

# Sistemas de significación: representaciones e imaginarios sociales en producciones audiovisuales. Análisis semiótico del discurso de spots del plebiscito chileno 2020

Meaning systems: representations and social imaginaries in audiovisual productions. Semiotic analysis of the speech of spots of the Chilean plebiscite 2020

---

Dr. Ignacio Riffo-Pavón,

Facultad de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central de Chile.

Dr. Roberto Sancho-Larrañaga,

Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia.

**RESUMEN:** Este artículo tiene como objetivos identificar las representaciones e imaginarios sociales, en tanto que sistemas socio-cognitivos y significativos, que se pusieron en escena en los spots publicitarios de las coaliciones del Rechazo y del Apruebo en la campaña plebiscitaria en Chile de 2020; y presentar una herramienta metodológica, el análisis semiótico del discurso, que a partir de la unidad mínima de análisis del signo y cinco etapas procedimentales, desde el nivel denotativo hasta el connotativo, evidencia conjuntamente estas representaciones e imaginarios. Todo ello, se soporta en tres pilares teóricos, comunicación política, discurso político y la diferencia entre las representaciones e imaginarios sociales. Las representaciones sociales que se identificaron en el nivel denotativo de la Opción Rechazo están ligadas con la familia, el poder como orden público, propiedad privada y patriotismo; en la Opción Apruebo, movilización social, comunitarismo y represión policial. Los cuatro imaginarios sociales que emanaron desde el nivel connotativo fueron: Otriedad, Axiológicos, Mismidad y Temporales.

**ABSTRACT:** This article aims to identify the representations and social imaginaries, as socio-cognitive and significant systems, that were staged in the advertising spots of the Rejection and Approval coalitions in the 2020 plebiscite campaign in Chile; and present a methodological tool, the semiotic analysis of discourse, which, starting from the minimum unit of analysis of the sign and five procedural stages, from the denotative to the connotative level, jointly evidences these representations and imaginary. All of this is supported by three theoretical pillars, political communication, political discourse and the difference between representations and social imaginaries. The social representations that were identified at the denotative level of the Reject Option are linked to the family; power as public order; private property and patriotism. In the Approve Option, social mobilization, communitarianism and police repression. The four social imaginaries that emanated from the connotative level were: Otherness, Axiological, Sameness and Temporal.

**PALABRAS CLAVE:** Representaciones; Imaginarios sociales; Spots; Plebiscito; Chile

**KEYWORDS:** Representations; Social imaginaries; Spots; Plebiscite; Chile

## INTRODUCCIÓN

Este artículo emana en el contexto sociohistórico chileno del denominado Estallido Social que se inició el 18 de octubre de 2019 a lo largo del país. Durante varias semanas, multitudinarias manifestaciones clamaban justicia y dignidad; a la vez que apuntaban en contra de una élite política-económica y en el modelo neoliberal que ha guiado las políticas públicas durante los últimos 30 años en Chile. La importancia del Estallido Social, de acuerdo con Gabriel Salazar (2019), radica en que es el más extendido, violento y significativo que ha vivido el país en toda su historia.

Ante las incesantes y transversales manifestaciones, el 21 de octubre de 2019, el presidente de la república, Sebastián Piñera señaló: “Estamos en guerra contra un enemigo poderoso e implacable que no respeta a nada ni a nadie”. Dichas declaraciones aceleraron aún más las movilizaciones en todo Chile. A raíz de esta situación, el 15 de noviembre de 2019, los diversos partidos políticos del país (salvo el Partido Comunista) sellaron un Acuerdo por la Paz Social y la Nueva Constitución, donde se propuso la realización de un plebiscito para rechazar o aprobar la redacción de una nueva Constitución, cuestión que puso en vilo la Constitución de 1980 redactada durante la dictadura militar de Augusto Pinochet.

Dicho plebiscito se pactó para el 26 de abril de 2020, pero a causa del Covid-19 se reprogramó para el 25 de octubre del mismo año. En esta cita, la ciudadanía pudo votar la opción de Rechazo o Apruebo la redacción de una nueva Constitución y, también, el organismo encargado para su redacción (Convención Mixta Constitucional o Convención Constitucional). Se estableció un periodo de campaña electoral desde el 26 de agosto hasta el 22 de octubre. Concretamente, a partir del 26 de agosto en medios escritos, radios, espacios públicos autorizados y espacios privados; y del 25 de septiembre la Franja Electoral televisiva en los medios adscritos al Consejo Nacional de Televisión. Asimismo, por un lado, agrupaciones civiles y, por otro lado, partidos políticos se apilaron, según sus convicciones, en las opciones del Rechazo o del Apruebo y en el tipo de organismo que redacte la Constitución. Los resultados enseñaron que con 78,28% ganó la opción Apruebo, frente a un 21,72% de la opción Rechazo; y con 79% se impuso la opción Convención Constitucional, contra un 21% de la Convención Mixta Constitucional.

A raíz de este contexto, esta investigación se adentra en las representaciones e imaginarios sociales vehiculizados por las opciones Rechazo y Apruebo en el discurso político de los spots de la Franja Electoral televisiva. En este escenario, la sociedad chilena vivió un proceso de (re)significación del modelo país, así como de construcción y disputa discursiva en el terreno político y sociocultural.

De tal modo, el objetivo de esta investigación es doble. En primer lugar, se pretende identificar las representaciones e imaginarios sociales vehiculizados en los discursos políticos, que las coaliciones del Rechazo y del Apruebo difunden durante la campaña plebiscitaria de 2020, a través de los spots emitidos en la Franja Electoral de los medios públicos y privados adscritos al Consejo Nacional de Televisión. En segundo lugar, enseñar una propuesta de análisis semiótico del discurso que permite desvelar, mediante cinco etapas procedimentales, las representaciones e imaginarios sociales presentes en un discurso, en este caso los spots políticos del plebiscito chileno de 2020.

Este artículo se compone de tres grandes pilares teóricos. Primero, la comunicación política; en segundo lugar, se ahonda en los discursos políticos por su capacidad de (re)significar la realidad; en tercer lugar, se abordan las nociones de representaciones e imaginarios sociales, en tanto que sistemas sociocognitivos y significativos, como matrices de sentido que permiten construir y comprender el orden/cosmos social. A nivel metodológico, desde una perspectiva interpretativista (Soriano 2007) se estudian los discursos políticos presentes en los spots políticos de campaña. Para ello, se recurre a la propuesta de análisis semiótico del discurso establecida por Roberto Sancho (2015), quien se basa principalmente en los aportes de Ferdinand de Saussure (1945) y Roland Barthes (1999). Esta herramienta facilita el estudio del discurso desde el nivel denotativo hasta el connotativo, cuestión que permite visibilizar en un esquema de significación, las unidades (signos) provistas de sentido y los códigos culturales como sistema de representaciones sociales y, a la vez, los mitos que son la cuenca o sistema

simbólico de imaginarios sociales, mostrando diferentes posiciones de profundidad de un mismo sistema sociocognitivo y significativo (Fontanille 2001).

#### LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y EL DISCURSO POLÍTICO

La presente investigación se emplaza en el terreno de la comunicación política -primera noción teórica- entendida como el espacio donde interactúa a) el sistema mediático, b) la ciudadanía-electores y c) el sistema político (Mazzoleni 2010; Wolton 1989). Así se entiende la comunicación política al interior de un sistema social donde interactúan los tres actores recién mencionados. Es decir, desde la perspectiva de Luhmann (1988), la comunicación permite generar autorreferencias que van realizando una reproducción constante en las diversas dimensiones de la sociedad, en el caso de este manuscrito, la comunicación referida a la cuestión política.

De acuerdo con Dominique Wolton (1989), la comunicación política sería el lugar donde dichos actores intercambian discursos contradictorios entre sí. La interrelación devela que la comunicación política “es el intercambio de recursos simbólicos para la conquista del poder” (Mazzoleni 2010: 23). Por su parte, Jacques Gerstlé y Christophe Piar (2016) proponen que la comunicación política posee tres dimensiones: pragmática, estructural y simbólica. Para efectos de este manuscrito, esta última dimensión se considera crucial, ya que lo simbólico irradia toda dimensión social, por ende, no existe política sin símbolos ni rituales (Mazzoleni 2010). Simbolizar es representar lo real y, a su vez, establecer vínculos de significación entre las cosas (Gerstlé y Piar 2016).

Asimismo, la comunicación política, desde una perspectiva persuasiva, es un proceso de gestión comunicacional que visibiliza el ejercicio del poder con el fin de convencer, mediante la utilización de argumentos efectivos. De este modo, es posible señalar que la comunicación política se desliza a un rincón donde se agrupa la persuasión (Capdevila 2004) y las técnicas del marketing (Maarek 2009) con el objetivo de conectar con las subjetividades de la audiencia.

Según los intereses de este proyecto, desde el punto de vista del emisor, se considera que la comunicación política son las formas de comunicación empleadas por el actor Sistema Político para conseguir ciertos objetivos (McNair 1995). A pesar de que la comunicación política no puede ser reducida a esta perspectiva instrumental, para efectos investigativos, se establece que ésta apela a unas bases culturales compartidas y opera como un conjunto de técnicas y estrategias para persuadir a un público definido.

De este modo, el emisor en su acto comunicativo visibiliza un discurso que, siguiendo el postulado de Teun Van Dijk (2002), se entiende como una compleja estructura de significados referidos a una contextualidad determinada. Por tanto, el discurso se considera como una unidad semántica y socio-semiótica (Halliday 1977). Los objetos, las prácticas, los funcionamientos, la legitimidad de las instituciones tienen significados, se expresan y reproducen a través del discurso.

La segunda noción en que se focalizada este artículo es el discurso político (Charaudeau 2005; Giménez 1981). Este se sirve de una serie de elementos simbólicos, los cuales son examinados y organizados previamente por el emisor con el objetivo de persuadir a los individuos. Es decir, “jamás ha existido una acción política que no se haya representado, sostenido ni aplicado mediante símbolos” (Mazzoleni 2010: 137). Concretamente, el discurso político es aquel “producido dentro de la escena política, es decir dentro de los aparatos donde se desarrolla explícitamente el juego del poder” (Giménez 1981: 127). El discurso político se halla dentro de una determinada situación comunicativa (Charaudeau 2003), entendida “como un marco de

restricciones y posibilidades sobre el cual circulan, se transforman y se repiten los decires del mundo político (Segovia y Nieto 2018: 10).

En su esencia más íntima el discurso político es retórico (Capdevila 2004; Giménez 1981). Por tanto, su confección se vale de un procedimiento estratégico, ya que “pone en juego una determinada estrategia retórico-discursiva, en la medida en que selecciona y ordena determinadas operaciones lógico-semánticas en función de un objetivo muy preciso” (Giménez 1981: 128). Es decir, el actor político recurre concienzudamente al universo semiótico denotativo y connotativo más próximo para transmitir sus intereses, cosmovisiones, valores e interpretaciones sobre los hechos que le rodean. Por tanto, el discurso político ha de tener una coherencia con sus circunstancias de producción y de recepción (Capdevila 2004). Esta cuestión permite que el orador/emisor desarrolle ciertas estrategias discursivas y emplace conscientemente determinadas representaciones e imaginarios sociales capaces de sostener su discurso persuasivo.

#### LAS REPRESENTACIONES Y LOS IMAGINARIOS SOCIALES

El tercer pilar teórico del artículo se halla vinculado a las representaciones e imaginarios sociales, considerados como sistemas sociocognitivos y significativos compartidos por los sujetos que componen una comunidad. Se debe dejar de manifiesto que ambas nociones se hallan en distintos planos de la significación social (Segovia, Basulto y Zambrano 2018; Carretero 2018; Baeza 2008). Por un lado, las representaciones se sitúan en un plano denotativo más superficial-manifiesto y, por otro, los imaginarios se encuentran en un plano connotativo más profundo-invisible de las significaciones sociales. Parafraseando a Enrique Carretero (2018), las representaciones se emplazan en un plano simbólico más débil, en tanto que, los imaginarios implican una incursión más fuerte en lo simbólico.

Por ende, se puede indicar que los imaginarios son la cuenca o sustrato donde se encuentra el magma de significaciones profundas (Castoriadis 2013) que hacen posible la aparición de las representaciones. En este sentido, los imaginarios son esquemas de representación que estructuran la experiencia social (Ledrut 1987). Esta distinción entre ambas nociones, colateralmente, da cuenta de una complementariedad en estos dos planos, denotativo y connotativo, de la significación social.

Luego de esta aclaración, se entiende que las representaciones pueden explicitar las ideas invisibles que configuran a las sociedades y tiene que ver con los códigos culturales. Vale decir que, las representaciones serían “una manifestación del propio cuerpo social al que pertenecemos” (Pérez-Freire 2017: 5). De esta manera, se sostiene que las representaciones, al situarse en un plano denotativo, en la epidermis más aparente de la significación social, remiten a una realidad externa u observable. Es decir, las representaciones corresponden a algo o aquello que está afuera (Jodelet 1986).

