

24
2 ej



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE PSICOLOGIA

**IDENTIDAD SOCIAL Y LENGUAJE:
SU VINCULO EN UNA SOCIEDAD EN CRISIS**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
LICENCIADA EN PSICOLOGIA**

P R E S E N T A :

ANGELICA LETICIA BAUTISTA LOPEZ

MEXICO, D. F.

SEPTIEMBRE DE 1985



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

CONTENIDO

	Pág.
INDICE - - - - -	I
PROLOGO - - - - -	1
CAPITULO 1: INTRODUCCION - - - - -	4
1.1 <i>Identidad Social</i> - - - - -	5
1.2 <i>Lenguaje</i> - - - - -	6
1.3 <i>Identidad Social y Lenguaje: su vínculo</i> - - - - -	7
1.4 <i>Identidad y Lenguaje bajo su contexto: La Crisis</i> - -	8
1.5 <i>Relaciones Intergrupales</i> - - - - -	9
1.6 <i>Comunicación</i> - - - - -	10
1.7 <i>Falsa Conciencia e Ideología</i> - - - - -	14
1.8 <i>Nacionalismo</i> - - - - -	15
1.9 <i>Aproximación Empírica</i> - - - - -	16
1.10 <i>Importancia y Relevancia Social</i> - - - - -	18
CAPITULO 2: DIVERSAS APROXIMACIONES TEORICAS SOBRE LENGUAJE, IDENTIDAD SOCIAL E IDENTIDAD NACIONAL.	20
2.1 <i>Lenguaje y Significado</i> - - - - -	21
2.2 <i>Socialización</i> - - - - -	23
2.3 <i>Estereotipos</i> - - - - -	25
2.4 <i>Comunicación y Significado</i> - - - - -	26
2.5 <i>Lenguajes "privados"</i> - - - - -	27
2.6 <i>Relaciones Sociales y Lenguaje</i> - - - - -	28
2.7 <i>Cultura</i> - - - - -	30
2.8 <i>Identidad Social</i> - - - - -	31

2.9	<i>Identidad Nacional</i>	34
CAPITULO 3: FACTORES PSICOSOCIALES EN EL VINCULO ENTRE - LENGUAJE E IDENTIDAD SOCIAL: UNA TEORIA PSICO SOCIAL EXPLICATIVA.		36
3.1	<i>Conceptualizaciones Psicosociales</i>	37
3.1.1	<i>Grupos psicológicos</i>	37
3.1.2	<i>Categoría Social</i>	38
3.1.3	<i>Identidad Social</i>	38
3.1.4	<i>Identidad Nacional</i>	38
3.2	<i>La Comunicación y sus Límites</i>	38
3.3	<i>Preservación de un Código común</i>	39
3.4	<i>Recreación del Sistema de Interpretación</i>	39
3.5	<i>Fenómeno de Deshumanización</i>	40
3.5.1	<i>Ideología del grupo dominante</i>	40
3.5.2	<i>Desvirtualización de la Comunicación</i>	40
3.6	<i>Retorno a la Comunicación Genuina</i>	42
3.7	<i>Cuestionamientos del Sistema ante la Crisis</i>	43
3.7.1	<i>Alternativas</i>	44
3.7.1.1	<i>Ejemplo</i>	45
3.8	<i>Hipótesis Teóricas</i>	47
CAPITULO 4: ASPECTOS METODOLOGICOS Y TRABAJO DE CAMPO		50
4.1	<i>Identidad Nacional; su importancia</i>	51
4.2	<i>Problema</i>	52
4.3	<i>Objetivo General</i>	52
4.4	<i>Objetivos Específicos</i>	52
4.5	<i>Hipótesis</i>	52
4.6	<i>Implementación Empírica</i>	53

	Pág.
4.6.1 Recabación de Datos - - - - -	53
4.6.1.1 Recopilación Documental - - - - -	53
4.6.1.2 Observación - - - - -	53
4.6.2 Análisis de datos - - - - -	53
4.6.2.1 Análisis de Contenido - - - - -	53
4.6.2.2 Análisis Teórico - - - - -	54
4.6.3 Identidad Nacional basada en la defensa de la cotidianeidad: defensa teórica. - - - - -	54
4.7 Operacionalización - - - - -	54
4.7.1. PRI-ESTADO - - - - -	54
4.7.2 PAN - - - - -	54
4.7.3 IZQUIERDA - - - - -	55
 CAPITULO 5: LENGUAJE E IDENTIDAD NACIONAL; SU INTEGRACION -	 58
5.1 El PRI-Estado y su Planteamiento de Identidad Nacional - - - - -	59
5.2 El PAN y su Planteamiento de Identidad Nacional - - -	62
5.3 La izquierda y su Planteamiento de Identidad Na- - - cional	65
5.4 Un planteamiento de Identidad Nacional Alternativo -	67
 CAPITULO 6: CONCLUSIONES - - - - -	 70
6.1 Aportaciones a futuras Investigaciones - - - - -	72
6.2 Limitaciones - - - - -	74
6.3 Desventajas - - - - -	74
6.4 Consideraciones finales - - - - -	75
 APENDICE EXPLICATIVO - - - - -	 76
 ANEXO 1: Las paredes no oyen, hablan, pintas de bardas en la campaña electoral, 1985.	 79
 ANEXO 2: Cuadro de premisas básicas manejadas por los partidos políticos en la campaña electoral, 1985.	 83

	Pág.
ANEXO 3: <i>Categorías Preliminares</i> - - - - -	85
BIBLIOGRAFIA - - - - -	91

PRÓLOGO

La sociedad como tema de estudio, dada su complejidad, dificulta en gran medida su comprensión. Los procesos y fenómenos confluyen y se tornan necesario abordarlas en este sentido para llegar a una visión integrativa de ésta.

Es esta la razón por la cual se busca intentar dar cuenta de un fenómeno, la identidad, sin caer en el reduccionismo, ya que a pesar de su particularidad forma parte de un todo y es ahí donde adquiere su exacta dimensión.

Se pretende abordar aquí la relación existente entre identidad social — lenguaje, que aún y cuando ha tenido diversos planteamientos y aproximaciones, no ha sido abordada a profundidad desde el punto de vista psico social, por lo menos en la revisión realizada sobre estos temas. Aún y cuando se deba resaltar la labor de algunos autores que han intentado abordarlo, de manera muy brillante por cierto (Moscovici, 1972; Abravanel, 1973).

Tal y como lo cita Andrés Sorel, nuestro lenguaje suena arcaico, pero seguimos utilizándolo. Prolongando palabras inútiles en conversaciones cada vez menos ambidas (Sorel, 1978). Nada es más cierto, todo nuestro tiempo es dedicado a hablar; aún cuando muy poco de él nos lleva o lo lle vamos a una comunicación genuina. Al levantarnos, nuestro pensamiento es lenguaje; al saludar, nuestra voz es lenguaje; al caminar, nuestro cuerpo es lenguaje. Siempre comunica, pero muy pocas veces es perceptible de manera consciente. Cuántas veces hemos pasado juntos a seres que nos comunican, sin que nos hayamos dado la oportunidad de percibirlo en este sen

tido.

Sorel nos dice: "A veces lamentamos comunicarnos. Un placer descubrir que aún tenemos lenguaje. Hojas de arbustos, grillos, existe todavía el camino de Santiago, luces parpadeando en montañas de juguetes, palabras, hartazgo de palabras que nos acarician hasta el cansado éxtasis en la plenitud" (Sorel, 1978).

Yo más bien afirmaré que nunca hemos dejado de saber que poseemos un lenguaje, pero si hemos ido perdiendo la capacidad de "comunicarnos" de manera genuina, ("un placer descubrir que aún podemos comunicarnos"). Este hecho es el que nos muestra que nuestro lenguaje es común a nosotros, que vive en nosotros, pero que, a diferencia nuestra, trasciende y de una manera innegable nos permite trascender.

Como no interesarse en un tema que habla de la esencia humana, porqué: ¿No es la comunicación la esencia humana? Es aquí donde se percibe la importancia de una *identidad social*, que le dé al lenguaje su propia y verdadera genuinidad.

Teniendo presentes estas ideas se abordó este trabajo con el contenido siguiente: en el primer capítulo se hace una introducción al tema y a los conceptos que sirven de punto de partida para el análisis teórico, se plantea también la posición teórica de la tesis que busca una aproximación en base a la comunicación.

En el segundo capítulo, se hace una relación de las diversas aproximaciones teóricas sobre los temas centrales del trabajo. El capítulo 3, sirve de punto de vinculación del análisis teórico. Plantea los conceptos - desde el punto de vista que se seguirá en el análisis posterior. El capítulo 4, plantea la metodología seguida para abordar la *Identidad Nacional*

En el capítulo 5 se plantea la Integración de los análisis previos y se conjuntan los datos obtenidos de los análisis de contenido.

En el último capítulo se encuentran las Conclusiones generales del trabajo y se plantean ventajas y desventajas. Al final se muestra un Apéndice Explicativo referente a los términos utilizados a lo largo del trabajo.

