

La polisemia de un marco de referencia simbólico: El caso de la elección presidencial chilena de 1989

Rafael del Villar Muñóz



1. INTRODUCCIÓN

Si los mitos se refieren siempre a acontecimientos pasados, su valor intrínseco proviene de que se constituyen en un esquema interpretativo no sólo del pasado, sino que del presente y el futuro. Esquemas inteligibilizadores de las relaciones entre los hombres y/o de la naturaleza; son al mismo tiempo *esquemas de uso*, pues nos dotan de los protocolos para la aprehensión de la vida cotidiana. De allí el parentesco entre *mito y política*. Lévi-Strauss señala: “Nada se asemeja más al pensamiento mítico que la ideología política. Tal vez ésta no ha hecho más que reemplazar a aquel en nuestras sociedades contemporáneas” (Lévi-Strauss 1958- 1968: 189).

La *elección presidencial de 1989* es la primera elección presidencial en 16 años de proscripción de lo político en la sociedad chilena. En ese período histórico se generarán *esquemas interpretativos* propuestos a la sociedad civil; esto es, textos de referencia simbólicos: *esquemas inteligibilizadores tanto del pasado, como una propuesta para el futuro*, en definitiva mitos, en el sentido lévi-straussiano del término, los que se propondrán a la consulta ciudadana.

El objetivo de la investigación fue reconstruir la lectura de los mitos, los caminos de lectura susceptibles de ser leídos en los

textos políticos de referencia simbólica, como a su vez reconstruir aquellos caminos que no tienen ninguna factibilidad de ser leídos en ellos.

Respecto a la definición de lo que es político/ no-político, la delimitación no puede ser más que pragmática. Es político cualquier texto leído desde una perspectiva política; esto es, desde la perspectiva de la estructuración del poder político como principio reproductor de la totalidad societal.

En la Sociedad Chilena, durante el Gobierno Militar, lo político estaba referido a la esfera de la vida privada: lo político no es objeto de los medios masivos. Será la Elección Presidencial (y antes, el Plebiscito de 1988) quienes transformarán a la problemática del poder, en un centro de referencia global. Llamamos, entonces, textos de referencia simbólica, a aquellos textos que son objetos de referencia de la sociedad global a través de los medios masivos; y que son objetos de una lectura política, en la medida que se insertan en el proceso electoral descrito.

En relación a la delimitación de dichos textos de referencia global, contamos tanto con un saber teórico como empírico: la contribución anglosajona de la Agenda Setting, y estudios empíricos sobre lectura de medios.

El concepto de Agenda Setting presupone que los temas, y la je-

rarquía de importancia que estos ocupan en el día, configuran las problemáticas de los receptores de los medios: “..los medios, al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista de todo aquello en torno a lo cual deben tener una opinión y discutir.” (Shaw 1979: 101). La tematización propuesta se expresaría en la portada de diarios y revistas, franja política televisiva y telediarrios. La operacionalización del tema propuesto por los medios, implica tener en cuenta la descripción cuantitativa de los temas que aparecen en las portadas de diarios y revistas y su jerarquía. Esto último es detectado por su visibilidad: la cantidad de *masa que llena la página*. Si bien el concepto de Agenda Setting fue elaborado primitivamente respecto a Diarios y Revistas, nada impide extrapolarlo al Telediarrio y al Informativo Radiofónico.



Estudios empíricos sobre consumo de medios y opción política, en la campaña presidencial chilena de 1989, nos permiten detectar que las Portadas de Diarios, Revistas y Telediaros constituyeron, junto a la Franja Política Televisiva (publicidad televisiva gratuita, de 7 minutos para cada candidato presidencial; dada a la misma hora en cada uno de los canales de la televisión chilena), centros de referencia para la toma de una opción política. Un estudio realizado por G. Munizaga y P. Edwards (1990) detecta, a través de una encuesta realizada en Santiago (tamaño muestral 900 individuos, margen de error: + - 3,2 %), que el 57,4 % de la Población de Santiago vio la Franja Política, a lo menos casi todos los días; y que un 29,5 % orientó o cambió su opción de voto por la Franja. Similares son las descripciones del Centro de Estudios Públicos:

