en el contexto donde se desarrolla la cotidianidad de la población.

La teoría de la agenda *setting* desarrollada por McCombs y Shaw²² en los setentas introduce una forma de investigar los efectos de los medios de comunicación en la opinión pública, estudiando los temas de interés colectivo permitiendo organizar una agenda informativa.

Los medios elaboran con antelación una agenda de trabajo sobre la información que van a difundir, determinan la importancia de los hechos del país y del mundo y les asignan un orden planeado y pensado racionalmente con el objetivo de lograr mayor audiencia, un mayor impacto.

En el proceso de selección de las informaciones que un medio publicará influyen diversos factores que responden a tres tipos de razones:

- a) La demanda de información del público.
- b) el interés de un medio en dar a conocer a su público determinados hechos; y
- c) El propósito de distintos sectores de la sociedad de informar al público, a través de los medios, a determinados hechos que sirven a sus intereses.

Es entonces que los medios de comunicación social realizan una cobertura de los acontecimientos de actualidad, mediante una jerarquización, este temario configurado por los medios tendrá un impacto en la audiencia, sobre todo en la fijación de términos, posturas hacia los problemas y las percepciones que se tengan de un problema determinado, en definitiva aquellos efectos sobre las cogniciones.

Muchas son las teorías que ofrecen una explicación sistemáticas sobre los efectos que los medios de comunicación ejercen sobre la audiencia, pero el interés principal en explorar la teoría de la construcción de la agenda es comprender como la televisión y prensa escrita inscriben temas que se vuelven importantes en coyunturas.

²¹ Lozano José Carlos, “Medios de información y poder político,” en Navarro Mariñez, **Ciencia Política Nuevos Contextos, Nuevos Desafíos**, 2001 1ª edición Editorial Limusa México. Pág 151

²² Mattelart Armand. Mattelart Michele **Historia de las Teorías de la Información**, 1997 Editorial Paidós, Barcelona España

Se considera que existe una relación directa entre los contenidos de los medios y la percepción por parte del público, respecto a qué temas o cosas son más importantes entre todos los acontecimientos sociales a la vez que tienen mayor valor de venta informativo, si se ve desde el punto mercadológico

De esa forma las campañas electorales se tornan más que una propuesta política, un recuento de las aspiraciones individuales, transferidas a las demandas de necesidades de la vida cotidiana. Con ellos se presentan estilos de vida a los cuales el elector, aspira por medio de imágenes, significados, ritualizaciones simbólicas, donde es el poder mismo que se representa, se legitima y se deposita en los gobernantes.

El discurso político se apoya en los textos informativos, como parte de la expresión de los significados dándole importancia para descubrir la lógica política que funciona como punto de partida en la comprensión de los procesos sociales que transforman las estructuras de pensamiento de la población salvadoreña, y que son alojados en las funciones psicológicas, la narración, argumentación, en la base de la explicación a los diferentes momentos.

“T. Van Dijk (1988) ha mostrado el carácter selectivo de la percepción a los medios, en condiciones normales se recuerda menos del cinco por ciento de la información recibida, se tiene mayor recordación en lo que vemos y oímos”²³. La emergencia de la psicología del receptor, o de la ciencia de la cultura, muestra que el espectador es un sujeto interesado “que recibe desde su biografía” o desde su experiencia de vida, en esa línea se han propuesto dos tipos de memoria la individual y la social, la relación e influencia de ambas forman parte del conocimiento social, donde el individuo posee interés y además se identifica con grupos determinados.

Además de ello se ha investigado los recuerdos flash de las noticias comparados con los recuerdos vividos, se abre paso a una investigación empírica para articular los elementos de la autobiografía con los de la socio biografía, entendida como la narrativa que los medios ofrecen del acontecer diario del país, lo que indica el registro de la cotidianidad de un país hacia la conciencia pública.

Para hacer referencia a los procesos de construcción y aprehensión se debe diferenciar las funciones cognitivas de tipo superior

- a. Atención y Percepción
- b. Pensamiento y memoria
- c. Memoria Simbólica/memoria natural
- d. Estructuras representacionales (conceptos, modelos, esquemas)
- e. Argumentación / Narración
- f. Resolución de problemas
- g. Creatividad e Imaginación

²³ Del Río Pereda Pablo **Psicología de los Medios de Comunicación** 1996 Editorial Síntesis Madrid España Pág 353

Las funciones psicológicas superiores son fruto del desarrollo cultural y no del biológico. Al desvelar sus características, permite trabajar en dimensiones donde los procesos naturales se reestructuran con la aparición de los superiores y pasan a ser controlados, surge entonces una atención consciente mediada, una memoria voluntaria mediada y una inteligencia representacional. Estas funciones se dan en la actividad práctica e instrumental, pero no individual sino en interacción o en cooperación social, sobre todo en la emisión de su propio discurso, de ahí la interrelación con el discurso.

