

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema

INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS DE OPINIÓN TELEVISIVOS EN LA
CREACIÓN DE IMAGINARIOS DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN LOS
ESTUDIANTES DE PRIMER SEMESTRE DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
SALESIANA SEDE QUITO

AUTOR
DIEGO FERNANDO TORRES RIVERA

DIRECTOR:
EDGAR ARTURO TELLO

Quito, febrero de 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DE
TRABAJO DE GRADO**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor

Quito, febrero de 2015

Diego Fernando Torres Rivera

C.I 172115123.9

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	4
COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA	4
1.1 Primeras concepciones sobre la comunicación	7
1.2 Escuela de Chicago y la comunicación de masas	8
1.2.1 Bases teóricas de la escuela de Chicago: la sociología de masas	8
1.2.2 La comunicación en dos pasos	16
1.2.3 Modelo matemático de la comunicación, la introducción de los elementos en el proceso de comunicación	17
1.3 Críticas a la comunicación de tipo funcionalista.....	19
1.3.1 La teoría crítica, Escuela de Frankfurt	19
1.3.2 Industria cultural	20
1.3.3 La racionalidad técnica	23
1.4 Escuela Latinoamericana de la Comunicación	23
1.4.1 Comunicación y desarrollo en Latinoamérica.....	24
1.4.2 La comunicación desde Latinoamérica	28
1.4.3 Las mediaciones como espacios de comunicación	29
1.5 Comunicación Política	32
1.5.1 Actores de la comunicación política	33
1.5.2 Flujos de la comunicación política.....	35
CAPÍTULO 2	39
POLÍTICA, IMAGINARIOS Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA	39
2.1 Política	39
2.1.1 La política como actividad dirigida por valores.....	41

2.1.2 La política y el vínculo con el poder	43
2.1.3 La política y el manejo de la violencia.....	45
2.1.4 Política y el reconocimiento del enemigo	47
2.1.5 Hanna Arent y la acción política.....	49
2.1.6 Política y posmodernidad, la recuperación de la razón histórica	51
2.2 Imaginarios sociales	53
2.2.1 Elementos principales de los imaginarios	54
2.2.2 Los imaginarios y sus operaciones.....	55
2.3 Participación política.....	58
2.3.1 Tipos de participación política.....	61
2.3.2 Modos de participación política.....	62
CAPÍTULO 3	64
IMAGINARIOS, PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y COMUNICACIÓN, CASO ESTUDIANTES DE PRIMER SEMESTRE DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO	64
3.1 Metodología	64
3.1.1 Tipo de investigación	64
3.1.2 Técnicas de recolección de datos	65
3.1.3 Confirmación de la muestra	66
3.2 Análisis de resultados.....	66
3.2.1 Identificación de los encuestados.....	66
3.2.2 Análisis de encuestas a estudiantes de Administración de Empresas	77
3.2.3 Análisis de encuestas a estudiantes de Comunicación Social	84
3.3 Análisis comparativo.....	91
CONCLUSIONES	96

RECOMENDACIONES99

LISTA DE REFERENCIAS100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Promedio de edad de los encuestados.....	67
Figura 2. Género de los encuestados.....	67
Figura 3. Las percepciones sobre la política.....	70
Figura 4. Los actores de la política.....	72
Figura 5. Interés por participar en política.....	72
Figura 6. Modos de participación política.....	73
Figura 7. Observación de programas de opinión televisivos.....	74
Figura 8. Programas de opinión televisivos observados por los encuestados.....	74
Figura 9. Calidad de información de los programas de opinión.....	75
Figura 10. La participación política promovida por los programas de opinión televisivos.....	76
Figura 11. Referentes para los imaginarios de participación política de los encuestados.....	77
Figura 12. Promedio de edad de los estudiantes de Administración de Empresas.....	77
Figura 13. Género de los estudiantes de Administración de Empresas.....	78
Figura 14. La política según los estudiantes de Administración de Empresas.....	79
Figura 15. Los actores de la política según los estudiantes de Administración de Empresas.....	80
Figura 16. Los modos de participar en política según los estudiantes de Administración de Empresas.....	80
Figura 17. Interés en participar en política de los estudiantes de Administración de Empresas.....	81
Figura 18. Observación de programas de opinión televisivos en los estudiantes de Administración de Empresas.....	81

Figura 19. Programas de opinión televisivos observados por los estudiantes de Administración de Empresas	82
Figura 20. Calidad de la información de los programas de opinión, según los estudiantes de Administración de Empresas.....	83
Figura 21. Referentes para los imaginarios de participación política, según los estudiantes de Administración de Empresas	84
Figura 22. Edad de los estudiantes de Comunicación Social.....	84
Figura 23. Género de los estudiantes de Comunicación Social	85
Figura 24. La política, según los estudiantes de Comunicación Social	86
Figura 25. Los actores de la política, según los estudiantes de Comunicación Social	86
Figura 26. La participación política, según los estudiantes de Comunicación Social	87
Figura 27. Interés en la política de los estudiantes de Comunicación Social	88
Figura 28. Observación de programas de opinión televisivos en los estudiantes de Comunicación Social	88
Figura 29. Programas de opinión televisivos observados por los estudiantes de Comunicación Social	89
Figura 30. Calidad de la información de los programas de opinión, según los estudiantes de Comunicación Social.....	90
Figura 31. Referentes para los imaginarios de participación política, según los estudiantes de Comunicación Social.....	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Algunas de las funciones y disfunciones de la comunicación de masas.....	15
--	----

RESUMEN

Los imaginarios constituyen un referente para la acción y la apropiación de la realidad por parte de los sujetos tanto en su accionar individual como colectivo, estos marcos referenciales se ven influidos por una serie de sistemas en los cuales se desarrolla la vida diaria, entre ellos la política y los medios de comunicación. Ambos poseen una influencia en la creación de imaginarios, en el caso de la política, en la creación de los imaginarios sobre participar en política, relacionada con las acciones que las sociedades consideran aceptables como las elecciones, los debates y las campañas políticas, así como acciones que puedan ser consideradas ilegales como las protestas, las manifestaciones violentas o la lucha armada. Y en el caso de los medios de comunicación, mediante sus formas de tratamiento y difusión de la información y de la opinión en sus diferentes espacios y que son recibidos por las sociedades.

La siguiente investigación busca conocer el grado de influencia que los medios de comunicación poseen sobre la construcción de los imaginarios sociales, sobre participación política en los estudiantes de Administración de Empresas y Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana. Ambos con sus respectivos imaginarios y subjetividades, así como sus respectivas relaciones tanto con la política y del peso que ambos le dan a la información y a la opinión recibida por los medios de comunicación y en especial, de la televisión.

ABSTRACT

Imaginary are a reference for action and appropriation of reality by subjects in both their individual and collective actions, these reference frames are influenced by a number of systems in which daily life is developed, both of them are politics and the media.

Both have an influence on the creation of imaginary, in the case of politics, the creation of imaginary about participating in policy-related actions that societies considered acceptable like elections, debates and political campaigns, as well as actions that may be considered illegal as protests, violent demonstrations or armed struggle. And in the case of the media, by their ways of processing and dissemination of information and opinion in different areas and you are greeted by the companies.

The following research seeks to determine the degree of influence that the media have on the construction of the social imaginary of political participation among students in Business Administration and Social Communication from the Salesian University. Both with their imaginations and subjectivities, and their respective relationships with both political and weight both give information and opinion received by the media and especially television.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación pretendió conocer el peso que los medios de comunicación y principalmente de la televisión y sus espacios informativos y de opinión sobre los imaginarios que los estudiantes de Administración de Empresas y Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana poseen.

Los imaginarios constituyen un mecanismo con el cual las sociedades construyen sus realidades ante las diferentes esferas en las cuales se construye su vida, estas concepciones permite que se pueda realizar una acción basada en lo que se conoce de la realidad en la cual se busca intervenir.

De allí, que la política, constituye uno de los lugares por los cuales atraviesan los imaginarios, las sociedades definen lo que es para ellos política y como, cuando, y para qué actuar en ella.

El actuar en política constituye otro de los espacios en los cuales los imaginarios toman principal significación, ellos permiten definir de qué manera se debe actuar para conseguir los objetivos que cada grupo define conseguir con sus acciones a través de la política.

Así las ideas sobre la política que se relacionan tanto con el accionar de las instituciones públicas, de los gobernantes, e incluso de la apolítica como una opción, se presentan como formas de entender lo que es la política. De igual manera, las formas en que los sujetos actúan en la política, sea por vías legales o incluso ilegales y violentas, se muestran como las formas para que los sujetos realicen participación política.

Los jóvenes constituyen un grupo social que en su mayoría se ha mantenido alejado de la política, ya sea por un marcado descontento con los sistemas políticos como las instituciones del poder estatal y de su escasa participación en las decisiones en las

mismas, o por la falta de los espacios para que estos pongan en praxis la política, esto hacen que estos decidan alejarse de la política, marca sus descripciones de la misma con referentes a la corrupción y los desalienta a una participación política ya sea a través de los mecanismo electorales, así como por otros como las protestas, sin embargo, en otros casos, esto fortalece una toma de posición política fuerte, no es extraño encontrar en los jóvenes grupos con posicionamientos políticos altamente diversos, cada uno con un posicionamiento político claro ante la realidad social, así como una forma de actuar concreta, ya sea por diferentes vías.

Cabe destacar que los jóvenes, al igual que otros individuos, poseen sus características tanto individuales como sociales, estas distinciones permiten a cada individuo tomar una posición ante las múltiples realidades a las cuales se vinculan en su dinámica diaria, estas categorías entendidas como marco de referencia permiten a los jóvenes tomar partido en situaciones diversas desde una postura a las cuales ellos son afines, cabe decir, que con ello, a pesar de que en la generalidad, los grupos juveniles se han separado del accionar político, no significa que todos los miembros de este grupo social cumplan con esta característica de ser “apolítica”.

Cabe mencionar que los imaginarios son ampliamente diversos, esto implica que estos varían en cada momento histórico, así como este surge en diferentes espacios en diferentes contextos, esto hace que cada sujeto se ajuste a cada ideario que sus entornos influyan en él.

Uno de estos referentes son los medios de comunicación, la información y las opiniones que son expresadas por ellos, constituyen una referencia que los sujetos tienen para determinar sus realidades.

Es de importancia conocer el papel que los medios de comunicación han jugado en los procesos de construcción de los imaginarios sociales, cómo dichos procesos y categorías por las cuales se transmite la información a la sociedad, influyen en la construcción de una idea en la sociedad sobre ella misma.

La investigación se presenta en los siguientes capítulos:

En el capítulo 1: Comunicación y comunicación política se centra en conocer los diferentes conceptos de la comunicación y se centra de manera especial en las posturas de la comunicación surgidas en Latinoamérica, y en segunda instancia, se da repaso a la comunicación política, donde se describe los elementos que configuran a este campo de estudio así como a las relaciones entre los sujetos y los diferentes tipos de comunicación que surgen entre los actores de la comunicación política.

En el capítulo 2: Política, imaginarios sociales y participación política se hace referencia a la construcción de conceptos centrales para la investigación, éstos son la política, los imaginarios y la participación política, de los cuales se destacan los elementos centrales con el fin de precisar como se ha ido entendiendo la política y como éstos se manifiestan en las percepciones de los encuestados. En lo referente a los Imaginarios sociales se destaca sus elementos, sus operaciones y sus funciones. Y, en participación política se destaca las formas en las que las sociedades intervienen en la política, de ello se destaca los modos de participación política que permiten la posterior clasificación de los imaginarios de participación política de los encuestados.

En el capítulo 3: Imaginarios, participación política y comunicación, caso estudiantes de primer semestre de Comunicación social y Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito se centró en el análisis de las encuestas realizadas a los estudiantes de primer semestre de Administración de Empresas y Comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana, en este capítulo se muestra la metodología utilizada para la investigación, las técnicas de recolección de datos, la presentación de los resultados obtenidos por las encuestas, y el análisis comparativo utilizando las categorías tratadas en la investigación

Se finaliza con la formulación de algunas conclusiones y recomendaciones desarrolladas a partir de los resultados logrados por la presente investigación.

CAPÍTULO 1

COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

La comunicación constituye un elemento fundamental para las sociedades, ha estado presente en ella como mecanismo para la interacción social, así como para la comprensión, difusión y retroalimentación de la ciencia, la cultura, la política, entre otras concepciones que conforman la vida de la sociedad, Leonardo Ogaz, Citado por Madrid (2010) apunta que la comunicación: “surge como una necesidad de la supervivencia de la especie tiene que ver con los procesos de hominización del hombre que están estrechamente vinculados con la actividades de reproducción de su vida material” (pág. 51).

La comunicación se constituye entonces como un elemento presente en un complejo sistema de relaciones humanas que con el tiempo han ido evolucionando, de igual manera, los medios para generar comunicación han ido evolucionando junto con los cambios sociales y la construcción de la cultura humana y con los progresos tecnológicos. De allí que la comunicación está presente en las sociedades debido a las necesidades de estas para lograr un mayor entendimiento entre los sujetos que participan en ella.

Al igual que con el avance de la tecnología de la comunicación, la concepción de la comunicación ha atravesado por procesos de cambio de todo tipo, la comunicación ha sido conceptualizado desde varias perspectivas que miraron en ella una importancia de carácter fundamental en el desarrollo de las sociedades; junto con el desarrollo de las corrientes filosóficas y científicas, la comunicación se fue integrando al desarrollo de los diferentes campos de investigación de las ciencias sociales, es así que varias ciencias como la sociología, antropología, la historia, entre otras ciencias ponen su punto de

atención sobre la comunicación, a su vez, la comunicación surge como campo de observación de varias ciencias de lo cual adopta sus métodos de investigación, de allí se definen la multiplicidad de definiciones que con ello la comunicación adopta en el trascurso de su relación con el resto de ciencias.

Dentro de estas ciencias y de sus diferentes métodos de investigación, en lo correspondiente a la investigación de la comunicación se destacan dos corrientes que destacaron dentro del estudio comunicacional estas son la corriente positivista y la corriente crítica, ambas han aportado, según sus visiones, diferentes posicionamientos hacia el desarrollo y ejercicio de la comunicación como ciencia al igual que el ejercicio de los medios de comunicación presentes en la sociedades que fueron investigadas por estas corrientes.

Corriente positivista

Las corrientes positivistas se relacionan básicamente con los conceptos de las ciencias naturales, en el cual, al igual que los organismos vivos naturales, la sociedad se convierte en un sistema vivo más y por ello, está travesado por leyes universales que son inherentes de cambio, para esta corriente, a su vez, el científico social, para lograr analizar estas leyes, debe mantener una neutralidad, esto le permite desprenderse de la sociedad y lograr mirar “desde fuera” a los fenómenos que están en la sociedad. De otra parte, sostiene el uso del empirismo como método de investigación, esto significa, detectar solo lo que es medible y perceptible por los sentidos, esto aplicado con las diferentes técnicas de investigación como la encuesta cuantitativa, la experimentación, etc. Las principales líneas del positivismo son las siguientes:

- Imita el método de las ciencias naturales
- Busca leyes naturales incambiables

- Exige que el científico sea neutral
- Propone el empirismo como método
- Parte de una perspectiva funcionalista
- No cuestiona el rol de los medios en la distribución desigual del poder (Lozano, 2007, pág. 4).

De esta corriente se derivan las investigaciones sobre comunicación desarrolladas por la denominada Escuela de Chicago.

Corriente crítica

La corriente crítica de la investigación de la comunicación centra sus estudios en los condicionamientos sociales que implican al desarrollo de la comunicación, con ello, desarrollan una fuerte crítica hacia las condiciones políticas, sociales y económicas por las cuales atraviesan las sociedades, a las cuales investiga; de tradición marxista realiza una crítica hacia el sistema capitalista, a la misma que , por lo general, acusa de usar los medios de comunicación para mantener la hegemonía de la burguesía.

Las líneas principales de la corriente crítica son las siguientes:

- Estudia la comunicación dentro de un amplio contexto social
- Cuestiona el rol de la comunicación en la reproducción de la desigualdad económica y del poder político
- Sus partidarios no son neutrales, se comprometen con el cambio social
- Cuestionan el rol de los medios de comunicación (Lozano, 2007, pág. 6).

Esta concepción crítica de la comunicación, especialmente expresada por la Escuela de Frankfurt, posee gran influencia en la generación de las posturas elaboradas en latinoamericana, y de la cual se generará la escuela latinoamericana de la comunicación, concepción teórica que será usada en este trabajo para describir a la comunicación.

1.1 Primeras concepciones sobre la comunicación

Una de las primeras definiciones que se pueda otorgar a la comunicación se encuentra en la filosofía griega; es Aristóteles quien, definiendo a la retórica, dota de los elementos que siglos después serán la base del discurso científico sobre la comunicación, estos son el locutor, el discurso y el oyente, igualmente otorga un propósito a la comunicación, este es el de la persuasión (Beltrán, s.f.).

El interés por la comunicación será retomado en el siglo XVIII, con la irrupción del positivismo como paradigma científico y la expansión del capitalismo como modo de organización social. Surge un interés por teorizar la comunicación, Adam Smith define que la comunicación como elemento que contribuye a organizar el trabajo colectivo en el seno de la fábrica, la división del trabajo estará presente en el desarrollo de las posturas de Smith, postura que se unirá al crecimiento del libre mercado, a ello se agrega el liberalismo naciente en Inglaterra en el cual la circulación libre del capital comienza a erigirse como el paradigma científico dominante de la investigación.

A la investigación inglesa se suman las aplicaciones de los conceptos de la física y la biología al desarrollo social presentes en la filosofía francesa, Claude Henri de Saint-Simon realiza su investigación de lo social comparándola con organismos vivos (analogías propias del positivismo) en la cual la sociedad se concibe como un organismo unido por redes (similar al sistema nervioso del cuerpo humano) en el cual la sociedad sigue un desarrollo biológico cada vez más determinados en su especificidad, la división del trabajo, así como el progreso son concebidos gracias a una distribución y organización de la comunicación, esta radica en su importancia en la información distribuida por diferentes medios de comunicación (prensa, correspondencia, entre otras)

como distribuidor del desarrollo compartido desde el centro. De esta forma, los medios de comunicación constituyen elementos para el funcionamiento social. Estos conceptos marcaron a la comunicación, como elemento de desarrollo y civilización (Mattelart & Mattelart, 1995).

A pesar de estas concepciones no es sino hasta los años 20 y 30 en la cual surgirán los desarrollos conceptuales más importantes en el campo de la comunicación, el punto de inicio de esto el desarrollo de la denominada Escuela de Chicago.

1.2 Escuela de Chicago y la comunicación de masas

Los primeros intentos por otorgar un método específico a la comunicación, así como de definirla conceptualmente se encuentran en los estudios de la propaganda de la denominada Escuela de Chicago, influida principalmente por la biología en los estudios de Park y en el análisis de la propaganda realizados principalmente por la denominada Mass Communication Research, la Escuela de Chicago centra su interés en la comunicación como un elemento central de la organización social.

1.2.1 Bases teóricas de la escuela de Chicago: la sociología de masas

La principal influencia de carácter científico de la Escuela de Chicago es la denominada sociología de masas, este concepto se desarrolla a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. La postura principal de la sociología de masas, es que los procesos de expansión capitalista, así como la creciente sociedad industrial y urbana, han determinado que las sociedades hayan sufrido una quiebra y ,por ende, una fractura de los sujetos dentro de ellas, esto produce que los sujetos inicien un proceso de individualización aislándolos cada vez más el uno del otro, ello conduciría a un alejamiento de los sujetos de sus grupos de referencia, Lozano (2007) añade: “ las teorías de la sociedad de masas se caracterizan por considerar que el crecimiento de las

sociedades industriales ha erosionado los vínculos sociales y familiares masificándolos y aislándolos de sus grupos primarios y de referencia” (pág. 20).

Además, Lozano, citando A Swingewood, menciona los siguientes factores por los cuales surgen las sociedades de masas:

- a) La división del trabajo
- b) La organización industrial a gran escala
- c) La producción automatizada de mercancías
- d) Las densas concentraciones de poblaciones humanas
- e) El crecimiento de las ciudades
- f) El aumento de movimientos políticos basados en la extensión del voto a las clases trabajadoras (Lozano, 2007, pág. 20).

Con las características antes señaladas, el surgimiento de las sociedades de masas deriva en la creación de sujetos pasivos, irracionales y sobre todo manipulables. Las investigaciones sobre las sociedades de masas observaban el crecimiento de sujetos que se cada vez más se aislaban, alienaban e individualizaban; Melvin De Fleur apunta sobre el crecimiento de las sociedades de masas:

El mundo occidental experimentaba un aumento de heterogeneidad y de individualismo, una reducción en el grado en que la sociedad podía controlar eficazmente a sus miembros por medios informales, una creciente alineación del individuo, alejado de una fuerte identificación con el conjunto de la comunidad, un aumento en las relaciones sociales segmentadas y contractuales y un gran crecimiento en el aislamiento psicológico del ser humano (De Fleur, 1989, pág. 210).

Este devenir de las sociedades de masas a su vez trajo consigo una marcada tendencia en considerar a los medios de comunicación como los únicos agentes que podían lograr influir en las sociedades de masas, esta postura le otorga un poder sobredimensionado a

los medios de comunicación. De igual manera determinaría la forma de concebir las teorías de la comunicación surgidas a partir del estudio de la sociología de masas.

Las primeras teorías sobre la comunicación de masas tienden a ser muy pesimistas sobre el impacto social de la misma, y a considerar a los medios de comunicación masiva como agentes todopoderosos capaces de influir y manipular directamente a los individuos gracias a la masificación y al aislamiento social de estos (Lozano, 2007, pág. 22).

La sociología de masas aportó en gran medida a la formulación de una teoría de la comunicación basada en un poder sobredimensionado de los medios de comunicación a partir de los años 30 del siglo XX. A esta postura hay que añadir dos elementos que tuvieron igual importancia como los estudios de comunicación de masas, estos fueron el uso de la propaganda durante la primera guerra mundial y los estudios de la denominada psicología conductista.

La primera guerra mundial marcó el inicio del uso de la denominada propaganda, una serie de mensajes con fuerte carga emocional en búsqueda de conseguir la adhesión de las sociedades a las causas nacionales de los países en conflicto. Cabe señalar que la primera guerra mundial tuvo un realce importante al ser una de las primeras guerras de producción en masa, Melvin De Fleur rescata ese cambio en la ejecución de la guerra, pasando de ser una guerra en la cual los ejércitos eran sus únicos protagonistas, dejando de lado a las sociedades que tenían un poco o nula participación en la guerra, hacia una guerra que él denomina “total”, en la que la producción de armamento y de todo tipo de material para la guerra cobrara una importancia fundamental para la victoria, De Fleur menciona:

El nuevo tipo de guerra era de hecho una contraposición entre la capacidad de fabricación que tuviera un país contra la de otro, y así los ejércitos en el campo de batalla quedaban respaldados por los vastos complejos industriales de la nación (y dependían de ellos).

La guerra total suponía un compromiso total de todos los recursos de la nación. Las comodidades materiales debieron ser sacrificadas, la moral debió ser mantenida; las personas debieron ser persuadidas a que dejaran a sus familias y se alistasen; el trabajo de la fábrica debió hacerse con un vigor si flaquezas. Y, que no era menos importante, debió obtenerse dinero para financiar la guerra (De Fleur; 1989, págs. 212, 213).

Para lograr amalgamar todas estas condiciones que supuso la primera guerra mundial, los gobiernos consideraron necesario la ejecución de mensajes de tipo propagandísticos enviados a las sociedades en búsqueda de persuadir, con el fin de que se uniesen a la causa nacional de los países en conflicto, esto acarrió, de igual modo, el uso de los medios de comunicación para enviar el mensaje hacia las sociedades.

Estas condiciones del uso de los medios de comunicación fundamentaron lo que sería las primeras teorías de la comunicación como la teoría de la aguja hipodérmica, en la cual, varios estímulos son transmitidos a las sociedades y que estos eran asumidos del mismo modo por todos los miembros de la sociedad. Lozano menciona que: “La comunicación masiva se consideraba sumamente poderosa. Se creía que era capaz de moldear directamente la opinión pública y lograr que las masas adoptaran casi cualquier punto de vista que el comunicador se propusiera” (Lozano, 2007, pág. 22).

La sociología de masas, que como se decía tiende a aislar a los individuos y que determina el surgimiento del marco contextual para el desarrollo de los medios de comunicación de los años treinta, se complementa con las iniciales concepciones de la psicología de tipo conductista de los primeros años de siglo XX, según las cuales las acciones de las sociedades se explican por ciertos tipos de instintos, esto implica que el ejercicio de los medios de comunicación intervienen en el control de estos instintos para el funcionamiento social. Estas posturas darán origen al postulado de la comunicación del estímulo – respuesta, postura en la cual, los contenidos en los medios de comunicación son insertados (o inyectados como lo postula la teoría de la aguja hipodérmica) para

despertar en los sujetos cierto tipo de respuestas buscadas por el emisor del mensaje. Esta visión se mantendrá hasta mediados de los años cuarenta hasta y será la base para los estudios de tipo funcionalista de la comunicación.

Por último, es importante destacar que las investigaciones de la comunicación realizadas en Norteamérica coinciden con la expansión de los medios de comunicación masivos como la prensa y la radio comercial, esto acarrió un vuelco importante de los investigadores de la comunicación que centran sus estudios en dichos medios, junto con otras condicionantes históricas de los años treinta y cuarenta fundará la denominada mass communication reseach y el surgimiento de la investigación de la comunicación de masas conocida como sociología de la comunicación.