Si tenemos en cuenta que los Debates Televisivos

Medio que más le ha ayudado a decidir su voto:

Debates por T.V.	29,3 %
Noticieros en T.V.	14,9 %
Franja Publicitaria en T.V.	14,5 %
Propaganda Radial	8,4 %
Noticieros en Radio	7,4 %
Foros y Debates por Radio	4,5 %
Información en Diarios	4,4 %
Concentraciones Públicas	3,4 %
Revistas	2,2 %
Titulares de Diarios	1,8 %
Rayado de Calles	1,3 %
Afiches	1,0 %

Fuente: Centro de Estudios Públicos; (1990: 76).

fueron relativamente escasos durante la Campaña Política Presidencial de 1989 (sólo un Foro entre Aylwin y Büchi, precisamente cuando se recolectaba la información de la Encuesta); es claro que se le asigna mayor importancia como orientador de opción política, a los Telediaros y a la Franja Política Televisiva. Diarios y Revistas, en conjunto hacen un 8,4 %, y a la Radio se le asigna un porcentaje de 20,3, como totalidad. Debe tenerse en cuenta, que en el Proceso de Reestablecimiento de la Democracia en Chile, la Radio, en su aspecto noticioso, estaba polarizada; lo que corresponde a la dinámica política previa al Plesbicio de 1988; por lo que la exposición a este medio se puede presuponer como eminentemente selectiva a los valores, actitudes

y cosmovisiones del electorado. De allí, que sea posible estatuir tres grandes centros de referencia simbólica manifestados a través de los medios masivos (6): Portadas de Diarios y Revistas (38,5%); Telediaro (47,8%); y Franja Política Televisiva (46,1%).

Lo que nos aleja de la Conceptualización de la Agenda Setting es, que no es nuestro interés buscar una relación Causa—> Efecto, entre Agenda y Actitudes del Electorado. Nos importa inteligibilizar la correlación virtual entre los centros de referencia simbólicos de la sociedad global (Portadas de Diarios, Revistas, Telediaro, y Franja Política Televisiva), y las ideas que el electorado manifiesta en la campaña.

Se trata, entonces, de una reconstrucción de los caminos de



lectura susceptibles de ser leídos en los textos de referencia, como de aquéllos no factibles de leer. Esta conceptualización es tributaria del aporte semiótico de Roland Barthes (1970, 1973). Barthes no se pregunta por el sentido que expresa un texto literario, sino por los sentidos que el origina: busca no una interpretación del texto, sino que de cuál plural él es hecho: “las avenidas del sentido” (Barthes 1973: 30). Barthes, sin embargo, no logra estatuir una perspectiva analítica sobre la interpretación; en la exacta medida que sus estudios sobre las avenidas del sentido que emergen de los textos toman como referencia sólo los textos mismos.

Lo que se buscará son *los CAMINOS INTERPRETATIVOS SUSCEPTIBLES DE SER LEÍDOS, EN FUNCIÓN DE LAS ACTITUDES Y VALORACIONES DEL ELECTORADO, DETECTADOS POR LAS ENCUESTAS POLÍTICAS*; y que en nuestra Investigación son dos Estudios: el del Centro de Estudios Públicos- Adimarck (CEP- ADIMARCK, ligado al Comando Electoral de Büchi), y el del Centro de Estudios de la Realidad Contemporáneas (CERC, ligado al Comando Electoral de Aylwin).

Si Portadas y Franja no son siempre susceptibles de correlacionar con las Actitudes y Valoraciones del Electorado, a lo menos es posible inferir que no hay una

directa relación entre Agenda y Problematicación Pública, pues los receptores resignifican o no otorgan una importancia hegemónica a la Agenda de los Medios (portadas) o a los Agentes Políticos (franjas).