CAPITULO 1

INTRODUCCION

*"La vida cotidiana es un instante
de otro instante que es la vida total del hombre
pero a su vez cuántos instantes no ha de tener
ese instante del instante mayor".*

(Sacado de "Cotidiana I")

Mario Benedetti

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

El título de este trabajo: *Identidad Social y Lenguaje*, su vínculo - en una sociedad en crisis, plantea la intención de dar una presunta visión integrativa de estos conceptos y su interjuego en la situación de crisis que prevalece en nuestra sociedad. Por lo cual me parece necesario aclararlo en ésta introducción.

1.1 *Identidad Social*

La identidad social como proceso psicosocial básico entraña un complejo problema teórico, así como es claro que para los miembros del grupo que la poseen les resulta valiosa.

A pesar de ésta complejidad, o precisamente por ella es que la identidad social como tema de estudio resulta sumamente importante. Desde la perspectiva psicosocial se conceptualiza a un grupo como una colección de individuos que se perciben a sí mismos como miembros de la misma categoría social, que tienen en común diversos aspectos afectivos y evalúan su grupo y su membresía de manera consensual.

Los individuos según Tajfel, "definen su entorno en categorías sociales que les permiten tener una visión global de su realidad; así, la identidad social es el proceso que partiendo de ésta categorización define la autoimagen de los individuos de ese grupo y sus acciones en conjunto" (Tajfel, 1978).

Siguiendo el pensamiento de Shibutani (1971), cuando afirma que "cada mundo social es un área cultural, cuyos límites no están establecidos ni por el territorio, ni por la pertenencia formal al grupo, sino por los límites de la comunicación que efectivamente se da" (Shibutani, p. 26). Resulta claro que los límites de la comunicación son esenciales para el grupo, pues permite su propia definición; así, los códigos particulares reflejan la especificidad de las relaciones sociales y a su vez la identidad social de ese grupo.

La preservación de un código por un grupo es la muestra inconfundible de una identidad social propia. En capítulos subsecuentes se hará mayor énfasis en relación al tema de *Identidad Social*, como una relación de los planteamientos que hacen de ésta algunos estudiosos.

1.2 Lenguaje

El lenguaje, fenómeno humano de gran importancia y trascendencia, es el vehículo por medio del cual los miembros de un grupo, establecen comunicación unos con otros y consigo mismos, pero además, es el reflejo del mundo que los rodea y que los incluye. Si un individuo tiene Identidad Social por que se siente parte integrante y activa de "su grupo", la manifestará de manera palpable en sus comunicaciones constantes, por lo que el lenguaje pasará de ser un reflejo de la realidad vigente, a ser un elemento activo de ésta. De tal manera que el "código común vigente" se convierte en un código autorregulado por las necesidades del propio grupo. Para preservar un código común un grupo (psicológico) tiende a redefinir cuestiones propias al *status quo* que, de ésta forma le permiten argumentar positivamente el manejo y uso de "su código".

El lenguaje como vehículo de comunicación ha sido poco estudiado hasta la fecha. Los lingüistas estudian generalmente el lenguaje pero, sin relación alguna ni con el contexto social ni con la psicología de los individuos que lo utilizan. Esto hace que la comunicación sea entendida como soliloquios contingentes en espacios y tiempo. Emisor y receptor son afectados únicamente en términos lingüísticos. La comunicación entonces es entendida como sobreposición de procesos de codificación y decodificación — uno u otro según sea el lugar que ocupan en el tiempo—, sin importar la interacción y sus propósitos comunicativos.

Un ejemplo de esto lo encontramos en los argumentos de algunos lingüistas como Fontanella que plantea que el cambio lingüístico parte del proceso de decodificación de los sujetos de comunicación. Lo que resulta en un análisis demasiado cerrado para los intereses de este trabajo.

Por lo que se manejará aquí el lenguaje en términos psicosociales, como manifestación de la comunicación aún cuando se revisará someramente el enfoque lingüista del mismo.

1.3 Identidad Social y Lenguaje: su vinculación

La idea de un vínculo entre lenguaje e identidad social resulta poco factible en nuestros días, ya que sabemos que la utilización de un lenguaje es un acto completamente alejado del acto de comunicación verdadera, puesto que la influencia de los grupos dominantes es muy clara; los modismos imperantes en ciertos sectores de la población son un ejemplo, los medios masivos de comunicación tienen un gran poder de influencia.

Las modas al hablar, la utilización de tal o cual expresión, sólo refleja la falta de un código realmente propio.

El lenguaje es la manifestación clara de la unidad que existe en una sociedad, ya a nivel étnico sabemos que la existencia de grupos al interior de la sociedad con culturas muy hechas --preservadas a través del -- tiempo--, se manifiesta en su código particular, y la defensa del mismo es una muestra de la importancia que tiene para ellos su identidad como grupo.

En la sociedad mexicana, la diversidad de opiniones, creencias y concepciones nos habla de una cultura difundida y entremezclada. La cultura mexicana existente ha sido conformada dentro de un marco histórico específico, de tal suerte que ha propiciado una identidad propia. Pero el ambiente social de comunicación que prevalece y la ideología imperante han propiciado una pérdida de ésta identidad.

Dentro de un código propio de ésta sociedad cada vez más son difundidas formas de expresión carentes de contenido, a la vez que se implantan modismos y expresiones y las distancias sociales se incrementan.

Es un fenómeno común en nuestra sociedad al que lleva a sectores de ésta a seguir un modismo ya sea en cuanto al lenguaje o en algún otro aspecto de la vida lo que aleja a estos sectores del resto de la sociedad.

1.4 Identidad Social y Lenguaje bajo su contexto: la Crisis

Es ésta una sociedad diferente a la de siempre, tiene una esencia peculiar que las hace mostrarse con otras caras. Sabemos que la idea de la existencia de un vínculo entre lenguaje e identidad social en nuestra sociedad resulta fuera de tono, pero en la actualidad existen grupos que manifiestan ese vínculo, ya que tienen y defienden una identidad social propia. La crisis en nuestra sociedad hace que se cuestionen, en más grupos

y personas, las ideas comunes y aceptadas, creándose por consiguiente una comunicación diferente a la que mantenían.

Su código cambia, lo importante es expresar de manera clara, para ellos, sus ideas, sus temores, sus logros, sus fracasos y sus modos de hacer. Sobre todo sus modos de hacer.

Ante una concepción de sociedad en crisis, los individuos se ven envueltos en una serie de planteamientos emanados de ésta inestabilidad social que los llevan a demeritar aquellos hechos y estructuras que antes mantenían su visión social. Surge entonces la desidentidad. Todas aquellas premisas que validaban la estructura social se ven trastocadas de tal suerte que el estado va perdiendo puntos ante los ciudadanos muy rápidamente. La confianza depositada en las instituciones se viene abajo y las comunicaciones que son recibidas por los individuos se desvirtúan completamente.

Los emisores oficiales, las desvirtúan en su afán de estabilizar la sociedad, en tanto que los receptores a su vez, hacen lo mismo ante la carencia de un contenido real y genuino dentro de éstas.

La crisis social por la que atraviesa nuestra sociedad, —entendida en términos económicos y políticos como deuda externa, devaluación, inflación etc., y en términos sociales como sobrepoblación hacinamiento, miedo etc.— puede ser entendida en términos psicosociales como una crisis estructural, que pasa a formar parte de la sociedad, y es aquí donde se sitúa el presente estudio. Con la crisis contextualizando y matizando la relación identidad social-lenguaje.

1.5 Relaciones Intergrupales

Es importante aclarar que para estudiar la relación entre lenguaje e -

identidad social partimos de las relaciones intergrupales que bajo las circunstancias antes planteadas se dispersan en muy diversos sentidos.

La desvalorización de categorías sociales afecta profundamente en las expectativas y conceptualizaciones de un grupo. Una crisis como la que vive ésta sociedad va desvalorizando consecuentemente hechos, normas y - creencias que antes eran vistas como incuestionables; esto acarrea la bús queda de nuevos valores. Valores esencialmente humanos.

Un hecho ó fenómeno que el sentido común aprecia como negativo o desa fortunado — la crisis —, manifiesta desde este punto de vista una posi bilidad positiva y/o afortunada. Propicia el surgimiento de nuevos víncu los, de una vida más humana, del abandono de fórmulas impuestas para bus- car consecuentemente una esencia propia.

Las relaciones intergrupales debieran ser el motor de una sociedad, y más aún en un contexto de crisis; situación ésta que a todos afecta de al- guna manera, pero cualitativamente más a miembros de sectores minoritarios de la sociedad.

Bajo un ambiente de crisis surgen planteamientos diversos de grupos que intentan resolverla y es aquí donde se operacionaliza ésta búsqueda de una nueva identidad.