1.2.2 Funcionalismo y comunicación

Tras las primeras teorías de la comunicación se funda una de las primeras líneas de investigación en el campo de la comunicación, el funcionalismo, esta corriente hereda las posturas de la sociología de masas, la psicología conductista, las primeras concepciones de la comunicación como agente de transmisión de mensajes que son receptados de forma uniforme por toda la sociedad de masas, y de la concepción de que los medios de comunicación son elementos para el control social y la socialización de la democracia.

El funcionalismo, como concepción para el análisis de la comunicación, sugiere aceptar dos acepciones básicas manejadas por la sociología de tipo funcionalista, estas son:

- a) El consenso en ciertos valores básicos, como el principal rasgo que mantiene cohesionado y ordenado a cualquier sistema social
- b) La sociedad puede verse como un sistema integrado compuesto por partes independientes, las instituciones (familia, escuela, iglesia, gobierno) existen para satisfacer necesidades sociales que permitan el desarrollo armónico, la estabilidad y el orden del sistema social (Lozano, 2007, págs. 23, 24).

La comunicación pasa a ser observada y analizada desde estos postulados del funcionamiento social, y es vista por la función que esta ejerce en un sistema social; además, con esta corriente se le da una relevancia significativa al emisor del mensaje comunicacional porque es quien envía el mensaje al receptor en búsqueda de provocar una reacción deseada en él, esta perspectiva guiará los postulados de la comunicación funcionalista, así como las investigaciones de la escuela de Chicago basadas en los análisis de los efectos de la comunicación en los receptores. Harold Laswell plantea el primer postulado sobre los elementos que participan en la comunicación, a su vez, lo dota de funciones específicas en las cuales debe intervenir la comunicación.

Cabe destacar que el funcionalismo coopta los métodos cuantitativos en los procesos de investigación de la comunicación, así la aplicación de técnicas cuantitativas (encuestas principalmente) se hizo común en las investigaciones de comunicación de masas.

Laswell menciona las siguientes interrogantes como un marco para describir el proceso de comunicación:

¿Quién?

¿Dice qué?

¿En cuál canal? (medio)

¿A quién?

¿Con qué efecto? (Beltrán, s.f., pág. 15).

A su vez, Laswell incluye tres funciones que debe realizar la comunicación, estos son:

- a) La vigilancia del entorno; revela todo lo que puede amenazar al sistema social de valores
- b) La puesta en relación con los componentes de la sociedad en búsqueda de dar respuesta al entorno

- c) La transmisión de la herencia social: el paso de una generación a otra (Mattelart & Mattelart, 1995, pág. 31).

Esta postulación teórica permite que otros científicos se centren en dos elementos en el estudio de la comunicación de masas, el primero el mirar los efectos de la comunicación en los sistemas sociales y segundo en mirar los contenidos transmitidos hacia las sociedades.

Varias concepciones surgieron bajo la postura del funcionalismo referente hacia el proceso de la comunicación, Bernard Berelson describe a los postulados de la sociología funcionalista de los medios de comunicación: “aspira a la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones” (Mattelart & Mattelart, 1995, pág. 30). Además, Berelson partiendo de las propuestas de Laswell describe a la comunicación como: “La transmisión de información, ideas, emociones, destrezas, etc. Por el uso de símbolos-palabras, cuadros, cifras gráficos. Es el acto o proceso de transmisión de lo que generalmente se llama comunicación” (Beltrán, s.f., pág. 16).

Lazarsfeld y Merton añaden un elemento nuevo a las funciones descritas por Laswell, esta sería la cuarta función: el entretenimiento. Además, añaden al modelo laswelliano de la comunicación la posibilidad de disfunciones, estas pueden poner en peligro de diferentes maneras al sistema funcional social provocando reacciones opuestas hacia el funcionamiento social. Así mismo, las funciones adquieren nuevas características otorgadas por los autores, estas son las funciones latentes y las funciones manifestantes, estas tienen como consecuencia la adaptación de los sujetos a los sistemas, Armand Mattelart describiendo la obra de los autores de la siguiente manera:

Las funciones impiden que las disfunciones precipiten la crisis del sistema. Las funciones manifiestas son las comprendidas y queridas por los que participan en el sistema, mientras que las latentes son las no comprendidas ni buscadas como tales. En este juego de funciones y disfunciones el sistema social se comprende

en términos de equilibrio y desequilibrio, de estabilidad e inestabilidad (Mattelart & Mattelart, 1995, pág. 31).

De estas posturas se puede definir la siguiente tabla de funciones y disfunciones que surgen de los mensajes enviados por los medios de comunicación:

Tabla 1
Algunas de las funciones y disfunciones de la comunicación de masas

<p>Funciones</p>	<p>De advertencia e instrumentales (fuente de información de acontecimientos cotidianos, cartelera, moda, etc.)</p> <p>Aportar prestigio a los que se informan (líderes de opinión).</p> <p>Otorgamiento de status a los que aparecen en los medios de comunicación.</p> <p>Función moralizante al exponer las desviaciones de la conducta.</p>
<p>Disfunciones</p>	<p>Amenazar la estabilidad al dar a conocer sistemas mejores.</p> <p>Provocar pánico al informar sobre peligro.</p> <p>Las noticias negativas quizá provoquen ansiedad en el público.</p> <p>La comunicación masiva puede provocar aislamiento social, apatía y narcotización,</p>

	al creer que se participa en la vida social a través de la exposición en los medios de comunicación masiva.
--	---

Nota: Enumeración de las funciones y disfunciones que cumple la comunicación masiva en las sociedades, difundidos por los teóricos de la Escuela de Chicago.

Elaborado por: Lozano Rendón José

1.2.2 La comunicación en dos pasos

La idea de una comunicación de masas que llegue sin oposición a las sociedades comienza a ser refutada. Paul Lazarsfeld, al realizar investigaciones sobre conductas electorales logra determinar que los mensajes enviados por los medios de comunicación no son lo extremadamente poderosos para moldear la actitud de los sujetos como lo señalaban las anteriores investigaciones realizadas en la época. Los estudios sobre la conducta electoral realizados por el investigador en los estados de Ohio y Nueva York concluyeron que la fuerza que los medios de comunicación no eran como se las planteaban las anteriores teorías de la comunicación.

Chaffe y Hernández Ramos, citados por Lozano, señalan la siguiente conclusión sobre los estudios de Lazarsfeld:

El impacto de los medios es, por lo común, muy limitado, debido a que la lealtad al partido elegido y las conexiones sociales infieren y neutralizan los mensajes de los medios masivos, en los que no se tiene tanta confianza *como* en la propia familia, los amigos y los compañeros de trabajo. La influencia no va directamente de los medios a los individuos, sino que llega a los individuos a través de un número pequeño de personas informadas que filtran las noticias para todos los demás los llamados líderes de opinión (Lozano, 2007, pág. 28).

Lazarsfeld logra determinar que para la toma de decisiones los sujetos toman en cuenta a sus grupos primarios de referencia familia, amigos, compañeros de trabajo, entre otros (en el caso de la investigación de Lazarsfeld, la decisión del voto). Estos resultados les permitió a los estudiosos de la comunicación comprender a la comunicación desde una nueva forma: “Esto les hace comprender al flujo de la comunicación como un proceso en dos etapas en el que la función de los líderes de opinión resulta decisiva” (Mattelart & Mattelart, 1995, pág. 35).

El flujo de la comunicación en dos etapas presenta dos escalones en el proceso de comunicación, el primero es el mensaje que llega hacia los líderes de opinión, estos son personas que, por lo general, están bien informadas sobre los acontecimientos sociales, en segundo lugar, se encuentran las personas que están alejadas de los medios de comunicación.

1.2.3 Modelo matemático de la comunicación, la introducción de los elementos en el proceso de comunicación

El modelo matemático de la comunicación es introducido por Shannon y Weaver. Los estudios realizados por ambos describen el proceso de la comunicación mecánica, los postulados que manejan sobre la comunicación estos autores son los siguientes: “La palabra comunicación se usará aquí en un sentido muy amplio para incluir todos los procedimientos por los cuales una mente puede influir a otra” (Beltrán, s.f., págs. 16, 17), a su vez, Shannon y Weaver conciben a los siguientes elementos para el ejercicio de la comunicación:

- Una fuente de información que produce un mensaje o secuencia de mensajes para ser comunicados al terminal receptor.
- Un trasmisor que opera sobre el mensaje en forma de producir una señal susceptible de transmisión por el canal
- El canal es solamente el medio que es utilizado para transmitir la señal

- El receptor es ordinariamente lleva a cabo la operación a la que hace el transmisor, reconstruyendo el mensaje a partir de la señal
- El destinatario es la persona (o cosa) a la que va dirigido el mensaje (Beltrán, s.f., pág. 16).

Este postulado, nacido de los estudios matemáticos de la comunicación, se adaptó a la comunicación humana, Wilbur Schramm, adecua estos elementos y los pone a consideración del estudio de las sociedades, esto implica introducir dos conceptos como codificadores y decodificadores. Schamm resalta estos elementos y la aplicación hacia la comunicación humana de ellos:

Sustituya micrófono por codificador y audífono por decodificador y se encontrará usted hablando de comunicación electrónica. “Considere usted que la “fuente” y el “codificador son una persona, que el “decodificador” y el “destinatario” son otra, y que la señal es el lenguaje y usted estará hablando de comunicación humana (Beltrán, s.f., pág. 16).

A este proceso se añadirán nuevos elementos como la retroalimentación, más aun, el enfoque de la comunicación mecánica se mantendrá resaltando los principios del funcionalismo en comunicación como lo son la primacía del emisor y la lógica central del proceso comunicacional, el cual está radicado en encontrar una respuesta pensada por el emisor, Luis Ramiro Beltrán menciona que esta lógica de las concepciones de la comunicación “tradicionales” buscan una reacción del quien recibe la información, en otras palabras, persuasión; de aquí que la comunicación sea la el acto o proceso de transmisión de mensajes al receptor por medio de fuentes por medio de diferentes canales.

1.3 Críticas a la comunicación de tipo funcionalista

1.3.1 La teoría crítica, Escuela de Frankfurt

La escuela crítica de Frankfurt comienza sus estudios en los años 30 y 40, las principales bases de los estudios de Frankfurt son el análisis de tipo marxista y el psicoanálisis postulado por Freud. Los estudios de la escuela crítica hace una contraposición de carácter radical a los estudios de la comunicación realizados en Norteamérica; para los teóricos críticos los medios de comunicación son “acusados” de propiciar la alineación del sujeto y de la creación de la denominada cultura de masas, una cultura de consumo de bienes culturales producidos con fin de generar ganancias económicas y de mantener las relaciones sociales en las cuales se da la explotación de las sociedades de masas, para ello el manejo de los medios de comunicación adquiere un nivel importante al ser este un mecanismo de alineación de las sociedades. Los postulados planteados por los críticos de Frankfurt serán una de las referencias en los estudios posteriores realizados en Francia, Inglaterra y principalmente América Latina.

Al contrario de la investigación de tipo norteamericana de la comunicación, la escuela de Frankfurt basa sus análisis en el los postulados de Marx sobre las sociedades, el pensamiento marxista marca fuertemente el desarrollo de las investigaciones de los teóricos frankfurtianos, es así que conceptos como el materialismo dialectico (una evolución del materialismo hegeliano), infraestructura y superestructura (posteriormente analizados por Gramsci), economía política, entre otros serán las bases fundadoras de las investigaciones de esta escuela; en este sentido, para la teoría crítica la ciencia no puede estar desprendida de los intereses sociales de su ejercicio, por ello esta ciencia no puede llegar a ser neutral y, como señala Horkheimer la teoría social crítica, principio fundamental del desarrollo de los estudios de la Escuela de Frankfurt lo considera como: “Un elemento más del proceso revolucionario en el que la realidad es analizada y aprehendida para ser trascendida y alcanzar, como metal última, una situación fundada en la Razón” (De Moragas, 1989, pág. 167).

De igual manera, los estudios de los teóricos de Frankfurt hacen hincapié en las investigaciones sobre quienes ejercen un control sobre las comunicaciones, a diferencia de las investigaciones realizadas por la *mass communication reseach* que fijan sus estudios en los receptores de la comunicación, en los estudios de Frankfurt el interés está sembrado en quien y como se realiza la comunicación. Samperas, citado en Moragas, indica el porqué de este cambio y las consecuencias para el estudio de la comunicación que ello implica:

Si la *mass communication reseach* respondía a un público formado por los gestores de la industria comunicativa interesadas en el qué de la comunicación masiva, la Teoría Crítica respondía a aquellas fuerzas sociales que incorporando el elemento utópico se mostraban interesadas en saber el quién, cómo y porque se ejerce el control de la comunicación masiva. Este proyecto implicaba, pues, el rechazo de admitir y estudiar este tipo de comunicación pública institucionalizada mediante métodos que implicasen la parcelación del proceso comunicativo global (...), la Teoría Crítica se opone a cualquier consideración asocial y ahistórica de la comunicación de masas que posibilite un análisis sometido a criterios de rentabilidad o de eficiencia comercial (De Moragas, 1985, pág. 169).

1.3.2 Industria cultural

El principio manejado por Marx denominado alineación es fundamental para conocer lo referente a la industria cultural, para Adorno y Horkheimer, la alienación se reproduce en la creación de una ideología ficticia que busca como fin último reproducir las condiciones desiguales de las sociedades industriales del siglo XX. La industria cultural surge como un proceso de alineación de las sociedades y de reduccionismo de la razón hacia la denominada razón instrumental; para los autores señalados, el iluminismo juega un papel fundamental en este proceso de alineación social, puesto que este restringe todo proceso de carácter científico hacia el razonamiento de carácter cuantificable propio de la matemática, Eric Samperas apunta que esta razón se encuentra sometida a una

reducción hacia los valores operativos e instrumentales de las ciencias, lo que generaría a su vez el surgimiento de una racionalidad de tipo instrumental en la cual sobresale el razonamiento de carácter cuantificable, Samperas señala:

La razón instrumental implica que el pensamiento y acción se desarrollen en una nueva unidad en la que la verdad resulta tan solo de la verificación inmediata de aquello que es sometido al aparato matemático y, por tanto, se manifiesta como comparable en el interior de su reducción a la naturaleza cuantificable de las cosas que tiene el estudio del *hecho* su elemento más representativo (De Moragas, 1985, pág. 175).

Para Adorno y Horkheimer, la industria cultural basa su producción de materiales culturales como bienes de consumo y de ingresos económicos, desprendiéndolos de un carácter emancipador y único propios del arte de anteriores épocas. En la industria cultural, la creación de material artístico es trazada únicamente por la técnica y la reproducción. Miagret señala el surgimiento de la industria cultural como elemento de control social:

Es un bombardeo permanente de entretenimientos que afectan y adormecen la razón. Desde su apareamiento en el siglo XIX, llegó a destruir la auténtica cultura popular del pasado, de las tradiciones del “arte superior” que buscaba la dificultad. El poder de lo que se impone en todas partes y que ya no es una cultura real sino una simple dominación, proviene de su potencia técnica y de su capacidad para producir en cadena programas radiofónicos, películas o novelas que se basan en morales fáciles entender y satisfactorias para el espíritu (Miagret, 2003, págs. 110, 111).

Es aquí donde los medios de comunicación hacen irrupción en la sociedad de masas, estos pasan a ser un agente de control social, la comunicación reproduce los aparatos alienantes de la sociedad capitalista y sometida a su estudio desde la característica de la

racionalidad instrumental. En la cual, es sometida a un análisis instrumental marcado en las investigaciones de los públicos.

Con respecto a la industria cultural, Adorno y Horkheimer miran una irrupción de un arte estandarizado, productor de obras artísticas masivas y que poseen una tendencia a desviar el ocio de las sociedades masivas, y con ello mantener las relaciones injustas del sistema capitalista, en este entendimiento, los medios de comunicación juegan un rol de difusor del arte masificado lo que lo convierte en uno de los elementos de control ideológico de las clases dominantes hacia las sociedades masificadas, esta industria cultural y su arte masificado terminan por destruir a la cultura, reduciéndola a dos aspectos fundamentales que marcan a la industria cultura y a la cultura de masas en sí, la primera la reproducción de un arte afirmativo que sea reproducido en masa (al igual que una mercancía en una industria), y la caída de la cultura, ya sea esta la tradicional del relato y la tradición, así como el de la cultura del conocimiento y las artes, dando paso al ascenso de una cultura del ocio. Éric Maigret analiza este ascenso de la industria cultural a la cual, bajo la lógica del pensamiento de Frankfurt, mira como la industria cultural distorsiona la realidad social y afianzan el aparato de disyunción social hacia una cultura de masas apática:

Los medios masivos administrados como industrias, ejercen una permanente seducción porque alivian, relajan, permiten soñar y tener esperanzas. Los estereotipos que estos transmiten reducen la complejidad del mundo y gustan por su monotonía tranquilizadora. Los modelos de identificación que proponen son solamente derivados irrisorios o medios de quedar encerrado en un estado infinito de pasividad.

Los medios forman una cortina de humo, un vapor que embrutece: la comunicación de masa conduce al silencio de las masas. Son el anti- *Aufklärung*, el sol negro de la modernidad: generalizan la ausencia de sentido crítico y de respeto por la verdadera cultura, “engañando” a los seres humanos (Maigret, 2005, pág. 111).

1.3.3 La racionalidad técnica

Junto con el concepto de industria cultural, Herbert Marcuse señala a la racionalidad técnica como la reducción de la racionalidad humana a la técnica aplicada a la producción dentro del sistema capitalista, la racionalidad técnica crea una sociedad de tipo unidimensional, que, a su vez, deconstruye la cultura en una de tipo afirmativa, en la cual se da el control de los elementos que surgen en ella, al igual que dentro de esta sociedad unidimensional la tecnología y la ciencia acentúan un sistema burgués perpetuando a los sujetos vivir bajo estas condiciones derivando, con ello, a la integración de las sociedades al sistema y anulando el pensamiento crítico de las mismas, para Marcuse, esta sociedad unidimensional se rige por la racionalidad tecnológica que: “se manifiesta como racionalidad política fluyendo mayoritariamente en un solo sentido” (Moragas, 1989, pág. 171). Bajo esta condición, los medios de comunicación muestran los intereses políticos de las clases dominantes como intereses sociales, Marcuse señala esta forma de mostrar los intereses de estas clases sobre los intereses de la mayoría:

Nuestros medios de comunicación de masas tienen pocas dificultades para vender los intereses particulares como si fueran los de todos los hombres sensibles. Las necesidades políticas de la sociedad se convierten en necesidades y aspiraciones individuales, su satisfacción promueve los negocios y el bienestar general, y la totalidad parece tener el aspecto mismo de la razón (Marcuse, 1987, pág. 19).

1.4 Escuela Latinoamericana de la Comunicación

Desde los años 60 surge en Latinoamérica la denominada Escuela Latinoamericana de la Comunicación, sus investigaciones se centran principalmente en la crítica hacia los modelos americanos de la comunicación que son adaptados a la región. Para Latinoamérica, el proceso de la comunicación implica romper la idea de un acto de

transmisión de información desde un punto a otro puesto que este proceso implica, en primer lugar, anular las singularidades de los pueblos de la región y por otro lado, este modelo impulsa un proceso de alineación de las sociedades a través del discurso de los grupos de poder que controlan los medios masivos de comunicación, la crítica latina de la comunicación nace junto a las críticas realizadas al proceso de desarrollo impulsado en la región por los Estados Unidos.

1.4.1 Comunicación y desarrollo en Latinoamérica

En los años 50, Estados Unidos inicia diversos programas manejados por la USAID para de alguna manera guiar a las naciones latinoamericanas a alcanzar el denominado desarrollo, una concepción de lograr sociedades de tipo capitalistas industriales, para ello, las naciones del norte determinaron una serie de pasos a seguir para alcanzar el desarrollo. Junto con las recetas para el desarrollo se sumó a ellas el manejo de la información para el cambio de costumbres y actitudes, para lo cual tomó fuerza el manejo de una comunicación que permitiese dicho cambio, esto dará lugar a la denominada comunicación para el desarrollo.

Las posturas del desarrollo consideraron que este debía ser el camino a transitar por los estados que buscaban mejorar sus condiciones socioeconómicas, tras la Segunda Guerra Mundial, el ideal a seguir fue que el mundo encare un proceso de modernización propio de las naciones industrializadas, las políticas del plan Marshall, programa para la recuperación europea después de la Segunda Guerra Mundial, se difundieron al resto del mundo como elemento de superación del atraso de estas naciones. Lozano, citando a Servaes, señala la idea fundamental detrás de la proposición de los modelos de desarrollo:

La metáfora del crecimiento y la identificación del crecimiento con desarrollo. El desarrollo en consecuencia era orgánico, inminente, dirigible, acumulativo, querido, e irreversible.

Este paradigma consideraba el desarrollo dentro de una perspectiva unilineal y evolutiva. Definía el subdesarrollo valiéndose de diferencias cuantitativas y observables entre países ricos y pobres y entre sociedades tradicionales y modernas dentro de las naciones pobres. Este puente consistía en un proceso imitativo de secuencias graduales (Lozano, 2007, pág. 85).

Junto con las posturas del desarrollo puestas en acción en Latinoamérica, la comunicación adquiere relevancia en el proceso de inducción al desarrollo, de aquí que varias fueron las teorías que surgieron alrededor del desarrollo y el papel que la comunicación de masas podía ejercer en este proceso. Luis Ramiro Beltrán identifica tres autores que, mediante sus reflexiones, miran el papel que la comunicación comienza a jugar en el proceso de desarrollo. Estos son:

Daniel Lerner, reflexiona sobre la extinción de la sociedad tradicional que da paso a las sociedades modernas, en esta transición de sociedades, los medios de comunicación adquieren importancia al ser un elemento de inducción de las sociedades hacia el cambio social.

Everett Rogers y la difusión de las innovaciones como el motor de la modernización social, esta innovación debía ser comunicada y percibida la idea para que, posteriormente, sea difundida por los individuos, quienes atravesando las etapas de la innovación recibida por la conducta los cuales son: percepción, interés, evaluación, prueba y adopción, sea quienes difundan al resto de la comunidad estas innovaciones para que, ya sea, a corto o mediano plazo asimilen las innovaciones.

Por último, Wilbur Schramm señala que la comunicación, en especial la comunicación masiva, debe ser vigía, maestra y formuladora de políticas en atención a las necesidades que implica el proceso de desarrollo. Schramm señala las siguientes condicionantes que deben apoyarse en la comunicación y que son necesarias para que exista un desarrollo:

- a) La comunicación debe emplearse para contribuir al sentimiento de nacionalidad

- b) La comunicación debe emplearse como la voz del planeamiento nacional
- c) La comunicación debe emplearse para ayudar a enseñar las destrezas necesarias
- d) La comunicación debe usarse para emplear el mercado efectivo
- e) Conforme el plan se desarrolla, la comunicación debe usarse en ayudar a la gente a representar sus nuevos papeles
- f) La comunicación debe usarse para preparar a la gente a representar su papel como nación entre naciones (Lozano, 2007, pág. 86).

A partir de estas características que la comunicación muestra junto al desarrollo, Luis Ramiro Beltrán propone dos tipos de comunicación para el desarrollo y que posteriormente añadirá un tercero al cual determinará como la comunicación de apoyo al desarrollo, estos modelos son:

Comunicación de desarrollo: Beltrán lo define como: la noción de que los medios masivos tienen la capacidad de crear atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico.

Comunicación de apoyo al desarrollo: es la noción de que la comunicación planificada y organizada –sea o no masiva- es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos de instituciones que propician el desarrollo.

Este modelo de desarrollo será refutado por varios pensadores de la región quienes consideran que esta guía antes que traer progreso para las naciones, suponen una suerte de subyugo de las naciones subdesarrolladas por parte del primer mundo. La denominada teoría de la dependencia aparece entonces denunciando una relación inequitativa entre las potencias económicas y las economías en desarrollo, Beltrán señala que esta teoría pone sobre la mesa las condicionantes que trajeron una posterior crisis a los estados latinoamericanos:

A mediados de esa década surgió, en cambio, un movimiento regional de economistas y científicos sociales que inició el cuestionamiento crítico a aquel modelo. Planteó una denuncia y propuesta que dio en llamarse “Teoría de la Dependencia”. Destacó la pronunciada y perjudicial injusticia que prevalecía en el intercambio comercial de bienes y servicios entre la región y Estados Unidos de América. Venderle barato materias primas y comprarle caro productos manufacturados producía un déficit crónico y creciente para los latinoamericanos (Beltrán, 2005, pág. 14).

Junto con la crítica a los modelos de desarrollo planteados en América Latina, la comunicación procedente de los Estados Unidos también fue objeto de críticas por parte de los teóricos de la comunicación latinoamericanos, para ellos, la investigación en la comunicación norteamericanos eran imposibles de aplicar para las realidades latinoamericanas puesto que los modelos ignoraban la influencia de los contextos sociales, políticos y culturales como elementos que influyen en el proceso de comunicación, además, dichos modelos poseían un problema fundamental el cual era que estos se concentraban en una comunicación unilateral, en el cual, la comunicación era un envío de información de un emisor hacia receptores que reciben estas sin resistencia y análisis alguno. Rosa María Alfaro apunta como el receptor, bajo los parámetros de la comunicación como transmisión de información, no forma parte del pensamiento de quienes hacen comunicación, el receptor queda como un simple consumidor de los mensajes de los medios de comunicación:

Se piensa y se actúa a partir del sujeto difusor, que es quien legitima al medio utilizado y a la comunicación. (...) solo se investiga acerca de los problemas y las temáticas, no de lo percibido y sentido por los destinatarios. Es ante todo una actividad de proyección, sin comunicación, sin partir del otro para llegar a él y su mundo posible.