2. DISEÑO

La investigación que aquí sintetizamos es la articulación de dos investigaciones realizadas con el mismo dispositivo teórico- metodológico, propuesto por el autor de estas líneas: una realizada por Ivo Barraza, Eliana Chong, Claudia Daneri, Carolina López y Claudia Valle (1993) respecto a la inteligibilización de la correlación entre Portadas de Diarios y Revistas y las Actitudes y Valoraciones del Electorado durante la Campaña Presidencial Chilena de 1989; y otra realizada por el autor de la articulación globalizadora expuesta aquí relativa a la descripción de la correlación entre Portadas de Telediaros y Franja Político Televisiva, y las Actitudes y Valoraciones del Electorado durante el proceso descrito.

En ambos subconjuntos, y dentro de la formulación y espacio teórico propuesto, se trataría de aprehender las temáticas posibles susceptibles de interpretarse. U. Eco nos provee de una herramienta analítica apropiada para ello: *el Topic*. El concepto de Topic permite a Eco entender de qué manera un texto potencialmente capaz de

infinitas interpretaciones puede asumir sólo algunas; vale decir, orienta la dirección interpretativa. El concepto de Topic es ligado por Eco al de Isotopía, propuesto por Greimas (1966, 1970), y definido por Eco como “coherencia de un trayecto de lectura” (Eco 1979- 1981: .132). Para nosotros, el diagnóstico de los Topic no es más que Un Archivo de Problemáticas Políticas Posibles de Interpretarse en Franjas y Portadas.

Si para la Agenda Setting no se trataba sólo de detectar las temáticas propuestas, sino su importancia; para nosotros es también vital el diagnóstico de la recurrencia o jerarquía de las temáticas susceptibles de ser leídas, se le asignó puntaje al tamaño de la masa gráfica que llena las portadas: tres puntos = máxima importancia; un punto = mínima; dos = intermedia. En el caso de la Franja: cada segmento de narración constituirá un punto, dos segmentos dos puntos, etc.; y en el caso





del Telediario, cada síntesis noticiosa un punto.

La investigación de Portadas de Diarios y Revistas recolectó la información a partir del Lunes 6 de Noviembre de 1989, hasta el Viernes 15 de Diciembre de 1989; las mismas fechas se utilizaron en la Investigación de las Portadas de los Telediaros. Las fechas de recolección de la información en el caso de la Franja Política Televisiva fueron desde el Martes 14 de Noviembre de 1989 (comienzo de la franja), hasta el Domingo 10 de Diciembre (término) de 1989. La Elección fue el Jueves 14 de Diciembre.

Los Diarios y Revistas estudiados constituyeron la totalidad de la Prensa Escrita de Santiago (Santiago es la Capital de Chile, concentra la mayor población del país y sus Diarios y Revistas se distribuyen a todo Chile) existentes en el momento de la Campaña (fechas establecidas). Los Telediaros estudiados fueron sólo dos: Televisión Universidad

Católica de Chile, y Televisión Nacional, quienes cubren todo el Territorio Chileno. En el momento de la Elección Presidencial ambos Telediaros acapararán el Más Alto Rating Nacional.

Una vez establecidos los textos a estudiar, los protocolos descriptivos, y el análisis de la frecuencia de cada camino de Lectura, se procedió a buscar una correlación con las actitudes y valores de la ciudadanía en el transcurso de la Campaña. Se tomaron dos encuestas: CEP-Adimark y CERC. La encuesta CEP-Adimark se aplicó entre el 19 de Noviembre y el 8 de Diciembre de 1989, y entrevistó a 3867 personas, representativos de un 95,8 % de la población del país. La encuesta CERC utilizada fue la recolectada entre el 17 y el 27 de noviembre de 1989 (se trató que los hitos temporales de las dos encuestas se asemejaran), representativa del 98,2 % de la población total del país, entrevistando a 2400 casos.