Asimismo, vinculada a la teoría de sistemas sociales de Luhmann (1988), las representaciones sociales serían un sistema de códigos e imágenes culturales compartidas. Por tanto, las representaciones sociales permiten que los individuos se orienten y dominen su mundo social-material (Moscovici 1979). Este papel funcional se debe a que las representaciones son aquellas imágenes culturales que resultan de la interacción social (Pettracci y Kornblit 2004). Es decir, las representaciones sociales:

Se presentan bajo formas variadas, más o menos complejas. Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sen-

tido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver. (Jodelet 1986: 472)

Las representaciones sociales tienen la función de hacer que lo extraño resulte familiar y lo invisible perceptible (Farr 1986). Las representaciones, en sentido amplio, plasman lo implícito compartido en la psiquis colectiva. Toda representación social es representación de algo o de alguien (Jodelet 1986). Por tanto, “la representación vendría a ser la sustitución cognoscitiva del objeto, sea este real, mítico o imaginario” (Villarreal 2007: 440).

En relación con los imaginarios sociales, estos se hallan en el plano connotativo de la significación social y son variadas construcciones mentales o ideaciones compartidas socialmente (Baeza 2008) que otorgan coherencia, estabilidad y sentido existencial a una sociedad concreta. Es decir, los imaginarios socialmente compartidos estructuran y dan sentido al mundo más próximo que nos rodea. Desde una perspectiva sistémica, de acuerdo con Juan Luis Pintos (2003), los imaginarios sociales son un metacódigo capaz de atravesar todos los subsistemas que componen la sociedad compleja.

Los imaginarios sociales tienen que ver con las creencias colectivas, las visiones de mundo, los metarrelatos (Pintos 2015). Este acercamiento al nivel profundo de los imaginarios y, su fuente, los relatos míticos, responde a la premisa que “el mito es un artefacto que sirve para instalarnos en el presente, es decir, para construir nuestro espacio y nuestro tiempo” (Duch 2010: 22). A partir de este sustrato preformativo es posible construir sociedad e institucionalizar, de una manera u otra, el mundo que se presenta ante el sujeto. De tal manera, la imbricación de los valores instituidos socialmente, permiten delimitar ciertos relatos míticos que dan soporte a las figuraciones y praxis de los sujetos que componen un espacio y tiempo dado. Es decir, son estos grandes metarrelatos míticos los que se anclan en el imaginario compartido socialmente. De tal manera, Albert Chillón apunta que: “el mythos (imagen, fábula, símbolo, relato) forma parte de la entraña misma de la humana condición, en todo tiempo y lugar, y en todo tiempo y lugar entabla una intensa dialéctica con el logos (concepto, razonamiento, análisis)” (2000: 219). Entonces, el mito se sitúa como cuenca de significación profunda que remite a una imagen de mundo situada en la arquitectura del espíritu (Lévi-Strauss 1964) y que impacta en el mundo social (Campbell 1997).

Por consiguiente, “no hay posibilidad alguna de la utilización del concepto de imaginarios sociales sin la idea consustancial de institucionalización social de determinadas visiones, de determinados discursos y de determinadas prácticas con efectos sociales y, por último, hasta de determinados estilos de la acción social” (Baeza 2008: 190). De manera precisa, los imaginarios dependen de sus contextos de producción, por ende, son construcciones sociales o metacódigos que permiten “describir y entender la realidad como socialmente construida” (Pintos 2003: 10). Es decir, inexorablemente, los imaginarios sociales son la cuenca natural donde reposan las creencias e ideaciones colectivas de un pueblo determinado.

## METODOLOGÍA

Esta investigación se ubica dentro del paradigma interpretativista (Soriano 2007) de vocación cualitativa (Taylor y Bogdan 1989), donde lo discursivo es el objeto principal de este estudio. Los discursos y su cualidad portadora de sentido (Van Dijk 2002), se hallan estructurados en base a un doble plano de significación social, el denotativo (representaciones sociales) y el connotativo (imaginarios sociales). Por tanto, se recurre a la herramienta metodológica del análisis semiótico del discurso (Sancho 2015), ya que permite acceder a ambos planos de significación,

cuestión que permite conocer, por un lado, categorías instituidas que visibilizan los códigos culturales o sistemas simbólicos de representación social y, a su vez, los valores que sustentan las ideas de mundo que poseen los emisores, que se traducen en mitos que son la cuenca o sistema simbólico nuclear de imaginarios sociales. La significación en estos planos está condicionada con la posición del signo (denotativo o connotativo) en su relación con el sistema de significación, esta lógica de posiciones del signo es deconstruida con la herramienta metodológica propuesta.

Se desarrolla un análisis semiótico del discurso de los spots producidos por las coaliciones del Rechazo y del Apruebo, durante la campaña electoral del plebiscito del año 2020. Los spots se emitieron desde el 25 de septiembre al 22 de octubre de 2020 por los canales públicos y privados acogidos al Consejo Nacional de Televisión. De este modo, se decidió seleccionar la emisión de las 12h45, del día 18 de octubre de 2020,<sup>1</sup> al tratarse de la última semana de propaganda autorizada y por ser la fecha conmemorativa al cumplirse un año del inicio del Estallido Social chileno.

Esta selección se basa en la riqueza significativa de los resultados, pues la representatividad reside en lo significativo de las unidades a analizar (Soriano 2007). En este sentido, con el fin de aplicar un análisis en profundidad, se seleccionó un corpus de ocho spots de campaña, cuatro del Rechazo y cuatro del Apruebo. Esta selección apela a unos principios de coherencia discursiva y relacionada a los planteamientos teóricos de investigación.

El análisis de los spots a partir de una operacionalización del análisis semiótico del discurso (Sancho 2015) permite identificar las representaciones e imaginarios anclados en una muestra discursiva o sistema de signos. A la vez que facilita la deconstrucción de los esquemas cognitivos simbólicos -desde lo denotativo hasta lo connotativo- entendidos como estructuras mentales o culturales constituidas en los procesos de socialización o semiosis social.

En esta herramienta, el signo es la unidad mínima de análisis y se considera como la puerta de acceso a la estructura simbólica de un grupo social. Los signos -también los códigos- permiten identificar el sentido oculto de lo social o conjunto de equivalencias de un sistema de signos (Fontanille 2004), la intencionabilidad de unos recursos sígnicos que intentan insertarse en tradiciones culturales profundas, con la intención de persuadir y convencer a la audiencia.