(...) El receptor no tiene peso, está borroso o perdido, sin identidad y palabra frente a la inmensa voluntad o profesionalidad ética, política y estética de los

productores. Así los contenidos o mensajes a proponer de manera impositiva e ingenua, deben encontrar una cubierta moderna o tradicional (Alfaro, 1993, pág. 21)

Por su parte, Beltrán apunta que la crítica a la investigación en la comunicación señala tres aspectos de los cuales padece la investigación norteamericana:

- Las definiciones y los modelos tradicionales son unilaterales y erróneamente proponen la noción mecánica de la comunicación como transmisión de emisores activos a receptores pasivos.
- Estos modelos se basan, además, en la noción errónea que la comunicación es un acto, un fenómeno estático en el cual la fuente es privilegiada.
- Los modelos, finalmente, introducen la confusión entre información que puede transmitirse por un acto unilateral y la comunicación que es diferente y más amplia que la comunicación (Beltrán, s.f., pág. 21).

1.4.2 La comunicación desde Latinoamérica

A partir de las críticas surgidas a la comunicación expresada en Latinoamérica, la región expone sus posturas y desarrollo teórico sobre la comunicación, la postura principal de la comunicación latinoamericana es la relación de la comunicación en los procesos de construcción del ser humano especialmente de la comunicación y su vinculación con la cultura. Esto conllevó un cambio en el entendimiento de los participantes en la comunicación y sus posicionamientos en ella, de una comunicación en la cual se daba una transmisión desde un punto a otro, a una comunicación en la cual existe un intercambio entre los participantes en ella.

Para esta corriente, la comunicación se entiende como un proceso, en el cual, dos o más sujetos realizan un intercambio de ideas, sentidos, símbolos, a través de codificaciones y decodificaciones, y que se realiza a través de diferentes medios. Luís Ramiro Beltrán

define a la comunicación como: “el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (Beltrán, s.f., pág. 6). Al ser la comunicación un espacio de intercambio simbólico, implica que la comunicación se convierta en el lugar del reconocimiento de las identidades individuales y grupales, a su vez, se constituye como elemento de definición de las semejanzas y diferencias con los otros sujetos participantes en la comunicación.

Constituyendo a la comunicación como un proceso en el cual los sujetos producen sentidos, a su vez, la comunicación es un elemento en el cual se desarrollan la cultura, política, ideología, entre otras. Por ello, Rubén Bravo afirma que la comunicación debe superar la visión mecanicista en la cual la comunicación es un instrumento de implantación ideológica, al contrario, la comunicación se mira como un proceso de interacciones sociales en el cual se da sentidos a la existencia individual y social:

La comunicación no es un instrumento que los seres humanos construyen para inducir una ideología como la del desarrollo elaborada por el poder, sino entender que la comunicación es un proceso inherente a la vida de los seres humanos y por lo tanto, proceso histórico social y cultural de interacción en el cual se producen en común sentidos para sostener la existencia y aumentar y potenciar la vida (Bravo, 2011, pág. 17).

1.4.3 Las mediaciones como espacios de comunicación

Los análisis comunicacionales se habían tornado hacia un enfoque desde la antropología, este realza la importancia de la cultura en el desarrollo de la comunicación, este es el espacio mediado por las relaciones humanas en el cual se generan la comunicación, teóricos como Néstor García Canclini señalan que la comunicación intenta dar una superación del concepto esgrimido en Norteamérica para los cuales la investigación de la comunicación radica en los medios de comunicación, para el autor las producciones

comunicacionales entran en un proceso de consumo cultural, a lo cual alude que las producciones comunicacionales son percibidas por las sociedades, el consumo cultural dista mucho de ser homogéneo como lo apunta Canclini, sino que este se diversifica en múltiples públicos que bajo diferentes ópticas realizan el consumo de las producciones comunicacionales:

El consumo de estos dista mucho de ser homogéneo para la gente. Los públicos se dividen en un gran número de grupos bien diferenciados por variables socioeconómicas, demográficas y culturales. Cada grupo –a pesar de la distancia geográfica entre sus miembros- interactúa de cierta manera con ciertos tipos de mensajes de los medios (Lozano, 2007, pág. 187).

Jesús Martín Barbero plantea el paso de la comunicación y de su estudio al campo de las mediaciones, solventando las ideas planteadas en Canclini, Barbero señala que el estudio de la comunicación debe pasar de la mirada de los estudios norteamericanos centrados en los medios y en su desarrollo e influencia, y pasar a las mediaciones, espacios donde se articulan varios referentes que permiten el entendimiento de los mensajes que surgen en los medios de comunicación, en los espacios de las mediaciones se articulan tradiciones, conocimientos, imaginarios, entre otros que median en el entramado social, por ello estos trazan los mensajes comunicacionales, a su vez esto se deriva que los mensajes comunicacionales partan de diferentes contextos en su producción.

Estas mediaciones implican la polisemia de la comunicación estas mediaciones aducen la importancia de los contextos en los cuales se produce la comunicación, espacios que dotan de significados en el proceso de comunicación, por último las mediaciones implican en constante intercambio de posiciones entre emisores y receptores en el proceso de comunicación, postura que es sostenida por Daniel Prieto Castillo para quien el cambio de emisor y receptor es parte fundamental del proceso de comunicación:

Uno no es simplemente emisor, uno es emisor en situación, dentro de tensiones sociales, dentro de ciertas relaciones de poder, dentro de un grupo y no de otro.

En otras palabras, lo que fundan al emisor no está en lo esencial en él, sino dentro de las relaciones sociales de las cuales se inserta y vive, según sus límites fijados por la formación social (Castillo, s.f., pág. 2).

Rosa María Alfaro define que bajo el reconocimiento de los actores de la comunicación, estos se relacionan dinámicamente y con ello estos se construyen una idea de sí mismos y una idea del mundo, para ello, añade Alfaro, la comunicación es una dimensión básica de la vida y de las relaciones humanas, esto implica que se debe hacer el reconocimiento de los actores dentro de ella: “donde existe un uno y otro, o varios otros, con quienes cada sujeto individual o colectivo establece interacciones objetivas y principalmente subjetivas” (Alfaro, 1993, pág. 27), además, añade que las acciones entre sujetos ya sean individuales o colectivos: “va dibujando su socialidad con los demás, pone en juego sus valoraciones, Es decir, lo constituye, lo que a la vez permite también construir las relaciones sociales” (Alfaro, 1993, pág. 27).

A su vez, la comunicación se entiende como el proceso que permite estos intercambios, en dicho proceso, debe existir reciprocidad en la ejecución, lo que permite que tanto emisores como perceptores intercambien sus roles en el proceso, con el fin de que ellos logren la conformación de sus campos ya sean estos subjetivos o colectivos, Dimitri Madrid, realizando un análisis de la obra de Alfaro señala este intercambio entre sujetos de la comunicación como un proceso de complicidad con el fin de lograr construir dichos campos:

Es menester entender la comunicación como una relación que integra un grado de complicidad entre los actores, provocando relaciones múltiples en donde los sujetos conforman sus propios campos simbólicos, asimétricos y heterogéneos: de esta manera la comunicación como relación propicia entre los miembros-actores nociones de identidad y cultura a través del reconocimiento de la diferencia (Madrid, 2010, pág. 40).

1.5 Comunicación Política

La comunicación política surge como campo de estudio a partir de los años 50, en gran medida gracias a la expansión de los medios de comunicación y su repercusión en el ejercicio de la política, el realce que dichos medios adquirirían serían importantes para el desarrollo de la política y de las actividades políticas publicadas por los medios de comunicación, los debates políticos televisados que captaron la atención de un gran público, bajo estos acontecimientos el estudiar la comunicación política se ha convertido en una herramienta fundamental para el entendimiento del desarrollo de la relación entre los medios de comunicación, los políticos e instituciones políticas y los ciudadanos y el electorado.

La comunicación política que trate de abarcar los contenidos y actores que en ella participan y los intercambios que en ella se realiza, Mazzoneli (2010) describe a la comunicación política como un intercambio de mensajes entre los tres actores de la comunicación política los cuales son:

El sistema político

El sistema de los medios y

El ciudadano elector

El constante intercambio entre estos tres actores se da en tres dimensiones que Jacques Grestle (Mazzoneli, 2010) identifica como esenciales para entender la comunicación política, estas son:

Dimensión pragmática

Dimensión simbólica

Dimensión estructural

Estas dimensiones de la comunicación se dan debido a la constante correlación que los tres actores de la comunicación política efectúan uno a otro, de ello tenemos que la dimensión pragmática refiere a toda la interacción que entre los tres actores se realizan ya sean como emisores o receptores y que se realiza mediante tipos de comunicación,

que se diferencian unas de otras de acuerdo a cada uno de los actores, con el fin de persuadir, convencer, seducir, informar, etc. En la dimensión simbólica la comunicación política atraviesa por ritos en los cuales se da el consenso y el conflicto entre los actores, por último, la dimensión estructural hace referencia al modo en que estos se comunican, ya sean estas interpersonales o masivas, esta atraviesa por diferentes canales de comunicación para llegar a sus receptores y de igual manera su retroalimentación se expresa por los canales que cada uno de los actores poseen para ello. (Mazzoneli, 2010)

A estas dimensiones, María José Canel (s.f.) basada en los estudios de Welton y Woodward, añade una serie de características que posee la comunicación política estas son:

- Se orienta a corto plazo: busca resultados prácticos e inmediatos
- La comunicación política es comunicación estratégica: quien comunica en política lo hace para lograr algo y estableciendo un plan para ello.
- La comunicación política es una comunicación mediada: atraviesa por el filtro de los medios de comunicación
- La comunicación política es una comunicación orientada: sus mensajes están dirigidos hacia públicos específicos
- Comunicación política es una relación dinámica: entre los actores que la conforman ya sean estos ciudadanos-medios de comunicación-actores e instituciones políticas (pág. 10).

1.5.1 Actores de la comunicación política

La comunicación política implica la relación que se hacen presente en ella, estos son el sistema político, el sistema de medios de comunicación y el ciudadano-electoral, a continuación se dará una breve descripción de sus características y tipos de comunicación

El sistema político: lo conforman al conglomerado de instituciones políticas que constituyen el Estado, estos pueden ser de los poderes ejecutivo (presidencia, ministerios, alcaldías, etc.), legislativo (asamblea, parlamento) y judicial (cortes, juzgados, etc.) y a ellos se agregan sujetos políticos que no son parte del sistema político como lo son partidos políticos, grupos y movimientos de presión. Su comunicación es de tipo institucional en la cual las producciones mediáticas y la emisión de mensajes se dan para reflejar la postura de las instituciones a quienes los políticos representan o son parte.

Los medios de comunicación: representa al sistema de medios de comunicación social que elaboran y transmiten información de interés público hacia el ciudadano, en ellos se encuentran los grandes medios de comunicación como radio, prensa y televisión, así como otros elementos de comunicación como la producción científica, filosófica y literaria a través de libros, revistas, etc. y expresiones artísticas como el cine. A estos se les añade los nuevos medios de comunicación especialmente Internet.

La comunicación que estos medios realizan es de tipo informativo, estos se sitúan como intermediadores entre el sistema político y los ciudadanos y en ocasiones se postulan como representantes de la opinión pública, así como de actitudes de colaboración o crítica hacia las actividades de los políticos (Mazzoneli, 2010).

El ciudadano-elector: representa a los ciudadanos tanto individual o grupal que se expresan ante la información recibida de los otros dos actores ya sean estos mediante elementos como el voto o la protesta, entre otros, es preciso señalar que una nueva forma de comunicación representan las redes sociales para el contacto entre sistema político-medios de comunicación con los ciudadanos, en estos espacios la comunicación precisa de ser directa entre los ciudadanos que plantean sus dudas e inquietudes y que estas llegan sin intermediario hacia políticos como medios de comunicación.

1.5.2 Flujos de la comunicación política

Como hemos señalado, los tres actores de la comunicación política están en constante interacción, y ello genera que estos se expresen de diferentes maneras y medios para lograr transmitir sus inquietudes hacia el otro, de ello tenemos los siguientes flujos de comunicación y sus formas en las cuales se expresan:

Del sistema político al sistema de medios

Mazzonelli (2010) mediante los estudios realizados por Luhmann señalan que la principal relación que se sostiene entre estos dos grupos es la relación de poder, esta expresada principalmente por el influjo que tanto sistema político como medios de comunicación se imponen uno a otro mediante la selección de criterios y de la transmisión de información y construcción de las realidades. El flujo de la comunicación que parte desde el sistema político se manifiesta de las siguientes formas:

- **Reglamento:** políticas públicas que gobiernan la actividad de los medios en la palestra política.
- **Medios y news management:** cuando el sistema de la política intenta condicionar (generalmente a su favor) la actividad de los medios.
- **Fuente de información:** cuando componentes del sistema político establecen relaciones de colaboración o de intercambio de información con medios de comunicación (págs. 32, 33).

Del sistema político al ciudadano elector

Las relaciones que se dan entre estos dos actores está marcada por dos formas, la primera la comunicación de tipo institucional, por la cual el sistema político y sus instituciones dan a conocer información al ciudadano, esto considerando que el sistema

político debe rendir cuentas a la ciudadanía de sus labores realizadas y de los temas que lo conciernen y que están presentes en la opinión pública, el segundo es la propaganda, relacionada con el ejercicio electoral, la propaganda busca la supremacía de una postura de carácter ideológico por sobre otra, esta se relaciona con los grupos de presión y de acción y con los partidos políticos antes que con las instituciones que conforman el aparato estatal. De estas relaciones tenemos que la comunicación desde el sistema político hacia los ciudadanos adquiere las siguientes formas:

- Comunicación pública e institucional: comunicación que se distancia de la propaganda y que busca comunicar sobre hechos de trascendencia informativa para las instituciones que buscan con ello informar a los ciudadanos de sus actividades.
- Contacto personal: encuentro directo entre políticos y ciudadanos y estos hablan de manera directa, estas son efectuadas tanto por el sistema político para mantener una comunicación directa, así como por los partidos políticos y grupos de presión que buscan ganar adeptos o votantes en el caso de elecciones.
- Propaganda-publicidad: comunicación que se efectúa para conseguir el consentimiento de la ciudadanía sea esta para la toma de decisiones o para el voto, que es expresada por distintos canales de comunicación y que se realiza con estrategias comunicativas así como del marketing político (Mazzonelli, 2010, pág. 33).

Del ciudadano elector al sistema político: La comunicación que va desde los ciudadanos hacia el sistema político se presenta de las siguientes formas:

- El voto: máxima expresión de la democracia y de la voluntad de los electores, se presenta como el primer mecanismo de respuesta al mensaje enviado por los políticos, principalmente manifestada en elecciones, con el cual el elector

manifiesta cuál es su decisión sobre políticas y preferencias electorales hacia los partidos políticos que participan en elecciones.

- El debate político: Es la participación de los ciudadanos, así como de políticos y representantes de instituciones, en los debates se dan discusiones relativos a asuntos de interés general que se realizan en diferentes espacios y que se comunican a través de diversos canales de comunicación, entre ellos, los medios de comunicación
- La interacción directa: Es la comunicación directa entre políticos y ciudadanos, estos se realizan mediante actividades como mítines políticos, visitas puerta a puerta, y otros, esta permite una comunicación frente a frente entre políticos y ciudadanos (Mazzonelli, 2010, pág. 34).

Del sistema de medios al sistema político: Este tipo de comunicación se manifiesta de las siguientes formas:

Información: función tradicional que cumplen los medios de comunicación, estos ofrecen datos e información de interés público

- Vigilancia/crítica: esta se presenta cuando los medios de comunicación toman el rol de portavoces o guardianes de la democracia mediante el control del correcto desempeño de las instituciones políticas y de sus representantes
- Partidismo: Esta se presenta cuando los medios de comunicación toman un posicionamiento a favor de los intereses de partidos políticos o grupos de presión, manifestando dichos intereses en sus espacios.
- Mediatización: Se produce cuando los medios de comunicación imponen sus lenguajes a los sistemas políticos, esto puede dar como resultado la

mediatización de la información del sistema político (espectacularización de la política) (Mazzonelli, 2010, pág. 35).

Del sistema de medios al ciudadano-elector: esta se expresa de las siguientes formas:

- Información: al igual que con el sistema político, los medios de comunicación proporcionan información al ciudadano sobre los temas de interés público ya sean estos meramente informativos, u opiniones y posturas que tanto periodistas como directivos de medios adoptan.
- Información partidista: un tipo de comunicación con un interés fijo, transmitir los mensajes de beneficio que desean comunicar los políticos o grupos de interés.
- Propaganda: mensajes de alto contenido partidista, en este, los medios de comunicación pasan a ser un canal de los políticos que buscan difundir sus mensajes propagandísticos a los ciudadanos. (Mazzonelli, 2010, pág. 35)

De los ciudadanos a los medios de comunicación

Ha existido extenso debate sobre cómo los ciudadanos pueden comunicarse con los medios de comunicación, desde una comunicación lineal que no permite ningún tipo de comunicación entre el canal y el receptor del mensajes, hasta la actualidad con la irrupción de la web 2.0 que permite un mecanismo de retroalimentación que adquiere un índole más cercano que los antiguos sondeos de opinión, cartas al editor y participación del público en los espacios de medios de comunicación (Mazzoneli, 2010, pág. 35).

CAPÍTULO 2

POLÍTICA, IMAGINARIOS Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Como se señaló en el anterior capítulo, en el desarrollo de la comunicación política, existen tres actores que participan en ella, uno es el sistema político en el cual se articulan instituciones, grupos de presión, partidos políticos y otros, estos participan de manera activa, unos más que otros, en la política. Este actor se relaciona con los otros actores como son los medios de comunicación y los ciudadanos. En este capítulo se revisará lo referente a la política.

2.1 Política

La política es un concepto que ha transitado por una serie de transformaciones desde sus inicios hasta la actualidad. Desde las primeras nociones de política asociadas a Aristóteles como también en la sociedad actual, la política se ha visto atravesada por la influencia de la reflexión filosófica, así como de la científica. La política se la puede definir como el proceso por el cual las comunidades persiguen objetivos colectivos y abordan sus conflictos en el marco de una estructura de reglas, procedimientos e instituciones, con el objetivo de alcanzar soluciones y adoptar decisiones (aplicables por la autoridad estatal) en sus diferentes niveles político-administrativos) al conjunto de la sociedad (Sorano, 2010, pág. 1).

La política involucra una relación con el poder y su administración, a su vez, la política es una acción que implica la relación social como condición para tomar fuerza, y por último, la política implica una toma de decisiones que tiene diferentes fines. Como señala Sibaja (2009).

La política es la principal acción en comunidad que se lleva a cabo para ejercer el poder... se extiende más allá de las fronteras de los partidos políticos y del

Estado mismo, se refiere a la acción de la ciudadanía en tanto que sujetos integrantes de una comunidad política, que persiguen intereses comunes y quienes pueden, y a menudo deben agruparse, para poder concursar por el poder (pág. 32).

En tal medida, la política es un proceso que implica una secuencia de acontecimientos e interacciones entre actores, lo que implica que la política comprenda la organización de las personas y sus comunidades, con el fin de tratar los problemas colectivos que enfrentan. Valles indica que la política es:

Actividad colectiva que los miembros de una comunidad llevan a cabo, la finalidad de esta actividad es regular conflictos entre grupos. Y su resultado es la adopción de decisiones que obligan – por la fuerza si es preciso- a los miembros de la comunidad (Valles, 2010, pág. 18).

Para Valles es el conflicto la condición básica para que la política exista, el conflicto implica que las personas se agrupen alrededor de un posicionamiento, articulen discursos, tomen acciones y busquen la resolución del conflicto, este se torna en político cuando las otras instancias de acuerdos fracasan en resolverlo y se convierte en un conflicto de carácter público. Valles añade:

Se confía en la política la regulación de la tensión social, porque no parecen suficientemente eficaces otras posibilidades de tratarla, la política busca resolver los conflictos a través de decisiones (materializada en leyes, acuerdos y acciones) que obliga a todos los miembros de la comunidad. Este cumplimiento de decisiones políticas se convierte en obligatorio, y presupone la capacidad de obligar incluso mediante la fuerza física – o la amenaza de usar la misma- esto caracteriza a la política de otras actividades de acuerdo social (Valles, 2010, pág. 20).

Por ello, la política se convierte en una garantía de la cohesión social, esta procura tratar las tensiones dentro de la sociedad que se buscan sean tratadas y reguladas de algún

modo satisfactorio para los miembros del colectivo. Mientras, Alain Badiou incluye a los movimientos como una condición para el ejercicio de la política, éstas son acciones que realizan una ruptura en el transcurso de lo social que crean un tiempo y un espacio, y que se alimenta por el reconocimiento de los sujetos y de los contextos. La política, a criterio de Bodiou, es una acción que trabaja por la igualdad a partir de determinado valor fijo.

Como se señaló anteriormente, las concepciones sobre la política han estado en cambio constante, de acuerdo a las realidades que cada momento histórico implicó, estas introdujeron en el concepto inicial de política, nuevas formas de concebirla, para mirar los cambios que con el tiempo implicó la política. Josep Valles (2010) menciona una categorización de los conceptos de la política que muestran los elementos centrales que guía el entendimiento de la política estos son:

Política como actividad dirigida por valores

Política como control sobre las personas

Política como actividades de un sistema

Política como defensa y reconocimiento

En los siguientes párrafos se hará un repaso a los varios conceptos que han construido de política.

2.1.1 La política como actividad dirigida por valores

Valles señala que las caracterizaciones de la política según valores se centran en las actividades que se encamina al fomento del bien común. Los primeros rasgos del término política se encuentran disponibles en la filosofía griega y especialmente en Aristóteles, para quien, la política era parte de una dimensión total que comprendía a todas las dimensiones constructivas del ser humano. Giovanni Sartori (1992) apunta:

Para Aristóteles el hombre era un *zoonpolitikon*, la sutileza que con frecuencia se omite es que Aristóteles definía de esta manera al hombre, no a la política. Solo porque el hombre vive en la *polis*, y porque la *polis* vive en él, el hombre se realiza completamente como tal, el hombre se realiza completamente como tal. Al decir <<animal político>>, Aristóteles expresaba, pues la concepción griega de la vida. Una concepción que hacía de la *polis* la unidad constitutiva (indescomponible) y la dimensión completa (suprema) de la existencia (pág. 203).

La concepción de la política en la Grecia antigua concretaba la idea total del desarrollo del hombre, dicho hombre poseía varias dimensiones que juntas forman a la persona, y al contrario, si un hombre carecía de una de ellas, no podía trascender como tal, incluso la consideración griega lo señalaba como un ser inferior, como es el caso de los esclavos. De igual manera, la dimensión política del hombre añadía a ello una dimensión de vida en colectivo en búsqueda de un bien común, la asociación de los hombres se daba por la búsqueda de satisfacer las necesidades que en individual no se podía satisfacer, esta idea llamaba a las formas de asociación como el pueblo y el Estado, más aun, el fin de dichas asociaciones seguía siendo el satisfacer las necesidades de la vida en comunidad. Para los filósofos griegos, la política está inherentemente atada a valores positivos, el fin último de la política está en su valor último que es el deber ser del hombre (vida buena) y los mecanismos para ellos son distintos siempre en búsqueda del fin último.

Uno de los primeros cambios que se da a la idea de la política es en la Edad Media, y especialmente con las traducciones realizadas en este tiempo de las obras griegas, Tomás de Aquino, quien al realizar la traducción de texto de Aristóteles, señala que el hombre es un animal tanto político como social, realizando una separación entre dos dimensiones del ser que para los pensadores griegos están implícitos en los miembros de la polis. Sartori apunta que la aparición del término “social” y “civil” pertenecientes a la filosofía romana, están en contraposición hacia la visión griega del ser político. Así el apareamiento de lo civil y social, extiende los límites de la visión del Estado griego.

Para Aristóteles el estado perfecto debe poseer las capacidades de satisfacer la necesidad de sus componentes por ello, debe estar equilibrado entre sus miembros y su territorio. Ernesto R Alcayaga en su análisis de la política aristotélica señala lo siguiente respecto a la extensión del Estado:

En ese Estado perfecto debe haber equilibrio entre la cantidad de ciudadanos y la extensión del suelo (causa material del estado). No debe haber demasiados habitantes ya que no es posible el orden en la multitud, su cantidad debe ser reducida de modo que sea posible que se conozcan entre sí, para que de esta manera las elecciones y sentencias jurídicas no sean necesariamente malas pero a la vez debe alcanzarse un mínimo necesario para la subsistencia (Alcayaga, s.f., pág. 12).

Sartori afirma que la incursión del término civil, *civitas* en romano, determina la construcción de lo social relacionado con la ley, una extensión del Estado que está cercano a la aplicación de la vivencia bajo el estado de la ley. Sartori señala a Seneca, para quien, el hombre ya no es un animal político, sino un animal social (*socialis animal*).