Se establecieron *DOS TIPOS DE CORRELACIÓN*: a) *DIRECTA*, cuando se detecta un isomorfismo entre Topic y Actitudes o Valoraciones del electorado (entendemos por isomorfismo cuando todo el Topic es el que coincide explícita y concretamente); b) *INDIRECTA*, cuando la coincidencia es lejana; o sea, cuando la ligazón entre ambos contenidos es una correspondencia implícita, ideológica.

3. ANÁLISIS:

3.1 Temáticas.

Se procedió al análisis de Frecuencia de Topic, día por día, mes por mes, en los hitos temporales ya señalados; sin embargo, para simplificar y reducir la exposición sólo daremos los totales. Los lugares asignados en los totales fueron los que se correlacionaron a los lugares asignados en las encuestas.

Debe tenerse en cuenta que ambas encuestas tienden a coincidir en su temporalidad, y que no se encuentran diferencias significativas entre el tratamiento de importancia de la información durante los meses de Noviembre y Diciembre, en el caso de los Telediaros de Televisión Nacional (TVN) y de Televisión Universidad Católica (TVUC). Lo mismo detectan los Investigadores Barraza, Chong, Valle, López y Daneri (1992) respecto a Diarios y Revistas. En la Franja Político Televisiva sí existen diferencias: Büchi desarrolla el Topic Orden- Seguridad (violencia-caos/ restricción grupos políticos) preponderantemente durante el Lunes 4 y el Domingo 10 de Diciembre de 1989; esto es, al final de la Franja. Algo similar ocurre con las problemáticas: Educación, Vivienda y Salud, quienes son tocadas más en las dos últimas semanas de Franja (Lunes 27 Nov. al Domingo 10 Dic.). Aylwin reitera más los Topic Empleo y Vivienda en las dos últi-



mas semanas (Lunes 27 Nov. al Domingo 10 Dic.), apareciendo Salud y Educación con mayor reiteración en las tres últimas semanas, de las cuatro que constituyeron el tiempo global de la Franja. Errázuriz reitera más el Topic Igualdad de oportunidades en la última semana: del Lunes 4 de Dic. al Domingo 10 de Diciembre. Es necesario considerar que el número de veces que se repite un Topic no es un indicador absoluto de su importancia, sino que la importancia está dada por el lugar relativo que dicha lectura ocupó.

La investigación de Frecuencias de los Caminos de Lectura (Topic) propuestos por las tres Franjas Presidenciales dio obviamente diferentes asignaciones de importancia a las temáticas (ver cuadro en páginas siguientes), sólo coincidieron en: 1) la asignación de un primer lugar al Topic Estabilidad (violencia- extremismo/paz) y 2) en el Topic Igualdad, al que los tres asignan un tercer lugar. Cabe señalar que dicho Topic fue conceptualizado por Aylwin como Justicia Social, y que Büchi y Errázuriz hablaron de Igualdad de Oportunidades. Hay no sólo una diferencia de denominaciones, sino que de perspectivas ante dicho problema, producto de cosmovisiones diferentes; si se los hizo equivalentes fue en función de que lo que se pretende inteligibilizar: temáticas posibles, caminos interpretativos, las grandes avenidas del sentido.

Si comparamos la Frecuencia de los Caminos de Lectura que emergen de Portadas de Diarios y Revistas (11) con las de los Telediaros vemos que tienden a coincidir a Nivel Global: lo más reiterado es resaltado en los tres medios. Para hacer compatibles las asignaciones de importancia dadas por los tres medios, se debió tener en cuenta que los Topic menos reiterados en Diarios ocuparon un 34⁰ Lugar, en Revistas un 30⁰ Lugar, y en Telediaros un 23⁰ Lugar; por lo que se estableció la siguiente Equivalencia: *Más Importante* = 1 a 6⁰ Lugar en *TELEDIARIOS*, 1 a 8⁰ Lugar en *DIARIO*, y 1 a 7⁰ Lugar en *Revistas*; *Importancia Media* = 7⁰ a 12⁰ Lugar en *TELEDIARIOS*, 9⁰ a 16⁰ Lugar en *DIARIOS*, y 1 a 7⁰ Lugar en *REVISTAS*, *No Importancia Media* = 13⁰ a 17⁰ Lugar en *TELEDIARIO*, 17⁰ a 25⁰ Lugar en *DIARIOS*, 16⁰ a 23⁰ Lugar en *REVISTAS*; *Menos Importante* = 18⁰ a 23⁰ Lugar en *TELEDIARIO*, 26⁰ a 34⁰ Lugar en *DIARIO*, y 24⁰ a 30⁰ Lugar en *REVISTAS*. Para hacer compatibles las asignaciones de importancia de la Franja Político Televisiva respecto a los Tres Medios precedentes, se estableció (teniendo en cuenta que lo menos reiterado ocupaba un séptimo lugar) que lo *MÁS IMPORTANTE* ocupa el 1⁰ y 2⁰ Lugar; que se constituye como *IMPORTANCIA MEDIA* el 3⁰ y 4⁰ Lugar, como *NO IMPORTANTE MEDIO* el 5⁰ Lugar, y