De la cita anterior, podemos deducir que parte de la información transmitida permite a las personas generar modelos individuales de representación, en dicho acto participan los datos verdaderos, falsos, supuestos de las personas que posee como referente o experiencias que convienen a sus necesidades, expectativas e intereses, estos datos también pueden ser parte de los relatos de los medios de comunicación que facilitan la comprensión de lo sucedido.

Realizando una interacción social donde el receptor es influido de alguna manera en niveles diferenciales, el estudio de los procesos cognitivos en la elaboración de los textos facilita una base para el análisis de los procesos sociales, interesa saber las condiciones y requisitos previos para desarrollar su efecto.

El Discurso como parte importante de la expresión ha sido estudiado y analizado por una serie de disciplinas que buscan formas particulares y usos especializados. De esa manera, la interdisciplinariedad es importante en el abordaje teórico del análisis político que pueda generarse a raíz del estudio de las prácticas políticas de un partido como es la construcción de discurso político.

Por ello, debemos volver sobre el carácter constitutivo de la teoría del Discurso y la ciencia del texto particularmente como unidad teórica explicativa de la estructura, en niveles y categorías, reglas y constricciones necesarias para dar cuenta de implicaciones cognitivas que explican los procesos de comprensión y retención de las ideas inmersas en el discurso.

La tarea de la ciencia del texto consiste en describir y explicar las relaciones internas y externas de los distintos aspectos de las formas de comunicación, uso de la lengua, la forma de analizar en las distintas disciplinas, ya que la necesidad de resolver planteamientos y objetivos requerirá de un estudio integrado en el marco de una nueva “conexión transversal” interdisciplinaria²⁴.

Lo anterior a permitido nivel analítico proveerle al estudio de elementos y conceptualizaciones que a su vez forman el carácter representacional del discurso popular frente al discurso político, ambos sistematizados a partir del trabajo de campo.

Los conceptos básicos del análisis del discurso se desprenden de la interdisciplinariedad de la ciencia del texto, tomando operativamente aquellos que dan coherencia al manejo comprensivo de la realidad, tomando en cuenta la reflexión anterior se plantean conceptos que forman parte del estudio del texto desde la pragmática, la psicología social, la gramática.

²⁴ Van Dijk, Teun A **La Ciencia del texto** 1983 2da edición Editorial Paidós Barcelona España. Pág. 10

El Discurso electoral y las notas informativas se vuelven texto, entendido como “la relación entre signos, significados y realidad”²⁵ que corresponde a una situación comunicativa o lo que se denomina como contexto, bajo la realización de una secuencia de frases y actos de habla sistematizados.

Para estudiar los Discursos políticos e informativos Van Dijk propone estructuras que interactúan entre sí para dar coherencia al mensaje, de ellas tomaremos aquellas que componen el recurso interpretativo del análisis del Discurso como teoría y propuesta analítica, bajo la cual se suscribe la investigación realizada.

Para comprender la propuesta metodológica y analítica del estudio del Discurso es importante ubicarla dentro de la comprensión en la elaboración psicológica, social y gramatical de los actos del habla utilizados por los diferentes actores sociales.

Así las “macroestructuras semánticas, son consideradas estructuras globales de significado para un texto” estas pueden ser simbolizadas por un solo concepto que exprese conexión frente al significado”.²⁶ Cada una de estas pueden convertirse en una estructura menor o mayor dependiendo del tamaño del texto al cual se le denomina como Superestructura semántica.

La conexión final entre el texto y contexto puede estudiarse bajo la correspondencia de la interpretación secuencial de los actos del habla, sistematizados, y la teoría de la acción, según Van Dijk en su libro **Texto y Contexto** “el uso de la lengua no es sólo un acto específico, sino una parte de la interacción social, como un conjunto de sucesos, creando las estructuras mentales las cuales contienen la base cognitiva y creencias de la acción”²⁷

Los modelos mentales obtenidos son subjetivos producto de la construcción o reconstrucción de la información de la realidad, lo que indica que se es capaz de reproducir la ideología en el discurso, en el conocimiento, acciones y creencias sociales, generando así modelos contextuales ideológicos y estructuras ideológicas del discurso.

Estas últimas pueden identificarse a través de los significados, temas de abordaje, figuras retóricas, formas del discurso y estructuras gramaticales.

