

La representación del político salvadoreño en las caricaturas de Carlos Ruiz (RUZ) y Ricardo Clement (Alecus)

Autoras:

Jéssica Medrano

Ivonne Oriette Vásquez

Margarita Salguero¹

RESUMEN

No está de más señalar que en El Salvador las caricaturas publicadas en los dos rotativos más fuertes del país-La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy- han contribuido a formar un concepto de realidad en la población salvadoreña que las consume a diario o periódicamente. En primer lugar, porque a través de su sarcasmo crítico ha abordado temáticas de la política nacional que nadie más se ha atrevido a cuestionar. Y, en segundo, porque se han convertido en una opción diferente de la fría nota periodística, donde muchas veces no se tratan a fondo los temas de interés público, y que marcan la cotidianidad de las masas. Por lo cual, la investigación busca analizar de manera concienzuda cómo las caricaturas de Carlos Ruiz (RUZ) y Ricardo Clement (ALECUS) permiten a los lectores de La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy elaborar para sí la identidad del político salvadoreño. Debido a ello, se identificaran las metáforas mediáticas que predominan en cada una de ellas. Así como, la relación entre los políticos y la ciudadanía en general.

PALABRAS CLAVE: Caricaturas, representación social, mediática y mediatizada, metáfora, medios de comunicación, identidad, discurso mediático y político.

¹ El presente documento surge como resultado del proceso de investigación llevado a cabo en la materia Seminario de Periodismo de ciclo 01 de 2008. La investigación fue llevada a cabo por estudiantes egresadas de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas como parte de los requisitos a cumplir para obtener su grado de licenciatura.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En El Salvador las caricaturas han adquirido gran relevancia a nivel nacional, pues se han convertido en un elemento que permite abordar las temáticas de interés político, económico o social que afectan al país desde una perspectiva más crítica y humorística, a través de dos elementos esenciales como: la imagen y el lenguaje metafórico.

Cabe señalar, que en nuestra investigación nos centraremos en el análisis de las caricaturas de RUZ y ALECUS, cuyo contenido nos permitan estudiar la identidad del político salvadoreño que El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica construyen de manera cotidiana para las masas. En especial, en un ambiente electoral como el que estamos viviendo en la actualidad de cara a las elecciones presidenciales 2009, en las que a diario se representan como héroes o villanos figuras públicas como Rodrigo Ávila y Mauricio Funes o partidos políticos como ARENA y el FMLN a fin de orientar la opinión pública.

Para ello, evaluaremos la imagen como elemento discursivo que *“antecede a la representación social, entendida en este contexto como un sistema cognoscitivo con una lógica y un lenguaje propio”* (Moscovic, citado por Tablante 2005, p.136) y el lenguaje metafórico a través del cual ambos rotativos transmiten a los salvadoreños determinado mensaje, ideología o idea, en ocasiones, ligado a la línea editorial del medio en el que se publican.

Asimismo, cada uno de estos elementos nos permitirá identificar los personajes principales a través de los que se construye el cuento de la política salvadoreña, por el cual los diferentes sectores sociales del país adoptan como verdadero o falso.

JUSTIFICACIÓN

Para Ildemaro Torres, la caricatura “*más que una representación grotesca o deformación, la caricatura es interpretación y en algunos casos proposición, referida no solamente a personas o cosas, sino también a hechos, lugares, instituciones, situaciones, etc.*”. Debido a lo cual, han jugado a lo largo de la historia un papel determinante en la construcción del concepto de realidad social que hacen todos aquellos que las consumen, y definen a partir de ellas las problemáticas de carácter nacional que les afectan.

Por lo mismo, el objetivo de esta investigación se centrará en analizar de qué forma las caricaturas elaboradas por RUZ y ALECUS acerca acontecer político nacional, de cara a las elecciones presidenciales 2009, contribuye a la construcción de la identidad total o parcial del político salvadoreño por parte de las masas. Dado que, para muchos de los lectores las imágenes que aparecen en ellas se convierten en “*las apariencias de los objetos presentes en el mundo real y nuestros puntos para referirnos a ellos*” (Leopoldo Tablante, 2005).

Debido a eso, identificaremos aquellas características recurrentes que son atribuidas a los políticos. Y, señalaremos bajo qué contexto específico fueron otorgados y si contribuyen, o no, a reforzar una imagen específica ante la opinión pública. Pues es sabido que, las visiones del mundo generadas a través de los medios de comunicación “*aunque estén basadas en hechos veraces siempre se construyen desde cierta orientación ideológica*” (Gladis Nieto, 2006)

De igual forma, el presente estudio también nos ayudará a conocer el cuento de la política salvadoreña que manejan La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, los dos periódicos de mayor circulación a nivel nacional. Para luego, determinar bajo que parámetros los caricaturistas le otorgan a determinados personajes públicos el rol de héroes o villanos ante determinada situación o temática de interés público.

Para lo cual, señalaremos en las caricaturas del primer trimestre de 2008 las metáforas mediáticas que predominan en las caricaturas de ALECUS y RUZ a la hora de abordar temas políticos de interés nacional a fin de reconocer la relación que en ellas se hace de los políticos y la ciudadanía.

Lo anterior, permitirá establecer las posibles consecuencias que dichas representaciones pueden generar en la opinión pública. Asimismo, esta investigación propondrá nuevas formas de leer las parodias de ALECUS y RUZ gracias a su enfoque didáctico. Ya que, se busca llenar los vacíos percibidos por los lectores de ambos rotativos,

para quienes las caricaturas se convierten en una alternativa de información frente a los datos fríos proporcionados por las notas periodísticas.

Sin embargo, es necesario recalcar que este trabajo no busca plantear nuevas teorías o conceptos, sino más bien explorar como las ya existentes se aplican en el análisis de dicho caso específico, lo cual podría servir de insumo para futuros estudios en la materia.

FUNDAMENTO TEÓRICO

Desde que Yellow Kid vio la luz por primera vez aquel 17 de febrero de 1895 en las páginas de New York World de Joseph Pulitzer (Wikipedia, 2008), la caricatura se ha convertido en un espacio infaltable en los rotativos a nivel mundial, pues dicho medio de comunicación muestra una representación de las realidades de una forma que, si bien no deja de ser cómica, invita a reflexionar al lector.