1.6 Comunicación

Es precisamente la crisis, como concepción en los individuos, la que los lleva a una búsqueda de su mismidad, no en el sentido individualista, sino en un sentido diametralmente opuesto, como cita Octavio Paz en un pa saje de su poema Piedra del Sol:

"—¿ La vida,

cuándo fue deberás nuestra?,
 ¿Cuándo somos deberás lo que somos?,
 bien mirado no somos,
 nunca somos a solas sino vértigo vacío,
 muecas en el espejo, horror y vómito,
 nunca la vida es nuestra,
 es de otros los otros,
 la vida no es de nadie,
 todos somos la vida
 pan de sol para los otros,
 los otros todos que nosotros somos,
 soy otro cuando soy,
 los actos míos son más míos
 si son también de todos,
 para que pueda ser he de ser otro,
 salir de mí,
 buscarme entre los otros,
 los otros que no son si yo no existo,
 los otros que me dan plena existencia,
 no soy, no hay yo,
 siempre somos nosotros,
 la vida es otra,
 siempre allá,
 más lejos, fuera de tí,
 de mí, siempre horizonte,
 vida que nos desvive y enajena,
 que nos inventa un rostro y lo desgasta,
 hambre de ser,
 ¡oh muerte, pan de todos..."

Este sentido de existencia en relación a los demás los lleva a buscar
 comunicaciones más profundas en cada contacto, a comunicar experiencias -
 más privadas, lo que antes debiera ser privado ahora debe colectivizarse.
 Esto no en el sentido rígido del deber, sino en el de solidaridad humana.

Son las experiencias pasadas las que dan los significados a los objetos y acontecimientos y son estos significados los que dan lugar a estereotipos que son compartidos por personas del mismo medio cultural. La comunicación se da por medio del significado y esto es básico para el grupo, pues permite su propia definición y la manera de enfrentar a los extraños.

Por lo anterior se torna comprensible la necesidad de saber cual es el marco de referencia que utiliza determinado grupo para orientarse hacia su mundo, esto se hace claro mediante la participación en los grupos, cuestión que se complica en sociedades de masa modernas, puesto que la facilidad con que cada persona puede participar en una amplia variedad de grupos provoca definiciones en personas que tienen perspectivas contrastantes. Aún cuando los individuos se vinculen con miembros que comparten sus puntos de vista, no llegan a una comunicación con alto grado de familiaridad fácilmente.

Ante todo esto es posible precisar que el lenguaje no sirve únicamente para verbalizar, antes bien que para manifestar los lazos de solidaridad, de la pertenencia, para consolidar las normas (Abravanel, 1973).

Tal vez sería oportuno marcar claramente la importancia que el lenguaje tiene en el género humano; es claro que este manifiesta en alguna medida el mundo interno y externo del ser humano, su concepción de la vida etc., y le permite objetivar su mundo; a la vez que homogeiniza el medio. Ya Agnes Heller (1977), plantea que el lenguaje cotidiano constituye el medio homogéneo de la vida y del pensamiento cotidianos, el medio que homogeiniza sus esferas heterogéneas. La función homogeinizadora del lenguaje común significa la conceptualización de las experiencias cotidianas, esto es, una conceptualización consensual. Ya dentro del grupo, el lenguaje común nos habla de una intimidad en la comunicación, pues a pesar de que el lenguaje en la sociedad sea homogénea, la defensa de valores, creencias etc., por parte

del grupo que es amenazado, los lleva a crear y recrear su lenguaje común.

De ésta manera el lenguaje que antes era público, general y extraño - se torna en lenguaje privado, particular y propio, de tal suerte que rompiendo el alejamiento se torna en el vehículo de una comunicación más plena.

Ya en marcha dentro de este proceso, al sentir el lenguaje propio y autogenerado, el grupo lo recrea recuperando así su carácter de público - (que en realidad nunca pierde totalmente), pero con un valor más humano.

El lenguaje entendido como vehículo de la "comunicación" es sinónimo de "humanidad" ya que el ser humano la ha desarrollado simultáneamente al desarrollo de su lenguaje (se trata de un proceso único).

La palabra es el enlace vital entre el ser humano y su realidad, consigo mismo y sus congéneres. La integración del ser humano es la síntesis de infinidad de comunicaciones. La comunicación es objetividad, aún la más fría e impersonal, puesto que ésta tiene una historia humana. El lenguaje es la vía por la cual el ser humano se vincula de manera estrecha y definitiva al resto de sus congéneres, permitiéndole así vivir su identidad social.

Las comunicaciones continuas engloban y enriquecen experiencias; no só lo las experiencias de la colectividad que le rodean sino las experiencias de las generaciones precedentes que al plasmar sus ideas y conocimientos en palabras lo transmiten de generación en generación.

El lenguaje es un proceso intencionado, su intención estriba en establecer el proceso comunicativo general; por tanto, se encuentra constituido por una diversidad de manifestaciones, esto es: sistema de signos.

La comunicación humana es un proceso subjetivo, lleva un sello característico único de quien lo produce.

1.7 Falsa Conciencia e Ideología

Al referirnos a la comunicación bajo el marco estructural estamos haciendo referencia a la Ideología entendida como la serie de comunicaciones diversas que son revertidas al interior de la sociedad y que aíslan las realidades humanas.

La comunicación genuinamente humana ha perdido la batalla ante una comunicación que aísla a los seres humanos, que rompe las relaciones interpersonales. Las experiencias ajenas han dejado de tener importancia real para los individuos que se interesan únicamente por su vida privada. Este proceso de alejamiento se incrementa ante una situación urgente en la cual los problemas cotidianos por resolver resultan mucho más agobiantes que antes.

Las relaciones interpersonales se mantiene entonces en base a comunicaciones carentes de contenido, fórmulas desgastadas que han perdido su significado genuino. Cuando un grupo pierde la posibilidad de crear alternativas y comunicación ante fórmulas que han sido desgastadas, está manifestando sus carencias de identidad; quizá ha perdido la demarcación de su grupo psicológico y se encuentra con que sus experiencias no son comunicables bajo un lenguaje que le es ajeno.

Aquéllos grupos definidos oficialmente ante la ciudadanía así como el estado por sí mismo han intentado comunicar sin tomar en cuenta que la imposición de formas, manifestaciones y códigos no les permite incidir en ésta.

La ideología en ésta sociedad es un proceso de ida y vuelta ya que toda la sociedad exhibe éste alejamiento comunicativo. El estado hace que nos comunica y nosotros hacemos que recibimos esa comunicación tanto como

hacemos que nos comunicamos unos con otros.

Este círculo sólo puede romperse con la generación de un código común a un grupo, que permita una comunicación de sus experiencias. En donde - los individuos logren darle a sus palabras el significado que requieren para ser entendidos. Este no es un problema de minorías sociales ya que el alejamiento comunicativo no tiene como fronteras las clases sociales.

Siendo este problema estructural, las opciones intentan ser planteadas por el mismo estado, así como por los grupos antagónicos socialmente reconocidos. Esto se debe al requerimiento de una organización que permita la difusión de las nuevas fórmulas. Además se debe considerar aquí que para estos grupos es importante mantener una cohesión social referida a ellos dado su interés por la detención y asunción del poder.

1.8 Nacionalismo

La cohabitancia de los individuos bajo una entidad política con una legislación interna y externa circunscrito a ciertas fronteras delimitadas históricamente, ha sido el resultado de un proceso histórico y cultural. Estos individuos se sienten identificados con ésta cultura históricamente generada. Se sienten parte de éste pedazo de tierra y de su devenir histórico.

Se supone entonces que la existencia de una nación entendida en estos términos implica una posibilidad comunicativa propia, en donde se establece una comunicación más fácilmente entre los miembros de ésta.

Hemos visto ya que ésta posibilidad comunicativa se ha desgastado. Planteamos también que la razón de esto ha sido una carencia de identidad.

Aquéllos símbolos que expresaban el devenir histórico y que exaltaban el orgullo de pertenencia a una nación carecen actualmente de contenido, son símbolos vacíos. No se puede fundar la validez de una nación en ciertos "símbolos patrios", cuando los ciudadanos perciben su entorno social en desequilibrio.

Kelman ha planteado que: "en todo el mundo la gente continúa mirando al Estado Nacional, como el proveedor primario de dignidad humana. Las poblaciones de los estados establecidos esperan que el Estado asegure la solución de sus necesidades y la protección de sus derechos..." siguiendo este planteamiento, es claro que los ciudadanos de la sociedad mexicana no perciben al Estado como buen proveedor de dignidad humana. Ante esto el estado se encuentra en la necesidad de generar alternativas que permitan recobrar el nacionalismo.

Este momento histórico es propicio para que las fuerzas de oposición encuentren fórmula que les centren en este nacionalismo.

1.9 Aproximación empírica: Opciones Políticas

En este año, nuestro país se encontró dentro de un proceso electoral, que el estado utilizó para dos cosas; por un lado intentar considerar a la ciudadanía y exaltar el nacionalismo. Coincidió temporalmente con las celebraciones planteadas anticipadamente con respecto a la "Independencia" y la "Revolución Mexicana".

Se intentó resaltar el nacionalismo usando los "Símbolos Patrios". Como si el pasearlos por el Territorio Nacional tuviera el poder mágico de recuperar lo perdido. Por el otro, la apertura política intento demostrar que el estado posee democracia interna, que permite la existencia de

opciones políticas. Los partidos en contienda con esto, tuvieron la posibilidad "teórica" de conseguir demostrar que poseen alternativas que fomentan y vinculan una identidad a su derredor.

La tesis fundamental de este trabajo como se dijo anteriormente, es que la ideologización de la comunicación que ha fragmentado la Identidad Nacional no permite una incidencia real de los grupos políticos en la sociedad.