Para la aplicación de esta herramienta de análisis se comienza por concebir el discurso como un conjunto significativo o sistema de significación en sí mismo, con una relación clara entre el signo y lo significado (Ballón 1997). Por lo tanto, cualquier producción cultural, en este caso los spots, busca insertarse en un contexto social determinado y persuadir al receptor a partir de discursos simbólicos que se adapten a esquemas previos interpretativos. Es así como la detección inicial de significantes fuertes en los discursos aboga por identificar las unidades o núcleos básicos de sentido (signos). Estos últimos cumplen la función intersubjetiva de clasificar los sentidos socialmente establecidos y jerarquizados. Estos sistemas de clasificación, en el plano denotativo se concretan en categorías y códigos culturales, que traducen representaciones sociales. En tanto que, en el plano connotativo, su decodificación establece la deconstrucción de significaciones más profundas o signos de distinción o valoración (valores sociales). Estos se generan por distinción o diferencia, por relaciones o combinaciones sígnicas dentro de una estructura o sistema de significación y de distinciones (Jokisch 2002). Son estos sistemas de signos la base de la comunicación social, factor clave del simbolizador más universal, la figura discursiva del mito, que se manifiesta sistema simbólico extendido, sistema de sentido o metarelato fundacional.

<sup>1</sup> Enlace de acceso a la muestra: <https://www.youtube.com/watch?v=hB5Ez1WT3lc> (Consultado 01/12/2021)

El análisis semiótico del discurso que se propone en este trabajo cuenta con cinco etapas de ejecución. Etapa 1: Descomposición nivel denotativo: Identificación de significantes fuertes y significación, se centra en la identificación de los significantes a partir de la descomposición de los “significantes fuertes” que se destacan en el discurso a analizar, para otorgarles un significado que nos remite a una categoría abstracta o idea. Etapa 2: Recomposición nivel denotativo: De las categorías al código cultural base de representación, realiza una recomposición de los significados de primer nivel denotativo para identificar sus relaciones o el sistema de significación que relaciona las categorías, o sea el código cultural. Etapa 3: Descomposición nivel connotativo: Paso a los significados profundos o valores, se relaciona el análisis de los dos niveles de significación, denotativo y connotativo, y se descomponen para extraer los significados o categorías del primer nivel de significación (denotativo) y se identifican como significantes del segundo nivel de significación a los cuales se otorga un significado profundo o valores. Etapa 4: Recomposición nivel connotativo: Valores y mito, es de recomposición de los significados de segundo nivel que nos ayuda a identificar regularidades entre valores, un sistema de significación que remite a un mito concreto. Por último, Etapa 5: Síntesis nivel denotativo y connotativo: El mito como sistema simbólico para la concreción de imaginarios sociales, es de síntesis pues tanto los valores como los mitos remiten a los imaginarios sociales.

TABLA 1. Síntesis etapas análisis semiótico del discurso.

SIGNO DENOTATIVO		SIGNO CONNOTATIVO		
Significante nivel denotativo	Significado nivel denotativo (CATEGORÍAS)	Significado nivel denotativo	Significado nivel connotativo (VALORES)	Sistema de signos nivel connotativo: MITO
Sistema de signos nivel denotativo: CÓDIGO CULTURAL		como		
		Significante nivel connotativo		
Sistema de significación nivel denotativo: REPRESENTACIONES SOCIALES		Sistema de significación nivel connotativo: IMAGINARIOS SOCIALES		

FUENTE: Elaboración propia.

A continuación, se muestran unos fotogramas de uno de los spots analizados y el ejemplo de la aplicación del instrumento de análisis:

TABLA 2. Ejemplo de fotogramas de uno de los spots analizados de la opción ‘Rechazo’ Chile 2020.



FUENTE: Elaboración propia.

En estos fotogramas se observan algunos de los significantes fuertes del discurso del spot que son identificados en la primera columna de la izquierda de la siguiente tabla y que dan comienzo al ejercicio que va profundizando en los niveles de significación del discurso a partir de las cinco etapas:

TABLA 3. Ejemplo de instrumento de análisis semiótico del discurso aplicado a los spots.

DENOTATIVO		CONNOTATIVO	
SIGNIFICANTES FUERTES	SIGNIFICADOS (CATEGORÍAS)	SIGNIFICANTE	SIGNIFICADO PROFUNDO (VALORES)
Familia	Red social	Red social	Apoyo
Diversidad	Integración social	Integración social	Solidaridad
Diferentes posturas	Pluralidad	Pluralidad	Respeto
Calle	Experiencia social	Experiencia social	Sabiduría
Colores cálidos	Tranquilidad	Tranquilidad	Confianza
Jeans	Rebeldía	Rebeldía	Libertad
Posiciones cómodas	Vida relajada	Vida relajada	Felicidad
Mirada fija	Seguridad	Seguridad	Honestidad
Gente común	Pueblo	Pueblo	Fraternidad
Lo mejor para Chile	Patria	Patria	Unidad
Sonrisas	Cercanía	Cercanía	Confianza
Casas tradicionales	Refugio	Refugio	Seguridad
	<b>CÓDIGO CULTURAL: FAMILIAR</b>		<b>MITO: LA ÚLTIMA CENA</b>

FUENTE: Elaboración propia.

Este mismo ejercicio de análisis semiótico del discurso de los spots se realizó con toda la muestra. A continuación, mostramos los resultados generales.

RESULTADOS GENERALES DEL ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL DISCURSO: PRESENTACIÓN POR ETAPAS.

ETAPA 1: DESCOMPOSICIÓN NIVEL DENOTATIVO: IDENTIFICACIÓN DE SIGNIFICANTES FUERTES Y SIGNIFICACIÓN.

Esta etapa comienza con el reconocimiento del signo como unidad básica de análisis y la identificación de los significantes fuertes, que se destacan frente a otros significantes por su reiteración, tonalidad o disposición dentro del discurso enunciado. A estos significados fuertes del signo denotativo del nivel perceptivo, se le otorga un significado que remite a una categoría o





Por el contrario, en la Opción Apruebo, si bien también utiliza una base dicotómica de representaciones sociales, entre negativas sobre todo aquellas ligadas al pasado con categorías emergentes como Violencia, Sistema político, Represión policial o Dictadura; y positivas como Inclusión, Igualdad, Manifestación, Multitud, Votación o Cambio; son estas últimas las que predominan. La unidad de la Opción Apruebo y de las fuerzas de izquierda se sustenta en un enemigo común, la dictadura y su traducción en la derecha actual; la base representacional de la Opción Apruebo enraíza en un ideario comunitario de lucha y emancipación en el país, que busca más una transformación de la democracia liberal hacia una más participativa.