como *MENOS IMPORTANTE* el 6⁰ y 7⁰ Lugar. Ello teniendo en cuenta la proporcionalidad establecida por la frecuencia diferencial asignada en cada Franja a los Topic.

Ahora bien, estatuidas las Frecuencias de Reiteración de los Topic, ambas investigaciones procedieron al establecimiento de su Correlación con las Actitudes y Valoraciones del Electorado en el transcurso de la Campaña, de lo que daremos aquí su articulación global. Se establecieron cuatro grandes problemáticas informadas por las Encuestas (Cep-Adimark y Cerc), como punto de partida: los problemas que preocupan al electorado, las características asociadas a los candidatos, los riesgos asociados a ellos y el rol de los partidos políticos. En los límites del presente artículo, sólo daremos lo referido a “los problemas que preocupan al electorado”.



3.2. Los Problemas que Preocupan al Electorado:

Cep-Adimark nos informa sobre los problemas que preocuparon al electorado. Se preguntó: “*A continuación le mostraré una serie de problemas que deberá preocuparse de solucionar el próximo gobierno.. Indique sólo tres*”. De diez preocupaciones, las mayores fueron respecto a la satisfacción de necesidades básicas: *salud* (59,1 %), *educación* (45,8 %), *suelos* (44,5 %), *empleo* (43,5 %), *pobreza* (28,3 %) y *vivienda* (22,4 %). Problemáticas que no aparecen directamente en las Portadas de Diarios, Revistas (Barraza, Chong, Daneri, López Valle 1992: 204) y Telediaros:

Esto es, las problemáticas que más preocuparon a la ciudadanía durante la elección presidencial no tuvieron una relación directa con lo que los medios masivos les entregaron como Agenda en el transcurso de la Campaña.

	Diarios	Revistas	Telediaros
Salud	31 Lugar	20 Lugar	18
	L(U.C.) 19 L (N)		
Educación	24 Lugar	19 Lugar	21
	L(U.C.) 21 L (N)		
Sueldos y Empleos	32 Lugar	23 Lugar	18 L(U.C.) 18 L (N)
Vivienda	30 Lugar	22 Lugar	20
	L(U.C.) 21 L (N)		

¿Y qué pasa con el marco de referencia dado por los Agentes Políticos como preocupación fundamental? Las Franjas Político Televisivas, salvo la de Errázuriz no reflejan las preocupaciones prioritarias del electorado. De una seriación de siete posiciones jerárquicas: Aylwin le asigna a Salud, Educación y Empleo un 5° Lugar (*NO IMPORTANTE*); y a Vivienda un 6° Lugar (*LO MENOS IMPORTANTE*); Büchi a Salud, Vivienda y Educación un 6° Lugar (*LO MENOS IMPORTANTE*), y a Empleo un 4° Lugar (*IMPORTANCIA MEDIA*); Errázuriz a Empleo un 4° Lugar (*IMPORTANCIA MEDIA*), a Vivienda un 5° Lugar (*NO IMPORTANTE*), a Salud y U.F. un 3er Lugar (*IMPORTANCIA MEDIA*), y a Educación un 2° Lugar (*LO MÁS IMPORTANTE*). Vale decir, sólo la Franja de Errázuriz manifestó a lo largo de la Campaña una preocupación por los Topic señalados por la ciudadanía como los Problemas que Más le Preocupaban. Los Medios (Diarios, Revistas y Telediaros)