La comunicación desvirtuada es inherente a nuestros tiempo, de ella no se escapa nadie, es un fenómeno integral. Es por ello que los planteamientos que pretenden cohesionar, al surgir de opciones desgastadas, no logran anclarse en las experiencias cotidianas de los ciudadanos. Por lo cual, ninguno de los planteamientos existentes permiten generar una comunicación genuina que refleja y refuerza una identidad nacional.

En el capítulo de metodología se expondrán los argumentos que llevaron a la elección de ciertos partidos políticos. El análisis se centró en las comunicaciones persistentes a lo largo de la campaña y que conformaron la atmósfera social durante la campaña, intentando dar cuenta de las premisas fundamentales en torno a las cuales se manejaron las diversas campañas electorales.

La posibilidad de creación y preservación de una identidad nacional desde este punto de vista queda fuera de las posibilidades manejadas hasta ahora.

La ciudadanía no siente como propias las posibilidades y los supuestos logros del Estado y de los grupos en contienda por la distancia existencial entre estos y su realidad objetiva. Esto puede constatarse en cualquier conversación, los ciudadanos sienten que no se toma en cuenta sus

necesidades.

El estudio se evidencia al representar una nación, pero es ésta una nación que no se siente representada por su Estado, y en este sentido el Estado necesita validarse. Lo mismo sucede con los grupos políticos.

1.10 Importancia y Relevancia Social

El estudio del presente tema no sólo resulta interesante, es a la vez de una gran importancia por dos cuestiones esencialmente: en primer lugar, y teniendo la idea del desarrollo de la sociedad como un proceso dialéctico y evolutivo, los procesos inmersos en ésta sociedad que se dan en los grupos, (que permiten su desarrollo por condiciones intrínsecas al grupo) pero en vinculación constante con la sociedad en su totalidad, son de gran importancia para un planteamiento teórico más claro de la sociedad.

Dada la carencia de bibliografía y de estudios desarrollados en ésta área se hace manifiesto que el abordarla puede estimular su avance por medio de investigaciones subsecuentes que tengan un mayor poder de explicación.

El contextualizar un fenómeno en un marco tan actual como lo es la crisis en nuestros días intenta sobrepasar la desvinculación existente entre el quehacer teórico y la realidad vigente.

En segundo lugar, donde un punto de vista más práctico, para estar al día con los fenómenos que surgen y se manifiestan en nuestra sociedad, debemos seguirlos de manera sistemática. Es por esto que para lograr una idea de lo que es pertinente realizar en nuestra participación en la sociedad, debemos conocerla en su constante recreación.

Estos dos puntos se conjugan en una visión integrativa del fenómeno

y de la realidad en su conjunto. Si bien es cierto que cualquier fenómeno es una conjunción de factores y elementos que se entremezclan, no es necesario, por lo menos en este caso, agotar todas y cada una de las posibles ingerencias existentes, ya que lo relevante es la conjunción de elementos y factores en su relación dinámica con los afectos, sentires etc., de los individuos, esto es, su mundo psicosocial respecto a ese fenómeno.

A pesar de la carencia de identidad, existen grupos al interior de la sociedad que manifiestan una búsqueda de su identidad. Trabajan en su relación con el mundo de una manera creativa. Tal vez las opciones comunicativas que plantean puedan ser consideradas hasta cierto punto demasiado etnocéntricas, pero requieren de grupos cerrados para establecer una relación auténtica con sus peculiares modos de vida.

CAPITULO 2

DIVERSAS APROXIMACIONES TEÓRICAS SOBRE LENGUAJE,
IDENTIDAD SOCIAL E IDENTIDAD NACIONAL

CAPITULO 2

DIVERSAS APROXIMACIONES TEÓRICAS SOBRE LENGUAJE,
IDENTIDAD SOCIAL E IDENTIDAD NACIONAL

En el presente apartado se presentan los conceptos expresados por diversos autores en relación al idioma y al lenguaje, así como a la identidad social y nacional, no dentro de una concepción lingüística sino dentro del ámbito psicosocial. Esto es con el interés centrado en los diversos aspectos personales y sociales que el ser humano, dentro de su grupo aporta para el enriquecimiento de su comunicación.

2,1 Lenguaje y Significado

Primeramente habremos de abordar el idioma en relación a su significado, dado que este es el que permite un proceso básico en el ser humano que es la anticipación. Por medio de la socialización nos vinculamos con el mundo externo, ésta vinculación propicia la existencia de una influencia considerada por Bernstein como la más importante en el proceso de socialización, desde una perspectiva sociológica; la clase social. Precisamente este autor afirma que "la estructura de clase influye en el trabajo y en los roles educativos y lleva a la familia a una relación especial - con todos los demás que penetra profundamente en todas las experiencias de vida en la familia" (Bernstein, 1979, p. 585).

De esta manera plantea que el sistema de clase incide en las sociedades impidiendo que entre éstas exista comunicación y las jerarquiza en una

escala diferencial de valor, además de que marca el acceso diferencial al sentido de que el mundo es permeable, lo que conlleva a la búsqueda de relaciones más estrechas al interior del grupo permitiéndolo su definición como tal.

Este proceso se da por ejemplo en los jóvenes de una familia, bajo un conjunto de contextos interrelacionados: el regulativo, referente a las reglas de orden moral; el instructivo, que se refiere a la educación que le brinda diversos tipos de habilidades; el imaginativo o innovador, que la alienta a recrear su mundo en sus propios términos y el interpersonal, que le da conciencia de los estados afectivos propios y de los demás. De esta manera plantea, la realización lingüística de estos cuatro contextos implica el uso predominante de variantes restringidas del habla.

Por otro lado Bernstein afirma que "la estructura profunda de la comunicación es un código restringido que tiene sus bases en roles comunalizados, realizando significados que dependen del contexto" (Bernstein, p. 591).

El planteamiento de este autor aún y cuando se centra únicamente en la cuestión normativa restringida a la socialización, da cuenta del fenómeno del lenguaje según su significado dentro del contexto específico, a diferencia de las aproximaciones lingüísticas que reducen el fenómeno. Un pasaje del libro de Fontanella; Dinámica Social de un cambio lingüístico, puede ejemplificar este enfoque: "Para dar cuenta del avance o retroceso de un determinado rasgo en un subgrupo de una comunidad lingüística dada, es necesario cuantificar los usos de las distintas variantes, ya que el mero hecho de señalar la posibilidad de variación no permite ningún progreso en la dilucidación de este aspecto si no se cuantifican las realizaciones de los integrantes de la comunidad. La cuantificación posibilita dar cuenta

del comportamiento de los hablantes (principle of accountability), e inclusive predecir los usos aproximados de un cierto número de hablantes - pertenecientes a un determinado subgrupo" (Fontanella, 1979, pág.23).

Dado que los significados son productos de la experiencia pasada, las personas que provienen de medios culturales diferentes deberían percibir situaciones idénticas de modos diferentes. Quiénes captan significados distintos proyectarán hipótesis distintas.

2.2. Socialización

El proceso de socialización, como hemos visto permite la asimilación del lenguaje y los miembros de un grupo lo utilizan de manera independiente, así, Abravanel y Ackerman afirman que "la asimilación del lenguaje a un condicionamiento no sólo excluye la acción de las reglas y las normas que los individuos establecen entre ellos, sino que —más profundamente—, anula toda la dimensión simbólica a que conduce el lenguaje, así como la temporalidad imaginaria en la que se inscribe" (Abravanel y Ackerman en Moscovici, 1973; pág. 18).

Todo lo anterior permite apreciar que la vinculación con el mundo externo da por resultado experiencias que marcan significados específicos en nuestras experiencias. En este sentido se expresa Shibutani al afirmar que: "como resultado de su experiencia anterior toda persona tiene una concepción operativa de como es un objeto y esto le permite anticipar la clase de experiencias que tendrá al encontrarlo en diversas circunstancias, - debido a que puede anticipar lo que probablemente ocurriría en cada caso, está preparado para actuar de determinadas maneras (Shibutani, 1971; pág. 100).

Pero este significado que adquiere el lenguaje en nuestras expresiones cuando se hace referencia a un objeto u otro tiene una cualidad fundamental, y es el hecho de que tanto los objetos como los acontecimientos son agrupados en categorías, de ésta manera los enfrentamos como si cada caso específico tuviese las mismas características que el resto perteneciente a la misma categoría.

Aún y cuando me parecen inmutables a los cambios, ya que en situaciones contradictorias sufren alteraciones importantes, así como este autor plantea que "los hombres no reaccionan pasivamente a lo que ocurre; se aproximan a su ambiente mediante sucesión de hipótesis. Estas expectativas que se derivan de los significados de diversos objetos, son indicaciones del género de experiencias que se tendrá si los supuestos sobre este aspecto del mundo son correctos.

Cuando se trata de un objeto familiar, toda persona tiene una concepción operativa de sus atributos y los diversos estímulos se seleccionan y organizan en señales que sirven como base de inferencia (Shibutani, p.107).