## ETAPA 2: RECOMPOSICIÓN NIVEL DENOTATIVO: DE LAS CATEGORÍAS AL CÓDIGO CULTURAL BASE DE REPRESENTACIÓN

La segunda etapa se trata de recomponer el sistema de significación del primer nivel denotativo del instrumento de análisis semiótico del discurso, para lo cual, se trata de identificar la lógica signíca que articula las categorías emergentes en un sistema de significación o relacionabilidad propio. Este sistema de significación o procesamiento primario de información en el nivel denotativo remite a unos códigos culturales o esquemas concretos que encauzan la interpretación.

Los códigos culturales se convierten en rejillas o filtros de clasificación e interpretación de la realidad o sistema de significación de lo perceptivo a partir de lo simbólico-cognitivo. El cuerpo coherente de categorías, su relación signíca y lógica, y el código cultural a que remiten, funcionan como sistema de representación social concretados en discursos. Siguiendo a Moscovici (2019), los discursos y las representaciones sociales expresan siempre una intencionalidad colectiva que se concretan en modelos o imágenes culturales sociocognitivas compartidas (Jodelet 1984), que materializan formas de conceptualizar objetos sociales en función de las convenciones establecidas y del modo específico en que los individuos interactúan con el entorno.

Es decir, el código cultural es un sistema de procesamiento primario de significación denotativo que, en tanto sistema, contribuye en la institucionalización de ciertas representaciones sociales. Los códigos culturales encontrados en la Opción Rechazo fueron: Familiar, Economía de mercado, Socio-político y Protesta social. Ligados todos ellos, a una base representacional conservadora de Tradición, Familia, Propiedad privada y Orden social. Por lo tanto, ante la influencia creciente del mal en la sociedad traducido representacionalmente como caos o protesta social, como evidenciamos en la primera etapa de análisis; la recomposición de esas categorías emergentes, llevan a códigos culturales ligados a la defensa de las tradiciones e instituciones como la familia o la propiedad privada. Todo ello tiene una sólida base en la fe y en la tradición católica, y todo aquello que vaya en contra de esta cosmogonía representacional cristiana debe ser combatido, pues son expresión del mal, del caos y la desobediencia.

Por su parte, la base representacional de los spots ligados a la Opción Apruebo se concretó en los códigos culturales de Represión Estatal, Derechos sociales, Social, Lucha social. Estos códigos culturales se adscriben a un ideario social y democrático, o socialdemócrata, reconciliando las luchas de décadas anteriores con la prevalencia de un estado socialdemocrático, que intenta un cambio en las estructuras de poder en la sociedad. Ya no se cuestionan las instituciones liberales, sino su uso o inadecuado uso por parte de unas élites o sectores minoritarios de la sociedad. Por lo tanto, las representaciones sociales en este nivel de recomposición de lo denotativo, en el caso de la Opción Apruebo remiten al intento de combi-

nar el Estado de derecho democrático con una distribución justa de los recursos de Chile. Se presentan como los defensores de las libertades colectivas y de una política basada en lo comunitario, por lo tanto, de lo que se trata es redefinir la democracia existente, mostrando que continúa la lucha social por la igualdad política y económica. Por lo tanto, se identifica que en la cultura política de la izquierda chilena hay una conexión clara con la movilización social. El tránsito desde la lucha de clases a lo comunitario proyectó una nueva izquierda y “este clima permitió reposicionar la discusión en el eje elite/ciudadanía, además de izquierda/derecha” (Titelman 2019: 123).

A partir de los hallazgos de la etapa 2 se afirma que la base de representaciones sociales de la Opción Rechazo está basada en el ideario de la Tradición, Familia y Propiedad, todo ello ligado a la necesidad de un orden y estabilidad social; por lo tanto, requiere que el Estado imponga límites a los movimientos sociales para proteger el orden público; y, por otro lado, en un miedo a toda propuesta de transformación rápida o radical de la realidad política, social o económica. Por otro lado, las representaciones sociales de la Opción Apruebo se basan en la denuncia de la represión del Estado a las protestas social, y en una defensa tanto de esta protesta como los derechos ciudadanos frente a ese Estado, básicamente representado como represor; y que desconoce la pobreza y desigualdad social en Chile. La base representacional de los códigos culturales de la izquierda se asocia a la necesidad de un cambio a partir de las movilizaciones sociales y del carácter represor de la movilización por parte de un Estado que protege los intereses de una minoría o élite social.

### ETAPA 3: DESCOMPOSICIÓN NIVEL CONNOTATIVO: PASO A LOS SIGNIFICADOS PROFUNDOS O VALORES

Finalizado el análisis semiótico del discurso en el nivel denotativo, debemos seguir profundizando en la significación del nivel connotativo, esencialmente en esta etapa los significados del nivel denotativo se convierten en significantes del nivel connotativo. Posteriormente esta acción permite descomponer los signos de segundo nivel connotativo en significantes profundos y sus correspondientes significados. La significación en el nivel connotativo remite a valores, un deber ser que orienta los sentidos profundos que la persona le otorga a la vida y su realidad. En este sentido, la deconstrucción del nivel connotativo comienza por reconocer que la fragmentación de la significación que realizamos por niveles denotativo y connotativo tiene un carácter instrumental, por ello, el salto del primer nivel al segundo se caracteriza porque el significado del nivel denotativo se convierte en significante del nivel connotativo. Pasando de un significante enunciado en el discurso (denotación) con su correspondiente significado (significación denotativa) a un significante enunciativo (connotación), mostrando las dos dimensiones del signo planteadas por Saussure (1945). En el nivel denotativo, el significante y significado responden a una única unidad de significación (signo), en últimas a un único significado que se apoya en un significante para expresarse o concretarse. Esta unidad de significación de primer nivel se traduce en significante de segundo nivel, lo que significa que nos remite a un significado profundo, en este caso a los valores fundamentales de un grupo humano (Courtés 1997).

### ETAPA 4: RECOMPOSICIÓN NIVEL CONNOTATIVO: VALORES Y MITO

En el nivel connotativo se evidencia que los discursos conllevan imaginarios sociales valorativos, ideas del bien y el mal, concretados en valores positivos o negativos (antivalores), que son determinantes para la configuración de esos individuos a partir de la apelación que hacen los





## ETAPA 5: SÍNTESIS NIVEL DENOTATIVO Y CONNOTATIVO: EL MITO COMO SISTEMA SIMBÓLICO PARA LA CONCRECIÓN DE IMAGINARIOS SOCIALES

Después de pasar por las cuatro etapas anteriores del proceso ascendente de interpretación del signo, en esta última etapa se debe realizar la síntesis de la semiosis social concretada en los mitos entendidos como metarrelatos o sistema simbólico extendido que permiten delinear la configuración de los imaginarios sociales compartidos por los miembros de una comunidad. En tal sentido, el metarrelato mítico se identifica como un sistema simbólico comprendido por los integrantes de una sociedad, que se halla compuesto de un entramado de símbolos, momentos, contextos, imágenes y personajes, que sirven de cuenca o modelo referencial de los imaginarios sociales compartidos. En la aplicación de esta herramienta metodológica los mitos emergen luego de la interconexión de los valores o antivalores presentes en la etapa precedente; es decir, un conjunto articulado de criterios axiológicos remite a ciertos relatos míticos.