asignaron como *LO MÁS IMPORTANTE* los Topic: Estabilidad (en sus dos lecturas), Orden-Seguridad, Participación (dictadura/democracia), Participación (leído como: libertad económica/ no-democracia; salvo el Diario que le dió *IMPORTANCIA MEDIA*), Humanismo (ddhh), Justicia (no independencia del poder judicial/ respeto a la vida, verdad), y Rol FFAA (en sus dos lecturas). Esto es, los Medios descritos, como globalidad, asignaron mayor importancia a *una lectura política de la violencia*, como marco de referencia simbólico propuesto a la ciudadanía. Lo que tiene un correlato con el Topic *MÁS IMPORTANTE* de las Tres Franjas: Estabilidad (violencia- extremismo/ paz) ocupó el 1er Lugar de Reiteración en Aylwin, Büchi y Errázuriz.

Ahora bien, ¿qué lugar le dio la ciudadanía al Topic de la Violencia? *ASALTOS Y ROBOS* fue un Problema poco importante para la población: Cep-Adimark detecta que la ciudadanía le asignó só-



lo un 17,8 % de importancia. Es posible suponer que sólo ese 17,8 % dio una valoración de real a lo que expresaban los medios como preocupación prioritaria societal. Juicio que es validado por la Encuesta Cerc: se planteó a los electores si *“el aumento de la violencia es un hecho normal en estos momentos”*. Los encuestados expresaron en un 46,5 % estar en desacuerdo, y un 8,8 % muy en desacuerdo. Cerc preguntó si *“la violencia es producto de acciones aisladas que han sido exageradas por los medios”*, y la respuesta fue en 5,5 % muy de acuerdo, y en un 48,6 % de acuerdo.

De las dos últimas preguntas se desprende que la violencia es producto de acciones aisladas exageradas por los medios (59.1 %). No considerándose a la violencia como un hecho normal. También se detecta en la Encuesta Cerc que la mayoría de las opciones de voto (tanto de Aylwin, Büchi y Errázuriz) consideran insuficiente la dotación de Carabineros (66,4 %; 77,6 %; y 75,6 % respectivamente); lo que está ligado al Topic de Informaciones Específicamente Policiales que en Telediaros y Diarios tuvo una *IMPORTANCIA MEDIA*, y en Revistas una *NO IMPORTANCIA MEDIA*. Es decir, se leyó a la Violencia como un hecho Específicamente Policial.

Esto significa, que el Marco de Referencia Simbólico propuesto

por los Medios y las Franjas de Aylwin y Büchi no dicen relación directa con las Actitudes y Valoraciones del Electorado, respecto a lo que él asignó como sus Problemas Prioritarios. Sin embargo, que no haya una relación directa no significa que el electorado no hubiera podido leer en las Portadas de Diarios, Revistas, Telediaros y Franjas sus propias preocupaciones. Entonces, es factible correlacionar sus Topic con los Topic de los Medios y de la Franja vía indirecta; es decir, a través de una resignificación del Marco de Referencia Simbólico.

Es el Caso de Empleo (43,5 %), Pobreza (28,3 %), y Educación (45,8 %) que los Electores Potenciales de Aylwin podrían correlacionar indirectamente con:

- *PARTICIPACION* (dictadura-represión/ derecho a manifestar reivindicaciones sociales), Topic *MÁS IMPORTANTE* en Telediaros, Diarios, Revistas; y *MÁS IMPORTANTE* en la Franja AYLWIN.
- *ESTABILIDAD* (violencia/paz), Topic *MÁS IMPORTANTE* en Telediaros, Diarios y Revistas; y *MÁS IMPORTANTE* en la Franja de AYLWIN.
- *HUMANISMO* (ddhh), Topic *MÁS IMPORTANTE* en Telediaros, DIARIOS Y REVISTAS; y *MÁS IMPORTANTE* en la Franja de AYLWIN.