En El Salvador las caricaturas de Carlos Ruiz (Ruz) y Ricardo Clement (Alecus) acompañan a diario a las notas de opinión en los dos principales periódicos, El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica. Y mientras los editorialistas, párrafo a párrafo, defienden o condenan los temas de la coyuntura nacional, estos dos caricaturistas vierten su opinión con trazos no tan finos y nubes de diálogos que entre sonrisa o carcajada el lector encuentra ideologías, cuestionamientos, representaciones mediáticas, identidades y metáforas que le permiten reconstruir cognitivamente imágenes de las situaciones que son caricaturizadas.

Para efectos de este estudio, se decidió analizar la identidad que este tipo de caricaturas construyen de los políticos salvadoreños. Sin embargo se cree conveniente definir previamente algunos conceptos que servirán como eje central para el análisis dichas caricaturas.

Según Enrique Peláez Malagón, *“La caricatura ha sido desde el comienzo de la historia un tipo de representación exagerada de unos personajes o de unos hechos con el fin de poder transmitir un mensaje, una idea, la mayoría de veces sarcástica sobre una cuestión determinada”* (Revista electrónica CLÍO, 2008).

En la actualidad, los medios de comunicación-y las caricaturas como parte de ellos- se han convertido en una de las principales fuentes de producción de discurso. Sin embargo, hay que recordar que en dichos discursos mediáticos, si bien están basados en hechos reales, los periodistas se ven influenciados por ideologías entre otros elementos que les permiten, como afirma Natividad Abril Vargas, clasificar los hechos y opiniones según ciertos criterios intersubjetivos. De esta manera, el periodismo *“al clasificar la realidad de modo interpretativo crea como se ha dicho, una nueva realidad”* (Abril Vargas, Natividad, 1999).

Así pues, de acuerdo a Stuart Hall, los medios de comunicación no sólo suministran la información a partir de la cual determinados grupos sociales erigen una *“imagen”* de las vidas, significados, prácticas y valores de otros grupos, sino que incorporan tales imágenes, representaciones e ideas como si se tratara de la exhibición coherente de la totalidad de la realidad (Stuart Hall, 1992).

Asimismo, las representaciones que elaboran los medios de comunicación se refiere a un proceso en el cual, según Gladys Nieto, “los medios, seleccionan aspectos de la realidad de un grupo, una entidad, un sujeto o una situación que serán visualizados y otros aspectos que serán omitidos, componiendo a partir de elementos fragmentarios y dispersos una imagen que se muestra en un carácter totalizador y lógico” (2006). Lo anterior nos lleva a otro concepto que es de suma importancia para nuestra investigación, la representación social.

Las representaciones sociales son, según Leopoldo Tablante, (2005), “una serie de contenidos simbólicos investidos de cierto grado de racionalidad”. “Ellas”, continua Tablante, “nos dan idea de nuestro mundo y se imbrican de tal manera en nuestra conciencia y en nuestro discurso que llegan a confundirse con un modo de pensamiento más elevado, de tipo analítico o científico”, (p.135).

Tablante en su artículo presenta además la diferenciación entre una representación social y una representación mediática definiendo esta última como la que “designa la manera en que los medios de comunicación social transmiten ciertos contenidos de interés colectivo, contenidos que se incorporan ulteriormente al discurso social y a la memoria de los individuos” (p.148). Son esos aspectos los que nos interesa analizar en este trabajo y cómo dichos aspectos están construyendo la identidad del político salvadoreño.

Ahora bien, es necesario definir, para efectos de este estudio, lo que es Identidad mediática e identificaciones mediatizadas. La identidad mediática es entendida por Víctor Sampedro Blanco (2004) como “las formas de representación pública presentes en el contenido y los mensajes de los medios de comunicación. Se las detecta con metodologías que analizan el contenido y el discurso de los mensajes dominantes de la esfera pública”, (p.137). Mientras para él, las identificaciones mediatizadas “pertenecen al orden de consumo, la recepción y la reprobación de las marcas mediáticas de identidad. Se refiere a la recontextualización que los diferentes segmentos del público realizan de las identidades mediáticas”, (Ibid).

Todo lo anterior se construye a través del lenguaje, y es por ello que las figuras retóricas como la metáfora y la metonimia utilizadas en los discursos mediáticos juegan un papel fundamental. Pues hay que recordar que como afirma José M. González García (1998), “El lenguaje, el pensamiento y acción se basan en la capacidad humana de metaforizar” (p.12).

En este sentido, la concepción aristotélica de la metáfora es la que, a nuestra forma de ver, engloba la esencia de dicho concepto y que por lo tanto, a pesar de los siglos,

continúa teniendo vigencia. Así pues, en este estudio entenderemos a la metáfora como “aplicar a una cosa una palabra que es propia de otra” (Aristóteles, poética 21), o en palabras simples, dar a una cosa el nombre de otra.

Del mismo modo hay que señalar que, tal como afirma Vasilachis De Gialdino (2003), es necesario tener claro que la comunicación metafórica supone un “conocimiento común” de los participantes en la comunicación acerca de las expectativas recíprocas sobre las asociaciones estereotipadas que deben ser compartidas para producir la respuesta esperada en el lector o en el oyente.

De esta forma, es necesario aclarar, que no se pretende en este estudio exploratorio analizar las funciones ornamentales o evocativas que se le suelen dar a la metáfora, sino más bien, estudiar cómo estas son utilizadas por Ruz y Alecus y cómo podría influir en la concepción del político salvadoreño que maneja la ciudadanía.

Por otra parte, si bien es cierto en la actualidad el definir política o político se puede ver cargado de prejuicios alimentados por la historia, los medios de comunicación y nuestras experiencias con lo llamado “el quehacer político” de nuestras sociedades, es necesario para este estudio contar con una definición general de ambos términos.

Así pues, entenderemos “política” como su concepción clásica, es decir, “el ejercicio del poder” donde se concibe a este como “el proceso y actividad orientada, ideológicamente, a la toma de decisiones de un grupo para la consecución de unos objetivos” (Wikipedia, 2008). Asimismo, el término política es asociado a lo moral que implica una labor de servicio hacia los demás, hacia el pueblo.

A partir de lo anterior, definiremos “político” como el individuo que se dedica a actividades políticas; es decir con todo lo que representa el logro, el mantenimiento y la gestión del poder en instituciones o ámbitos públicos (Ibid), sean estos designados o electos para el cargo.