Los mitos hallados en el análisis no son ajenos a la matriz cultural del país. De tal manera, ambas opciones -Rechazo y Apruebo- apelan a mitos que sostienen el ADN sociocultural del país, puesto que el mito, al hallarse en los cimientos cognitivos compartidos de una sociedad, “se erige como un modelo matricial de toda narración, estructurado con base en esquemas y arquetipos fundamentales de la psique del sapiens sapiens” (Durand 2012: 106)

Así, los mitos que se hallaron tras el análisis de las opciones Rechazo y Apruebo fueron los siguientes. En el caso de la Opción Rechazo, los mitos entroncan predominantemente con la tradición judeocristiana como lo son La Última Cena y Paraíso Perdido (López-Raso 2019; Perinat 1999) y, a su vez, los mitos modernos del Progreso (Bouveresse 2017) y de la Revolución (Fernández-Riquelme 2019; Ruiz 2017; Reyes 2015). Por su lado, respecto a la Opción Apruebo se identificó, a partir de una visión moderna y progresista, el mito de la Revolución Francesa (Cartes 2018; Prado-Ocaranza 2018) y el mito de la Revolución (Fernández-Riquelme 2019; Ruiz 2017; Reyes 2015); así como el mito de la Guerra de Arauco o de la Lucha del Pueblo Mapuche (Cartes 2013; Ercilla y Zuñiga 1910) y, además un metarrelato de tradición judeocristiana, las Bestias del Apocalipsis (Graf 2011).

Con relación a la serie de familias de mitos, considerados como metarrelato referencial de significación universal, son los que permiten situar y nutrir unos imaginarios sociales que funcionan como un denominador común entre los individuos que componen un espacio-tiempo concreto. Así se identificó que dichos mitos permitieron instituir cuatro grandes imaginarios compartidos socialmente que son instrumentalizados según los intereses, subjetividades y objetivos de las candidaturas. A saber:

(1) Los imaginarios sociales axiológicos: ambas posiciones políticas, Rechazo y Apruebo, recurren a determinados valores y antivalores, instituidos socialmente y sujetos a referencias mitológicas progresistas, modernas, judeocristianas o heroicas, para darse así una clara identidad que le diferencia de su oponente político. Es decir, el valor o antivalor como imaginario social es concebido como un *deber ser* que comparten los individuos en comunidad. De tal forma, el *deber ser* es aquello que defienden y promueven con mayor ímpetu las opciones del Rechazo y del Apruebo.

(2) Los imaginarios sociales de la otredad (ellos): en el caso del discurso político, cada opción construyó y representó, mediante ciertos valores, a su antagonista de manera negativa y como aquella otredad perjudicial para el devenir del país. Mediante valores de odio, agresividad, violencia, desequilibrio y desobediencia, la opción Rechazo confeccionó una ideación en

torno al Apruebo. En tanto que esta última, construyó a su antagonista a través de valores asociados a la crueldad, la violencia institucional y la injusticia.

(3) Los imaginarios sociales vitalizados de la mismidad (nosotros): esta ideación que plasmó cada opción sobre sí misma, recurrió a valores que reafirman la propia identidad de la candidatura. Por un lado, el Rechazo se autodefinió como la coalición del orden institucional, que promueve valores conservadores, tales como, seguridad, unidad, autoridad y tradición. Valores que se vinculan a la protección de la familia, de la Iglesia y del Estado como garante del orden y la ley. A su vez, en un aspecto económico, apela a la creencia colectiva de la productividad y el mercado como agentes de desarrollo, para lo cual el Rechazo remite principalmente a los valores del progreso y la ambición. Por otro lado, el Apruebo, se configuró como la opción que posee unos valores vinculados a la justicia, la igualdad y la tolerancia, que son las coordenadas para la construcción de un nuevo Chile. Este *debe ser* ideacional, fundado en la lucha del pueblo, recibe su impulso de los valores de cambio, liderazgo y valentía que son el motor para la concreción de un país progresista con igualdad de oportunidades y derechos políticos, sociales y económicos.

(4) Los imaginarios sociales temporales del pasado y futuro: en base a estos dos regímenes de tiempo, las opciones del plebiscito configuran su narratividad persuasiva. Ambos momentos cronológicos sirven de referencia para, según la finalidad del emisor, apelar a los sentimientos intrínsecamente humanos del miedo y la esperanza. En este sentido, la coalición del Rechazo resalta un pasado estable que le dio a Chile su mayor índice de desarrollo y crecimiento económico; un tiempo pretérito que sentó una arquitectura institucional que, a su juicio, otorgó a Chile la prosperidad y logró alcanzar un reconocimiento como un país referente en el contexto latinoamericano. Con relación al futuro, el Rechazo apela al sentimiento del miedo en caso de que ganase la opción Apruebo; pues los cambios “radicales” de esta última pueden provocar “La pérdida del paraíso”, en referencia a un Chile estable que se ha gestado a lo largo de los años. En oposición a esta construcción discursiva, se identificó que el Apruebo remite al pasado como una época de incertidumbre, crueldad, violencia y represión -como el mito judeocristiano de la Represión de pueblo judío- que nace desde la dictadura de Augusto Pinochet y que se materializa en la Constitución del 1980. A su vez, la opción del Apruebo, mediante la referencia universal de la lucha del pueblo y de la revolución, proyecta un futuro ideal y que apela al sentimiento compartido de la esperanza en torno al sueño futuro de un país con un Estado de bienestar, tolerante y donde impere la justicia social.

## CONCLUSIONES

Esta investigación fue detrás del ADN cultural de la sociedad chilena que se puso en escena en un momento clave de la historia del país, a partir de analizar los niveles de un sistema particular de sentido que se reproduce en la comunicación y sociabilidad. Para lo cual, se eligieron los spots publicitarios del plebiscito de 2020; el análisis semiótico del discurso evidenció los fundamentos matriciales de la significación social que se entrelazan en hebras de significación (mitos, valores, códigos culturales y categorías). Estos fundamentos matrices son cuatro imaginarios sociales cardinales o primarios compartidos tanto por la Opción Rechazo como por la Opción Apruebo: imaginarios sociales axiológicos (marcan el deber ser); de la otredad (ellos); de la mismidad (nosotros); y temporales (inserción en pasado y futuro). De este modo, los imaginarios sociales actúan como matrices significativas compartidas que proveen a los individuos un marco común denominador para intervenir en la realidad social a partir de la comunicación política.