²⁵ Ídem Pág. 80

²⁶ Ídem Pág. 10

²⁷ Van Dijk, Teun A **Texto y Contexto: Semántica y pragmática del discurso** 1998. 1ª edición Ediciones Cátedra Madrid España pags 241-262.

II.3 La dimensión política

Parte importante en la comprensión del proyecto de investigación es ubicar la línea de estudio en las ciencias políticas a partir del análisis de los procesos socioculturales. En nuestro caso particular, la comunicación política. Para ello se tomara el enfoque que circunscribe el estudio de *la teoría del discurso* “se inspira en ciencias interpretativas como la hermenéutica, la fenomenológica, el estructuralismo lingüístico; la teoría del discurso incluye en su marco de referencia todo tipo de prácticas sociales y políticas, así como instituciones y organizaciones”²⁸

Siguiendo esa línea de estudio en las ciencias políticas, se concibe una teoría crítica en reflexión con el sujeto construido, y en el punto de intersección de una multiplicidad de posiciones subjetivas. Ello tiene concordancia metodológica con el estudio en función de una tener una perspectiva diferente de lo político.

Al intentar construir un nuevo lente en el estudio de la política, Ernesto Laclau explica ampliamente que ya no solo puede verse como un conjunto de acciones sino, en interrelación con otros elementos culturales que intervienen en la construcción de la figura de Pueblo, que sostiene y nutre a su vez la construcción de los proyectos políticos.²⁹

Parte del problema de investigación es responder a la lógica de articulación e identificación existente entre grupos sociales con intereses diferentes. A raíz de ello es importante explicar qué es el populismo, como punto clave de creación de la figura de pueblo y la construcción de cultura, articulada a la política como vehículo de incidencia en la adhesión de la población a un proyecto

El populismo, para Laclau, es concebido no como una característica o aspecto a desechar del análisis político. Por el contrario, debe entenderse como una forma de hacer política, como una lógica donde se logra articular la figura de pueblo-nación a la de un líder, que ocupa la atención, la confianza de ese interlocutor que conoce su imposibilidad de acceder al poder y la delegación del mismo en manos de una figura que permita la transferencia de su yo social, obteniendo legitimidad y credibilidad en el ejercicio del poder, desde el Estado.

Un concepto que se vuelve importante revisar en el proceso de identificación, para la creación de pueblo desde el populismo, es el de significantes vacíos, entendidos “como la posibilidad de que una diferencia, sin dejar de ser particular, asuma la representación de una totalidad inconmensurable, de esta forma esta dividido entre la particularidad que ella aun es y la significación mas universal de la que es portadora.”³⁰

Así, una fuerza social particular que al lograr articular las demandas populares, se transforma en partido político, logra en un momento coyuntural generar significantes vacíos, por medio

²⁸ Mariñez Navarro Freddy, **Ciencia Política; Nuevos Contextos, Nuevos Desafíos** 1ª edición Noriega Editores México 2001 Pág. 36.

²⁹ Ver especialmente Laclau Ernesto, **La razón Populista** Prefacio pág 10 y Comentarios Finales pág 278 2005 1ª edición Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires Argentina

³⁰ Laclau Ernesto, **La razón Populista** 2005 1ª edición Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires Argentina Pág 95

de su flujo de comunicación política, logrando no solo la vinculación social de forma generalizada, sino a su vez la investidura que ha permitido una transformación en fuerza hegemónica, que asume la representación de una totalidad.

II.3.1 El pueblo-nación

Para establecer un proceso de comunicación donde el receptor es heterogéneo, se hace necesario construir la figura de pueblo. El Pueblo se condensa a partir de imágenes, palabras, que le descubran su identidad que va perdiendo en su extensión de particularidades hasta llegar a convertirse en significante vacío, el cual es utilizado en la formación de sentido y la relación con los mensajes.

A la vez que se reconoce y se institucionaliza la nación en su imaginario, como idea y como emoción, localizando tres niveles del terreno de lo imaginario: los mitos, los emblemas y las representaciones sociales, los cuales responden a la dimensión del inconsciente colectivo, a través de la adquisición de un patrimonio de recuerdos y de una memoria colectiva, por medio de la historia nacional.

Surge entonces el concepto de nacionalismo como fuerza ideológico-política que ha creado o inventado la nación, y en cuyo marco de referencia aparecen los "mitos nacionales" como propuestas fundacionales de la nación.