Son precisamente las experiencias pasadas las que dan los significados a los objetos y acontecimientos, por lo que la afirmación de este autor resulta muy lógica, ya que dice que "las personas que provienen de medios culturales diferentes debieran percibir situaciones idénticas de modos algo distintos. Quiénes captan significados distintos, proyectarán hipótesis también distintas; luego se mostraran receptivos a diferentes señales y construirán objetos perceptuales distintos" (Shibutani, p. 108).

La lengua nativa responde, como toda lengua a su contexto y es por esto que al asimilarla, el hablar en lengua nativa "es algo que parece tan natural que rara vez advierte uno y que constituye una conducta sometida

al control social. Es más, de ordinario ni siquiera se considera el lenguaje como una forma de conducta, aunque es obvio que el hombre que habla está haciendo algo" (pág. 143).

Un aspecto importante a considerar en relación al lenguaje es la manera como las relaciones sociales influyen en el lenguaje. Las relaciones interpersonales dentro del grupo familiar matizan el uso del lenguaje; posteriormente cuando se da la vinculación con personas externas al grupo familiar, el establecimiento y búsqueda de contactos está guiada por las experiencias pasadas y por la asimilación personal que tuvo lugar en el individuo.

Esto es también delimitado por el hecho de que dentro de cada mundo social exista un lenguaje especial, ya que las experiencias se han dado en condiciones equiparables y de ésta manera se categorizan de modos particulares al interior de dicho mundo, es así como para referirse a tales significados se utilizan un conjunto especial de símbolos.

2.3. *Estereotipos*

Por lo anterior se entiende que son precisamente los significados los que dan lugar a la creación de estereotipos, que son compartidos por personas del mismo medio cultural, ya que aún y cuando es posible caracterizar a quienes conocemos personalmente en función de sus rasgos distintivos, la mayoría de nuestros contactos, especialmente en las comunidades urbanas, se producen con desconocidos. Los desconocidos se perciben generalmente como casos de una categoría. Los seres humanos pueden clasificarse de muchas maneras, pero las categorías más comúnmente usadas son los diversos estereotipos que se encuentran en todas las comunidades.

Un estereotipo es un concepto popular que designa un agrupamiento no muy rigurosamente definido de personas en función de algunas señales fácilmente perceptibles que según creencias difundidas corresponden a sus atributos. Tales abstracciones se construyen combinando formas acentuadas de conducta de algunas de las personas que así se clasifican.

2.4 Comunicación y Significado

Es claro que la comunicación se da por medio del significado y esto es básico para el grupo, pues permite su propia definición y la manera de enfrentar a los extraños. Es a esto a lo que se refieren Abravanel y Ackerman cuando nos dicen que "las fuerzas que incitan a los sujetos a comunicarse, al repercutir en la naturaleza de sus transacciones verbales determinan la elaboración de códigos particulares.

Refiriéndonos a la postura lingüística en relación al significado, ésta afirma que los valores que conforman el sistema lingüístico no son hechos psicológicos. Este argumento pone al lenguaje y sus significados en un plano independiente al de las interacciones y los grupos.

Benveniste (1958), pone en claro la cuestión al determinar el objetivo de los signos y las reglas lingüísticas cuando plantea que facilitan los diversos modos de comunicación, por medio de las propiedades de los códigos verbales.

En la actualidad no se han hecho estudios de comunicación que permitan entender el comportamiento lingüístico, las que se han realizado se interesan en la naturaleza y la organización de sistemas de signos lingüísticos como si no estuvieran relacionados a las circunstancias de su transmisión. (en Moscovici, 1972).

2.5 Lenguajes "privados"

Los lenguajes "privados" son códigos que reflejan la especificidad de las relaciones sociales. La posición de un código común facilita entonces la anticipación de respuestas.

La comunicación y el planteamiento que de ella hace cada miembro se encuentra estrechamente vinculada con el contexto en el que se enmarca, es por esto que Moscovici y Plon (1966), hipotetizan que debe haber una relación necesaria entre el comportamiento lingüístico de los interlocutores, colocados ante la obligación de comunicar y las exigencias objetivas de la continuación de la comunicación dadas por condiciones ecológicas.

La lengua nativa responde, como toda lengua a su contexto es por esto que parece tan natural que rara vez advierte uno que constituye una conducta sometida a control social.

Un aspecto importante a considerar en relación al lenguaje es la manera como las relaciones sociales influyen en el lenguaje. Anteriormente, se planteó como la socialización permite la asimilación de los signos y símbolos. En este punto vemos que el problema de los lenguajes privados es el problema de cómo significan las palabras. Cuando hablamos acerca de algo, nuestro lenguaje no lo apunta ni lo refleja. El apuntar o reflejar sirven para referirse a las cosas sólo dentro de una convención. Si apunto lo hago para que alguien lo entienda.

El consenso de las relaciones es, en este sentido, anterior al lenguaje, pero las reacciones mismas no son lenguajes ni son el lenguaje. Tampoco el acuerdo en las reacciones ocurre primero ni se anticipa el lenguaje. El acuerdo aparece junto con el lenguaje, es una manera común de entender las expresiones del lenguaje. Las palabras han de referirse a al-

go, deben entenderse, no pueden referirse a ninguna cosa a menos que haya una manera de hablar el lenguaje. Esta es la razón por la que no puede haber una comprensión privada. Si no hay diferencia en lo que se dice, nada se entiende.

Nadie podría simplemente inventar el lenguaje, porque va con una forma de vida, pero si es posible dentro del proceso de comunicación buscar nuevas fórmulas, recrearlo, hacer lo propio.

2.6 Relaciones Sociales y Lenguaje

Dentro de cada mundo social existe un lenguaje especial, ya que las experiencias se han dado en condiciones equiparables y de ésta manera se categorizan de modos particulares al interior de dicho mundo social, es así, como para referirse a tales significados se utilizan un conjunto especial de símbolos.

Las posiciones sociales marcan un tipo de establecimiento en las relaciones interpersonales que por medio del lenguaje permite definir a los miembros pertenecientes al grupo propio de los del ajeno. Abravanel y Ackerman plantean que además de la posición social de los sujetos (dimensión vertical), existe otra dimensión (horizontal). Esta última es la norma de solidaridad; que puede tener como base la similitud de edad, sexo, nacionalidad o educación por los cuales diferentes individuos se adscriben a ciertos grupos y se oponen a otros.

Aún y cuando los individuos se vinculen con miembros que comparten sus puntos de vista, no se llega a una comunicación con alto grado de familiaridad fácilmente. Estos autores plantean que debe pasar mucho tiempo pa-

ra que la gente hable de lo que la separa. Es así como el grado de familiaridad no proviene tanto del descenso en la presión social como de una reducción de la distancia en que se encuentra el objeto de comunicación verbal.

Con respecto a la influencia de las relaciones sociales en el lenguaje, Bernstein plantea que: "las diferentes formas del habla o códigos, simbolizan la forma de las relaciones sociales, regulan la naturaleza de los encuentros hablados y crean para los que hablan diferentes órdenes de relevancia y relación. La experiencia de los que hablan se transforma así mediante lo que se ha hecho significativo o relevante mediante la forma del habla. Este es un argumento sociológico porque la forma del habla se torna como consecuencia de la forma de otra relación social, o dicho de modo más general, es una cualidad de la estructura social (Bernstein, p. 584).

Existe una gran influencia en la información verbal de parte de miembros que se desvían de la norma. Moscovici cita un trabajo de Asch, que: - "al estudiar la formación de impresiones, se dió cuenta de que cuando una lista comprendía simultáneamente un rasgo central y su contrario, era el -- aspecto negativo al importante para la formación de una impresión. Por tanto es la naturaleza de ésta información la que hay que precisar para comprender el efecto de la información verbal. Si los adjetivos que expresan desviación de la norma aportan más información que los neutros y ejercen más influencia en el contenido de un mensaje que los adjetivos positivos... se tiene derecho a pensar que las variaciones lexicales sólo tienen valor en la comunicación, en la medida en que especifican la relación de los locutores y los hacen surgir del anonimato del grupo (Moscovici, p. 15).

2.7 Cultura

El concepto de cultura se traduce en el sentido y los significados últimos de una sociedad. Si el estudio de toda relación interpersonal o grupal requiere del desciframiento de ideas y creencias, códigos y patrones conductuales, proyectos latentes y situaciones concretas de sus miembros y lo mismo, con un grado mayor de complejidad, que se requiere para el análisis de la comunicación social, podemos afirmar que al estudiar esta tenemos que hacer referencia a la sociedad y a la historia que nos remite a la cultura.

Cada cultura se compone, básicamente, de creencias e ideas. Las ideas pueden traducir y ampliar las creencias. Siguiendo a Ortega y Gasset, "la cultura es el sistema vital de las ideas de un tiempo".

Refirámonos en este momento a algunas expresiones de nuestra cultura que importan a este trabajo.

Tomemos por ejemplo a los editores de periodicos que en su gran mayoría no parecen preocuparse de que cada edición es un todo y debe de tener un significado de totalidad, al igual que cualquier obra artística. Todas y cada una de las secciones de un diario, de una revista, debieran responder a un sistema de vasos comunicantes.