Cabe señalar que en este estudio se buscará identificar cómo las representaciones que hacen dichos caricaturistas pueden influir en la opinión pública, por lo que se tomará como referencia las tres dimensiones propuestas por Tablante: actitud, información y el campo de la representación o imagen. Donde la actitud se refiere a la orientación positiva o negativa de un actor u objeto dado; la información es la orientación de los conocimientos que maneja un grupo con respecto a ese objeto, y, finalmente, el campo de representación será entendido como el modelo social, contenido concreto del que derivan proposiciones sobre aspectos precisos del objeto (2005, p. 141).

Todo lo anterior permitirá elaborar un análisis de la muestra en base a las teorías fundamentadas por varios teóricos y estudiosos de la comunicación a lo largo de la historia, por lo que esperamos que este estudio pueda servir de insumo para futuras investigaciones.

Objetivo general:

Analizar el discurso mediático que manejan las caricaturas de RUZ y Alecus a fin de determinar la identidad que presentan del político salvadoreño.

Objetivos específicos:

- Identificar las metáforas mediáticas más predominantes a las que recurren estos caricaturistas.
- Identificar las formas en que los políticos son categorizados, las acciones y actitudes que se les atribuye en las caricaturas de Ruz y Alecus.
- Analizar la relación entre los políticos y la ciudadanía que presentan las caricaturas de acuerdo a la representación mediática que se hace del político.
- Identificar las posibles implicaciones que estas representaciones traerían en la formación de la opinión pública.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para el análisis de esta investigación se tomaron en cuenta 52 caricaturas referidas a políticos salvadoreños, de las cuales 26 fueron elaboradas por RUZ y la otra mitad por Alecus, dichas caricaturas fueron publicadas en El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica respectivamente entre los meses de enero y abril del presente año.

En dichas ilustraciones se identificaron las metáforas o diálogos que hacían referencia a la construcción de la identidad del político salvadoreño.

El método para esta investigación es la *perspectiva del análisis crítico del discurso*, según el cual “las diferentes formas de representar la acción social codifican distintas representaciones ‘de’ y diferentes actitudes ‘hacia’ la acción social representada” (Van Leeuwen, 1995, citado en Vasilachis de Gialdino, 1992).

Asimismo “da cuenta de las relaciones entre las estructuras del texto y del habla, y por otro, de sus contextos históricos, culturales, sociales y cognitivos”, *K.B. Jensen y N.W. Janowski (1993) Metodologías Cualitativas de Investigación en Comunicación de Masas, p.138*).

En este caso, podemos remitir el contexto de las elecciones para el próximo año, en la que los candidatos presidenciales por los partidos de izquierda y derecha están disputándose las campañas de promoción a través de los medios de comunicación.

Por otra parte se tomó como referencia el dos *cuadros de vaciado*, uno para representaciones y otro para metáforas, similares a los que propone Vasilachis de Gialdino, (p. 242) para clasificar los términos de los titulares referidos a los sindicatos, empresarios, trabajadores y gobierno. Este recurso permite una visualización rápida de los elementos identificados para su posterior análisis.

Además, se siguió el modelo de análisis de Gialdino, quien sitúa las metáforas en casos concretos de los periódicos y posteriormente comenta los valores que éstas representan en los contextos políticos, sociales y culturales, así como las implicaciones de las mismas en las representaciones sociales.

Todo lo anterior fue la guía que se utilizó para este estudio, y que permitió responder a la pregunta central de la investigación, ¿qué representaciones del político construyen las caricaturas de RUZ y Alecus? Dicha respuesta se desarrolla en los siguientes apartados.

Villanos y bufones del escenario público

La representación del político salvadoreño en la caricaturas de Ruz y Alecus



Se les dibuja con trajes oscuros, sonrisas amplias, falsas, traicioneras e hipócritas; no hacen falta demasiadas palabras para saber que estos personajes son pícaros, feos e incluso borrachos, que siempre están prometiendo ya sea mejores salarios, precios bajos o tierras que cultivar, esta es la imagen de los políticos salvadoreños que día a día circula en los periódicos. Con pocas palabras y trazos simples, los caricaturistas Ruz y Alecus a través de las acciones y actitudes que se les atribuye, los adjetivos que utilizan para categorizar y las metáforas a las que recurren para definir a los funcionarios están construyendo una representación muy desfavorable del político salvadoreño. Durante esta

investigación se identificaron una serie de hallazgos que se irán desarrollando a lo largo de este ensayo. Así pues, uno de los más importantes de esta investigación es que, en las caricaturas de Ruz y Alecus, se representa al político como una persona que no inspira confianza entre la ciudadanía, ya que se les concibe envueltos en situaciones de corrupción, ambición, irresponsabilidad, entre otros aspectos que desprestigian su labor desde un puesto público. Por ejemplo, en la caricatura “Diputados”, publicada en 25 de enero de 2008, se muestra las figuras de tres diputados señalándose entre sí y con los bolsillos llenos de dinero, donde se trata de demostrar que ninguno quiere asumir responsabilidad sobre el aumento de sueldo injustificado que se adjudicaron los funcionarios a principios de este año.

En este caso y otros similares, se aplicarían las tres dimensiones propuestas por Leopoldo Tablante (2005) en la formación de la Opinión Pública, donde la ciudadanía asumiría una actitud de rechazo hacia los diputados, pues se refuerza la información que se tiene del hecho con la imagen negativa o campo de representación que de ellos se



construye (p. 141). Y es que, en las caricaturas, los adjetivos como “corruptos”, “irresponsables”, “viciosos” y “sinvergüenzas” son recurrentes y se hacen presentes de forma implícita en los dibujos, lo que conlleva a generar la desacreditación de los políticos entre la población.



En este sentido, se constata lo propuesto por Tablante respecto a la construcción de las representaciones sociales, pues según él estas se pueden definir como “una serie de contenidos

simbólicos investidos de cierto grado de racionalidad”. “Ellas”, continua Tablante, “nos dan idea de nuestro mundo y se imbrican de tal manera en nuestra conciencia y en nuestro discurso que llegan a confundirse con un modo de pensamiento más elevado, de tipo analítico o científico”, (p.135).