Eric Hobsbawm en su libro **Entrevista sobre el siglo XXI**, señala dos aspectos del debate que pueden orientarla necesidad de diferenciar los dos grandes significados del término "estado-nación". Como "estado territorial", surgido de la Revolución Francesa y definido por la soberanía política en el marco de una constitución y unas leyes, y como "estado étnico", sustentado en el principio de que cada estado-nacional debe corresponderse con una nación en un espacio territorial determinado.³¹

Señalando que una nación, tal como ella es concebida por el nacionalismo, sólo puede ser reconocida como tal a posteriori, partiendo de la idea de que es el nacionalismo el que construye la idea de nación y el estado territorial el que la institucionaliza, y cómo la invención cobra importancia en la medida en que la historia se hace parte constitutiva de la ideología de la nación, del estado o del movimiento nacional preservando la memoria seleccionada, escrita, ilustrada, popularizada e institucionalizada por quienes cumplen esa función ideológica.

Otro estudioso del tema es Ernest Gellner³², para quien el nacionalismo es la fuerza político-ideológica que crea la nación, además dirigido a reconocer aquellos mecanismos que hacen que una cultura se asuma como nación, es decir, como cultura particular, diferente, cerrada y homogénea, gracias al impacto de un discurso nacionalista. Es posible que el efecto entonces de inventar una homogeneidad discursiva, sea el entendimiento comunicativo de un sujeto social capaz de ser interpelado emocionalmente condensado en la figura de pueblo.

³¹ Hobsbawm, Eric . **Entrevista sobre el siglo XXI**.2000. Editorial Crítica. Barcelona Pág 20.

³² Gellner, E. **Naciones y nacionalismo** . 1997 Alianza Universidad . Madrid España

La representatividad se convierte en un nexo entre Pueblo y Democracia como factor de mucha importancia tanto sociocultural, como político. De ahí la necesidad de evidenciar la Nación como un punto de unidad, que permita establecer un vínculo e imaginario sobre la colectividad, sobre la visión a futuro que se tenga, o se deba tener en función de los intereses de los grupos en el poder.

Partiremos entonces en considerar “la democracia como una construcción simbólica en que la soberanía abstracta es un atributo del pueblo en su conjunto, en ella encontramos una dimensión utópica que se asocia a las aspiraciones de igualdad, libertad, soberanía, equidad, justicia, participación, solidaridad”³³. No obstante “es necesario arriesgarse a redefinirla entre la idealización que de ella se tiene y la realidad histórica, es decir entre la teoría y la práctica política.”³⁴

Al comparar los dos conceptos de Democracia planteados el primero se relaciona con las aspiraciones y valores que puedan ser percibidos por las personas mientras que el segundo es una aproximación a la relación del gobierno con la población, por lo que no lleva a visualizar a la Democracia Representativa como una modalidad, método o procedimiento.

Sin embargo estos dos conceptos se entrecruzan para fundamentar la práctica política, el primero en tanto sustenta el discurso político y el segundo que es el objetivo fundamental de entrar en el juego electoral.

Para establecer un hilo conductor entre el marco teórico, y las preguntas de investigación se han propuesto algunos conceptos básicos desde el punto de vista teórico mediante el entendimiento de una lógica que guía en el país, la práctica política como la construcción de Pueblo desde la democracia como régimen político y estructura de las relaciones socio-políticas

De lo que se trata es de posibilitar un puente teórico, que permita el tránsito de la lógica política a la lógica cultural, desde el consumo de medios de comunicación, internalización de roles cognitivos a fin de sustentar la continuidad del partido en el poder.

II.3.2 Los rituales políticos

Además de las expresiones discursivas, los ritos políticos son un componente que explica la interacción y la aprensión de una ideología política. Nos encontramos ante el contexto donde es aprendido el discurso, sobre la escenificación donde este se convierte en público, e interactúa en espacios amplios de sociabilización.

Dada la complejidad de la investigación es preciso para establecer la conexión explicativa de las actitudes y comportamientos sociales, la revisión que hace la Antropología sobre los rituales específicamente los políticos, en su gama de complejidad que ofrece no solo, la

³³ Magallón Anaya Mario, **La Democracia en América Latina** 2000 1 edición, Editado por Plaza y Valdés Ciudad de México, México Pág. 85.

³⁴ Ídem Pág. 86.

oportunidad de interrelación con aspectos de la vida cotidiana y su teatralización, sino también la visibilidad de la ideología desde el punto de vista cultural.

La Antropología ha estudiado los rituales en contextos religiosos, en correspondencia a los discursos y a las creencias que se manifiestan en objetos. El ritual se considera como una práctica comunicativa y una puesta en escena de dispositivos simbólicos.