El discurso político de las opciones del Rechazo y del Apruebo en los spots se sirven de estos imaginarios sociales, los instrumentalizan y operativizan a partir de mitos, entendidos como metarrelatos instituidos socialmente, para así representar la realidad social de la forma más apegada a sus fines, convicciones y esquemas valóricos. Mediante esta cadena de ADN cultural o significación, se apela a un saber cultural de una determinada población; con ello, las coaliciones políticas buscan persuadir de manera efectiva a las audiencias. Los mitos de la Opción Rechazo entroncan con la tradición judeocristiana (La Última Cena o el Paraíso Perdido) o mitos modernos como el Progreso o la Revolución. La Opción Apruebo utiliza mitos modernos de la Revolución y la Revolución Francesa, así como tradicionales de la Guerra de Arauco o el cristiano de las Bestias del Apocalipsis. El mito es un sistema simbólico extendido en comunidad, que sirve de modelo referencial o metarrelato para los miembros que la componen. En definitiva, ambas opciones pretenden en el nivel connotativo del discurso empatar con valores, universos simbólicos e ideológicos de los ciudadanos. La Opción Rechazo desde valores tradicionales como la Unidad o Seguridad, y valores productivos como Progreso o Productividad; y valores negativos como Desobediencia, Odio o Violencia. En la Opción Apruebo predominan valores enmarcados en la Justicia, Igualdad o Tolerancia.

En el nivel denotativo, los imaginarios sociales cardinales o primarios, cuenca o magma de significaciones profundas, se materializan en representaciones sociales, como significaciones superficiales, concretadas en códigos culturales y categorías. Es decir, los imaginarios sociales alcanzan su manifestación en el organismo social a través de las representaciones que el propio individuo asienta mediante su universo simbólico. Las representaciones sociales de la Opción Rechazo fueron: Familia como red social nuclear y base de la sociedad; Poder, encarnado en la derecha chilena como equivalente de gobernabilidad y orden público e institucional; Fe cristiana, Propiedad privada y Patriotismo como fundamentos del orden social y con una visión instrumental del poder político como dispositivo de control y gestión de lo social; y por último, una representación social negativa de los movimientos sociales y de las izquierdas como aceleradores del conflicto, la violencia, la crisis, el caos y la pobreza. Por su parte, aquellas que emergieron de la Opción Apruebo son: Comunitarismo y movilización social; Épica de la lucha social y la emancipación ciudadana; Dictadura militar chilena ligada a la violencia política, la represión policial y la violación a los Derechos Humanos; y como representación negativa, la Derecha chilena continuadora de la dictadura militar, la represión y la violencia institucional. Estas representaciones sociales se tradujeron en unos lenguajes comunes o códigos culturales, como sistemas simbólicos de representación social. Los códigos culturales de la Opción Rechazo fueron: Familiar, Economía de mercado, Socio-político y Protesta social. La Opción Apruebo utilizó los códigos culturales de Represión estatal, Derechos sociales, Social y Lucha social.

En definitiva, a partir del análisis semiótico del discurso se pudo evidenciar la heterogeneidad de un sistema de significación en el nivel superficial denotativo de las dos opciones políticas, pero también una tendencia de ambas hacia la homogeneidad o metaestabilidad de la significación en el nivel profundo o connotativo, un ADN cultural chileno que remite a cuatro imaginarios sociales cardinales o nucleares mencionados son los fundamentos de significación primaria que dan forma -mediante unos mitos contenedores de valores- a las diversas representaciones sociales -códigos culturales y categorías- fijadas por las dos opciones políticas en el plebiscito chileno del 2020.

## RECONOCIMIENTOS

Este artículo se desprende del proyecto Postdoctorado FONDECYT N°3210195 del Dr. Ignacio Riffo-Pavón.

#### REFERENCIAS

- Ahuactzin, C.E. (2017). Discurso multimodal y valores democráticos. Spots de los partidos políticos de izquierda en la precampaña electoral federal México 2015. *Sociológica (México)* 32(92), 175–215.
- Baeza, M. (2003). *Imaginario sociales. Apuntes para la discusión teórica y metodológica*. Editorial Universidad de Concepción.
- Baeza, M. (2008). *Mundo real, mundo imaginario social. Teoría y práctica de sociología profunda*. Ril.
- Baeza, M. (2015). *Hacer mundo. Significaciones imaginario-sociales para construir sociedad*. Ril.
- Ballón, E. (1997). *Análisis semiótico del discurso*. Gredos.
- Barthes, R. (1999). *Mitologías*. Siglo XXI.
- Bouveresse, J. (2017). *Le mythe moderne du progrès*. Agone.
- Campbell, J. (1997). *Los mitos. Su impacto en el mundo social*. Editorial Kairós.
- Capdevila, A. (2004). *El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Aldea Global.
- Carretero, E. (2010). *El orden social en la posmodernidad. Ideología e imaginario social*. Erasmus.
- Carretero, E. (2018). Actualidad del campo de los imaginarios y las representaciones sociales en España: un archipiélago en busca de comunidad. En: F. Aliaga, M. Maric, & C. Uribe (eds.), *Imaginario y representaciones sociales. Estado de la investigación en Iberoamérica* (pp. 293–348). Universidad Santo Tomás.
- Cartes, A. (2013). Arauco, matriz retórica de Chile: símbolos, etnia y nación. *Revista de Estudios Transfronterizos* 13(2), 191–214.
- Cartes, A. (2018). Visiones sobre la Revolución Francesa. En: J.G. Prado-Ocaranza (ed.), *La Revolución Francesa y su influencia en Chile* (pp. 44–47). Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- Castoriadis, C. (2013). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información*. Gedisa.
- Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Vuibert.
- Chillón, A. (2000). Lluís Duch: Mito, interpretación y cultura: aproximación logomítica. *Revista Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura* 24, 218–222.
- Courtés, J. (1997). *Análisis semiótico del discurso*. Gredos.
- Dijk, T. van (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social* 1, 18–24.
- Duch, Ll. (2010). Sobre la interacción entre el mito y el logos en la obra de Kurt Hübner. Pensamiento. *Papeles de Filosofía* 1, 19–32.
- Duch, Ll. (2012). *La banalització de la paraula*. CCCB.
- Durand, G. (2012). La mitocrítica paso a paso. *Acta Sociológica* 57, 105–118.
- Ercilla y Zúñiga, A. (1910). *La Araucana*. Imprenta Elzeviriana.
- Farr, R. (1986). Las representaciones sociales. En: S. Moscovici (ed.), *Psicología social II* (pp. 495–506). Paidós.
- Fernández-Riquelme, S. (2019). El mito de la Revolución. Masas, violencia y sindicalismo en Georges Sorel. *Il Pensiero Storico: Ideologie, dottrine, istituzioni* 5, 31–55.
- Fontanille, J. (2001). *Semiótica del discurso*. FCE, Universidad de Lima.