Otro ejemplo sería la metáfora que utiliza Alecus el 30 de enero de 2008 en su caricatura titulada “Aumento de diputados”, donde se muestra la Opinión Pública como una cascada a la que se dirigen los diputados, en la que se hace alusión al declive de índices de aceptación entre la población por dicho aumento de sueldo. Asimismo, en la caricatura de RUZ publicada el 4 de febrero de 2008 titulada “Vuelven los políticos”, se pueden observar a distintos personajes de la vida pública en sus primeros acercamientos a la ciudadanía durante las campañas preelectorales, se les muestra como personas que utilizan el engaño para atraer votos pero que pronto levantan las sospechas sobre sus intenciones para con la población. En estos ejemplos se presenta a los funcionarios como políticos falsos y mentirosos que no cumple sus promesas y que lo único que buscan es ascender al poder para satisfacer sus propios intereses.





Al retomar la metáfora del “theatrum mundi” desarrollada por José M. González García, en su libro “Metáforas del Poder” (1998), se puede advertir como esta se hace presente en las caricaturas estudiadas y donde se hacen evidentes los tres propósitos morales de dicha metáfora “introducir la ilusión y el engaño como

cuestiones fundamentales de la vida social, separar la naturaleza humana como tal de la actuación de los individuos y por último, insistir en el arte de la actuación de los individuos en la vida cotidiana que ejercen enmascarados sus papeles sociales” (p.115). En este sentido, se presenta a los diputados como personajes que usan “máscaras” para atraer la simpatía de los votantes, lo cual sirve de mecanismo para teatralizar la vida pública.

Ahora bien, yendo más lejos, en el teatro político salvadoreño, a los funcionarios no solo se los representa como los “villanos” de la historia, sino también como los “bufones” de la vida pública que con sus “gracias” y “desgracias” convierten al acontecer político en un escenario en donde poco o nada se gobierna para el beneficio del pueblo. En la caricatura publicada el 23 de abril de 2008 titulada “Bailando por un ´gueso´”, Ruz muestra a los diferentes partidos minoritarios utilizando disfraces ridículos como concursantes de un reality show y donde cada uno de ellos expresa sus razones para seguir en la política. Nótese el título de este ejemplo, “Bailando por un ´gueso´”. La palabra ´gueso´ no solo nos remite a su original, ´hueso´-lo cual lleva a asociarla con otro término instalado en el subconsciente, “perro”-, sino también al significado cognoscitivo que se tiene de ella, pues comúnmente se relaciona ´gueso´ con la obtención de algún beneficio por lo general económico. Es decir, se presenta a los diputados como a “perros” que se disputan un ´gueso´, ya sea un cargo y los beneficios político económicos, que traería un posible triunfo en las elecciones de 2009, además en dicha caricatura se evidencia que el servicio a la ciudadanía es lo que menos aparece en el discurso político.

Del mismo modo, en la caricatura publicada por Alecus el 17 de enero de 2008 ,



donde se utiliza la metáfora de “aves migratorias” para referirse a los políticos que cambian de partido durante el período electoral, se representa a los funcionarios como personas inconstantes y oportunistas que no definen con claridad su identidad partidaria. Lo anterior puede generar una actitud de desconfianza y profundizar la falta de credibilidad en la ciudadanía.



Tal como se observa, las acciones que se le suelen atribuir a los políticos en las caricaturas están relacionadas con la deficiente labor que realizan en las diferentes carteras del Estado. Pues en algunas de las caricaturas, no solo se resalta la corrupción y ambición por parte de los funcionarios, sino también lo incapaces que resultan éstos para los

cargos que ostentan, es decir, se pone en evidencia no solo lo que hacen, sino también lo que no realizan desde sus puestos. Un ejemplo de lo anterior sería la caricatura de Alecus titulada “Penales” publicada el 12 de marzo de 2008, donde se presenta al director de Centros Penales sentado en medio de un campo de batalla al interior de los penales y asegurando que están ante una “posible crisis”. En dicha caricatura se distingue la incapacidad que tiene el funcionario para resolver el problema y a la vez la indiferencia que le da a una evidente crisis penitenciaria.

Tanto las metáforas utilizadas como las acciones, actitudes y adjetivos atribuidos, posibilitan la creación de estereotipos de los diputados en donde únicamente se resaltan los aspectos negativos y se tiende a generalizar esta imagen a todos ellos, incluso en algunas caricaturas se representa al político que intenta ejercer bien su trabajo como un “tonto e ingenuo”. Ejemplo de ello es la caricatura de Ruz, del 24 de



enero de 2008 publicada en El Diario de Hoy, donde, entre otras cosas, un diputado acusa a otro de ser “un diputado anormal” cuando este manifiesta su intención de no aceptar el

aumento injustificado de sueldo. En el ejemplo anterior, es evidente cómo la imagen de “un mal político” es la que predomina en el imaginario colectivo y la cual es reproducida por ambos caricaturistas

Como se puede contemplar en las caricaturas las acciones negativas, además de constituir la mayoría de las que se le atribuyen a los diputados y que se predicen respecto a ellos, reiteran aquellos comportamientos que se infieren de las metáforas utilizadas para nombrarlos y que están además implícitos en las diversas formas con las que se les califica.

La opinión pública y los partidos políticos

Del mismo modo, los políticos salvadoreños poseen una imagen negativa gracias a las acciones que le son atribuidas no solo por los medios de comunicación en general, sino por la misma población salvadoreña, quien a diario se ve afectada por las decisiones que toman. Las caricaturas de ALECUS y RUZ reflejan de manera humorística tal fenómeno, pues en ellas se categoriza a los “padres de la patria” como “interesados”, “aprovechados”, “serviles”, “sinvergüenzas”, “descarados”, “hipócritas”, “corruptos”, entre otros. Todas estas características se conjugan perfectamente con la búsqueda del poder político a nivel nacional.



Sin embargo, ambos caricaturistas recogen en su trabajo la postura de diferentes sectores de la población salvadoreña y construyen en base a ellas representaciones sociales, es decir, “un conocimiento de sentido común que tiene como objetivos comunicar, estar al día y sentirse dentro del ambiente social, y que se origina en el intercambio de comunicaciones del grupo social” (Tablante, p. 132). Por ejemplo, en la publicación del día 23 de enero de 2008, titulada Las gracias de !los diputados! Parte II, RUZ refleja la manera de pensar de los sectores populares de la sociedad a quienes atribuye, mediante diálogos, las características de personas “desconfiadas”, “escépticas”, “descontentas”, “desesperanzadas” e “inconformes” ante el papel que juegan los diputados en la actualidad, ya que a su parecer estos no son más que individuos “oportunistas” que solo buscan beneficiarse a sí mismos con cada una de las argucias políticas que ejecutan.