2.1.2 La política y el vínculo con el poder

En relación con el poder, la política se la concibe como control sobre las personas y los recursos. Política sería todo fenómeno vinculado a formas de poder o de dominio sobre los demás. Esta concepción surge a partir de las reflexiones del siglo XV y especialmente con Maquiavelo.

Con el apareamiento de la obra de Maquiavelo, la política se separa de una idea fundamental del pensamiento griego como lo es la ética. En Aristóteles la ética es parte de la aplicación de la política para alcanzar el bien de la *polis*, en el pensamiento griego la política no solo radicaba en el conocimiento de ésta, sino en su aplicación para

alcanzar la denominada vida buena. En Maquiavelo y en especial en su obra *El Príncipe*, se da una separación entre la moral y la política, Sartori apunta en referencia a la idea de Maquiavelo como uno de los primeros expositores de la política diferenciada de la moral: “si un príncipe quiere mantener el Estado se ve forzado a menudo a no ser bueno, a obrar contra la fe, contra la caridad, contra la humanidad, contra la religión” (Sartori, 1992).

Con Maquiavelo no solo se dio la separación entre la práctica moral en búsqueda del alcance de bien común, con él vino un giro en la razón de ser de la política: la política es un medio para conseguir fines u objetivos presentes en quienes ostentan el poder. La fractura entre el concepto griego de política y la nueva idea de política se fue fundamentando avanzada la edad media y principalmente a partir del siglo XX, para los pensadores de este siglo, la política es importante por sus acciones y no en sus valores.

Javier Franzé señala que el concepto aristotélico de la política indica una relación entre el ser y el deber ser, esta relación queda dañada principalmente en la separación del ser y los fines de los sujetos para participar en política, que para el pensamiento griego, eran buenos en esencia, como algo inherente a la política y que son los que hay que realizar:

Ahora hay muchas metas posibles, todas igualmente políticas, ninguna objetivamente más humana ni política que las otras. La preocupación sobre cómo definir los valores que guiarán la vida colectiva desplaza a la de como producir un buen gobierno.

Lo que definirá a la política serán los medios con que opera: la violencia física y espiritual encarnada en el Estado como coacción obligación y dominación. Estos a diferencia de los fines, son específicos de la política en su actividad. Los fines pueden ser cualesquiera, pero los medios no, pues todo aquel que quiera hacer política, más allá del fin que se proponga realizar, debe operar por medio del Estado, esto es, a través de la violencia (Franzé, 2004, pág. 163).

El cambio principal que acarrea la nueva concepción de la política es la de la consideración del Estado como el regente de la política, dicho Estado pasa a ser medido por su utilidad para mantener el orden social a través de la coacción. Como lo menciona Locke, la legitimidad del Estado está en brindar la seguridad al hombre para el disfrute de los derechos. Mientras, Hobbes menciona que el Estado es necesario para los seres para entregar seguridad, esta permitirá que los sujetos puedan alcanzar sus objetivos. De igual manera, el Estado modifica la razón del poder, este pasa a ser un poder de regulación de la vida social, antes que un poder sobre la moral de las personas.

El Estado se vincula a la vida política no como algo natural al hombre sino como un instrumento creado por él y por su voluntad de vivir en comunidad. De ello se derivaran una serie de teorías que determinan que el Estado es creado por los hombres mediante un acuerdo o contrato para corregir los defectos del estado de naturaleza y que el fundamento para la vida social es el denominado contrato social, voluntad de los hombres de vivir en una comunidad regida por normas.

Sin embargo, existe otra perspectiva del surgimiento del Estado, la misma que lo considera como un instrumento de dominación de un sector social sobre el conjunto de la sociedad, constituyéndose en una verdadera dictadura de clase.

2.1.3 La política y el manejo de la violencia

Entrado el siglo XX, los cambios en la idea de política se profundizaron con fuerza, la principal idea era el reemplazo de la concepción del Estado aristotélico que dictaminaba la moral, por la de un Estado marcado por la institucionalidad y la coacción. La política pasa entonces a ser pensada como la actividad que se lleva a cabo a través de un sistema de instituciones públicas. Política es toda actividad inserta en instituciones autorizadas para ejercer una coacción sobre la comunidad (Valles, 2010, pág. 29).

A propósito de esta idea, Max Weber incluye en sus estudios al poder, este se manifiesta mediante la violencia, para Weber la política es: “la aspiración a participar del poder o a

influir en la distribución del poder entre los distintos estados o dentro de un mismo estado entre los distintos grupos de hombres que lo constituyen” (Tapia, 2010, pág. 98).

La política para Weber constituye una relación de poder en la que los actores compiten por lograr posiciones ventajosas en la lucha por el poder, estas relaciones siempre remite al Estado ya que los sujetos buscan posicionarse en él como mecanismo para manejar el poder. Los ciudadanos interesados en participar en política giran en torno al Estado, a su vez, la actividad política tiene como escenario propio al Estado puesto que su fin es dirigirlo.

Weber mantiene que los Estados se configuran por una necesidad de administrar la violencia entre sociedades, el poder de los mismos radica en la utilización de la violencia como mecanismo para mantener unida a una sociedad. Weber señalará que la política será los esfuerzos de los sujetos por conseguir posiciones en el poder y de influir en su distribución ya sea entre países o entre personas.

Quien habla de política, habla de poder: de distribución de poder; de obtención de poder; de desplazamiento de poder. “Quien practica la política desea el poder”, “poder para ser utilizado como medio para servir otros objetivos -ideales o egoístas- o para la propia satisfacción, a fin de gozar del sentimiento de prestigio que él otorga.

El poder político está en la medida en que los sujetos luchen por alcanzarlo, el poder totalmente alcanzado ya no es poder político, es poder puro que ha de ser reemplazado tarde o temprano por la violencia (Mires, 2004, pág. 15).

Weber reconoce que la política se desarrolla en tres ámbitos, que son por los que pasa las acciones que los sujetos realizan en su transcurso con las instituciones de poder, estas son:

Política como una actividad: por lo que es un tipo de comportamiento del hombre que tiene que ver con acciones sociales, las conductas políticas miran la existencia de otros seres humanos que también están dotados de razón y de voluntad.

Política como actividad directiva: esta se orienta a dirigir e imponer nuestras orientaciones voluntarias a los demás, la actividad política supone una cierta voluntad de un sujeto para influir sobre otro.

Política como actividad autónoma: esto implica que tiene su propia racionalidad, sus propias reglas de juego, sus propias valoraciones que son entendidas desde su propia actividad.

2.1.4 Política y el reconocimiento del enemigo

Max Weber había señalado que la política era una lucha por la obtención del poder, siguiendo esta línea el politólogo alemán Carl Schmitt incluyó en sus reflexiones una nueva característica, la misma que se refiere a que la política es una relación de amigo-enemigo, bajo esta visión, la política es una actividad que se vincula con la defensa de la comunidad, esto constituye una lucha permanente entre los participantes de la política bajo el reconocimiento de las categorías de amigos-enemigos.

Amigo y enemigo pueden darse en todo espacio, sin embargo, solo se convierten en asuntos de tipo político cuando estas discrepancias alcanzan tal nivel que agrupa a hombres dentro de estas dos categorías. Rodrigo Borja señala como la aglutinación de los sujetos en estas categorías condiciona el accionar político, a su vez, de convertir en materia de debate público, todo lo que cause la dicotomía entre amigo y enemigo:

Esto significa que todo asunto público, en la medida en que sea materia de una controversia de cierta intensidad y sea capaz de suscitar a su alrededor agregaciones y oposiciones de voluntades, se convierte en un problema político. La migración, el

armamentismo, el uso de una determinada libertad, una propuesta económica, el sufragio universal, el control de la fecundidad, la clonación humana, el matrimonio homosexual, el aborto u otro tema de cualquier naturaleza que sea, que alinee a la gente en favor o en contra, se transforma en cuestión de política aunque no lo haya sido en sus inicios (Borja, 2014, párr. 7)

Bajo esta perspectiva, la política pasa ser un conflicto que enfrenta a dos posicionamientos en un espacio público y bajo la confrontación de ideologías; esto, resalta Schmitt, separa al conflicto político de otro tipo de conflictos que de alguna manera enfrenta a dos posicionamientos diferentes. Y principalmente, la delimitación del enemigo es de carácter público, lo que lo convierte en un adversario político, distanciado de otro tipo de conflictos Schmitt indica:

Enemigo no es el competidor o el adversario en general. Enemigo no es siquiera el adversario privado que nos odia debido a sentimientos de antipatía. Enemigo es sólo un conjunto de hombres que combate, al menos virtualmente, o sobre una posibilidad real, y que se contraponen a otro agrupamiento humano del mismo género. Enemigo es sólo el enemigo público, puesto que todo lo que se refiere a semejante agrupamiento, y en particular a un pueblo íntegro, deviene por ello mismo público (Marcos, 2004, pág. 48).

El enemigo para Schmitt cumple una función importante en el ejercicio de la política, esta es la de permitir la delimitación de la identidad de quienes se contraponen en la política, esta contribuye a la identificación de los participantes en la política que serían importantes para la delimitación de los enemigos, a su vez, utilizado por los políticos como mecanismo de descargo de valores negativos sobre los rivales, así como determina las acciones a tomar para conservar o buscar el poder.

Tanto Weber como Schmitt sientan las bases para el estudio de la política desde las relaciones de poder y los sujetos que buscan participar en él, las distancias con el pensamiento aristotélico se marcan en los siguientes aspectos:

- el mundo, el hombre y las actividades no poseen ningún sentido objetivo. Los valores son creados por el individuo. El mundo es irracional y plural en término de valores
- la política se caracteriza por los medios con que opera (violencia), no por los fines que busca. Éstos no son los únicos, sino plurales, la lucha sustituye al diálogo racional
- la pluralidad de valores determina que el problema de la política no sea realizar un fin, sino hacer efectivos sus medios. El buen dominio sustituye al buen gobierno
- la violencia y el poder no se disipan merced a la razón, la política tiene un componente de violencia e irracionalidad
- las decisiones políticas son plausibles, no exactas ni perfectas
- no hay ética general para las actividades de la vida, la política tiene una ética específica, determinada por los medios con que opera y por la irracionalidad del mundo (Franzé, 2004, pág. 229).

2.1.5 Hanna Arent y la acción política

Transcurrida la segunda mitad del siglo XX, la política entra en crisis, las dos guerras mundiales (1914 y 1932) agotan en gran medida la confianza de las sociedades por el ejercicio de la política y especialmente con los Estados; nuevas demandas aparecen en escena y la política como el ejercicio del poder se ve insuficiente para entregar una respuesta a estos nuevos colectivos, Bodeiu reconoce como los conceptos clásicos quedan desarticulados al enfrentarse a las nuevas realidades sociales:

Desde hace mucho se define a la política como la búsqueda del buen gobierno o de una constitución adecuada, pero sabemos que esa definición es insuficiente porque sabemos que para que haya política no basta tener un buen estado o una buena constitución necesitamos también tener un sujeto político actuante.

La política también fue definida como lucha, obtención y conservación del poder (Maquiavelo) pero esta definición tampoco es suficiente, muchas cuestiones políticas no son cuestiones de poder, hay otra actividad política.

La política también se vio como lucha de clases (Marxismo) lucha de clases dirigida por un partido y llevada hasta el comunismo, esta definición ya no basta, esta lucha de clases no produce mecánicamente una política, puesto que hay ideas e idea de organización política que no provienen directamente de la lucha de clases (pensamientos débiles) (Bodeiu, 2000, pág. 1).

Ante estas nuevas circunstancias surgen nuevas formas de concebir la política, una de ellas es la provee la filósofa alemana Hanna Arent. En la perspectiva de Arent la política es una acción colectiva que se expresa en condiciones, una de ellas es que el ser humano es un ser plural, que vive en comunidad con los otros, entonces la política pasa del *zoon politikon* (animal político previsto de la misma por naturaleza), a ser un hombre que interactúa en política por dos ámbitos, esas son la praxis y el logos, para Arent, estas dos acciones permiten que la política tome forma.

Palabra y acción son las maneras de distinguirse, de revelarse, el ser humano, en tanto y en cuanto, sujeto moral que delibera, elige, decide, actúa. Dentro de la perspectiva señalada, “Si los hombres no fueran iguales, no podrían entenderse ni planear y prever para el futuro (...). Si los hombres no fueran distintos, es decir, cada ser humano diferenciado de cualquier otro que exista, haya existido o existirá, no necesitarían el discurso ni la acción para entenderse (Cabrera, 2010, párr. 11).

Para Arent, la política se desplaza del poder y de su ejecución mediante los diferentes aparatos represivos que contiene un Estado y señala que el poder no es parte de la política, puesto que esta distorsiona el accionar colectivo (esencialmente político) que se basa en el accionar entre iguales en el espacio de lo público. La autora señala: “Ser

político, vivir en una polis, significaba que todo se decía por medio de palabras y de persuasión, y no con la fuerza y la violencia” (Cabrera, 2010, párr. 38).

Al ser la política desplazada de la condición humana, esta pasa a ser condición de lo público, Arent menciona que la política nace entre los hombres, esto es en relación entre los sujetos en el espacio público, por ello, la política depende esencialmente del otro. La política termina siendo algo que se no es exclusivamente de los gobiernos, o de la administración de la violencia, puesto que el poder es la contraposición de la violencia, pues este nace solo con el diálogo. Cabrera menciona:

La política –entendida arendtianamente– es el campo de comunicación y de interacción que asegura el actuar conjunto, como concepción de la acción y la capacidad para concertar con los demás y actuar de acuerdo con los otros.

La política, se dice, es una necesidad ineludible para la vida humana, tanto individual como social. Puesto que el hombre no es autárquico, sino que depende en su existencia de otros, el cuidado de ésta debe concernir a todos, sin lo cual la convivencia sería imposible. Misión y fin de la política es asegurar la vida en el sentido más amplio, allí donde los hombres conviven, en un sentido histórico–civilizatorio, hay y ha habido siempre política (Cabrera, 2010, párr. 82).

2.1.6 Política y posmodernidad, la recuperación de la razón histórica

Edgardo Lander señala que con la entrada de la posmodernidad realiza una crítica a la razón moderna, principalmente, a dos razones que constituyen el discurso moderno, estas son la racionalidad instrumental que consiste en el proceso histórico del progreso material sobre las transformaciones de la naturaleza, gracias al conocimiento científico –tecnológico, y la segunda es la racionalidad histórica que se basa en la capacidad humana de influir colectivamente sobre el presente y el futuro social.

Para Lander, ambas racionalidades, base del discurso moderno, entran en crisis en la posmodernidad, la racionalidad instrumental se ha criticado las implicaciones que el desarrollo científico ha tenido sobre el medio ambiente mediante la apropiación y manipulación de la misma a través de la ciencia, así como la pretensión de validez exclusiva de la ciencia sobre otros conocimientos. Mientras que la racionalidad histórica entra en crisis al caer la confianza humana en la posibilidad de dirigir de manera colectiva y consciente a la sociedad y el destino de ella, la crisis del modelo socialista así como del Estado del bienestar crea una desconfianza general en la política como mecanismo de orientación de la sociedad y de la capacidad tanto individual como colectiva de reflexión y acción social.

En la posmodernidad, la política es cuestionada por una pretensión de verdad absoluta, así como el cuestionamiento de la ciencia política y de sus estudios sobre la política y su estricta relación con los Estados y el poder, Lander señala que en la posmodernidad, la crítica a la política permite desbloquear espacios no tratados por la política como lugares en los cuales se puede realizar el debate y la toma de decisiones sociales:

En oposición a la política basada en la trascendencia y en un futuro lejano, se recupera el presente y el reconocimiento, se han abierto espacios para otros temas y asuntos de la vida colectiva (vida cotidiana, género, ecología, gobierno local, identidad sexual, lingüística o cultural), y múltiples formas novedosas de organizar y de acción política como lo son el amplio espectro de nuevos movimientos sociales, las ONG y las diversas formas de acción política asociadas a la identidad (Lander, 1995, pág. 8).

Lander indica que la política debe realizar una reconstrucción desde un espacio epistemológico que supere los problemas que eliminan el dialogo y dejan la política en manos de lo que llama los decididores (jefes de empresas, altos funcionarios, dirigentes de partidos políticos, entre otros), así como del constructivismo relativista, que distorsiona las relaciones sociales y las estructuras que condicionan a los actores en sus tomas de decisiones. Y señala que la política depende de una racionalidad histórica,

dicha racionalidad debe permitir a los sujetos el reconocimiento de una responsabilidad tanto individual como colectiva en la toma de acciones y de las consecuencias de las mismas, Lander señala que la política debe ser el espacio en el cual se debe debatir y actuar en lo local, nacional e internacional, así como es el espacio donde se decide sobre el presente y el futuro de la sociedad.

2.2 Imaginarios sociales

Como se vio en párrafos anteriores, la posmodernidad significó un cambio fundamental en el entendimiento de las sociedades, la denominada caída de la confianza en la política, la ciencia, la tecnología, el Estado, entre otros, configura un nuevo escenario en el que se desarrollan las relaciones sociales, estos escenarios se nutrirán de nuevas y viejas ideas para describirse a sí mismas y describir a su entorno, así los imaginarios sociales surgen como una forma de describir a las realidades sociales.

Los imaginarios sociales se pueden definir como esquemas construidos socialmente que permiten conocer, explicar e intervenir en su realidad. Los imaginarios son un bagaje de conocimientos que le permiten a las sociedades determinar sus sapiencias sobre los hechos, y lo que le permite a las mismas tomar un posicionamiento sobre ellos, dándole una sistematización de valores para su beneficio.

Para que una sociedad funcione necesita tener una base de consensos, esto implica que las sociedades crean para sí un sistema base de creencias, imágenes, historias y tradiciones que permitan articular las experiencias que los sujetos tengan en su vida de carácter individual, y que esta se explique a nivel social, relacionando sus experiencias con otros sujetos, así los imaginarios constituyen esa base explicativa de las experiencias sociales, los imaginarios son los como lo señala Taylor (2006):

El modo en que los sujetos imaginan su existencia social, el tipo de relaciones que mantienen unas con otras, el tipo de cosas que ocurren entre ellas, las

expectativas que se cumplen habitualmente y las imágenes e ideas normativas más profundas que subyacen a estas expectativas (pág. 37).

Pintos realiza una descripción de lo que integra un imaginario social, señala que los imaginarios son esquemas que permiten tener una referencia temporal, este se basa en la clasificación de los elementos que le permitan a las sociedades y sus miembros entender e influir en lo que ellos consideran como realidad. Pintos en su obra describe tres elementos básicos que poseen los imaginarios, estos son:

2.2.1 Elementos principales de los imaginarios

Para Pintos los imaginarios son esquema socialmente definidos, esto se debe a que ellos tienen un grado de entendimiento, a su vez, que permite a los sujetos generarse una idea sobre las cosas o del funcionamiento de las mismas. Las referencias que se construyen en los imaginarios generan referencias temporales que implican la jerarquización y la priorización de las percepciones. Taylor señala:

Esta clase de entendimiento es a un tiempo factico y normativo; es decir, tenemos una idea de cómo funcionan las cosas normalmente que resulta inseparablemente de la idea que tenemos de cómo deben funcionar y del tipo de desviaciones que invalidarían la práctica (Taylor, 2006, pág. 38).

Una segunda categoría de los imaginarios es que estos permiten percibir, explicar e intervenir, Pintos indica que los imaginarios ponen a los sujetos todo tipo de percepciones (temporales, geográficas, histórico, culturales, etc.), de explicación (marcos lógicos, emocionales, sentimentales, biográficos, etc.) y de intervención (estrategias, políticas, aprendizajes, etc.) (Pintos, 2005, pág. 9).

Por último, tanto esquemas como percepciones, permiten a los sujetos intervenir en lo que los sujetos entienden por realidad, Pintos apunta que estos imaginarios están

insertos en una realidad que no es la única que existe, sino que, la realidad que contemplan los sujetos está dentro de multiplicidades de realidades, a la vez que no son realidades estáticas sino que están en evolución. Pintos señala a esto como sociedades policontextuales entendidas como sociedades de observaciones múltiples, donde se elimina la unicidad de observación, puesto que el mundo produce multiplicidad de sentidos, por lo que las sociedades deben escoger cuales aseguren su vitalidad.

2.2.2 Los imaginarios y sus operaciones

Pintos, posterior a señalar los primeros elementos de un imaginario y que permite tener una idea de lo que son (o llegan a ser como lo señala el autor) menciona las operaciones en las cuales se llevan a cabo los imaginarios estas son:

Los imaginarios operan mediante lo que Pintos llama meta códigos estos son códigos que trascienden los límites de sus sistemas sociales, pues que sus entendimientos trascienden por la polisemia del lenguaje, así los códigos son entendidos de una forma en un lugar y de otra forma en otro. Respondiendo a sus intereses generales de los grupos, se deja de lado lo que la sociedad considera obstáculos para la percepción de los intereses.

Los imaginarios sociales operan a través de medios, estos son los mecanismos que la sociedad reconoce como ideales para conseguir sus entendimientos, por ejemplo, el poder se constituye en un medio dentro de los sistemas políticos, para alcanzar dicho poder, los sujetos dispondrán de acciones que se ejecutarán en búsqueda de dicho poder.

A su vez, los imaginarios operan por lo que Pintos llama códigos de relevancia/opacidad, estos son los códigos que en la construcción de la realidad se convierten en visibles y en no visibles, Pintos indica que en lo que se percibe como la realidad se puede observar una parte de la realidad que implica la relevancia, sin descartar que tras de esta existen otros elementos que constituyen la realidad, y que es

observada cuando se va más allá de una primera observación de la realidad (observación de segundo plano).

Por último Pintos indica que los imaginarios operan como modos y formas que se fungen como realidades, esto implica que los códigos y sus observaciones no son una realidad que sea estable ni mucho menos sustantiva, sino que de su funcionamiento se derivan perspectivas que como funciona un sistema social y de ello se deriva una idea de él.

2.2.3 Los imaginarios y sus funciones

Los imaginarios permiten cumplir con las siguientes funciones:

Imagen de estabilidad: esta función de los imaginarios es importante como mecanismo para mantener una línea de estabilidad social, que permita, en base a la realidad planteada como social, mantener una base para construir nuevos imaginarios, Pintos indica que la imagen de estabilidad representa una serie de ideas que están en los imaginarios, que en algunos casos es rebatido por los sujetos o es conservado por otros, sin embargo, la estabilidad para Pintos es importante para las nuevas generaciones, estos se encuentran en una sociedad altamente cambiantes que modifican las relaciones sociales de manera constante, para que las generaciones no sientan los cambios radicales, los grupos necesitan en la base de estos imaginarios, generar sus ideas sobre la realidad, que con el paso del tiempo, serán refutadas o fortalecidas por las experiencias y conocimientos adquiridos.

Percepciones de continuidad en experiencias discontinuas: Pintos indica que las sociedades constituyen una serie de imaginarios que integren las experiencias individuales que constituye la vida de los sujetos, ellos se encuentran en constantes espacios donde se genera su relación con los otros (trabajo, estudios, iglesia, activismo, gustos similares, etc.), para integrar estas experiencias, que surgen en los espacios que son parte de la vida social de los individuos, las sociedades generan imaginarios que

permitan vincular esas percepciones que comparten con otros sobre las actividades y que los vinculan con el resto. Sobre estas percepciones globales de los fenómenos que perciben los sujetos Baeza, citado en Cegarra (2012), incluye lo siguiente:

Los imaginarios sociales “matizan respuestas a enigmas de la vida social con afirmaciones fuertes, tales como ‘la presencia de Dios’ (en un imaginario religioso), ‘el carácter sagrado de la Patria’ (en un imaginario nacional), ‘la objetividad indesmentible de la ciencia’ (en un determinado imaginario científico), etc. Estamos en presencia entonces de eufemismos sui generis que añaden un cierto grado de seguridad y de alivio a una determinada construcción de realidad plausible (Cegarra, 2012, pág. 13).

Explicaciones globales de fenómenos fragmentados: Por último, Pintos señala que los imaginarios permiten intervenir en los procesos sociales a partir de realidades diferentes, los imaginarios permite reconocer la necesidad de otros imaginarios que permitan mantener el funcionamiento social. Por su parte, Baeza señala que existen imaginarios dominantes que son legitimados por las sociedades, y que son difundidos y aceptados por ellas, e imaginarios dominados que buscan su propia legitimación, estos se encuentran en constante disputa por legitimación, sin embargo, en su momento, un imaginario tomará la posta gracias a su difusión y legitimación social, Cegarra señala un claro ejemplo de cómo estos imaginarios implican la legitimación y el reconocimiento de nuevos imaginarios en el caso de que las sociedades los consideren necesarios:

Bastaría colocar como un ejemplo el caso del imaginario de nación. Podría interrogarse ¿qué símbolos configuran un imaginario de nación?, ¿cuál visión de país, patria o pueblo se impuso?, ¿cuáles tradiciones, prácticas, emblemas, músicas, valores y creencias, en fin símbolos culturales se privilegiaron por encima de otros de igual valía? He allí esa tensión, pero que final y hegemónicamente termina por un tiempo, imponiéndose uno solo, hasta una nueva crisis de sentido social que exija repensarse. Podría afirmarse que gracias a esa condición se ha mantenido la permanencia y cohesión social, pues va

“actualizándose” en el devenir temporal, en los cambios sociales y culturales propios de cada nación (Cegarra, 2012, pág. 12).