Victor Turner, antropólogo inglés definió el rito como “una conducta formal prescrita en ocasiones no dominadas por la rutina tecnológica y relacionada con la creencia en fuerzas o seres místicos”³⁵ a partir de esa concepción aporta el concepto de símbolo ritual, definido como “la unidad más pequeña del ritual que conserva las propiedades específicas de la conducta ritual”³⁶ por ende es la unidad de acción que posee las propiedades del ritual político.

La política como ritual es un tema que cobra interés para las líneas de investigación, sobre todo en los medios de comunicación que permiten romper los espacios y tiempos locales, que alcanzan públicos en diferentes lugares a la vez. Entonces los rituales políticos son a la vez procesos donde se escenifica o se teatraliza una historia que lleva como fin enseñar o moldear las creencias en una forma de vida, o patrones de vida como los ideales, en tanto forman parte de las representaciones sociales.

Los ritos en su desarrollo analítico, se han separado en social y religioso, la ubicación del ritual político se encuentra entre estos espacios, podrían considerarse un espacio liminar, lo que Turner denomina como “Liminality” los umbrales entre la vida secular y la vida sagrada, esta relación ubica los rituales políticos entre la cotidianidad y la religión.³⁷

En definitiva el ritual es “la puesta en escena de unas secuencias de actos formales, los modos formalizados de comportamiento en los que participan regularmente los miembros de una comunidad”³⁸. En este caso, el partido político se vuelve una especie de comunidad donde se expresan los valores, principios e ideales de lo que se aspira como sociedad, en tanto que se reconstruye los mitos y los héroes como soporte de la historicidad, en la cual se ha dado la interacción política de dicha comunidad.

En ese sentido vamos a definir las creencias como ideas prefijadas, tanto en los procesos de socialización primarios, como en la interacción social.³⁹ Estas ideas pueden ser negativas o positivas en tanto que conforman un cuerpo de experiencias que han alcanzado cierto grado de historicidad temporal, que logran pasar generacionalmente, y que además no son puestas en duda, ni criticadas, ya que forman parte importante en la representación de la realidad, compartida con otros miembros de su contexto cotidiano.

³⁵ Turner Víctor, La Selva de los símbolos Editorial siglo veintiuno, cuarta edición 1999, México

³⁶ Idem Pág 55.

³⁷ Turner Victor, The Anthropology of Performance PAJ Publications primer edición 1987 New York. Pág 30

³⁸ Giddens Anthony, Sociología, 1998. Alianza Editores, Madrid España Pág. 80

³⁹ Del Río Pereda Pablo Psicología de los Medios de Comunicación 1996 Editorial Síntesis Madrid España Pág 353

Discursivamente, es por medio de las creencias que se da forma al enemigo, donde se generan las inseguridades y los miedos. El ritual posee una estructura que a través de identificaciones sucesivas da sentido al proceso en sí, por el cual podemos influir en el futuro de los acontecimientos. Las elecciones en ese sentido se convierten en un ritual en tanto que se le da valor al voto con la posibilidad que suceda un hecho esperado desde las creencias de la continuidad, de lo bueno o lo malo.

Los relatos son parte importante, desde el punto de vista político ya que están adaptados para presentar una historia con ciertas características que luego dan paso a los mitos. Generalmente están orientados a las fundaciones partidarias, a explicar históricamente como surgen, y las coyunturas donde han tomado un papel decisivo. En ese sentido, es parte importante no solo la tradición oral, sino la simbología y la utilización de imágenes que se hacen para apoyarlo, sustentarlo y reproducirlo sobre todo en la población más joven.

En la Selva de los símbolos, Turner propone la clasificación de los símbolos rituales en dos grandes grupos:

- a. Símbolos dominantes e elementos estructurantes, son aquellos que poseen un alto grado de consistencia a través del sistema simbólico total.
- b. Símbolos instrumentales o elementos variables, son aquellos que se usan como medios implícitos o explícitos en cada ritual.

La clasificación permite identificar aquellos símbolos utilizados en el ritual político que son utilizados según la propuesta del autor

Debe de reconocerse que si bien todas estas figuras son parte de la construcción del discurso político también son parte fundamental del conocimiento social y es, por ello, que la comunicación política los utiliza entrelazándose con los espacios culturales que permiten dar vida a este tipo de recursos estilísticos y de contenido.

A la vez que soportan la identidad partidaria, son parte de la escenificación del ritual, de ahí que se tenga mayor capacidad de análisis, si se revisa a los símbolos como parte del proceso de dramatización del evento político.