Problemáticas de Empleo, Pobreza, y Educación que los Electores Potenciales de Büchi, pudieron leer en:

- *ECONOMÍA* (economía social de mercado floreciente/ impuestos, proteccionismo, incertidumbre), Topic *MÁS IMPORTANTE* en Diarios y Revistas, y de *IMPORTANCIA MEDIA* en Telediaros; y *MÁS IMPORTANTE* en la Franja de BUCHI.
- *PARTICIPACION* (libertad económica, libertad personal/ no democracia), Topic *MÁS IMPORTANTE* en Telediaros y en Revistas, y de *IMPORTANCIA MEDIA* en Diarios, siendo lo *MÁS IMPORTANTE* en la Franja de BUCHI.

No es el Caso de Vivienda (22,4 %) y Salud (59,1 %). Los Electores Potenciales de Aylwin pueden resignificar una imagen de protesta social, de asalto, de extremismo y vincularlas a las necesidades de más educación, menor pobreza y más empleo; pero no así a Salud y Vivienda que es una demanda concreta. Esto es válido en el contexto chileno donde la transición conoció de protestas sociales contra el Gobierno Militar como globalidad, pero



no de Huelgas Específicas y con demandas concretas.

En el Caso de los Electores Potenciales de Büchi, la ligazón entre Vivienda y Salud, y los Topic Economía y Participación (entendida como libertad económica, libertad personal) es posible siempre que el Elector Potencial haga suya la “Teoría Económica y Política” planteada por la Economía Social de Mercado; por lo que sería factible de presuponer que sólo para sus partidarios habría una relación indirecta entre Franja y Portadas de Diarios, Revistas y Telediaro, respecto a Salud y Vivienda.

Luego, *SI LOS PROBLEMAS QUE PREOCUPAN AL ELECTORADO NO SON FACTIBLES de LEERSE DIRECTAMENTE en la AGENDA de los MEDIOS MASIVOS, NI EN LAS FRANJAS de AYLWIN* (los derechos humanos, el otro problema más reiterado e importante en su franja, sólo fue conceptualizado como un problema preocupante por la ciudadanía en un 17 %; esto es, el octavo

problema señalado como prioritario dentro de una lista de diez); *NI EN LAS FRANJAS de BUCHI* (su preocupación por el empleo sólo es de una importancia media en su franja); *ESTO SIGNIFICA, ENTONCES, QUE SI EL ELECTORADO ASOCIO DICHAS OPCIONES a la SOLUCION de los PROBLEMAS DESCRITOS, NO FUE MÁS QUE a)GRACIAS A SU OPCIÓN POLÍTICA PREVIA A LA CAMPAÑA REFLEJADA EN LOS MEDIOS Y FRANJA, Y/O, b) GRACIAS A LA RESIGNIFICACIÓN QUE HIZO DE LOS MARCOS DE REFERENCIA SIMBÓLICOS A LOS QUE FUE EXPUESTO.* De hecho, las Franjas de Büchi y Aylwin asignaron al Topic Igualdad (planteado por Aylwin como Justicia Social, y por Büchi como Igualdad de Oportunidades) *UNA IMPORTANCIA MEDIA* (tercer lugar) dentro de sus prioridades, Topic abstracto (simbólico) del cuál yo puedo deducir una ligazón con mi carencia concreta de salud, educación, sueldo, empleo, pobreza y vivienda (en conjunción y/o retroalimentada por los Caminos de Lectura Indirectos descritos en los párrafos anteriores); pero donde mi carencia concreta no está reflejada: se me pide como Lector Un Hacer Intelectivo para insertar en lo que se me dice mi falta, se apea a las ideas, no a la afectividad.. Mis gustos pueden estar implicados en mi toma de opción previa a la campaña, y en ese caso, yo

puedo hacer una lectura catárquica, una lectura emotiva del Marco de Referencia Propuesto por Franjas y Portadas.