Los imaginarios, por lo tanto, se puede conceptualizar desde la conclusión que Marcelo Gamero define en su análisis de los imaginarios sociales, los imaginarios han evolucionado de un entendimiento primario de elementos que estaban fuera de la explicación de la realidad, incluso considerado como desvío de la misma, la nueva reflexión de los imaginarios se muestran: “como una matriz de conexiones entre diferentes elementos de la experiencia de los individuos, de manera colectiva, en donde las redes de ideas, imágenes, sentimientos, creencias y proyectos comunes están disponibles en un contorno sociocultural propiamente definido” (Gamero, 2007, párr. 14).

2.3 Participación política

La participación es un elemento sustancial de la política, son los ciudadanos, quienes con sus decisiones toman el control sobre sus responsabilidades en el plano tanto individual y colectivo, la política constituye el espacio en el que se desarrolla el presente y futuro de la sociedad, es por ello que la participación política es la forma en que los sujetos tomarán sus acciones para intervenir en sus realidades. Cabe distinguir entonces que se entiende por participación política.

La participación política se la puede definir bajo el concepto de Pérez y Molina (Pérez & Molina, 2012), para los autores la participación política es:

Toda actividad de los ciudadanos dirigidos a intervenir en la designación de sus gobernantes o a influir en la formación de la política estatal. Comprende las acciones colectivas o individuales, legales o ilegales, de apoyo o de presión, mediante las cuales una o varias personas intentan incidir en las decisiones acerca del tipo de gobierno que debe regir una sociedad, en la manera cómo se

dirige al Estado en dicho país, o en decisiones específicas del gobierno que afectan a una comunidad o a sus miembros individuales (párr. 1).

Pasquino (2011) indica que la participación política es:

El conjunto de acciones y de conductas que apuntan a influir de manera más o menos directa y más o menos legal sobre las decisiones, así como la misma selección de los detentadores del poder en el sistema político o en cada organización (pág. 70).

Tanto Pasquino como Pérez y Molina sostienen que la participación política es una actividad que busca influir en primera instancia en las decisiones de los Estados y del poder, esto implica que la participación política se centre en la esfera de lo político teniendo como eje al Estado, una segunda condicionante que se encuentra en la acción política es que implica acciones tanto legales como ilegales, Pasquino indica que la participación política se mueve en tres modalidades, estas se presentan en algún momento histórico en cada sistema político, estos son:

- Aquellas reconocidas por normas y procedimientos vigentes, legales para todos los defectos
- Aquellas no reconocidas, pero aceptados y aceptadas, aun con considerables variaciones y con amplios ámbitos de oscilación, de cualquier forma no ilegales
- Aquellas no reconocidas y que desafían las bases mismas del sistema y de su organización (Pasquino, 2011, pág. 71).

La participación política reconoce varios tipos de actividades que busquen la concreción de objetivos individuales y grupales , estas actividades necesitan cumplir con una serie de dimensiones que permitan su correcta ejecución de objetivos, Nie, Verba y Kim, señalan que las dimensiones son necesarias para entender la participación política, así

como para el desarrollo de su estudio, los autores, citados en Pérez y Molina (2012) indican cinco dimensiones de la participación política estas son:

Grado de influencia que se ejerce a través de la actividad: esto significa la presión que los sujetos puedan ejercer sobre los políticos y representantes de las instituciones del Estado, esto con el fin de conseguir cumplimiento de demandas, así como la moderación de comportamientos esperados por los ciudadanos de los políticos.

Amplitud del resultado a obtener: esta se produce dependiendo del resultado que los sujetos obtienen mediante la participación, el beneficio ya sea individual o colectivo dictaminará las posibles acciones a tomar para obtener nuevos resultados con la participación, así como los mecanismos para participar y si estos son conservados o modificados con el fin de ampliar el resultado.

Grado de conflicto: como se señaló anteriormente, la política es el espacio en el cual se las comunidades abordan sus conflictos, la participación política define las formas en que los sujetos buscan la mediación en sus conflictos, sus acciones dependerán del grado de conflicto en el cual, los participantes se vean envueltos.

Nivel de iniciativa personal: la participación política depende en buena medida de las motivaciones individuales de los sujetos para su participación en las diferentes actividades de carácter político, de ello dependerá su articulación de necesidades o iniciativas individuales que se vinculen a necesidades e iniciativas idénticas para su asociación y participación en ellas.

Grado de cooperación con otros ciudadanos: la participación política implica un grado de cooperación entre los sujetos, este es necesario para llevar a cabo las actividades de participación, así como para la consecución de los objetivos por los cuales los ciudadanos se agrupan para participar.

2.3.1 Tipos de participación política

La participación política se clasifica en cuatro tipos de actividades, Conway, citado en Fernández (1999) reconoce 4 tipos de participación política, estas son:

Participación convencional: se destaca por ser las actividades reconocidas como legales dentro del sistema político, estas se asocian a las actividades que los Estados integran como forma de participar en la toma de decisiones de los sujetos estas pueden ser: referendos, elecciones, organismos consultivos, etc.

Participación no convencional: se caracteriza por desarrollar actividades que no son reconocidas por los Estados como mecanismos de participación, estas son dirigidas para ejercer presión sobre políticos y las instituciones, y pueden ser legales o ilegales; estas actividades pueden ser manifestaciones, campañas electorales, peticiones individuales o colectivas a organismos públicos, promoción de intereses de grupos determinados o clases sociales, militancia y actividad dentro de los partidos políticos, etc. (pág. 4). A estas también se incluyen actividades que Pérez y Molina (2012) llaman antisistémicas, estas se destacan por tener un componente violento en su desarrollo como boicots, lucha guerrillera, desobediencia civil y otras (párr. 5).

Participación simbólica: se caracteriza porque mediante la participación política se ratifica creencias y actitudes sobre las posiciones que los actores poseen, que por lo general se realizan para afirmar a las instituciones y las acciones de los mismos, en estas se puede reconocer actividades como marchas y concentraciones ciudadanas, así como actividades como ausentismo a procesos electorales, votos nulos o blancos en elecciones seccionales o nacionales, entre otras.

Participación instrumental: se caracteriza porque su ejecución busca obtener resultados específicos ya sean a nivel personal como social, los resultados se obtendrán mediante mecanismos tanto convencionales como no convencionales.

2.3.2 Modos de participación política

Los modos de participación son los mecanismos que los sujetos y los sistemas políticos reconocen para realizar participación política, los sujetos pueden recurrir a uno o a varios para el cumplimiento de sus objetivos, Pérez y Molina (2012) reconocen los siguientes modos de participación política:

Voto: se caracteriza por ser el modo mayormente reconocido por los sistemas políticos, comprende toda las actividades que implica el sufragio de los ciudadanos ya sean en elecciones de dignidades nacionales, locales, así como el sufragio para aprobación de leyes o de consultas sobre temas que se consideran de interés para los ciudadanos y que se deciden en las urnas, Pérez y Molina destacan que la votación implica por ejercer mucha presión sobre el gobierno, un alto grado de conflictividad y un poco iniciativa personal, así como poca cooperación con otras personas.

Campaña política: se caracteriza por una serie de actividades que implican la persuasión de los sujetos a favor de un candidato, o una opción dentro de un proceso electoral, también implica la asistencia de las personas a meetings políticos, reuniones y convenciones de los partidos políticos a los cuales son adeptos, distribución de propaganda, aportes económicos para actividades de campaña, así como para la sostenibilidad del partido, etc., las campañas políticas se destacan por ser actividades que generan un alto grado de conflictividad social, así como un alto grado de presión sobre políticos, al igual que un grado medio de participación tanto individual como colectiva.

Actividad comunitaria: esta actividad se centra en las actividades que los sujetos realizan para resolver ciertos problemas que se presentan en la comunidad, implica que exista un trabajo comunitario para cubrir esta necesidad, se caracteriza por poseer un alto grado de cooperación entre sujetos y de poca presión hacia las instituciones políticas.

Actividad partidista: se caracteriza por las actividades que los sujetos realizan dentro de los partidos políticos, estas se distancian de alguna manera de las actividades de campaña, pues van más allá de los procesos electorales y se enfocan en el mantenimiento, como la adhesión de nuevas personas a los partidos políticos, de ello se reconocen actividades como convenciones de partidos políticos, campañas de reclutamiento y afiliación, capacitaciones y cursos para el desarrollo del partido, entre otras, se caracterizan por tener un alto grado de voluntad personal y un grado medio de cooperación.

Actividad de protesta: se caracteriza por poseer actividades de altas demandas a los gobiernos para la solución de problemas sociales y comunitarios, sus actividades se centran en la realización de marchas y manifestaciones con el objetivo de que sus demandas sean escuchadas por las instituciones gubernamentales, ejercer una alta presión sobre las instituciones y requiere de un alto grado de participación tanto individual como colectivo.

CAPÍTULO 3

IMAGINARIOS, PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y COMUNICACIÓN, CASO ESTUDIANTES DE PRIMER SEMESTRE DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

A continuación se describirá los resultados obtenidos de la investigación realizada a estudiantes de primer semestre de las carreras de Comunicación Social y Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito, pertenecientes al periodo Abril – Agosto de 2014, previo a la exposición de resultados se presenta la metodología y herramientas utilizadas para la investigación.

3.1 Metodología

3.1.1 Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo descriptiva, este tipo de investigación busca identificar características de los fenómenos a estudiar. La investigación descriptiva se destaca por describir acontecimientos y situaciones, y sus resultados presentan datos con una profundidad intermedia en el conocimiento de los mismos. La investigación descriptiva busca conocer el qué, dónde, cuándo y cómo de la población que se va a investigar.

La investigación descriptiva se basa en suposiciones específicas que poseen como resultado el direccionamiento de la investigación a resultados de carácter específico, aunque, dependiendo del número de variables, el estudio específico tendrá direcciones más complejas que dictaminaran el uso de otro tipo de investigación para ser resueltas.

Este tipo de investigación se usa cuando su objetivo a alcanzar con esta investigación son los siguientes:

- Describir las características de ciertos grupos
- Calcular la proporción de gente en una población específica que tienen ciertas características
- Cuando se busca pronosticar un comportamiento de un grupo

La investigación se realizó bajo este enfoque metodológico puesto que buscó conocer la influencia que los programas de opinión televisivo tienen sobre la construcción de imaginarios de participación política de los estudiantes, de igual manera, se orientó a conocer los elementos que influyen en la construcción del imaginario de participación política, así como lograr descripciones generales sobre lo que para los estudiantes es la política y la participación política, así como realizar un valorativo de la calidad de la información que reciben de los medios, como conocer el programa más visto por los investigados.

3.1.2 Técnicas de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se procedió a utilizar la encuesta como mecanismo de recolección de información que permita analizar e interpretar los datos obtenidos del fenómeno investigado. Para Aguirre y Navarro (2013) la encuesta es

Un procedimiento estadístico que permite captar la opinión de una sociedad o de un grupo social para determinar el sentido y la intensidad de las corrientes de opinión mayoritarias. (pág, 191)

Díaz de Rada (2001) señala que con la encuesta se puede obtener de manera sistemática y ordenada, información sobre una población determinada, a su vez, indica las siguientes características de la encuesta:

- No se observan hechos directamente, sino a través de declaraciones verbales que de las personas de los mismos.
- Permite obtener una gran cantidad de información referida a aspectos muy diversos.
- Las respuestas son agrupadas y cuantificadas a fin de examinar estadísticamente las relaciones entre ellas. (pág. 14)

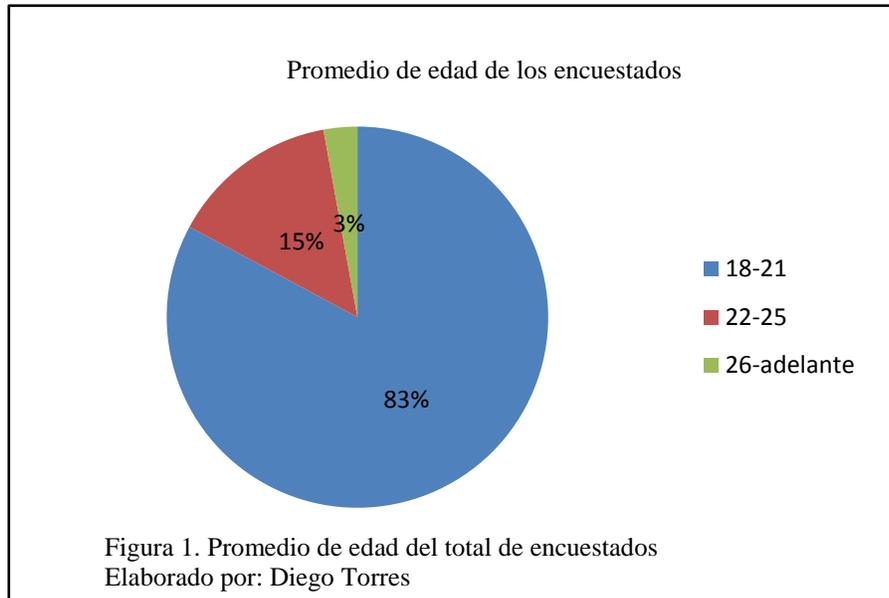
3.1.3 Confirmación de la muestra

Para el desarrollo de la investigación se decidió tomar 70 estudiantes encuestados de primer semestre, distribuidos en 35 en la carrera de Administración de Empresa e igual número en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito, esto con el fin de establecer similitudes y diferencias en los imaginarios de participación política y de los modos de participación política, así como de las definiciones generales de política, modos de participación política, entre otros. A continuación se presentará los resultados de las mismas.

3.2 Análisis de resultados

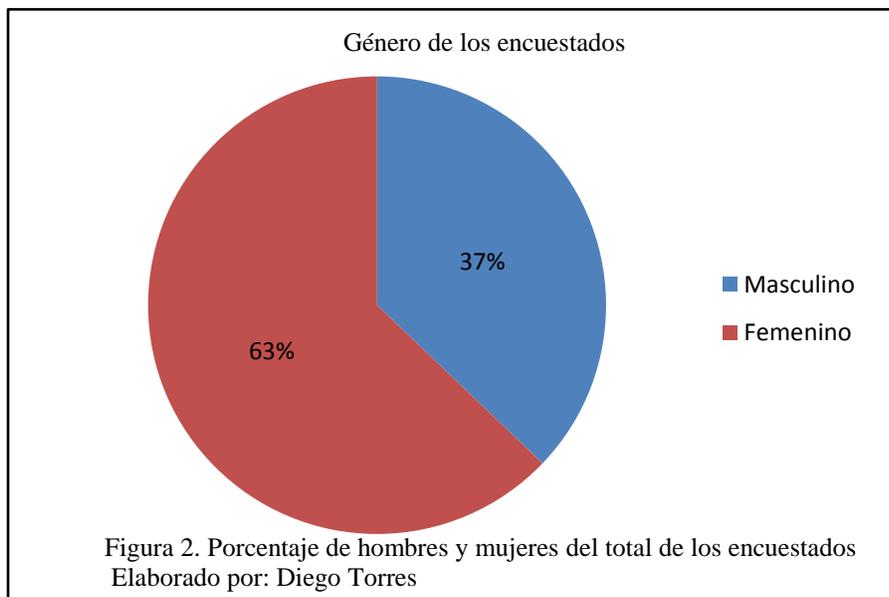
3.2.1 Identificación de los encuestados

Del total de encuestados, el 83% se encuentra en el rango de edad de 18 a 21 años; mientras el 15% se encuentra entre los 22 y 25 años; el 3% del total posee de 26 años en adelante.



Género

Del total de los encuestados, el 63% son mujeres, mientras el restante 37% son hombres.



Percepción sobre política

Para esta categoría se definió agrupar los conceptos ofrecidos por los encuestados en seis categorías conceptuales:

Política como ciencia: en esta categoría se ubicaron las percepciones que definían a la política como ciencia de la siguiente forma:

“Es una ciencia donde se involucra la ley y la organización de un pueblo, nación, país”

“Ciencia social que estudia la interacción y diferentes formas de gobierno y administración de un país”

“Ciencia que trata sobre la organización de las sociedades y del Estado”

Política como Gobierno: se entiende por gobierno a las actividades que realiza el Estado y sus representantes, especialmente, ubicados en el poder ejecutivo, se caracterizó como gobierno a todos los conceptos que hacían referencia a la presidencia de la república, al presidente, ministros y funcionarios de instituciones públicas. En esta categoría se ha integrado a conceptos como los siguientes:

“Gobernar a un país de una manera correcta”

“Se basa en la manera de gobernar un país”

“Forma para gobernar un país o un Estado”

Política como acción social: se incluyeron en esta categorización a las referencias de las gestiones y decisiones que se toman en conjunto para participar en política y que buscan cumplir con sus objetivos. Dentro de esta categoría se incluyó conceptos como los siguientes:

“Política como un pacto entre personas que dan ofrecimientos de cambiar el país”

“Conjunto de personas que se reúnen para dar ideas de un tema general”

“Capacidad de las personas para comandar a otras”

Política como acción individual: se entendió como acción individual a todas las gestiones y decisiones que se tomaban de manera personal para una participación en

política. En esta categoría se ha integrado a conceptos como los siguientes:

“Es la forma de dar ideas para cambiar la nación”

“Es la expresión de un punto de vista en el ámbito electoral”

Como acción institucional: se articuló en esta categoría las referencias que indicaban a las acciones que se realizaban en las instituciones del poder público, y principalmente, vinculado a la vigencia de normativa y al cumplimiento de la ley. En esta categoría se agrupa a definiciones de política como las siguientes:

“Reglamentos a los que se rige un Estado”

“Estatutos y reglamentos que rigen un país o grupos de personas”

“Acatar las reglas o responsabilidades propuestas”

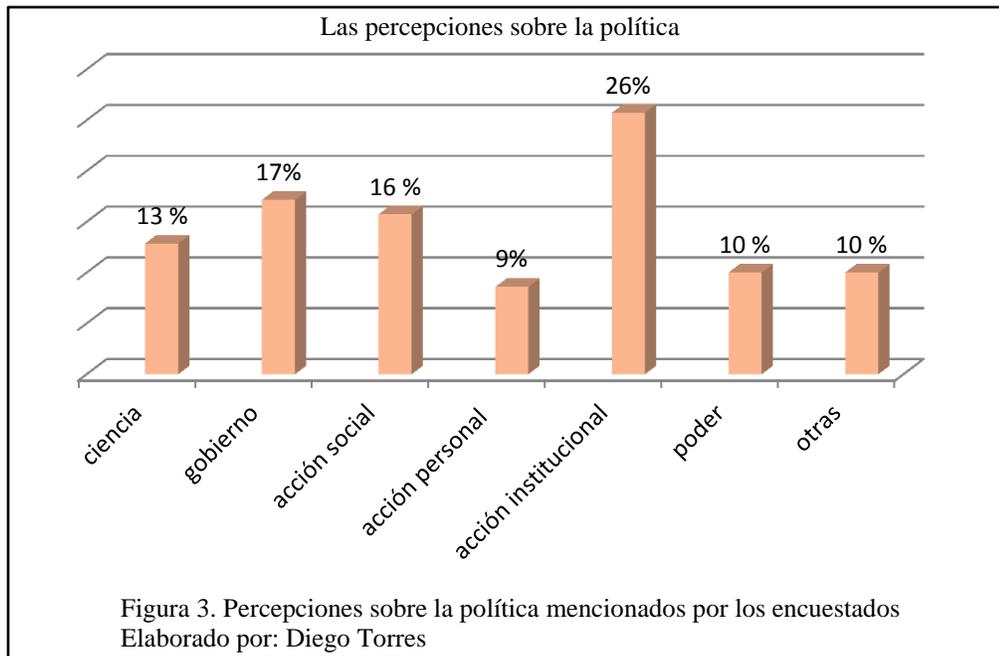
Política como poder: se calificó a las referencias realizadas al poder como al uso de diferentes mecanismos para la influencia directa sobre los sujetos, se agrupó en esta categoría a todos los conceptos que señalaron al uso de la fuerza, ya sea esta física, psicológica, económica, mediática, etc. en esta categoría se clasificó a conceptos como los siguientes:

“Actividad para ordenar a otras personas”

“Política es donde se establece diálogos sobre el poder económico”

Del total de los encuestados, el 26% señaló que la política tiene que ver con las acciones de tipo institucional, principalmente, relacionado con el cumplimiento y el establecimiento de leyes para la convivencia social; el 17% señaló que la política es la acción del gobierno, relacionado con las actividades del poder ejecutivo representado en la Presidencia de la república y en el presidente; el 16% menciona que la política es la acción social, principalmente señalado como la asociación de personas para conseguir resolver los problemas sociales, y en algunos casos, una asociación para la búsqueda de poder; el 13% señaló que la política es una ciencia principalmente vinculada con el

desarrollo de método, categorías y teorías para estudiar fenómenos de la política como el poder, el Estado y las leyes; por último, un 10% mencionó que la política es poder, relacionado con el uso de diferentes mecanismos para conseguir influir sobre el resto de la sociedad, así como otras descripciones de las cuales se destacan, a la política como moral, y la política como espacio para la corrupción.



Actores políticos

Para la definición y análisis de los imaginarios de los jóvenes respecto a los actores políticos se agrupó los resultados bajo las siguientes seis categorías:

Actores propiamente políticos: se entendió por políticos a quienes realizan acciones para la búsqueda del poder mediante diferentes acciones tanto individuales o grupales, se concentró en esta categoría a todos los conceptos que apuntaron que la política la realizan representantes de partidos políticos dentro y fuera de las instituciones públicas, candidatos a elecciones, militantes de partidos políticos, entre otros.

Gobernantes: se entendió por gobernantes a quienes administran las diferentes instancias de gobierno, locales o nacionales, a pesar de que se puede entender a estos también

como actores políticos, se decidió separar en esta categoría a quienes están al frente de dichas instituciones y que su acción política depende de la administración de las mismas, a diferencia de los políticos que pueden estar tanto dentro como fuera de ámbito público institucional.

Estado: se entendió por Estado a las instituciones que configuran el ámbito público, se agrupó a todos los conceptos que se refirieron a instituciones públicas como Presidencia, Asamblea Nacional, Ministerios, Cortes de Justicia, entre otras.

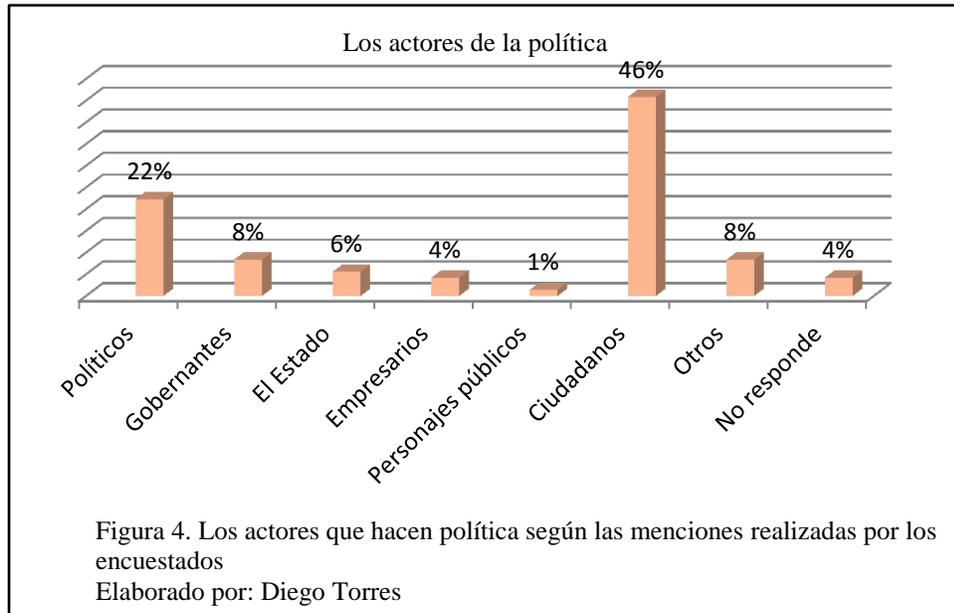
Personajes públicos: se entendió como personajes públicos a las personas que por sus actividades se convierten en personajes reconocidos en el ámbito público y en la opinión pública, en esta categoría se agruparon referencias que indicaron que la política era realizada por artistas, músicos, líderes sindicales, presentadores de televisión ,entre otros.

Empresarios: se entendió por empresarios a quienes realizan actividades de tipo económica, se categorizó bajo este concepto a las definiciones que señalaron como actores de la política a banqueros y empresarios de otro tipo de industrias.

Ciudadanos: se entendió por ciudadanos al conjunto de personas en general que realizan acciones para la resolución de diferentes problemáticas sociales, en categoría se agrupó a los conceptos que señalaron como actores de la política a todas las personas en general sin necesidad de ser parte de partidos políticos, o de formar parte del Gobierno, así como al conjunto de personas que buscan un interés común.