Por supuesto, ALECUS también construye un perfil del ciudadano con cada uno de sus trazos. Una muestra de ello es la publicación del día 3

de marzo de 2008, titulada “Comadritas”, en la cual presenta a dos amas de casa a quienes les atribuye una actitud crítica frente a la falta de propuestas por parte de los partidos políticos de cara a las elecciones presidenciales de 2009. Con lo cual, transmite a sus lectores que los salvadoreños poseen una gran capacidad crítica, están al tanto de la realidad salvadoreña y le prestan atención a todas y cada una de las acciones que ejecutan los partidos políticos. Para ello, por supuesto hace uso de uno de los insumos más importantes con los que cuenta: la imágenes, ya que estas son “las apariencias de los objetos presentes en el mundo real y nuestros puntos de referencia para referirnos a ellos” (Tablante, p. 137).

Cabe señalar que estas representaciones sociales contribuyen en gran medida a construir la imagen de la política salvadoreña y su forma de proceder.

El show político

Otro hallazgo identificado es que la política y, en específico, las elecciones de los precandidatos para la contienda presidencial del 2009, así como la constante aparición de ellos en los medios nos representa al político como protagonista de un espectáculo, en el que se vuelve más importante resaltar la imagen y popularidad de los aspirantes que sus planes de gobierno. Un ejemplo de ello es la caricatura de Ruz “Los precandidatos de ARENA”, publicada el 26 de febrero de 2008, en la que claramente se muestra a los tres precandidatos principales de ARENA como finalistas de un concurso donde cada uno comenta las razones por las que ellos pueden ganar la candidatura; y no se evidencia en ningún momento un debate político.





Lo anterior sería un ejemplo de lo que afirma González García (1998), pues según él, “Estamos acostumbrados a definir nuestra época como la del ‘Estado espectáculo’ o ‘como sistema del estrellato’ para referirnos a los problemas planteados por la

irrupción de los medios de comunicación de masas en la política, en los procesos electorales y en la construcción de la imagen de un presidente o de un secretario general de un partido” (p.100).

De esta manera, se encuentran en las caricaturas analizadas al PDC, PCN, CD y FDR e incluso al COENA como los actores involucrados en los shows artísticos. Vestuarios alusivos al baile del mambo, de la quebradita, del tango son empleados para ridiculizarlos en una de las caricaturas de Ruz titulada “Bailando por un güeso” como políticos “ineptos” para desempeñar sus labores en el ámbito legislativo y al momento de formar alianzas.

En este contexto, las categorizaciones de los políticos que más predominan son las de “ofrecidos”, “mediocres”, “ambiciosos”, designadas al PCN y PDC, mientras que a los partidos CD y FDR se les califica como “soñadores”, “crédulos” e “ingenuos”.

Estas representaciones reflejan el nivel de corrupción con el que son tildados los partidos minoritarios de derecha entre la opinión pública-en el caso de esta caricatura se ilustra por medio de los jueces del concurso- y como estos luchan por ser tomados en cuenta en las alianzas.



Asimismo, el recurso de plantear las elecciones internas de ARENA a través de la metáfora de un reality show, como se evidencia en la caricatura de Alecus publicada el 5 de febrero de 2008, es un reflejo de cómo el COENA aprovechó el poder de los medios de comunicación para posicionar en su agenda todos los hechos que estaban aconteciendo dentro de la elección, a

tal punto que ya no se vio como un hecho de democracia interna, sino como un espectáculo donde “el más fuerte sobreviviría”.

En la misma caricatura se puede observar a una pareja viendo esa “contienda televisada” desde la sala de su hogar y comentando sobre la misma. Lo anterior es un reflejo de lo que plantea José María González (1998) en “Las metáforas del poder”, pues en esta teatralización de la política, el pueblo, los ciudadanos, se convierten en espectadores del “drama político” y no en actores activos de él (p.117). Si bien es cierto, en la caricaturas se les presenta como un “público” crítico de las acciones de los funcionarios, en la mayoría de ellas se les representa como sujetos cuyo único poder radica en el ejercicio del sufragio. Esto refuerza la idea de democracia que se maneja en El Salvador, donde las elecciones son “la muestra fehaciente” de que el sistema democrático reina en el país.

Reforzamiento de la polarización



Por otra parte, en las caricaturas aparece con mayor regularidad el partido ARENA como el principal protagonista de la contienda electoral rumbo a las elecciones del 2009, donde su rival es el FMLN; y aunque se

muestre a este último en ventaja frente al partido oficial como resultados de las encuestas, es importante recalcar que el “primer actor” de la vida política en el país es el partido de gobierno. Lo anterior se puede verificar por medio de las frecuencias con que aparece representada ARENA y sus precandidatos. De las 52 caricaturas analizadas, 21 están referidos a ARENA; 8 al FMLN, mientras que solo 5 se remiten a los otros partidos.

En este sentido hay que recordar que en dichos discursos mediáticos, si bien están basados en hechos reales, los periodistas-en este caso los caricaturistas-se ven influenciados por ideologías entre otros elementos que les permiten, como afirma Natividad Abril Vargas, clasificar los hechos y opiniones según ciertos criterios intersubjetivos.

De esta manera, el periodismo “al clasificar la realidad de modo interpretativo crea como se ha dicho, una nueva realidad” (Abril Vargas, Natividad, 1999, p. 33), en este caso específico se estaría presentando una realidad polarizada donde únicamente el Partido ARENA es el principal actor político y su antagonista sería el FMLN.

Asimismo, en la caricatura de Ruz publicada el 18 de febrero de 2008 titulada “Los candidatos” sobresalen los partidos de ARENA y FMLN, representados por dos enormes botas con sus respectivos nombres y a los pies de estas, casi imperceptibles, a los miembros empuñados del PCN. En este caso, como en muchos otros, las caricaturas



están reforzando la idea de que la contienda electoral únicamente es entre los dos partidos mayoritarios, pues se visualiza el poco poder político que poseen los partidos minoritarios como el PCN. Lo anterior, no solo da una idea errónea, ya que existen más organismos políticos, si no

también fortalece la “identificación oficial” (Sampedro, 2003, p. 138) que tienen de sí mismos los partidos mayoritarios, pues se establece que ellos son las únicas opciones “viables” que posee la población para las próximas elecciones.