En general, en un pueblo donde priva la confusión, el poder se ejerce autoritariamente por parte de quiénes tienen bien articulados sus intereses y objetivos. Así, la radio y la televisión nacionales, sometidas a las leyes de mercadotecnia, son un ejemplo de este control. Aunado a esto tenemos la política cultural en un país donde la educación es cuestión fundamental como lo prueba el índice de alfabetización.

En México existe una infraestructura cultural que se manifiesta en un carácter nacional compuesto de una determinada sensibilidad y un cierto sentido del pasado histórico más o menos generalizados en el país, debido a un conjunto de acontecimientos que vincularon a toda la nación en forma gradual. Por ejemplo: La Independencia, Las Intervenciones Norteamericanas y Francesas, la Reforma de Juárez, El patriarcado de Porfirio Díaz, - que en muchos aspectos ofrece un grado relevante de continuidad con el jua_rismo, asimismo posee una estructura política altamente diferenciada de - cualquier otra y que procede de una revolución en la que fueron revolucio_narios tanto las facciones liberales como las socialistas.

Se percibe en la actualidad la carencia de proyectos histórico-cultura_les por parte de las alternativas opositoras, tanto las que se encuentran a la izquierda como a la derecha del partido oficial.

2.8 *Identidad Social*

En este trabajo retomamos el concepto de Identidad Social planteado -- por Tajfel (1972). Este autor plantea que la Identidad Social de un individuo va ligada al conocimiento de su pertenencia a ciertos grupos sociales y el significado emocional y valorativo resultante de ésta pertenencia. En cuánto a la categorización social, sirve para sistematizar y ordenar el ambiente social. Es importante considerar la categorización social como un sistema de orientación que crea y define el lugar particular de un indi_viduo en la sociedad. De ésta manera, un individuo se definirá así y defi_nirá al otro en relación a los lugares ocupados en un sistema de catego_rías sociales, en función de la pertenencia específica a grupos sociales. -

Habría que concebir pues, la identidad como la definición del lugar, de la posición de un individuo en un sistema de categorías sociales.

Para Tajfel, si el individuo tiene necesidad de valorarse, la pertenencia a un grupo está vinculada a la comparación social, del mismo modo que la pertenencia al grupo es un elemento de la realidad social.

Tajfel dice que la identidad social, o sea, el conocimiento que un individuo tiene de su pertenencia a ciertos grupos y que el significado emocional y valorativo resultante, sólo se puede definir en relación a los efectos de la categorización que cuadrículan a su ambiente social de modo que aparezca su grupo y los otros grupos.

En Sarbin y Allen (1968, pág. 550) "... la identidad social sería una parte del proceso de sí mismo, representando las cogniciones derivadas de los emplazamientos en la ecología social". Para estos autores, el establecimiento de un papel debe considerarse una variable independiente con influencia sobre otros aspectos de la conducta y especialmente sobre la identidad social. Sarbin y Allen adoptan el modelo tridimensional de la identidad social de Sarbin, Scheibe y Kroeger (1965), según el cual las tres dimensiones en la identidad social serían, el status, el valor y la implicación.

Para Doise (1980), aún y cuando es importante el grupo de referencia por jugar un papel importante en la constitución del sí social del individuo, tiene otra función específica; la de facilitar al individuo, un esquema de referencia para autovalorarse.

Doise hace una distinción entre dos situaciones de conciencia objetiva de sí mismo, en una al enfrentar una situación que las confronte con una imagen negativa de sí mismo, los sujetos intentan escapar, buscando una -

identificación en un grupo externo. Pero si en una situación descubre una imagen de sí mismo más positiva de lo que requiere la norma general. Resultaría una autoestimación más positiva y una mayor atribución de responsabilidad personal y tendrá una tendencia relativamente menor a desviar su atención de sí mismo.

Otro autor que estudia sobre identidad, Giles (1977), nos dice que el habla dentro del grupo puede servir como un símbolo de la identidad étnica y la solidaridad cultural.

Giles plantea tres variables estructurales que interactúan para proveer el contexto para entender la vitalidad de los grupos etnolingüísticos: el status económico se refiere al grado de control que el lenguaje grupal ha ganado sobre la vida económica de ésta nación, región o comunidad.

El status social se refiere al grado de estimación de un grupo lingüístico que se proporciona a sí mismo, esto asemeja la atribución hacia este, hecho por otro grupo.

El status sociohistórico se refiere a como un grupo lingüístico puede ser distinguido de los otros en las bases de sus historias respectivas. - Las historias de muchos grupos etnolingüísticos contienen períodos en los cuales sus miembros luchan por defender, mantener y afirmar su existencia como entidades colectivas.

Giles dice que: "el status del lenguaje hablado del grupo lingüístico, ambos, el de ellos y el de los otros dan el límite del sistema de la comunidad lingüística" (Giles, pág. 311).

Los grupos minoritarios de hablantes que están concretados en la misma área geográfica pueden tener mayor oportunidad de sobrevivencia como una - comunidad lingüística dinámica, en virtud del hecho de que ellos están en

frecuente interacción verbal y pueden mantener sentimientos de solidaridad.

La teoría de Tajfel de las relaciones intergrupales es general y no limitada al contexto de los grupos étnicos. Involucra una exposición de la secuencia que plantea:

Categorización Social—Identidad Social—Comparación Social
—Diferenciación Psicológica

2.9 *Identidad Nacional*

La identidad nacional al igual que sus componentes se incorporan a la identidad personal del individuo a través de diferentes procesos de influencia social. Pueden llegar a compartir aspectos colectivos de la identidad nacional, poseen concepciones de la historia nacional y metas en común, actitudes hacia las tradiciones y los símbolos nacionales entre otros. Estos elementos pasan a conformar una parte importante de su autoidentidad.

Una identidad nacional contiene creencias y valores concernientes al sentido de la existencia humana, a la naturaleza de las instituciones sociales y al manejo de las relaciones humanas.

En un grupo nacional que vive dentro de su propio Estado nacional o dentro de una comunidad étnica tradicional y estable, el comportamiento de los miembros está gobernado por una base de reglas y regulaciones ampliamente aceptada. Todos los planteamientos de los diversos autores confluyen en la percepción de un campo poco estudiado, —como es el del presente trabajo—, se han revisado aquellos autores que tocan uno u otro de los conceptos básicos del mismo.

Las consideraciones finales que surgen de ésta revisión teórica son en-

tre otras, un campo de gran interés que no ha sido estudiado desde el punto de vista psicosocial. Se revisaron algunos planteamientos de lingüistas que no son coherentes con este.

CAPITULO 3

FACTORES PSICOSOCIALES EN EL VINCULO ENTRE LENGUAJE E IDENTIDAD

SOCIAL: UNA TEORÍA PSICOSOCIAL EXPLICATIVA

*"Quieren que me refugie en vos
palabra blanda
silaboba
que crea a pie juntillas que sos muro
trinchera caberna
monasterio tantas cosas
la tentación o mejor dicho la orden
es que te mire fijo
así me olvido de lo que te hacen y deshacen
forjan y liclan".*

(Sacado de "Semántica")

Mario Benedetti

CAPITULO 3

FACTORES PSICOSOCIALES EN EL VINCULO ENTRE LENGUAJE E IDENTIDAD
SOCIAL: UNA TEORÍA PSICOSOCIAL EXPLICATIVA.

En este apartado se plantean algunas consideraciones teóricas que intentan derivar en un planteamiento teórico explicativo del fenómeno.

3.1 *Conceptualizaciones Psicosociales*

3.1.1 Grupo psicológico.- Como se citó con anterioridad, para preservar un código común un grupo psicológico tiende a redefinir cuestiones propias al *status quo*, que de ésta forma le permitan argumentar el manejo y el uso de "su código".

La preservación de un código, la comunicación y el planteamiento que de ella hace cada miembro, se encuentra estrechamente vinculada con el contexto en el que se enmarca, es por esto que la hipótesis de Moscovici y Plon (1966), sobre la relación entre el comportamiento lingüístico y las exigencias objetivas de la comunicación me parece adecuada.

El sistema de interpretación de un grupo psicológico que posee *identidad social*, se recrea constantemente en función de sus propias necesidades, al inverso de un grupo sin identidad social cuyo sistema de interpretación existe y cambia sólo en función de necesidades ajenas a las propias.

Al existir un grupo cuyo sistema de interpretación (código autorre

gulado) varía en función de sus propias necesidades, me refiero a aquel que se siente solidario, que percibe su contexto grupal como importante, resaltable y defendible. Que tiene a su vez creatividad grupal, un alto grado de participación social y que por lo anterior sienten una pertenencia clara y definida; por lo que se plantean grupalmente como poseedores y creadores de su propia iden
tidad social.

3.1.2 Categoría Social.- En estos términos, las categorías sociales se encuentran claramente definidas. La distinción psicológica es un proceso dinámico, que se encuentra en constante movimiento. Para la preservación de una identidad es preciso mantener és
ta distintividad.

3.1.3 Identidad Social.- Se plantea entonces la identidad social como un valor de esta época, precisamente por la carencia de ésta sobre todo al interior de las ciudades.

3.1.4 Identidad Nacional.- Encontramos que la ciudadanía intenta rescatar —sin conseguirlo—, este valor de solidaridad humana des
de una posición ideal, de identidad nacional. Ya que los problemas a que se enfrenta la sociedad la engloban.