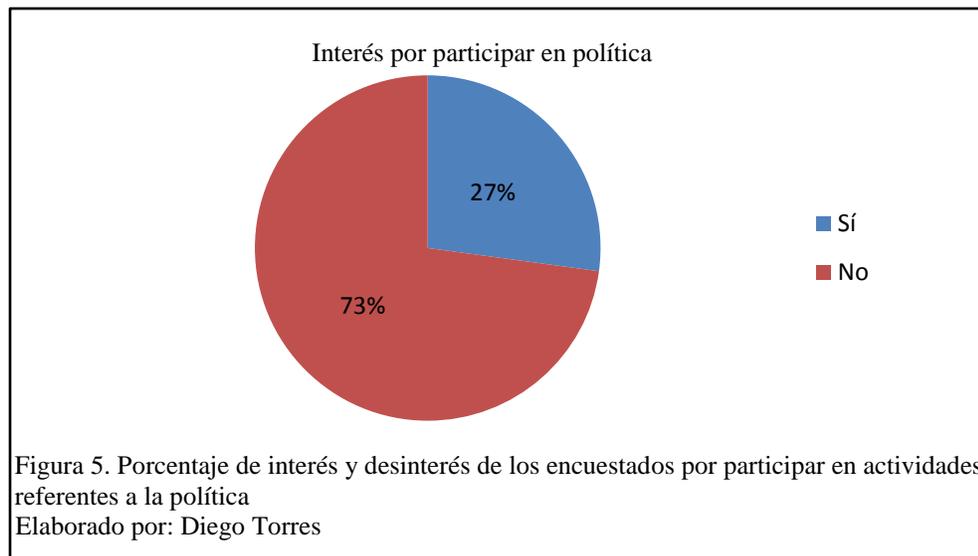
Del total de encuestados, el 46% señaló que la política la realizan los ciudadanos, destacando entre ellas que se realiza con la asociación de personas en la búsqueda de un bien común; el 22% indicó que la política es realizada por políticos ya sean estos en acciones individuales o grupales, principalmente, haciendo referencia a una postura ideológica o a una acción en representación de un partido político; el 8% señaló que la política la realizan los gobernantes, principalmente señalado al presidente de la república

Rafael Correa, así como a alcaldes, concejeros y otros; el 6% señaló que la política es realizada por el Estado, principalmente relacionado con las acciones que realiza el Gobierno; el 4% señaló que la política la realizan los empresarios, y el restante 9% indicó que la política la realiza tanto personajes públicos (1%) así como otros personajes como profesores, líderes religiosos, entre otros.



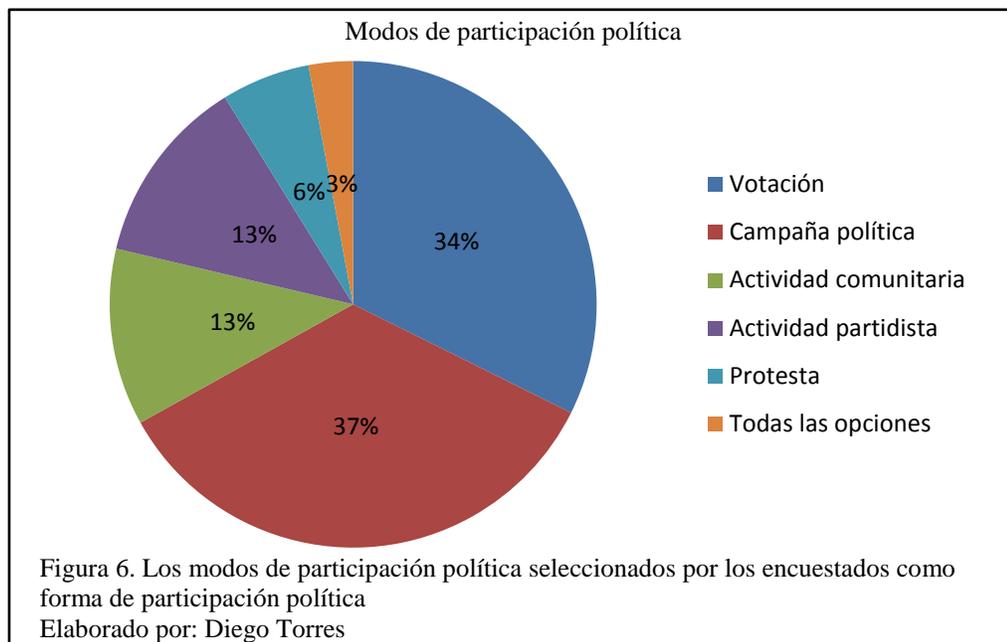
Interés por participar en política

Del total de los encuestados, el 73% señaló no poseer ningún interés en participar en actividades políticas, mientras el 27% señaló un interés en participar en política.



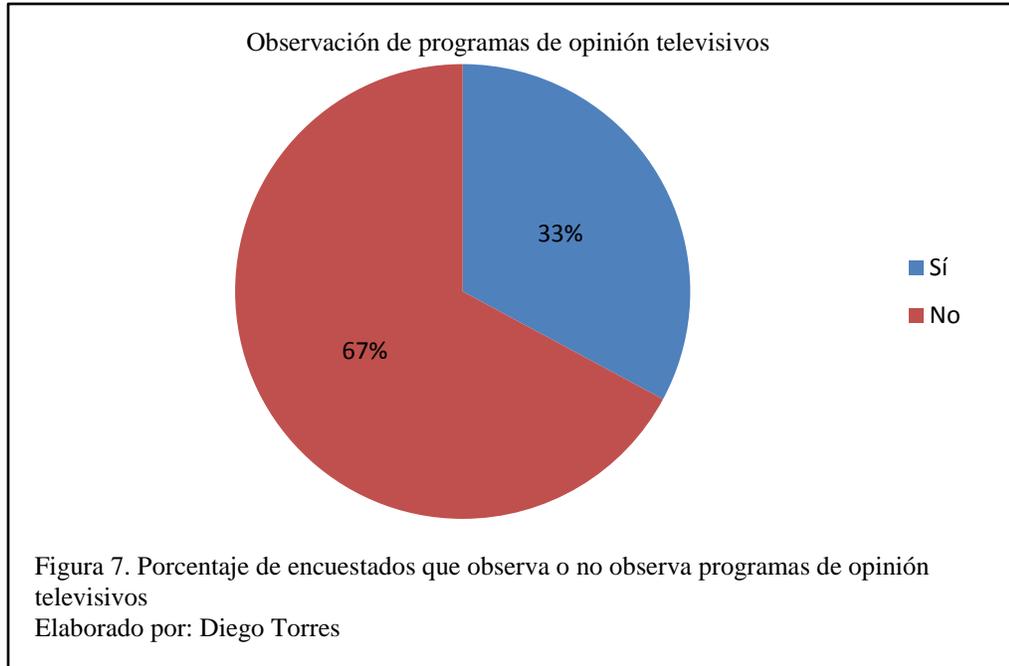
Modos de participación política

Del total de los encuestados, el 37% indicó que la campaña política es el modo en que se participa en política, el 34% mencionó que la votación es el mecanismo en el cual se participa en política; la actividad partidista es la tercera actividad de participación política, esta registra un 13% del total de los encuestados; la actividad comunitaria es el cuarto modo de participación política con un 13%; por último la protesta se concibió como el último mecanismo de participación política con un 6% del total, cabe destacar que un 3% indicó que todas las opciones presentadas son modos de participar en política.

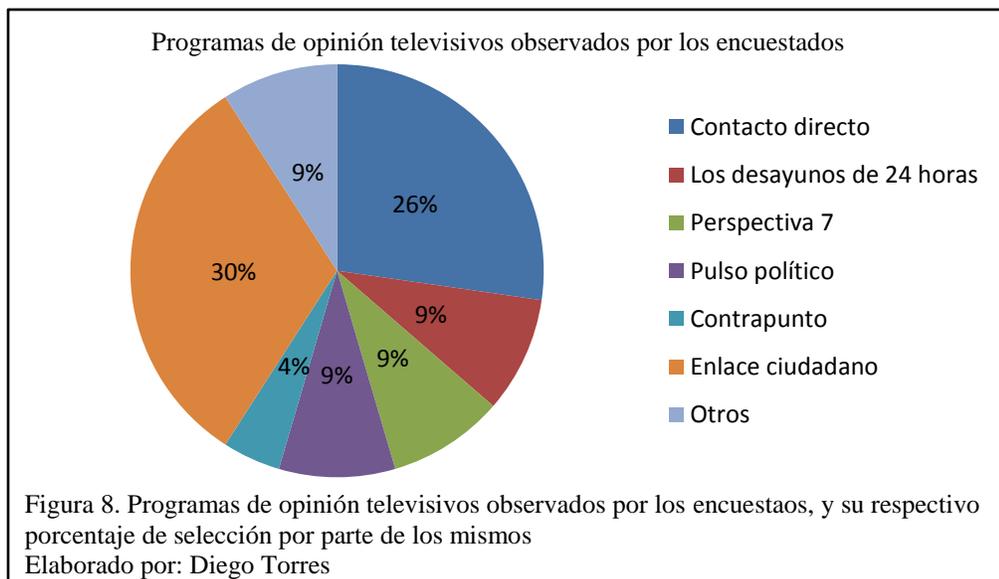


La política y los medios

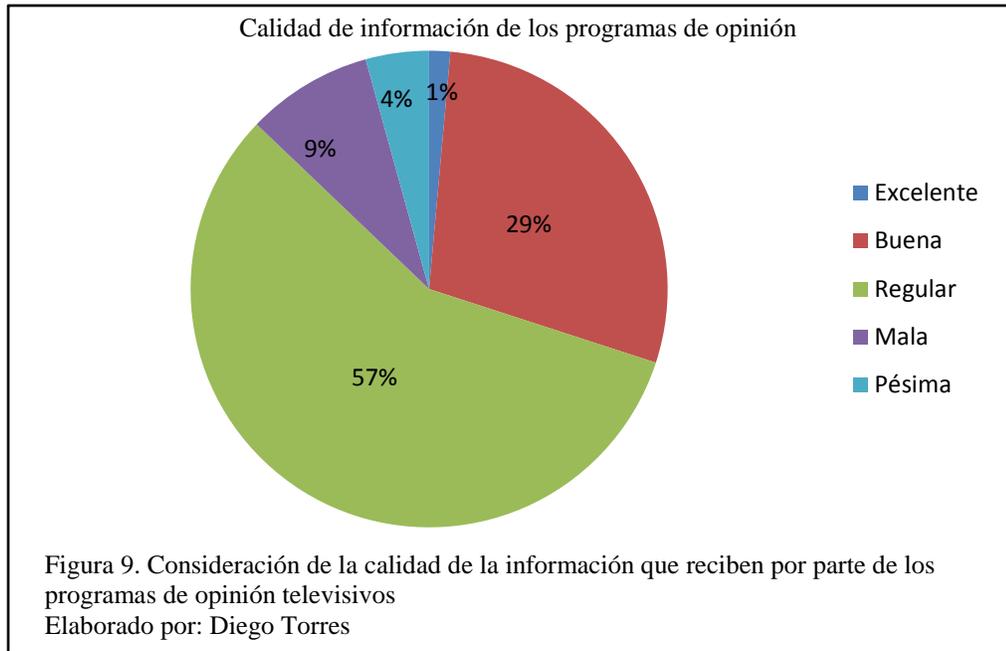
Del total de los encuestados, el 67% señaló no mirar programas de opinión televisivos, mientras el restante 33% señalaron mirar programas de opinión televisivos.



El programa que registra mayor audiencia por parte de los encuestados es Enlace ciudadano emitido por la cadena Ecuador TV y retransmitido por radios y televisoras locales, este registra el 30% de total de encuestados; Contacto directo de Ecuavisa es el segundo programa más observado por los encuestados con un 26%; Pulso político, Perspectiva 7 y Los desayunos de 24 registran el 9% del total de los encuestados, por último se registró un porcentaje de 9% de otros programas en los cuales destacan noticieros y programas de investigación periodística.

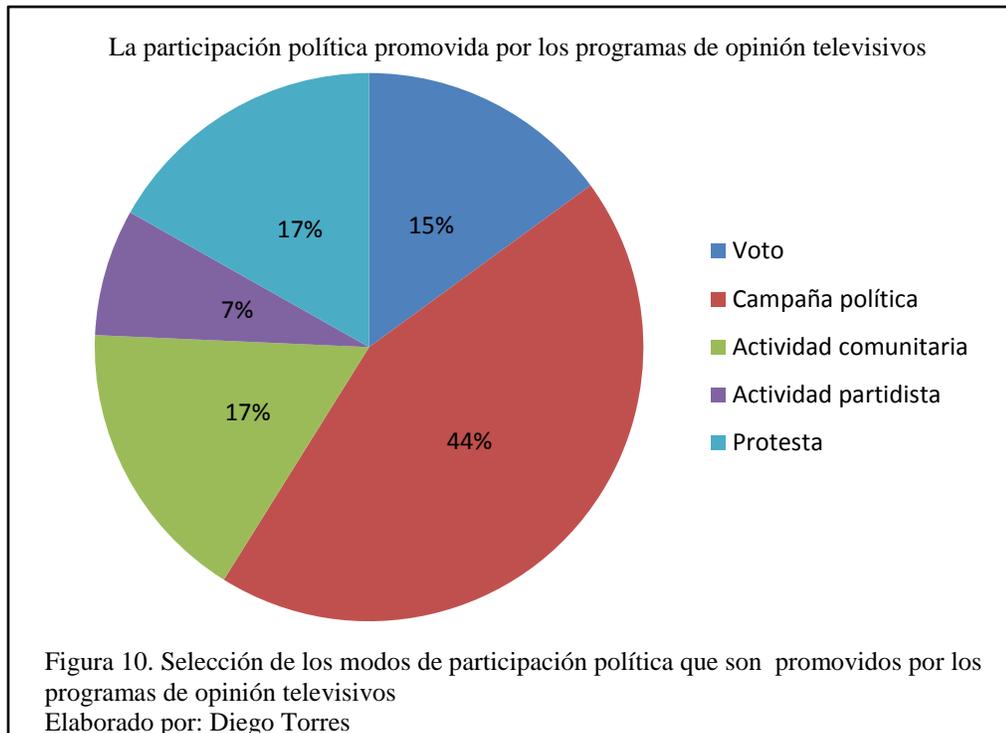


Del total de encuestados, el 57% considera que la información que recibe de los programas de opinión televisivos es regular, el 29% indicó que la información es buena; el 9% indicó que la información es de mala calidad, mientras el restante 5% se dividió entre una consideración de excelente y pésima sobre la consideración de la información.



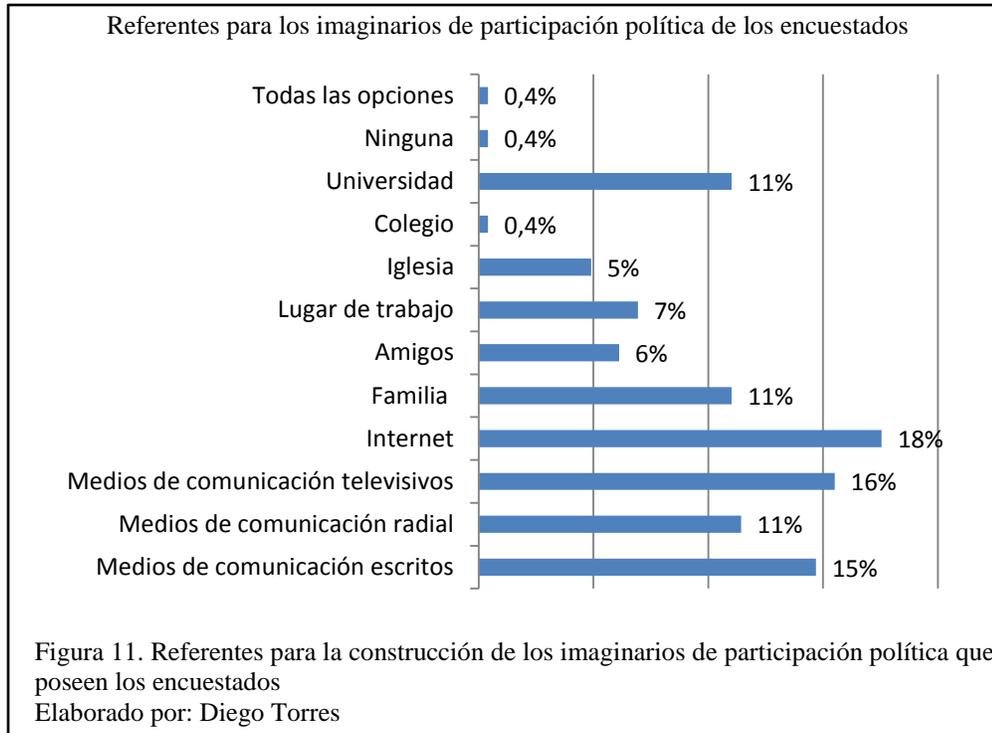
La participación política promovida por los programas de opinión televisivos

Del total de los encuestados; el 44% afirmó que los medios promueven a la campaña política como el mecanismo de participación política por excelencia; el 17% señaló que tanto la actividad comunitaria como la protesta son expuestas por los medios como mecanismos de participación política; el 17% indicó a la protesta como participación política promovida por los programas de opinión; el 15% de los encuestados mencionó que el voto es la manera que los medios señalan como participación política; por último, el 7% indica que los medios promueven la actividad partidista como mecanismo de participación.



Referentes de imaginarios de participación política

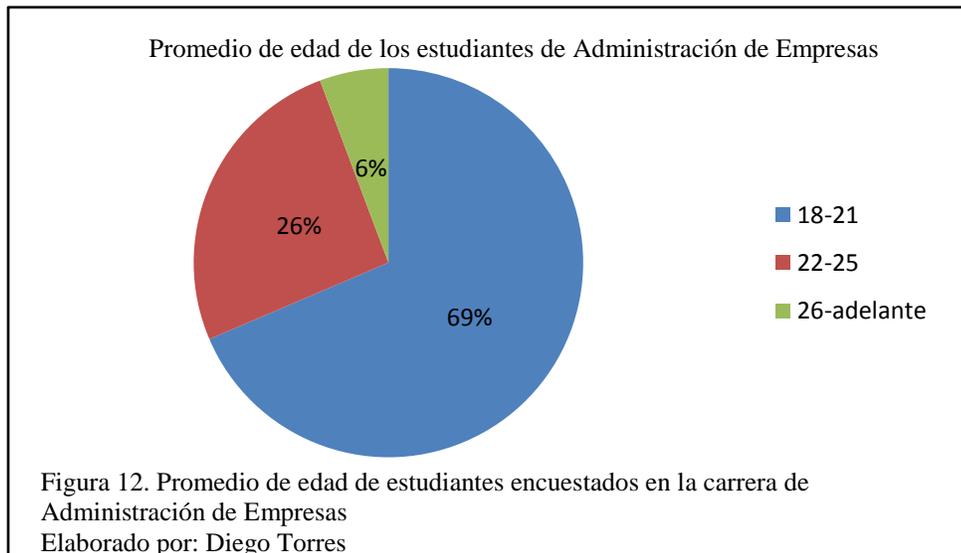
Del total de los encuestados, el 18% señalaron al internet como el referente para generar sus ideas sobre política y participación política; el 16% mencionó a los medios de comunicación televisivos como el medio por el cual se generan sus ideas sobre participación política; el 15% indicó a la prensa escrita como referente de sus imaginarios, el 11% mencionó a la radio como generador de imaginarios de participación política; la familia obtuvo el 11% de las elecciones; el 6% señaló a los amigos; el 7% indicó al lugar de trabajo; el 11% mencionó a la universidad, el 5% indicó a la iglesia; por último, el colegio, así como todas las opciones y ninguna de ellas obtuvieron el 0.4% del total de los encuestados.



3.2.2 Análisis de encuestas a estudiantes de Administración de Empresas

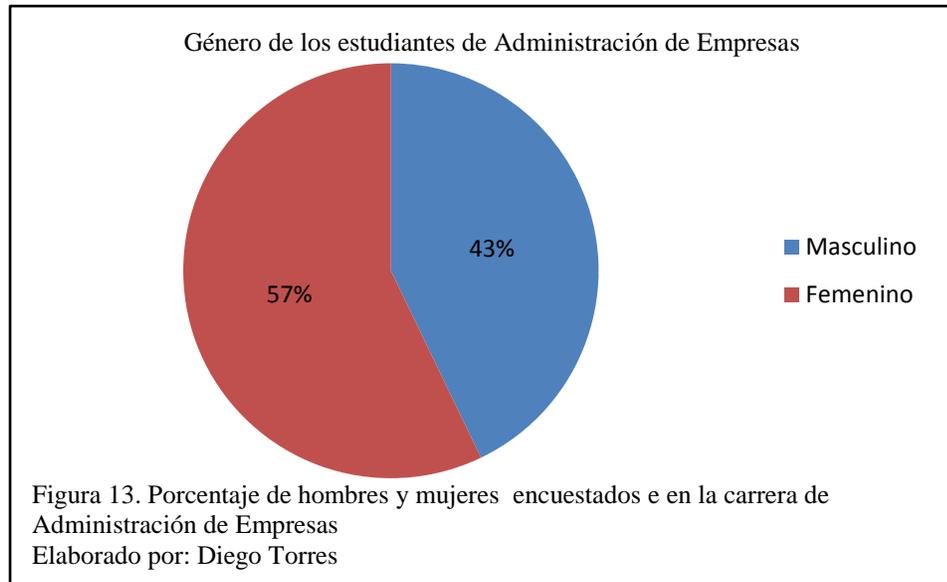
Edad

Del total de los encuestados, el 69% pertenece a edades correspondidas entre los 18 a 21 años de edad, el 26% posee edades entre 22 a 25 años, y el restante 6% posee de 26 años en adelante.



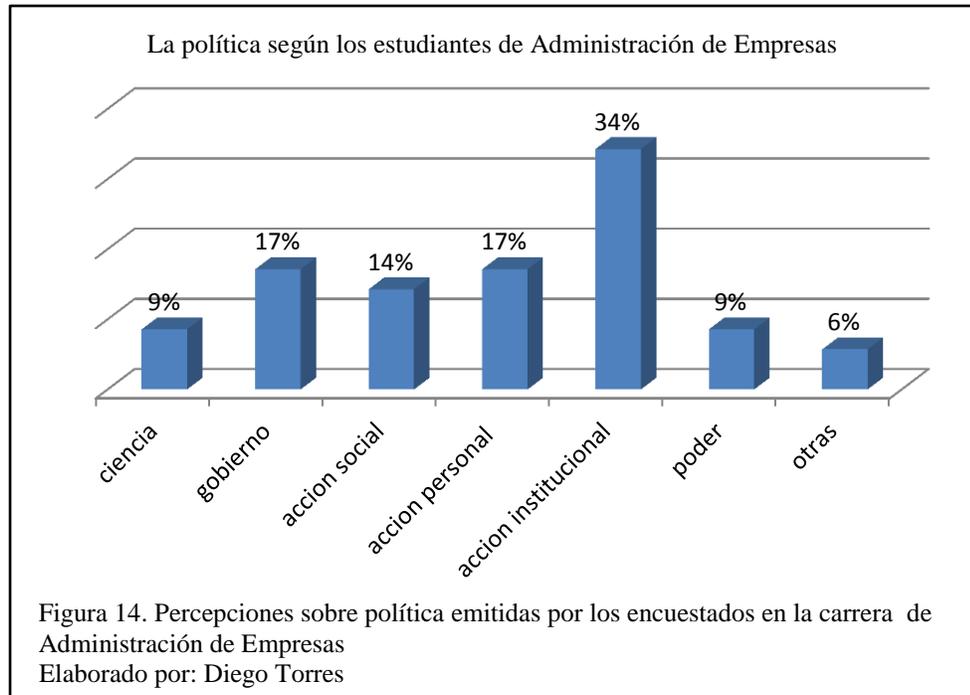
Género

Del total de encuestados, el 57% son mujeres mientras el 43% son hombres.



Percepción de política

La acción institucional fue la más seleccionada como concepto de política por los encuestados en la carrera de Administración de Empresas, esta categoría obtuvo el 34% del total de los encuestados; política como gobierno y como acción personal obtuvo un 17%, la acción social como concepto fue seleccionada por el 14%, mientras la ciencia y el poder fueron seleccionados como definición de política por el 9% del total de encuestados; por último otras opciones de definición de política fueron descritas por el 6%.



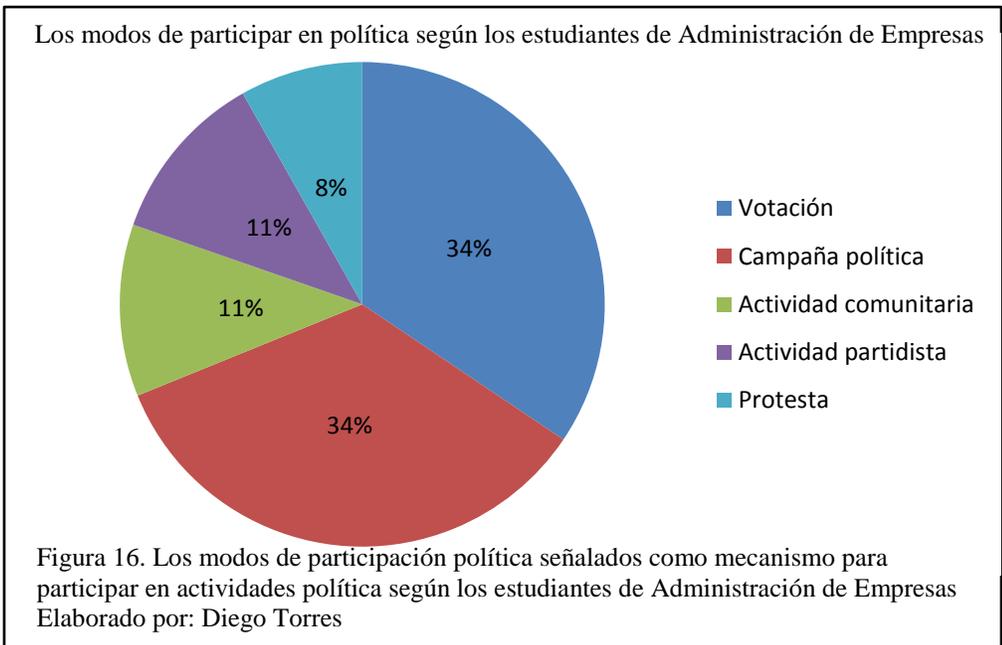
Actores de la política

Los estudiantes de Administración de Empresas mencionaron a los ciudadanos como los actores de la política con un 46%, los políticos fueron indicados como los actores de la política por el 23% de los encuestados; gobernantes fueron seleccionados en un 11%, el Estado obtuvo el 6%; empresarios y personajes públicos fueron mencionados en un 3%, por último, los estudiantes señalaron en un 9% a otros actores de la política en la cual se mencionó a líderes sindicales, religiosos, entre otros.