Por otro lado, las caricaturas referidas a ARENA versan sobre los temas de las elecciones internas para escoger al candidato presidencial del 2009, la competencia de las preferencias electorales entre Rodrigo Ávila y Mauricio Funes, y las de alianzas partidarias que le proponen el PCN y el PDC al partido en el gobierno.

Si bien es cierto que ARENA aparece como el principal actor de la vida política en el país, esto no excluye las representaciones que de él se realizan en las caricaturas de Ruz y Alecus. Por ejemplo, durante las elecciones internas, las caricaturas mostraban la rivalidad que existía entre Ana Vilma de Escobar, Luis Mario Rodríguez y Rodrigo Ávila, a tal punto que los categorizaban como “envidiosos” y “amargados”, dando a entender que existían conflictos entre los mismos candidatos por esa competición.



De esta manera, las caricaturas ilustraban a cada una de los personajes políticos. Es curioso que en ellas figuraban estereotipos de la mujer, quien se supone que es “vanidosa”, “regañona”, “envidiosa”, entre otras categorías que son

titulada “¡Las Alianzas!” se muestra al PCN y al PDC en zancos tratando de nivelarse al partido de gobierno, como símbolo de una evidente desventaja política. Lo anterior también refleja la dependencia de estos del partido ARENA. A través de estos elementos



RUZ deja claro que las “esperanzas” de los partidos minoritarios por incidir en la realidad política del país son nulas por más que se empeñen en demostrar lo contrario.

Otro ejemplo similar podemos encontrarlo en la caricatura de ALECUS titulada “Preferencias electorales” donde el autor construye por medio de la ilustración la metáfora de la política como una competencia, donde los “corredores” que se encuentra en desventaja son el PDC, PCN y CD. Todos ellos, vistos por la opinión pública como partidos menores, o, yendo más lejos, como “los perdedores” de cara a las elecciones presidenciales de 2009 porque no poseen las condiciones que le garanticen una ventaja considerable frente a ARENA o al FMLN. Dado que, según las encuestas, son estos los partidos que se disputan la silla presidencial y con ella el futuro del país. Nótese la ausencia total en esta “competencia” del partido FDR, al cual es “anulado” por el caricaturista como opción política para esta contienda electoral.

Esto nos hace ver que las representaciones hechas por ambos caricaturistas permiten a los lectores conocer la realidad de la vida cotidiana en la que estamos inmersos. Por ello, “se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente (Berger & Luckman, p. 34).

Otro ejemplo de la relación que existe entre los partidos minoritarios y ARENA es en el caso de la caricatura “Alianzas partidarias”, publicada el 25 de abril en LPG, en la que se representa al PCN y al PDC como empequeñecidos solicitándole una alianza a una enorme y desconfiada figura de Ávila.

Al respecto, Ernesto López Portillo Vargas (2004 p.26), afirma que “el discurso provee una base de etiquetamiento, de construcción maniquea que hace de las sociedades



escenarios donde hay conductas que se castigan y conductas que se reconocen. Pero esa construcción, desde luego,

está determinada por los motivos de las élites que modelan ese discurso”.

Otro ejemplo que refleja la poca importancia que se les atribuye a los partidos minoritarios es la publicación del 4 de abril del 2008, titulada “Obras”, en la que aparecen dos personas frente a una carretera inconclusa que simboliza la tercera vía política, y donde los mismos ciudadanos se preguntan si está en construcción o destrucción.



La metáfora anterior refuerza la idea de que en los partidos minoritarios no existe una verdadera alternativa política para la ciudadanía. Por medio de las caricaturas se enfatiza la representación de un sistema político polarizado. Y es que “las palabras y las imágenes proponen una lectura de la realidad y, en la medida en la que logran aportar la modelación del discurso hegemónico, alcanzan su más importante efecto: cohesionan a la sociedad en torno de significados aceptados por la persona promedio” (Portillo Vargas, p. 27).

Representación del PCN

Por otra parte es necesario resaltar cómo en las caricaturas predomina la figura del PCN categorizándolo como un partido inmoral, oportunista, sin dignidad, “fáciles” de corromper por la ambición del poder. Es decir que ante cualquier situación política, el partido busca por todas las maneras sacar ventaja de la situación y aliarse con el partido que mejor le convenga.

Un caso concreto de ello es la caricatura “Candidato”, publicada el 18 de marzo de 2008, en la que se muestra a Ciro Cruz Zepeda, Secretario General del PCN, en una actitud servil, “ofrecido”, frente a un sorprendido Rodrigo Ávila, ante la insinuación de una alianza partidaria. Dicha representación que deja claro que este partido político es servil e interesado, pues hace de todo para no desaparecer.



Del mismo modo, la imagen del PCN que se difunde en los medios es la de un partido que no desaprovecha ninguna

oportunidad para mostrar su “fidelidad” al partido de gobierno, pues esto le trae varios beneficios políticos. Hay que recordar, que desde 1979 el PCN no la logrado ascender a la presidencia de la República, y que si bien es cierto aún mantiene cierta credibilidad entre algunos sectores de la población, principalmente entre los campesinos, los índices de credibilidad de este organismo político han decaído de manera muy significativa e incluso han estado en la cuerda floja a punto de desaparecer como partido político en varias ocasiones. Su constante lucha por subsistir y las continuas alianzas para lograrlo, lo han llevado a ser considerado como un partido “inmoral”, y es aquí donde se les atribuye la acción de venderse y de esta manera surge la metáfora de la prostitución política. Un ejemplo claro de lo anterior es la caricatura publicada el 21 de abril de 2008, donde se representa al partido PCN como una mujer con vestimenta de prostituta que intenta conquistar al indiferente y a la vez con mucho “atractivo político” partido ARENA.



La metáfora de la prostituta utilizada para referirse al PCN, aunque resulta ofensiva para los dirigentes del partido, le permite al lector tener una idea clara sobre el rol que juega este instituto político en el actual escenario público. Esto es un claro ejemplo de cómo “las metáforas clarifican, provocan procesos de pensamiento y permiten comparar similitudes. Asimismo, agregan interés y enfatizan. Al poseer una forma psicológicamente más primaria, más básica, se recuerdan mejor. Se comprenden rápidamente y son preferidas para la construcción de predicados relacionales” (Vasilashis, 2005. P. 133).