3.2 *La Comunicación y sus límites*

La implantación de un Sistema de Interpretación es un hecho común en nuestras sociedades hoy día ya que la penetración ideológica ha alcanzado gran magnitud.

El grupo humano utiliza un código para poder comprenderse, para lograr y dar cabida a un fenómeno tan humanamente profundo como es la "comunicación".

La comunicación se ha variado y extendido alcanzando un enorme desarrollo, sin embargo, la comunicación de valores y creencias al interior de un grupo sigue siendo sin duda el motor de la humanidad.

En muchas ocasiones me he cuestionado, ¿Qué le falta al ser humano para realmente serlo?, al adentrarme en este tema he tenido la impresión de que al hombre le falta una comunicación genuina y verdadera con el hombre (consigo y con los demás).

3.3 Preservación de un código Común

Para establecer este tipo de comunicación los individuos requieren de un código autogenerado. En la actualidad no se puede hablar de la existencia de grupos que explícitamente autogeneren sus códigos, aún y cuando tampoco se puede negar su existencia, ya que es difícil que esto acceda dentro del espacio comunicativo.

Sin embargo, dentro de este esquema cabe esperar que las comunicaciones que son dirigidas a los ciudadanos con el fin de incidir en estos y vincularlos en torno a una premisa o valor, si no están objetivadas —esto es, si no tienen un sustrato dentro de su realidad—, se tratará de un código con significados ajenos a ellos que por consiguiente las desvalorizará.

3.4 Recreación del Sistema de Interpretación

Así como un sistema de interpretación coherente con la realidad de los

individuos refleja y recrea una identidad, un sistema de interpretación lejano a estos nos habla de una desidentidad que también es mantenida aunque en este caso por inercia.

Ambas posibilidades se encuentran en la atmósfera social. El contexto actual —la crisis— incrementa las manifestaciones de una de ellas. Pero la posibilidad de voltear la moneda es real en ciertos sectores de la sociedad.

3.5 Fenómeno de Deshumanización

El fenómeno de deshumanización se manifiesta en cada manifestación humana. El desarrollo del sistema vigente en la actualidad no permite esa comunicación genuina y verdadera.

3.5.1 Ideología del Grupo Dominante.- El grupo dominante impone su propia ideología, ya que su objetivo es seguir manteniendo su posición relevante respecto del resto de la sociedad, esto se manifiesta en formas de comportarse (el mercado de personalidades), formas de vestir, de caminar, formas de divertirse, de soñar, de amar de odiar etc. También se manifiestan en formas de expresarse, por medio del lenguaje que en este proceso ha dejado de tener significado.

3.5.2 Desvirtualización de la Comunicación.- La comunicación ha llegado a la desvirtualización completa de su esencia, esto resulta claramente comprensible ya que es en la comunicación en donde, se vuelca el vivir de los grupos, su cultura o su acultura; y donde se percibe inigualablemente su carencia de *Identidad Social*. A lo largo de las exposiciones anteriores se ha intentado resaltar

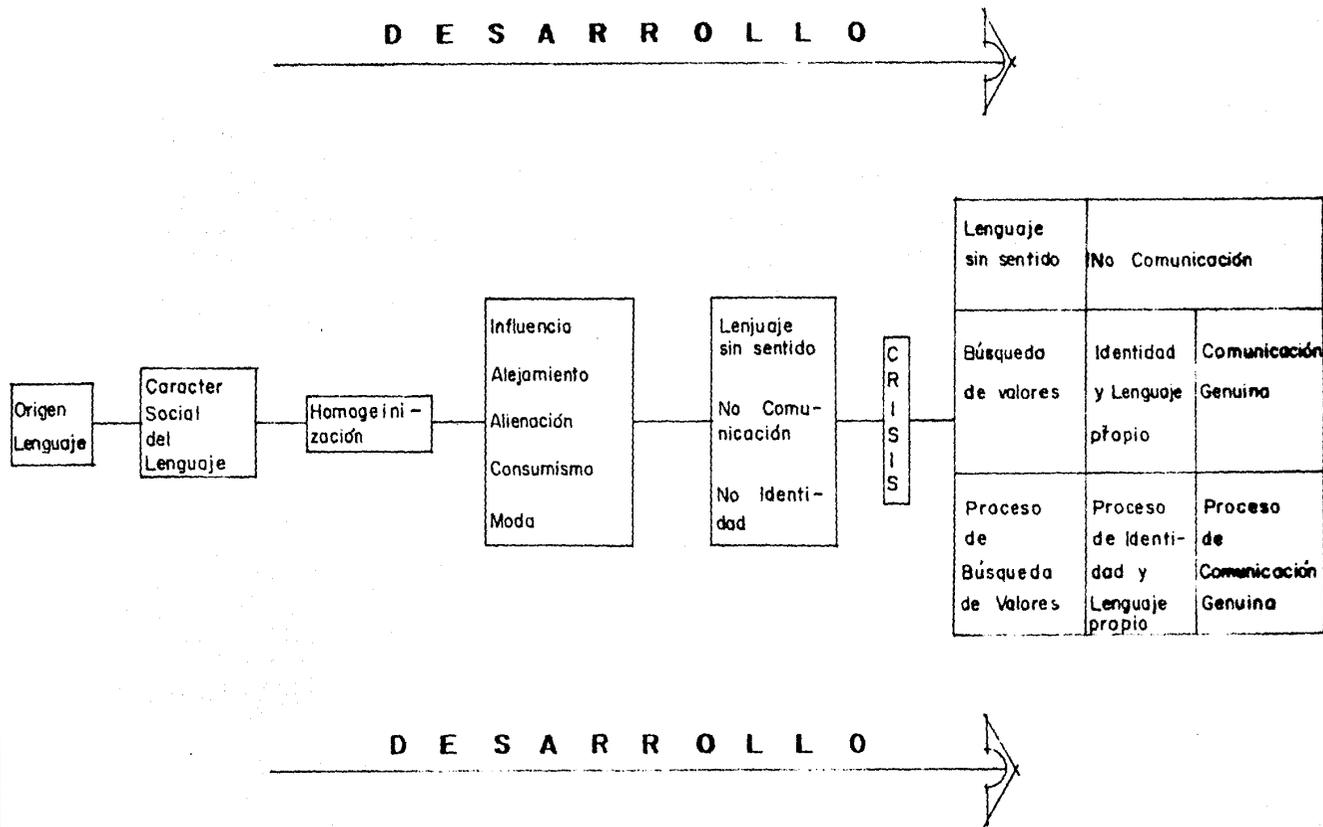
el hecho de que cotidianamente los individuos que conforman la sociedad utilizamos el lenguaje que conocemos (que nunca es necesariamente el nuestro, a menos que lo hagamos propio), sin establecer comunicaciones valiosas.

Veamos esto a la luz de una serie de intercambios verbales entre dos personas que en un descanso en sus actividades laborales, tiene lugar:

- Tengo mucho sueño, ¿Será porqué es viernes?
- Probablemente sí
- Deberían de darnos el día, ¿No crees?
- Eso sería fantástico
- Y luego con eso de que subieron la leche
- ¡Hay sí!, todo es un problema
- Pero nosotros debemos estar aquí
- Sí, a propósito, ¿Nos tomamos un café?
- ¡Juega!

Existen un sinnúmero de ejemplos como este que corroboran que se usa el lenguaje sin conseguir realmente comunicación.

Para clarificar un poco la posición de este trabajo se presenta el siguiente esquema, en el se plantean algunas variaciones.



Que ejemplifica el desarrollo del lenguaje desde el punto de vista psicosocial, resultado de la revisión teórica.

En suma podemos apreciar que la profundidad en la comunicación es - muy escasa, ya que el lenguaje utilizado es ajeno al individuo que lo usa.

La influencia de los medios masivos de comunicación transmite una ideología específica, sofisticada las relaciones sociales y esto se traduce en una sociedad consumista, carente de una búsqueda de valores propios. Esto se cristaliza en un alejamiento del ser humano, lo que se refleja en una vida social alienada.

De tal suerte que la mayoría de las comunicaciones que se establecen utilizan un lenguaje sin sentido, en donde el código común se entienda, pero no comunique nada.

Ya que las personas en ésta situación no requieran de vincularse y estrechar contacto con las demás personas, podemos aventurar que se debe a que los sienten tan alejados como si las cosas que tienen en común fueran meros hechos circunstanciales y no pertenecieran en esencia a ningún grupo, o más aún, su deseo de pertenecer al grupo superior les lleva a rechazar lo que les hable del grupo inferior o de su propio grupo, que para ellos ya resulta inferior. Es cierto que estos planteamientos no engloban a toda la sociedad pero si a la mayoría hasta el momento de la crisis.

3.6 Retorno a La Comunicación Genuína

A pesar de esto existen grupos que manifiestan un retorno al valor de la comunicación genuinamente humana, la que permite una vida en donde las relaciones interpersonales se manifiestan en su esencia; grupos que de una u otra manera crean y recrean sus "*comunicaciones*".

Lo ideal sería que en estos grupos, su identidad social fuera un proceso vívido que defiendan sin dejar de apreciar la identidad ajena, y en donde su lenguaje y su código sean vehículos de comunicación propios.