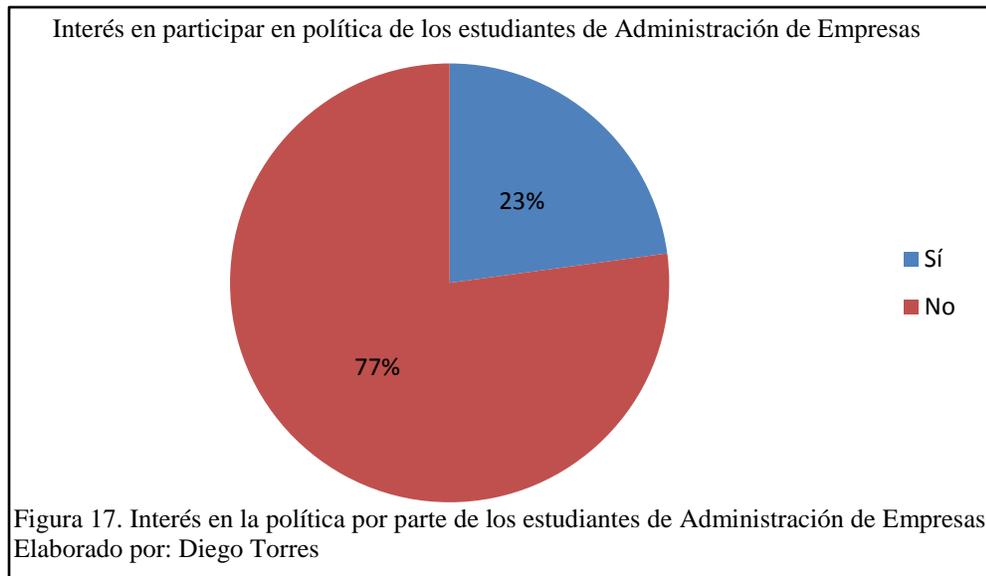
Modos de participación política

Del total de los encuestados, la votación y la campaña política fueron los modos de participación política más seleccionados, ambos obtuvieron un 34% del total; mientras la actividad comunitaria como la actividad partidista obtuvieron un 11% , por último, la protesta fue seleccionado por un 8% de los encuestados.

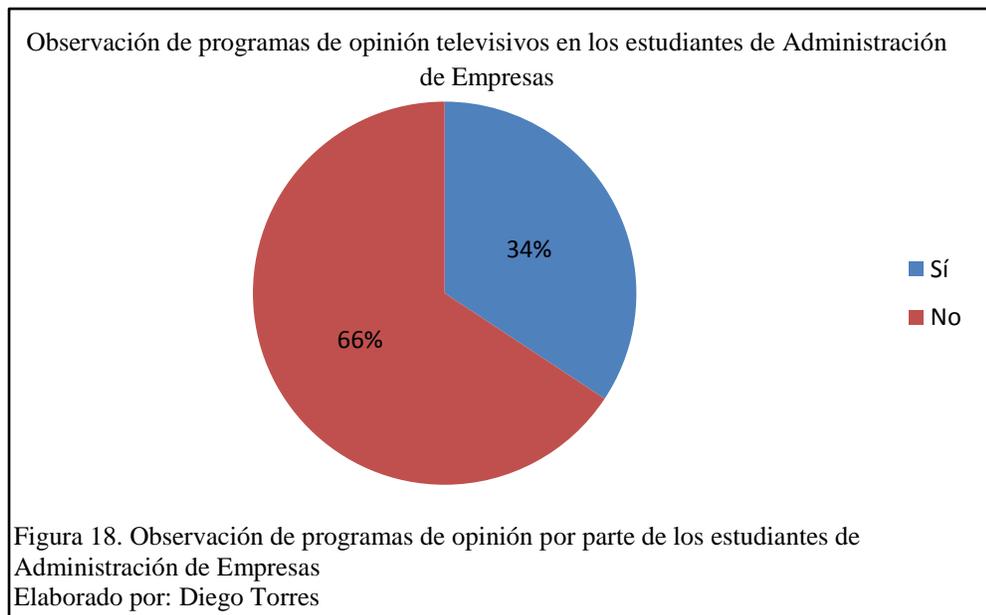


Interés en la política

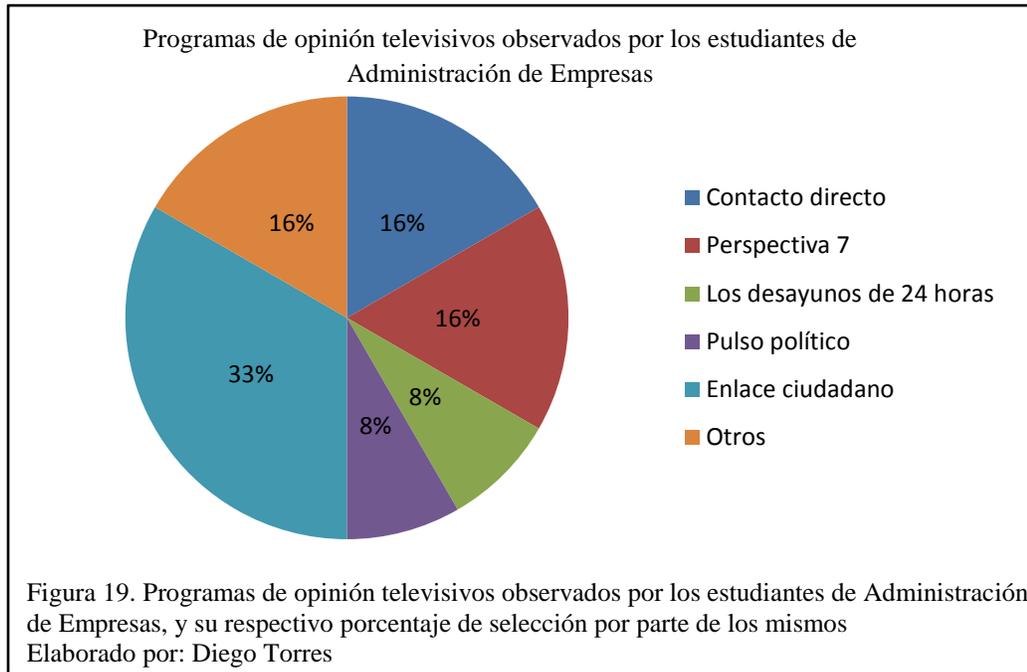
El 77% de los estudiantes de Administración de Empresas señaló no poseer ningún interés en participar en política, por su parte, el restante 23% señaló tener interés en participar en política



Del total de encuestados en la carrera de Administración de Empresas, el 66% señaló no mirar programas de opinión televisivos, mientras que un 34% indicó mirar programas de opinión televisivos.

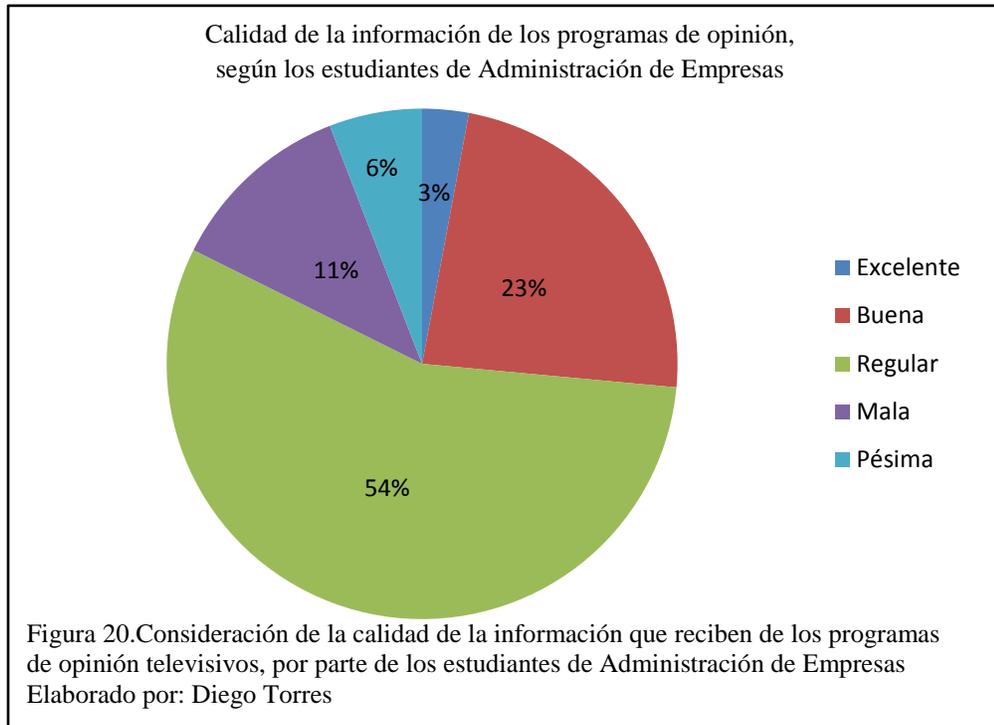


El Enlace ciudadano fue el programa de opinión televisivo más visto por los estudiantes de Administración de Empresas, el 33% de los encuestados mira este programa; los programas Contacto directo y Perspectiva 7 son vistos por el 16% de los encuestados; mientras los programas Los desayunos de 24 Horas y Pulso político fue seleccionado por el 8% de los encuestados.



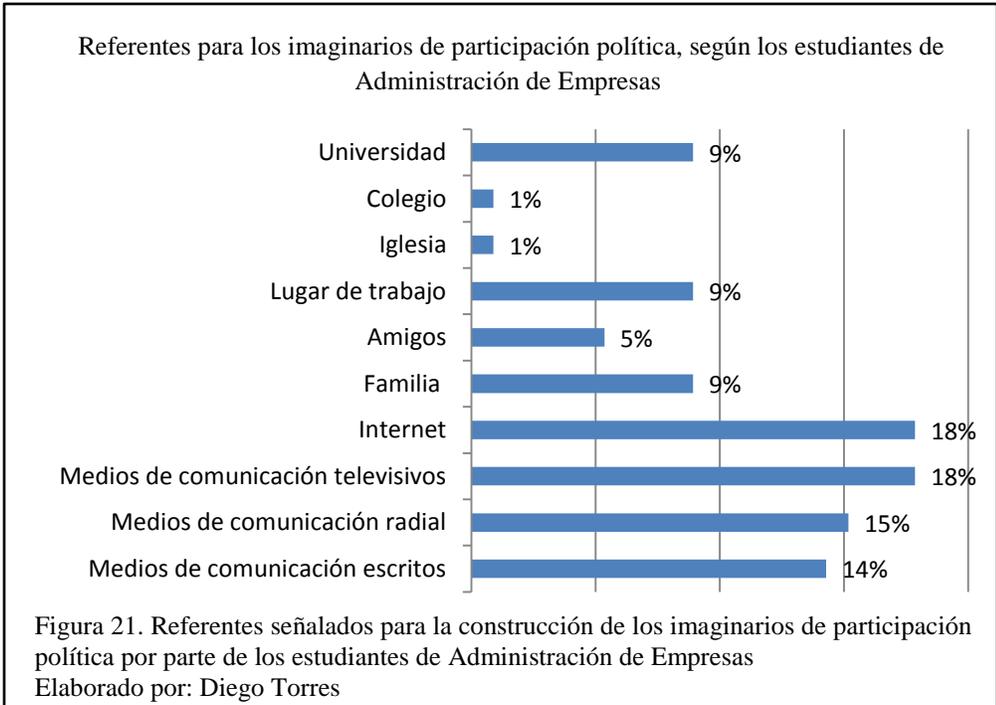
Consideración de la información

Del total de encuestados, el 54% consideró que la información que recibe de los programas de opinión televisivos es buena; el 23% mencionó que la información que recibe es buena, el 11% señaló que la información recibida es mala; mientras el restante 9% lo comparten entre consideraciones de pésima con 6% y excelente con 3%.



Referentes de imaginarios de participación política

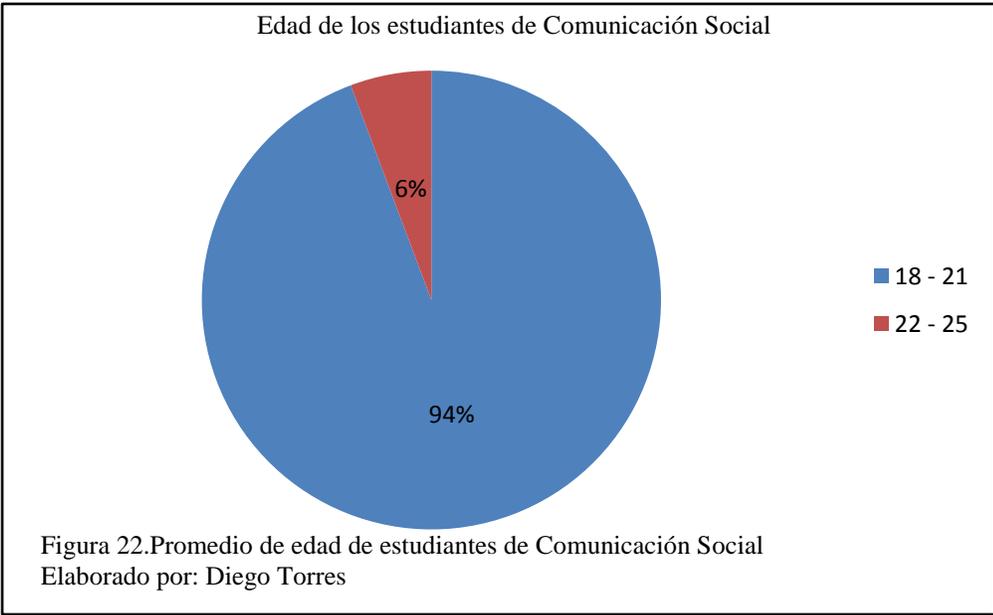
Del total de los encuestados en la carrera de Administración de Empresas, el 18% indicó que la televisión y la internet son los medios que toman de referencia para la construcción de sus imaginarios sobre participación política; el 15% indicó que la radio es el medio por el cual se construyen sus imaginarios, el 14% indicó que la prensa escrita es el medio con el cual se originan los imaginarios; el 9% consideran a la familia, el lugar de trabajo y la universidad, y el 5% mencionó a los amigos como referentes, por último, el 1% indicó al colegio y a la iglesia como sus referentes para sus imaginarios de participación política.



3.2.3 Análisis de encuestas a estudiantes de Comunicación Social

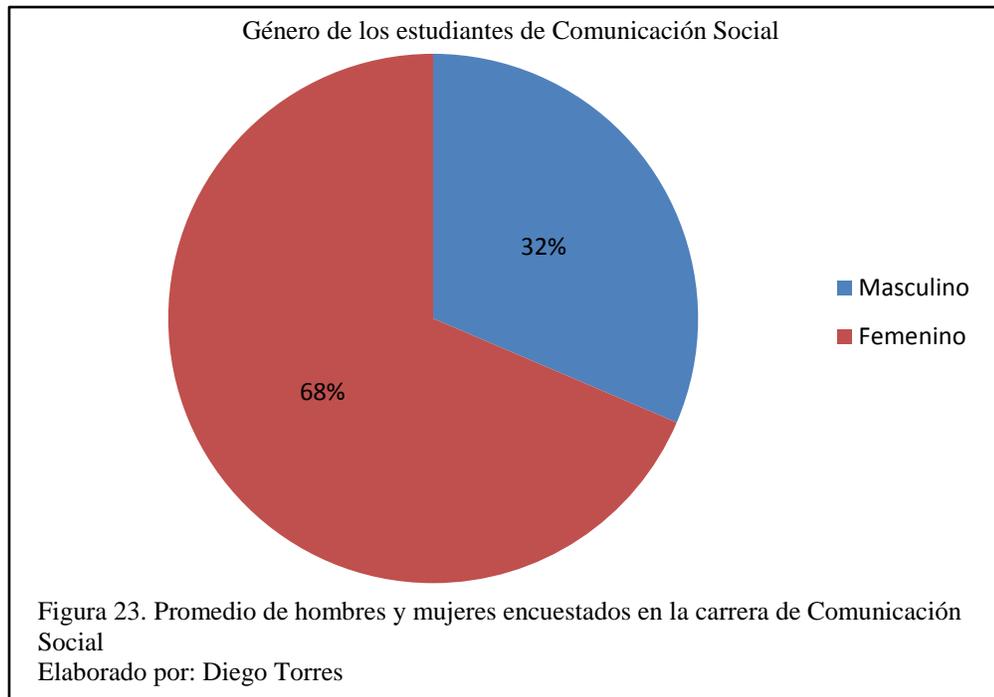
Edad

Del total de encuestados, el 94% tiene una edad promedio de entre 18 a 21 años, mientras el restante 6% tiene una edad promedio de entre 22 a 25 años.



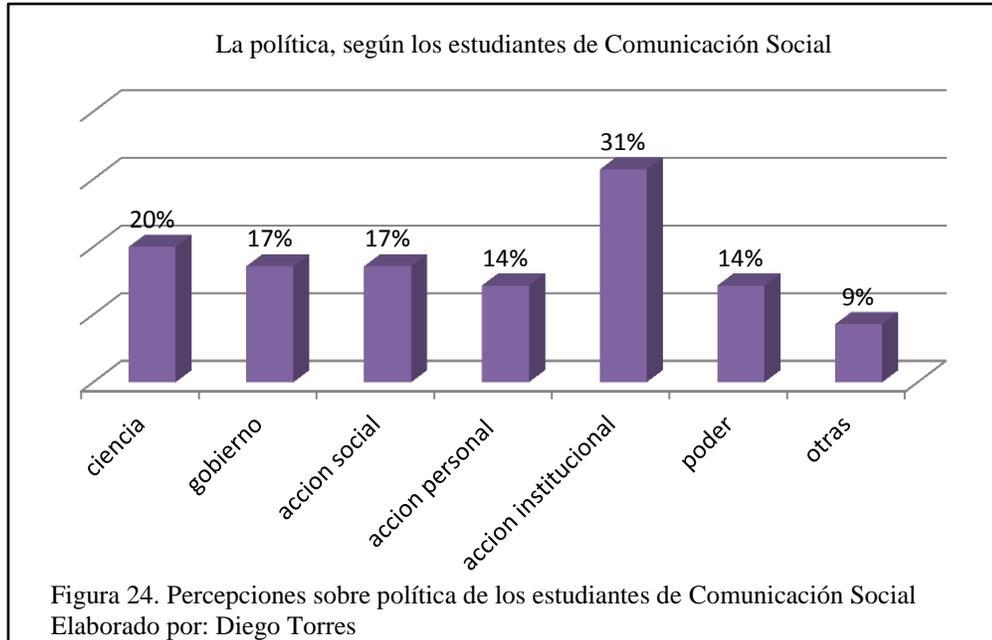
Género

Del total de encuestados, el 68% son mujeres, mientras el 32% son hombres.



Definiciones de política

Para los estudiantes de Comunicación Social, la acción institucional es lo que se describe como política, esta categoría fue señalada por el 31% de los encuestados, el 20% señaló que la política se caracteriza por ser una ciencia, el 17% indica que la política es gobierno y acción social; por ultimo un 14% indica que la política es acción personal y el manejo del poder.



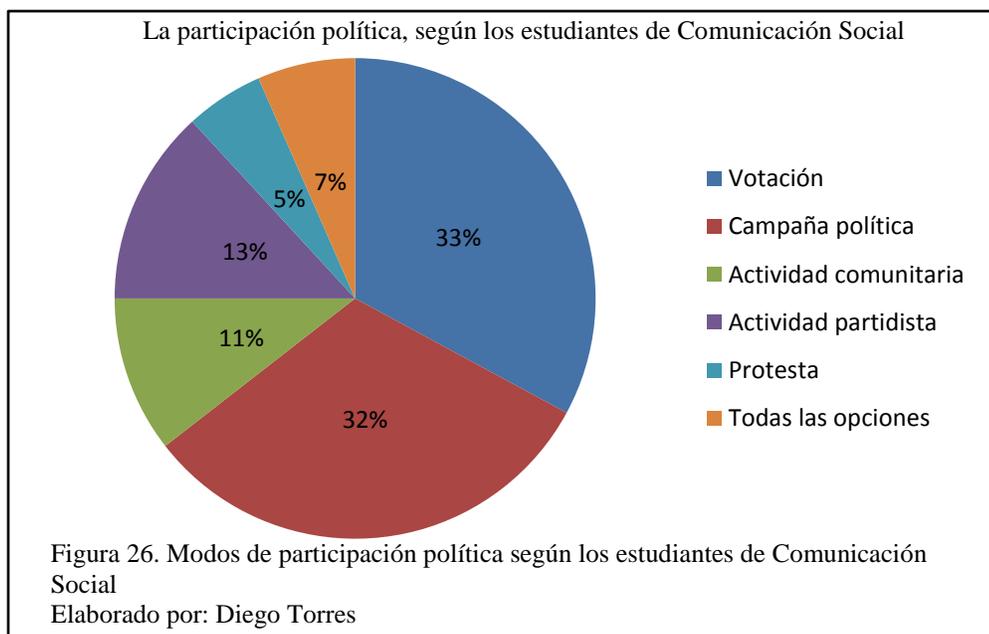
Actores de la política

Los ciudadanos fueron los mencionados como los actores de la política por los estudiantes de Comunicación Social, el 49% de los encuestados indicaron esta categoría son quienes hacen política, el 29% de los encuestados señaló que los políticos son los actores de la política; el 6% indicó los empresarios, el 5% indicó al Estado, y el 3% mencionó a los gobernantes como los actores de la política.



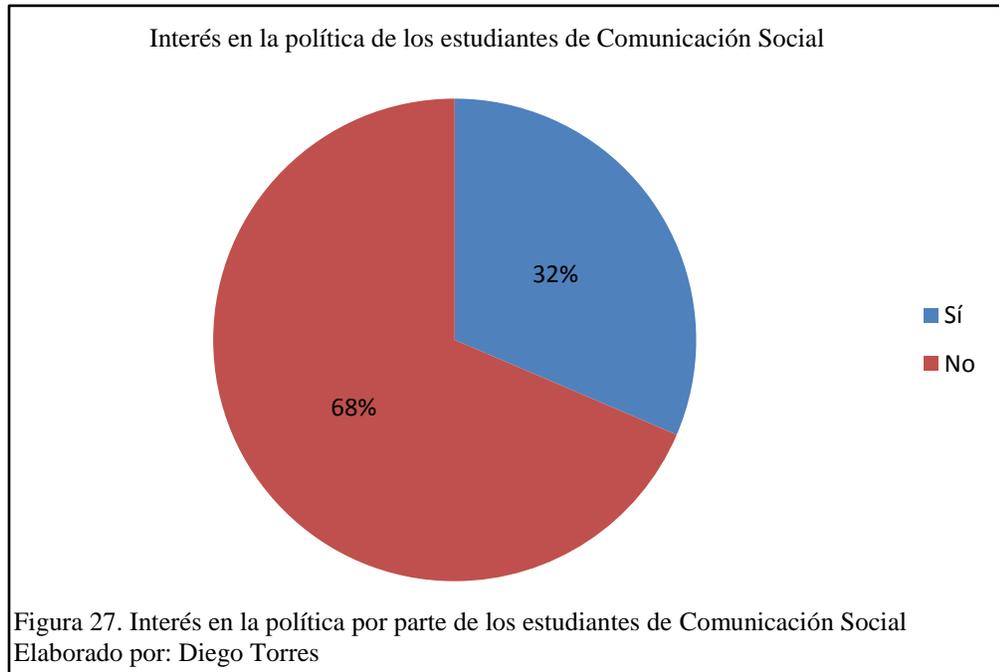
Modos de participación política

La votación fue el modo de participación política más señalado por los estudiantes de comunicación social, el 33% de los estudiantes indico que este modo es el indicado para actuar en política; el 32% indicó que la campaña política es el modo en que se actúa en política, mientras la actividad partidista obtuvo el 13% y la actividad comunitaria obtuvo el 11%; por ultimo 7% de los encuestados señaló que todas las opciones son modos de participación y el 5% indicó a la protesta como forma de participación.