Como se puede observar, existe una tendencia en los medios por atribuir acciones de “mendicidad” y prostitución al Partido de Conciliación, características que se oponen a los valores y expectativas de la sociedad, pues hay que recordar que el término política, y por consiguiente quienes la ejercen, “es asociado a lo moral que implica una labor de servicio hacia los demás, hacia el pueblo” (Wikipedia, 2008), lo cual, en el caso de los políticos salvadoreños- y el PCN no es la excepción-, no aparecen ni siquiera mencionados.

La manera en la que los caricaturistas categorizan al partido PCN y a los sucesos en los que se ve envuelto construyen una representación social que remarca la imagen de un partido corrompido por el poder-que no posee- y que puede causarle un distanciamiento

mayor de la población. Y es que, tal como afirma Vasilashis de Gialdino (2003) “Los medios contribuyen con un proceso de creación de teoría por el que se condiciona, por un lado, la forma en que las personas son jerarquizadas, evaluadas, reconocidas, o desconocidas como iguales y, por el otro, la manera en que los acontecimientos son interpretados” (p.126).

CONCLUSIONES

En las caricaturas analizadas, se crea un mundo simbólico, “un mundo construido por conceptos e imágenes y tejido primordialmente por el lenguaje-retórico, simbólico, logomítico- y expresado en figuraciones constructivas” afirma Albert Chillón (2000, p. 142). De acuerdo al estudio realizado, dicho mundo es construido con metáforas, categorizaciones, representaciones, el mito y los arquetipos.

La aplicación del mito del más débil y el más fuerte se pudo evidenciar en las caricaturas de Ruz y Alecus. La aparición del partido ARENA y del FMLN como institutos políticos que gozan la mayor preferencia entre los electores, los convierten en los más fuertes para los comicios del 2009, frente a los más débiles, es decir el PCN, PDC, CD y FDR, partidos políticos que por su baja cuota de poder están constantemente en búsqueda de alianzas que les posibiliten el acceso al mismo.

En este sentido, el mito es un recurso “a través del que podemos comprender la existencia del ser humano y manifestarla dentro de cada entorno particular”, (W. Carey, 1988). En este caso específico, el entorno particular se refiere a la competencia por obtener el poder político a través de las elecciones.

En el contexto mencionado surgen una serie de arquetipos que configuran la manera de entender el papel de los políticos en la sociedad salvadoreña. La aparición de héroes y villanos es una muestra de ello. Ávila, como personaje que trata de vencer a sus oponentes, ya sea a sus mismos compañeros del partido durante las elecciones internas o al candidato de izquierda Mauricio Funes, termina saliendo victorioso, se convierte en héroe, pues ha logrado convertirse en candidato presidencial de su partido a pesar de todas esas adversidades. Por otro lado, los villanos se ven representados en aquellos políticos etiquetados como corruptos, aprovechados, siendo el PCN el que más se adapta a estas categorías que corresponden al arquetipo recién mencionado.

A partir de lo anterior se podrá entender que “La cultura mediática genera figuraciones narrativas de la experiencia individual y colectiva ahormadas no sólo por el peso del presente y la tradición, sino por arquetipos (...) inscritos en las posibilidades y límites antropológicos de la especie”. (Chillón, 2000, p. 123).

Ahora bien, en el ambiente electoral se empieza a resaltar el lado oscuro de los políticos, es decir las acciones de corrupción, la poca transparencia de su gestión pública, entre otros aspectos que van reforzando un imaginario colectivo desfavorecedor del político salvadoreño entre la opinión pública, quien tienden a generalizarlo como alguien que solo trata de enriquecerse a través del poder y nunca como una persona dispuesta a servir a su

pueblo, lo que representa una desventaja para aquellos funcionarios públicos que en verdad desean implantar reformas en beneficio de las mayorías.

Es así como se ejemplifica la función del imaginario colectivo, el cual se muestra como “el sustrato psíquico del que procederían las figuraciones que pueblan los modos de imaginación individual, por un lado, y los mitos, la poesía, el arte, la religión, los símbolos y las otras expresiones de la imaginación colectiva”. (Chillón, 2000 p. 146).

Asimismo se destaca la importancia de los medios de comunicación en el sentido que no solamente transmiten las representaciones dominantes, sino que además son productores de esas representaciones que despliegan todo su poder clasificatorio y estigmatizador bajo la coartada de su exclusiva mediación tecnológica (Reguillo, 2002, p.76), lo anterior hace énfasis al aspecto analizado anteriormente, es decir a la generalización que la opinión pública puede hacer de la imagen del político salvadoreño.

Por otra parte, la utilización de metáforas a las que recurren los caricaturistas para representar el escenario político de El Salvador es una prueba de cómo estas permiten interpretar las diferentes problemáticas en las que se ven involucrados los políticos de manera creativa e incluso cómica. Así pues, las metáforas ontológicas como “aves migratorias”, “prostituta” o “la opinión pública como una cascada”, invitan al lector a razonar utilizando su imaginación, y a partir de ello tomar postura frente a los hechos que se le presentan.

Lo anterior permite traer a colación las palabras de Chilton y Ilyin (1993), citados por Vasilachis de Gialdino, para referirse a las metáforas en política, ya que “en relación con el discurso político, se asevera que una nueva metáfora o el nuevo uso de una metáfora puede romper el rígido sistema de interpretación del orden político introduciendo nuevas opciones, o bien que la manipulación de metáforas puede proveer de nuevas premisas conceptuales para el desarrollo y justificación de políticas” (p.224).

Asimismo, como ya se mencionó, la representación teatral de la vida política en las caricaturas en las que aparecen héroes, villanos y bufones es el recurso iconográfico al que apelan los caricaturistas para crear un mundo de fácil comprensión para la ciudadanía, pues muchas veces el lenguaje político-en ocasiones encubridor de realidades- con que son redactadas las noticias resulta demasiado abstracto para el entendimiento de los sujetos, pues como lo afirma José M. González García (“La metáfora une razón e imaginación, es racionalmente imaginativa, nos hace comprender unos argumentos recurriendo a otros o estableciendo imágenes que nos conectan con todo un mundo-el de los símbolos, emblemas, representación iconográfica- muy poco analizado por la filosofía política y que sin embargo,

ocupa un lugar muy importante en nuestra comprensión de la realidad y en nuestra acción individual y colectiva”, (p. 18).

Por otra parte, las metáforas referidas a la competencia denotan un significado en política en el que es más importante resultar como ganadores, para obtener el premio: El poder político. En esta competencia, los votantes siempre aparecen en medio de la disputa, y su papel no va más allá de ser simplemente electores. En tal sentido, el servicio de los funcionarios a la ciudadanía se convierte nada más en una utopía.