- Fontanille, J. (2004). Semiótica de los textos y de los discursos (método de análisis). En: A. Muchelli (ed.), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines*. Armand Colin.
- Gerstlé, J. & Piar, C. (2016). *La communication politique*. Armand Colin.
- Giménez, G. (1981). *Poder, estado, discurso. Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político-jurídico*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gómez, P. (2001). Imaginarios sociales y análisis semiótico: una aproximación a la construcción narrativa de la realidad. *Revista Cuadernos* 17, 195–209.
- Graf, R. (2011). La relación entre las bestias de Apocalipsis 13:1-10 y Apocalipsis 17: Algunas implicaciones. *Revista Theologica* 26(2), 176–198.
- Halliday, M. (1977). Text as semantic choice in social context. En: T. van Dijk & J. Petöfi (eds.), *Grammars and descriptions studies in text theory and text analysis* (pp. 176–225). Walter de Gruyter.
- Herreros, F. (2010). *Valores y políticas que distinguen a los ciudadanos de derecha de los de izquierda*. Fundación Alternativas.
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómeno, conceptos y teoría. En: S. Moscovici (ed.), *Psicología Social II* (pp. 478–494). Paidós.
- Jokisch, R. (2002). Metodología de las distinciones. Forma, complejidad, autorreferencia, observación, construcción de teorías integrando lo macro y lo micro en las ciencias sociales. Ediciones Casa Juan Pablos, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ledrut, R. (1987). Société réel, société imaginaire. *Cahiers Internationaux de Sociologie* 82: 41–56.
- Lévi-Strauss, C. (1964). *Le cru et le cuit*. Plon.
- López-Raso, P. (2019). *La biblia en la era audiovisual: nuevas formas de contar lo sagrado*. UFV.
- Luhmann, N. (1998). *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general*. Anthropos.
- Maarek, P. (2009). *Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política*. Paidós.
- McNair, B. (1995). *An introduction to political communication*. Routledge.
- Mazzoleni, G. (2010). *La comunicación política*. Alianza.
- Moscovici, S. (1979). *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul.
- Moscovici, S. (2019). Sens commun: représentations sociales et idéologie? En: N. Kalampalikis (ed.), *Serge Moscovici: Psychologie des représentations sociales. Textes rares et inédits* (pp. 17–29). Éditions des Archives contemporaines.
- Pérez-Freire, S. (2017). Situando los imaginarios sociales: aproximación y propuestas. *Revista Imagonantas* 9, 1–22.
- Perinat, A. (1999). *Mitos y metáforas como formas de conocimiento y saber. Conferencia Cognición y Lengua-je*. Universitat Ramon Llull.
- Petracci, M. & Kornblit, A. (2004). Representaciones sociales: Una teoría metodológicamente pluralista. En: A. Kornblit (ed.), *Metodologías cualitativas en ciencias sociales* (pp. 91–111). Biblos.
- Pintos, J.L. (2015). Apreciaciones del concepto de imaginarios sociales. *Revista Miradas* 1(13), 150–159.
- Pintos, J.L. (2003). El metacódigo ‘relevancia/opacidad’ en la construcción sistémica de las realidades. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas* 2(1-2), 21–34.
- Prado-Ocaranza, J.G. (2018). *La Revolución Francesa y su influencia en Chile*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- Reyes, F. (2015). La revolución como mito, la regeneración como promesa. Ideas-Fuerza en los orígenes de la unión cívica radical. *Ariadna histórica. Lenguajes, conceptos, metáforas* 4, 117–146.

- Riffo-Pavón, I. (2016). Una reflexión para la comprensión de los imaginarios sociales. *Revista Comunicación* 7(1), 63–76.
- Ruderer, S. (2012). Cruzada contra el comunismo. Tradición, Familia y Propiedad (TFP) en Chile y Argentina. *Revista Sociedad y Religión* 38(22), 77–106.
- Ruiz, M. (2017). Mandatos militantes, vida cotidiana y subjetividad revolucionaria en el Movimiento de Izquierda Revolucionaria de Chile (1965-1975). *Revista Austral de Ciencias Sociales* 28, 163–182.
- Salazar, G. (2019). *El reventón social en Chile: una mirada histórica*. Nueva Sociedad.
- Sancho, R. (2015). On competences and values: From the desire to educate to educating the desire of being. *International Journal of Lifelong Education* 34(1), 76–88.
- Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Losada.
- Segovia, P., Basulto, O. & Zambrano, P. (2018). Imaginarios sociales y representaciones: su aplicación a análisis discursivos en tres ámbitos diferentes. *Empiria: Revista de Metodología de Ciencias Sociales* 41, 79–102.
- Segovia, P. y Nieto, M. (2018). Ethos y análisis del discurso político: una mirada desde la perspectiva francesa. *Onomázein* 41, 1–20.
- Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació*. Eumo.
- Taylor, S. & Bogdan, R.C. (1989). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.
- Titelman, N. (2019). La nueva izquierda chilena. *Revista Nueva Sociedad* 281, 117–128.
- Villarroel, G. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad. *Fermentum* 17(49), 434–454.
- Wolton, D. (1989). La communication politique: construction d'un modèle. *Hermes, La Revue* 1(4), 27–42.

#### CONTACTO

[ignacioriffopavon@gmail.com](mailto:ignacioriffopavon@gmail.com)

Recibido: agosto 2021

Aceptado: diciembre 2021

MAD | ISSN 0718-0527

Departamento de Antropología | Facultad de Ciencias Sociales | Universidad de Chile

Avenida Capitán Ignacio Carrera Pinto 1045 Ñuñoa 7800284 | Santiago | Chile

+56 2 29787760 | [revistamad.uchile@facso.cl](mailto:revistamad.uchile@facso.cl) | [www.revistamad.uchile.cl](http://www.revistamad.uchile.cl)

Twitter y Facebook: [@RevMadUChile](https://twitter.com/RevMadUChile)