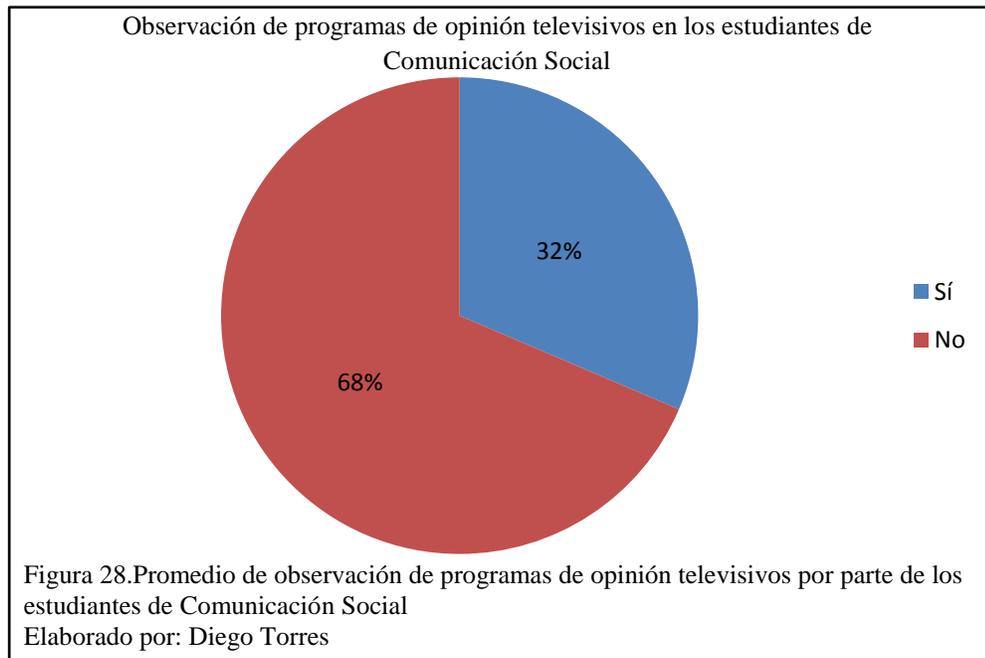


Interés por participar en política

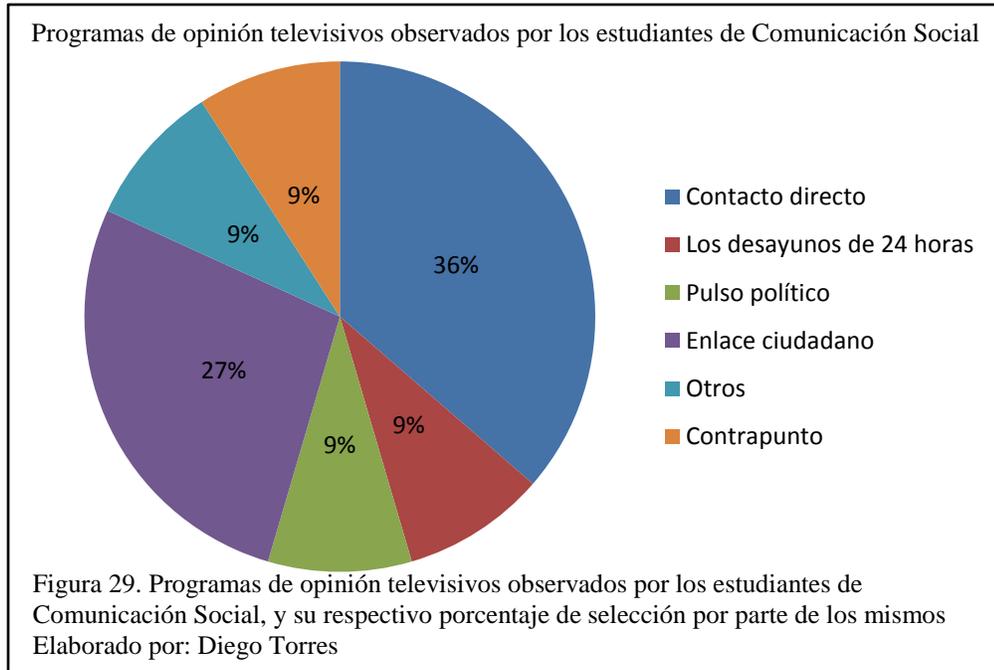
Del total de los encuestados en la carrera de Comunicación Social, el 68% indicó no tener ningún interés de participar en política; mientras el 32% señaló poseer interés de participar en política.



Del total de encuestados en la carrera de Comunicación Social, el 68% señaló no mirar programas de opinión televisivos, mientras que un 32% indicó mirar programas de opinión televisivos.

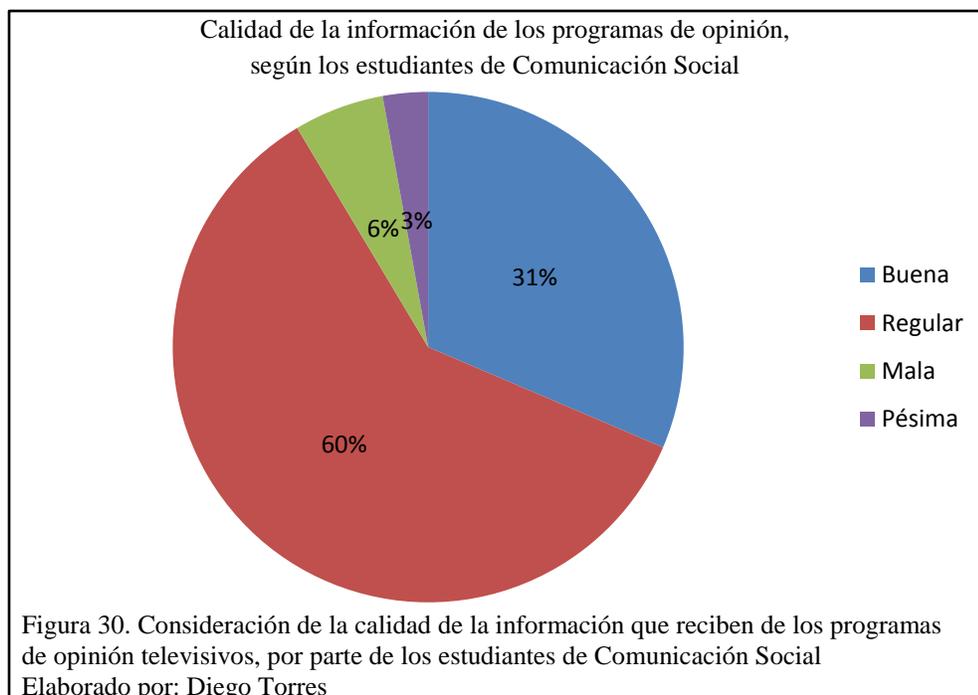


Del total de los encuestados en la carrera de Comunicación Social, el 36% mira el programa Contacto directo de la cadena Ecuavisa; el 27% mira el Enlace ciudadano, mientras el 9% indicó que mira los programas Los desayunos de 24 Horas, Pulso político y Contrapunto.



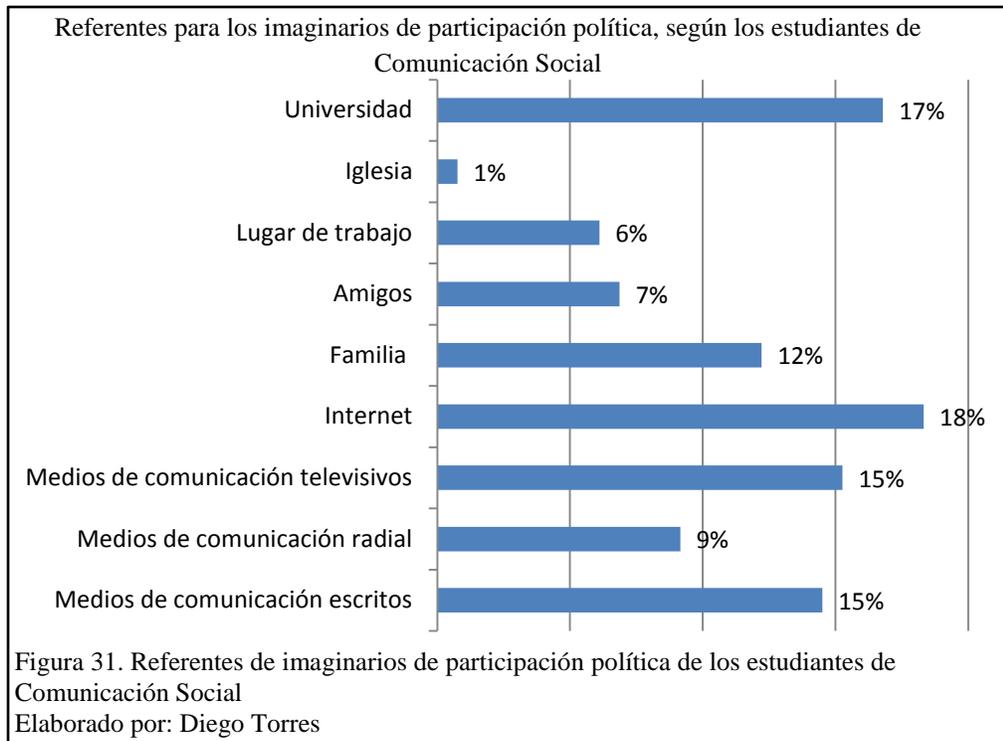
Consideración de la información recibida por los programas de opinión

Según los encuestados de la carrera de Comunicación Social; el 60% considera que la información que recibe de este tipo de programas es regular, el 31% considera que la información es buena; mientras el 9% restante considera que la información es mala (6%) y pésima (3%).



Referentes para imaginarios de participación política

Para los estudiantes de Comunicación Social el principal referente para la construcción de los imaginarios de participación política es el internet, el 18% de los encuestados señalaron que la internet es uno de sus referentes para sus definiciones tanto de política como de participación política; mientras el segundo referente para sus definiciones de política y participación es la universidad, el 13% indicó tanto a la prensa escrita como a la televisión como referentes de sus imaginarios, mientras la radio fue seleccionado por el 9% dentro del conjunto de medios de comunicación tradicionales; por su parte, la familia como uno de los referentes para los imaginarios obtuvo el 12% y el lugar de trabajo obtuvo el 6%; por último, la iglesia fue seleccionada como un referente para los imaginarios de participación política por el 1% de los encuestados.



3.3 Análisis comparativo

Definición de política

La definición que se da a la política por parte de los estudiantes de Administración de Empresas y Comunicación Social, es la de la política como una acción institucional, esto es, la política como las acciones que se realizan en las instituciones del poder público, y principalmente, vinculado a la vigencia de normativa y al cumplimiento de la ley. Un 26% de total de los encuestados indicaron a la acción institucional como la definición de política, esta definición se presenta, de igual manera, como principal en ambas carreras como definición de la política.

La principal diferencia que se presenta en la definición de política es la importancia que se le da a ella, como una ciencia por parte de los estudiantes de Comunicación Social, para ellos, la política se define como una ciencia que estudia principalmente el accionar de las instituciones, para los estudiantes de Comunicación Social la visión de la política

como ciencia cobra mayor relevancia, principalmente por las relaciones que los estudios de comunicación hacen con ciencias que estudian la política, como se mostró en el capítulo 1 que la comunicación está relacionada con ciencias sociales, una de estas, la ciencia política, las relaciones que tienen la ciencia política y la comunicación han establecido campos de estudios estudio para los vínculos entre la comunicación, como la comunicación política que muestra los vínculos de los estudios de la comunicación referentes al ejercicio de la política.

Actores de la política

Los actores de la política para los estudiantes de Administración de Empresas y Comunicación Social son los ciudadanos, esta categoría se entendió a quienes realizan actividades para buscar la resolución de problemas, ambos indican que son ellos quienes realizan la política, al igual que los ciudadanos, ambos coinciden que los actores de la política son los políticos quienes buscan el poder mediante acciones individuales y grupales. Se entendió por políticos a quienes realizan acciones para la búsqueda del poder mediante diferentes acciones tanto individuales o grupales, se concentró en esta categoría a todos los conceptos que apuntaron que la política la realizan representantes de partidos políticos dentro y fuera de las instituciones públicas, candidatos a elecciones, militantes de partidos políticos, entre otros.

Modos de participación política

Los principales modos de participación política son la campaña política y la votación, ambos coinciden en señalar a los dos modos de participación política como los mecanismos en los cuales se realiza participación en política. En Administración de Empresas tanto campaña política como votación tienen un similar porcentaje en su selección, mientras en Comunicación Social, campaña política posee un porcentaje

superior a la votación de apenas 1%, esto muestra que los imaginarios de participación política se mantiene en una visión estructural de la política, relacionada con las elecciones y sus actividades que conlleva como modo de participar en la política, así como de una política relacionada con la administración y consecución del poder, y una falta de una visión anticrítica de la política, con niveles bajos de selección de actividades fuera de los modos electorales, como formas de participación política, modos que se espera encontrar en los rangos de edad en los cuales se realizó la investigación.

Interés en la política

El interés para participar en política es bajo, el 27% señaló tener un interés en participar en política, esto refleja que junto a la visión de la política como acción institucional, junto con los modos de participación como la votación y la campaña política, fortalecen la visión acrítica de la política mostrada anteriormente con la consideración de la política como actividades de las instituciones políticas, así como su acción mediante modos electorales.

Política y medios de comunicación

Los encuestados señalaron en un 67% no mirar ningún programa de opinión televisivo, mientras el restante 33% mencionó mirar programas de opinión, esto indica que estos programas son un bajo referente de imaginarios de participación política para los encuestados. La información que surge desde los programas de opinión configuran uno de los tres escenarios de la comunicación política en las relaciones entre los medios de comunicación y los ciudadanos, esta es la de la información, está junto a la información partidista y la propaganda configura las relaciones que los medios y el ciudadano poseen en el caso de la información y la opinión. Los programas que mayor audiencia registran en ambas carreras son Contacto directo de la cadena Ecuavisa y el Enlace ciudadano

realizado por el presidente de la república Rafael Correa y transmitido por una serie de cadenas televisivas encabezadas por el Ecuador TV.

Por último, los encuestados consideran que la información que ofrecen los programas de opinión televisivos es considerada regular y buena, esto muestra que la información tiene una consideración alta en sus contenidos, esto hace que los niveles bajos de observación de los programas se dan en otros aspectos fuera de la calidad de la información que se distribuye en estos programas.

Modos de participación promovidos por los medios

Los modos de participación política que los medios promueven son la campaña política, como el principal modo de participar en política; y la actividad comunitaria y la protesta, como modos secundarios, en el caso de Administración de Empresas varía el segundo modo de participación política promovida por los programas de opinión, para este grupo la protesta como forma de participación política es promovida por los programas de opinión televisivos y la actividad comunitaria es tercera, mientras en Comunicación Social la votación es el segundo modo más referido de participación política mientras la protesta y la actividad comunitaria son elegidos tercero con el mismo porcentaje (14%), esto muestra que para los encuestados, los medios de comunicación inciden a una participación política mediante la campaña política, y promueven otros modos de participación política fuera del electoral como la actividad comunitaria y la protesta.

Referentes de imaginarios de participación política

El internet constituye el primer referente de imaginarios de participación política para los estudiantes de Comunicación Social y Administración de Empresas, este referente fue seleccionado por el 18% de los encuestados, el 16% seleccionó a la televisión, el 15

a la prensa, y el 11% familia radio y universidad. En Administración de Empresas los referentes principales son la televisión y el internet, seguidos por la radio y la prensa escrita, mientras en Comunicación Social el principal referente es internet, seguido por la universidad, la televisión y la prensa escrita.

Estos referentes muestran que internet ha logrado posicionarse como referente de información sobre política, es así que la mayoría de los encuestados encuentran en internet la información que consideran necesaria para dibujar sus imaginarios sobre la política, y de la participación política, en tanto, medios tradicionales de comunicación poseen una alta trascendencia , tanto prensa, radio y televisión son seleccionados por los encuestados como referentes de imaginarios, incluso, en el caso de los encuestados en la carrera de Administración de Empresas, tanto internet como la televisión poseen un peso similar como referentes para la construcción de imaginarios.

Una principal diferencia que surge en los referentes se da en el peso de la universidad, esta es más notoria en la carrera de Comunicación Social, en la cual se ubica como segundo referente detrás del internet, esto se puede comprender por el campo de estudio de la comunicación que se expresa en la comunicación en diferentes actividades sociales, una de ellas la política, así como su relación con ciencias sociales que estudian el fenómeno político como la sociología y la ciencia política.

CONCLUSIONES

De la investigación realizada se concluyó lo siguiente:

Política como acción institucional: la política es entendida por los estudiantes de Comunicación Social y Administración de Empresas como una acción de tipo institucional, esto significa, que la política son las acciones relacionadas con las instituciones públicas, y con el cumplimiento, elaboración y discusiones de la ley, esto con el fin de lograr una convivencia y orden social.

Este tipo de imaginario de política se relaciona con el accionar de instituciones públicas como Asamblea Nacional, Ministerios, Secretarías de Estado entre otras, estas también se relacionan con el segundo referente de definición de la política seleccionado por los estudiantes que fue el Gobierno. Como gobierno se definió a las acciones que realiza principalmente la Presidencia de la República.

Los actores de la política son los ciudadanos, ambos coincidieron en señalar que los sujetos en general son quienes ejecutan la política, a su vez, los políticos son también considerados como uno de los actores destacados de la política, estos actúan principalmente a través de los partidos políticos.

La participación política se realiza a través de tres modos de participación política, estos son la votación, la campaña política, y la actividad partidista, dichos modos fueron los más seleccionados por los estudiantes como las formas en que se participa en política, que implica todas las acciones referentes a elecciones de dignidades locales y nacionales, así como a consultas sobre temas diversos, y a través de las campañas políticas por las cuales se da la persuasión de los ciudadanos por una de las opciones que

se ponen en juego en elecciones. Esto ratifica una ausencia de una postura crítica de la política, y sienta una base de una política estructural entendida por los encuestados como las acciones de las instituciones estatales, y de su participación a través de voto en el sistema democrático, y de la adhesión a una postura que se presentan mediante las campañas políticas.

La votación es el modo de participación política más seleccionado como forma de participación política, este modo se hace presente en la mayoría de las selecciones realizadas por los estudiantes, incluso es mayormente seleccionado como el único modo de participación política que conciben los encuestados, de igual manera, la campaña política tiene una alta presencia en las selecciones como modo de participación política, esta al igual que la votación se encuentra presente en todas las selecciones de los estudiantes, y es elegido por un 33% como único modo de participación política.

En menor medida, la protesta fue el modo de participación política menos seleccionado como accionar, este modo fue mínimamente seleccionado como único modo de participación. Esto refuerza una postura de los encuestados atípica a modos de participación política fuera de lo electoral, se mira que los canales electorales que han marcado la coyuntura nacional en varias elecciones tanto de dignidades como consultas populares han marcado el modo de participación política que se expresa en lo referente a las elecciones, el voto, las campañas electorales a favor de un candidato o postura política, así como en las actividades partidistas, a su vez, las reacciones del gobierno ante movilizaciones sociales marcan un referente dentro de la percepción que los ciudadanos realizan sobre esta actividad, tanto a favor o en contra, se manifiesta un poco interés de acudir a la protesta como una forma de manifestar una posición política.

A pesar de señalar que la política es realizada por los ciudadanos, más de la mitad de ellos no participarían en actividades políticas.

Los referentes para los imaginarios de política lo constituye la prensa escrita, la televisión y el internet, que aparecen con más frecuencia dentro de los elementos de base de los imaginarios de participación política de los encuestados, cabe destacar entre los referentes a la universidad, este referente se destaca principalmente por ser seleccionado como único referente de imaginarios, como se indicó anteriormente, con más relevancia dentro de la carrera de Comunicación Social que en Administración de Empresas.

La consideración de la calidad de la información recibida desde los programas de opinión televisivos es considerada por los estudiantes de Comunicación Social y Administración de Empresas como regular y buena.

En síntesis, la visión de los estudiantes tanto de Comunicación Social como de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana identifica a la política y las formas de participación política con las perspectiva de una democracia de tipo procedimental, lo que implica entender a la misma desde las acciones formales del régimen político que concuerda con la visión política de la sociedad ecuatoriana en general.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda utilizar la clasificación realizada en esta investigación para la descripción de los imaginarios, puesto que en la literatura disponible se señalan los imaginarios pero no se da una descripción ni categorías que puedan describir los imaginarios.
- Para una comprensión más profunda de los imaginarios, sería procedente ampliar y profundizar la investigación de los elementos que constituyen dichos imaginarios, en esta investigación se realizó un estudio preliminar que permitió comprender describir los imaginarios de participación política, pero no se buscó en esta investigación hacer una comprensión y explicación a profundidad de los elementos que los constituyen.
- En base a los resultados, sería de interés realizar una investigación que contemple la importancia del internet en la construcción de imaginarios.

LISTA DE REFERENCIAS

- Aguirre, G., & Navarro, R. (2013). *Territorios de la educación, mediación y aprendizaje en ambientes de innovación*. Recuperado el 15 de 09 de 2014, de <https://books.google.com.ec/books?id=AzO8BQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Alcayaga, L. (s.f.). *La política de Aristóteles, El hombre, un animal social*. Recuperado el 18 de 06 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/50979518/Ensayo-la-Politica-Aristoteles>
- Alfaro, R. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima: Abraxas.
- Beltrán, L. R. (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo*. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de http://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf
- Beltrán, L. R. (s.f.). *Adiós a Aristóteles: La comunicación vertical*. Recuperado el 10 de 06 de 2014, de <http://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>
- Borja, R. (2014). *Enciclopedia de la política*. Recuperado el 03 de 09 de 2014, de <http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=p&idind=1196&termino=>
- Bravo, R. (2011). *La comunicación para el desarrollo en las políticas públicas*. Quito.
- Cabrera, J. G. (09 de 2010). *Visión de la política de Hannah Arent*. Recuperado el 03 de 09 de 2014, de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-62682010000200006&script=sci_arttext
- Canel, M. J. (s.f.). *Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/108647768/Comunicacion-Politica-Maria-Jose-Canel>

- Castillo, D. P. (s.f.). *Notas introductorias al análisis de comunicación*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/85531593/Notas-Introductorias-Al-Analisis-Del-Proceso-de-Comunicacion-1>
- Cegarra, J. (2012). *Fundamentos Teóricos Epistemológicos de los Imaginarios Sociales*. Recuperado el 03 de 09 de 2014, de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/43/cegarra.html>
- De Fleur, M. (1989). *Teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- De Moragas, M. (1989). *Sociología de la comunicación de masas*. (M. De Moragas, Ed.) Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Díaz de Rada, V. (2001). *Diseño e investigación de cuestionarios para la investigación comercial*. Recuperado el 13 de 09 de 2014, de <https://books.google.com.ec/books?id=kER9q4koSnYC&pg=PA30&dq=D%C3%ADaz+de+Rada&hl=es&sa=X&ei=q43GVJDMHMuegwTTu4LQCQ&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=D%C3%ADaz%20de%20Rada&f=false>
- Fernández, L. (1999). *Algunas aproximaciones a la participación política*. Recuperado el 03 de 09 de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/110/11010112.pdf>
- Franzé, J. (2004). *¿Qué es la política?, tres respuestas: Aristóteles, Weber y Schmitt*. Recuperado el 2014, de <http://books.google.com.ec/books?id=Jkr13PiQZz0C&printsec=frontcover&dq=franze&hl=es&sa=X&ei=4VMRVIrIMfPjsAS-zYDIDQ&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=franze&f=false>
- Gamero, M. (2007). *La contemplación del mundo en la sociedad contemporánea en base a la construcción de imaginarios sociales*. Recuperado el 03 de 09 de 2014, de <http://www.um.es/tonosdigital/znum14/secciones/tritonos-1-imaginarios.htm>
- Lander, E. (1995). Las transformaciones posmodernas de la política. *Las transformaciones posmodernas de la política*, (pág. 10). México.

- Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México D.F.: Pearson Educación de México.
- Madrid, D. (2010). *Epistemología de la comunicación*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Maigret, É. (2005). *Sociología de la comunicación y los medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Marcos, D. (04 de 2004). *Acerca de los conceptos de política y soberanía en Carl Schmitt y Thomas Hobbes*. Recuperado el 02 de 09 de 2014, de <http://revistas.ucm.es/index.php/FOIN/article/download/FOIN0404110045A/8085>
- Marcuse, H. (1987). *El hombre unidimensional*. Barcelona: Ariel S.A.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1995). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Mazzoneli, G. (2010). *La comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Mires, F. (2004). *Introducción a la política*. Santiago de Chile: LOM.
- Pasquino, G. (2011). *Nuevo curso de ciencia política*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Pérez, C., & Molina, J. (2012). *Participación política*. Recuperado el 03 de 09 de 2014, de http://www.iidh.ed.cr/comunidades/redelectoral/docs/red_diccionario/participacion%20politica.htm
- Sartori, G. (1992). *La política: lógica y método en las ciencias sociales*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Sibaja, G. (2009). *Imaginario político de los jóvenes costarricenses: una exploración de sus miedos y deseos*. San José, Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Sorano, M. (2010). *Política y ciencia política*. Madrid: Mc Graw Hill/Interamericana de España.

Tapia, L. O. (03 de 09 de 2010). *Max Weber, la política y los políticos, una ruptura desde la periferia*. Recuperado el 2014, de <http://books.google.com.ec/books?id=DArEGdrSdysC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Taylor, C. (2006). *Imaginarios sociales modernos*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.

Valles, J. (2010). *Ciencia política*. Barcelona: Ariel.