Cabe señalar, que otro de los aspectos que ambos caricaturistas utilizan como elemento de significado son los diálogos, en ocasiones breves, que emiten los personajes representados, pues a través de ellos construyen los acabados del discurso y adoptan diversas posturas en cada una de sus entregas. Y, es que “la identidad pública se proyecta hacia fuera, interpelando a los demás miembros de la comunidad” (Sampedro Blanco, 2004, p. 136), entendida esta como los otros partidos políticos o como la sociedad salvadoreña en general.

Por lo mismo, cabría decir que la información que brindan ALECUS y RUZ en cada una de las caricaturas referidas a los funcionarios públicos salvadoreños son producto de la selección y valoración que cada persona hace, y, por ende, se convierten en reflejo de cómo se entienden los sucesos relevantes del escenario político.

Esta representación del político salvadoreño llevaría a la población salvadoreña a desconfiar, no solo de los políticos, sino también de las instituciones públicas en que se desempeñan.

Es así como las metáforas de la prostituta, el coqueto político, la competencia, entre otras están reforzando el estereotipo de la imagen del político corrupto y descarado. La conformación de los estereotipos se visualizan claramente a través de este recurso del lenguaje: “Con el empleo de metáforas (...) los distintos diarios fortalecen los estereotipos existentes y pueden legitimar actitudes prejuiciosas que suponen, tendrán resonancia entre sus lectores” (Freeman, 1995, citado en Vasilachis de Gialdino, 1992)

De la misma manera, se está generando la idea de que aquellos que participan en política buscan tan solo lucrarse y no verdadero servicio al pueblo, y que para alcanzar esos beneficios estos son capaces de venderse, traicionar al mejor postor, mentir, entre otras artimañas, ignorando la total existencia de los políticos con vocación de servicio.

Entonces se puede concluir que, en el caso de la representación de los políticos en las caricaturas de Ruz y Alecus, se cumplen las tres dimensiones que según Tablante determinan la opinión pública creada a través de las representaciones sociales. En este caso, las noticias (información) que se presenta en los medios se conjugan con la imagen (campo de representación) que se visualiza en las caricaturas, y esto crea en la población una actitud de rechazo hacia los políticos salvadoreños en general. Esta concepción de los funcionarios públicos salvadoreños podría reflejarse en las próximas elecciones, pues parafraseando a González García, las metáforas y las representaciones sociales también votan.



BIBLIOGRAFÍA

- Abril Vargas, Natividad (1999)
“Periodismo de opinión, claves de la retórica periodística”. Editorial Síntesis.
Madrid. P.33
- Berger, P. L. y Luckman, T (1999)
“Construcción social de la realidad”. Buenos Aires, Amorrortu, primera. Ed. 16
reimp. P. 34-63
- Carey, James (1988)
“Communications as Culture: Essays on Media and Society” Ed. Routledge;
Nueva Edition.
- Chillon, Albert (2000)
“La urdimbre mitopoética de la cultura mediática”: Anàlisi: Quaderns de
comunicació i cultura , No 24. P. 121-159. Extraído el 22 de junio de 2008.
Dialnet. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=72396>
- González García, José María (1998)
“Metáforas del Poder”, Editorial Alianza. Madrid. P. 11-24 y 99-142
- Jensen, K.B. y Jankowski, N.W. ; tr. Joan Soler, (1993)
“Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas”,
Barcelona: Bosch, primera ed.
- López Portillo Vargas, Ernesto (2004)
“Violencia y medios. Seguridad pública, noticias y construcción del miedo”.
México, Instituto para la Seguridad y la Democracia, A. C., Centro de
Investigación y Docencia Económicas, 2004. 150 p.
- Nieto, Gladys (2005):
“Representaciones asiáticas de España. Un análisis de medios periodísticos
online” en *Anuario Asia-Pacífico 2004*, Fundación CIDOB-Casa Asia-Real
Instituto Elcano, Barcelona; pp.391-399.
http://www.anuarioasiapacifico.es/anuario2004/pdf/ASIA_CID_391_400.pdf
Extraído el 7 de abril de 2008.
- Peláez, J. Enrique (2008)
“Historia de la caricatura”. Revista en línea CLIO. Malagón.
<http://clio.rediris.es/arte/caricaturas/caricatura.htm> consultado el 29 de abril de
2008
- Reguillo, Rossana (2002)
“El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad
sobresaltada” “Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura, N° 29, 2002
(Ejemplar dedicado a: Antropología de la comunicació), págs. 63-79. Extraído el
3 de mayo de 2008. Dialnet
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=497027>

- Sampedro Blanco, Víctor Fco. (2004)
"Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas", Electrónica CIDOB d'Afers Internacionals, 66-67.
http://www.cidob.org/es/publicaciones/revistas/revista_cidob_d_afers_internacionals/num_66_67_representaciones_e_interculturalidad . Extraído el 8 de abril de 2008.
- Stuart Hall,(1992)
"Introduction to Media Studies at the Centre" en HALL, Stuart, HOBSON, Dorothy, LOWE, Andrew y WILLIS, Paul (ed.), *Culture, media, language*, London: Routledge.
- Tablante, Leopoldo (2005)
"Representaciones sociales, medios y representaciones mediáticas". Revista de temas de comunicación #12. Caracas, Venezuela. Escuela Técnica Popular Don Bosco p. 117-167
- Torres, Ildemaro (2003).
"El humorismo gráfico en Venezuela". Ediciones Milenio. Primera edición. Venezuela.
- Vasilachis de Gialdino, Irene (1998)
"Prensa Escrita y discurso político ¿Convergencia o divergencia discursiva?"
 Editorial Gedisa S. A., Madrid. P. 219- 273
- Vasilachis de Gialdino
"Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales". (2003) Barcelona, Editorial Gedisa. S.A. P. 167-220
- Vasilachis de Gialdiano, Irene (2004)
"El lenguaje de la violencia en los medios de comunicación: las otras formas de ser de la violencia y la prensa escrita", en *Aportes para la convivencia y la seguridad ciudadana*. PNUD (ONU) Programa hacia la construcción de una sociedad sin violencia, PRODECA, El Salvador p.109-161
- Wikipedia <http://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica>
 Wikipedia http://es.wikipedia.org/wiki/The_Yellow_Kid