Y es de esta Opción Previa, de lo que carece efectivamente el Electorado de Errázuriz. A Aylwin y a Büchi los avalan Partidos Políticos Sólidos que tienen un arraigo en el electorado , (Demócrata Cristiano, Socialista, Radical, Partido por la Democracia, entre otros, a Aylwin; Renovación Nacional y Unión Demócrata Independiente, entre otros, a Büchi) a Errázuriz no lo avala Partido Alguno (los partidos que aparecen apoyándolo no tuvieron una existencia histórica previa a su candidatura, y obtuvieron menos votos que él), ni es conocido públicamente como político. Los datos electorales del 14 de Diciembre de 1989 respecto a la elección presidencial dieron a Aylwin un 53,81 %, a Büchi un 28,66 % y a Errázuriz un 15,04 %; por lo que podemos suponer que dichos votantes adquirieron su opción de voto, fundamentalmente en la Franja, de hecho la Encuesta Ilet (G.Munizaga, P. Edwards 1990: 10) establece que un 56,2 % de los Errazuristas orientó su elección de voto por la Franja, y un 7,2 % la cambió; esto es, un 63,4; versus un 31,1 % que asumió que ella sólo había reforzado sus opiniones, y un 15,5 % que dijo que “para nada”. Esto torna relevante el diagnóstico dado por



esta investigación en las líneas precedentes: *SOLO LA FRANJA DE ERRÁZURIZ* priorizó *COMO LO MÁS IMPORTANTE*, la *CARENCIA de EDUCACIÓN* detectada por las Encuestas (menos importante en Büchi y Aylwin), y como de *MEDIA IMPORTANCIA a la SALUD*, el *EMPLEO* y la *U.F.* (la salud y el empleo ocuparon el lugar de “no importante”, y la U.F. el de “menos importante”, en Aylwin; la U.F. y la *SALUD*, las de “menos importante”, en Büchi; con la excepción de empleo que en Büchi se le dio también un lugar de “importancia media”); es decir, es en la Franja de Errázuriz que estas temáticas tuvieron una expresión posible, concreto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- BARRAZA, I.; CHONG, E.; DANERI, C.; LÓPEZ, C.; VALLE, C. 1992. Sobre la lectura de información política durante la campaña presidencial de 1989. Tesis de Grado Licenciatura en Comunicación, Universidad de Chile, Santiago, Chile
- BARTHES, R. 1970. *S/Z*. Ed. Du Seuil, Paris, France.
- CENTRO DE ESTUDIOS DE LA REALIDAD CONTEMPORÁNEA. 1989. Informe Encuesta Nacional Noviembre de 1989. Ed. Cerc, Santiago, Chile.
- CENTRO DE ESTUDIOS PÚBLICOS. 1990. “Estudio Nacional de Opinión Pública: Diciembre 1989”, en *Documento de Trabajo No 128*, Ed. Cep, Santiago, Chile.
- DEL VILLAR, R. 1997. Trayectos en Semiótica Fílmico Televisiva. Ed. Dolmen, Santiago, Chile.
- ECO, U. 1981. *Lector in fabula*. Ed. Lumen, Barcelona, España
- GREIMAS, A.J. 1966. *Sémantique structurale*, Ed. Du Seuil, Paris, Francia.
- GREIMAS, A.J. 1970. *Du sens*, Ed. Du Seuil, Paris, Francia.
- LÉVI-STRAUSS, C. 1968. *Antropología Estructural*, Ed. Eudeba, Buenos Aires, Argentina.
- MUNIZAGA, G.; EDWARDS, P. 1990. Informe No 1. Encuesta Santiago, Televisión, Elecciones Presidenciales. Cultura Política, Ed. ILET, Santiago, Chile.
- SHAW, E. 1979. “Agenda-setting and mass communication theory”, en *Gazette, International Journal for Mass Communication Studies*, Vol. XXV, No 2/ 1979. 