Desde siempre, y no es la crisis la causante de esto, ha existido una manera de expresarse, una manera de comunicarse muy propia de ciertos grupos marginados, ya sea económicamente (los grupos laborales y campesinos; los indigentes etc.), ya sean culturalmente (los grupos indígenas), ya sean ambas cosas (los sectores marginados de las ciudades, con ascendencia indígena y sin acceso a los recursos). Han tratado de preservar en muchas ocasiones su manera de hablar, al igual que muchas otras expresiones tradicionales, sin embargo, esto lo han hecho de manera casi oculta, al interior de sus grupos.

3.7 Cuestionamientos del Sistema ante la Crisis

La crisis ha afectado a todos y cada uno de los miembros de la sociedad, no digamos ya a nivel económico (cosa indiscutible) sino a nivel psicológico. Es patente que el afirmar que existe una crisis nos habla de todo un mundo de acciones y expectativas.

La crisis hace cuestionarse el sistema vigente, con todo lo que conlleva. Resulta que si la clase dominante que impone sus modos y sus deseos ha fallado, nunca tuvo o por lo menos ya no tiene la capacidad de juzgar nuestras acciones, si antes pensábamos que el esfuerzo y el trabajo eran actividades que nos redituaban una vida mejor, ahora pensamos que toda una vida de trabajo no nos llevará a ninguna parte. Nuestros pensamientos y expectativas se transforman puesto que ya no existe nada que valore lo que anteriormente pensábamos inmutable, de tal manera que nuestros valores se

trastocan a tal punto que la crisis se vuelve interna a los individuos y a sus grupos.

3.7.1. Alternativas.- Ante esto surgen varias soluciones, por un lado se intenta darle nuevamente valor a lo que lo ha perdido, y por otro buscar nuevos valores surgidos del grupo propio y de las necesidades propias.

La primera "solución" cierra el círculo, ya que se cae nuevamente en un lenguaje sin sentido, en el alejamiento vigente, en una no comunicación y la esencia humana continúa perdiéndose.

La segunda solución es un planteamiento enriquecedor de la sociedad, ya que es un proceso propia al grupo social, que conociendo de su realidad construye y busca sus propios valores, este proceso lo realiza al interior de su grupo, reencontrándose con su propia cultura, rescatando de todo esto aquéllo que le sirve para su nuevo planteamiento humano.

Este proceso puede encontrar fallas, ya que como búsqueda, puede errar, no todo lo inherente a un grupo es valioso y rescatable y esto puede llevar a fanatismos, pero el mero hecho de crear y recrear es valioso.

En algunos casos esto lleva al etnocentrismo, ya que entonces se rechazan las manifestaciones ajenas, lo que tampoco redundaría en comunicaciones genuinamente humanas.

Esta búsqueda de valores nos habla, dentro de una relación dialéctica de una *identidad* y un lenguaje propio, que encierra a su vez el establecimiento de una comunicación genuina.

Para ejemplificar las alternativas de las que se hace referen-

cia aquí, haremos un breve paréntesis antes de plantear las hipótesis teóricas de este trabajo.

3.7.1.1 Ejemplo: El mundo literario resulta fascinante, pero muchas veces incomprensible para aquéllos sectores de la sociedad a los que se hace referencia en los puntos anteriores, ante esto, el nuevo planteamiento que hacen para crear y recrear su sistema de interpretación resulta a los oídos de un purista de la lengua o de un lingüista, aberraciones gramaticales sin contenido. Contraargumentando esto me referiré a ciertas consideraciones expuestas por el lingüista Raúl Avila (1984) en cierta conferencia que trataba este tema.

El lingüista, se refería a un extracto de una ponencia tomado de las memorias de algún congreso de medicina. Las construcciones sintácticas no seguían ninguna ley, y las palabras "domingueras" sólo entorpecían la comprensión del texto. En contraposición, el maestro se refirió a un extracto del periódico "El Negro" en donde la sorpresa fué doble, por un lado la utilización de palabras "obscenas", cuyo significado se adecuaba perfectamente a lo que se deseaba expresar y por el otro, la construcción gramatical que resultaba justa.

Podemos hablar aquí del estigma que un lenguaje que no sigue los patrones establecidos socialmente ha tenido que cargar, siendo explicables así que expertos en la materia se dejen llevar por sus aspectos emocionales con carga afectiva negativa hacia estas expresiones.

Esto nos lleva a considerar que cualquier lenguaje que sirve para establecer comunicaciones verdaderas es un lenguaje valioso, independientemente de la crítica social externa que reciba.

Esta idea no pretende juzgar un lenguaje jergal superior a otro, aún y cuando indiscutiblemente existan diferencias lexicales, gramaticales etc., ya que no son relevantes, para el desarrollo de los grupos humanos.

Pero continuemos hablando sobre el desarrollo que tiene lugar posteriormente al momento de la crisis. Ya anteriormente se refirió sobre la defensa que realizan ciertos grupos marginados, de sus tradiciones y sus lenguas. Partiendo del hecho de que la crisis demerita a los ojos de la sociedad todas las ideas difundidas ideológicamente sobre lo positivo y lo negativo entendimos que para los grupos ajenos a éstas ideas y que las han asumido durante tanto tiempo, les resulta difícil permanecer al margen, necesitan valorizar algo, por lo que de ésta manera encontramos dos divisiones, por un lado las personas que afirman que no existe crisis, que todo vuelve a su lugar; esta posición es exactamente la misma que tenían antes de la crisis, puesto que siguen asimilando las ideas impuestas por el grupo dominante.

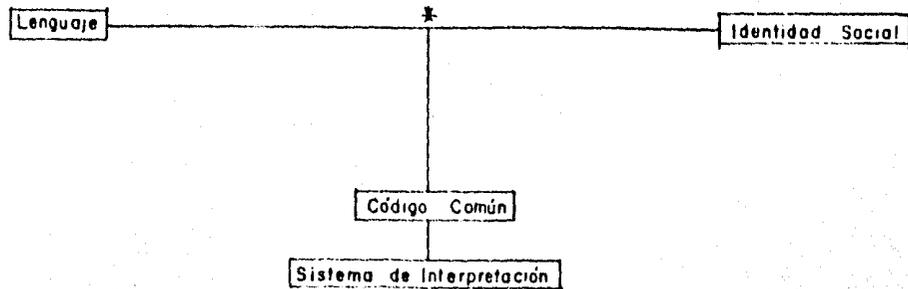
La segunda división se refiere a aquéllos grupos de personas que tienden a valorizar sus propias ideas y posiciones, partiendo de un código que existía con anterioridad, pero cargándolo positivamente de valor, su comunicación parece ser más profunda

ya que se basa en valores propios.

3.8 *Hipótesis Teóricas*

- El lenguaje como vehículo de comunicación refleja y refuerza una identidad social.
- La búsqueda de una identidad propia, reflejada en un código común, no emerge de grupos oficializados como los partidos políticos dentro de una contienda electoral.
- Existen manifestaciones de identidad dispersos en la atmósfera social*.

* Para aclararlas a continuación se muestran unos esquemas explicativos.

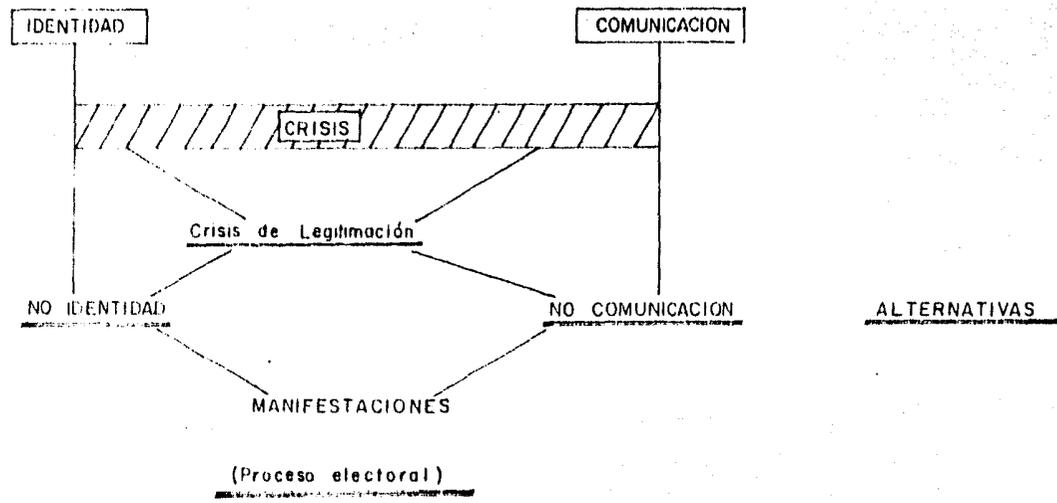


VINCULO :

* Preservación y Recreación de un código propio (Sistema de Interpretación)

Que plantea la tesis que sustenta este trabajo, el vínculo entre Identidad Social y Lenguaje. El código común y el sistema de interpretación hacen propio lo que antes era ajeno.

E
S
Q
U
E
M
A
3



Que plantea la operacionalización de la tesis y la metodología derivada de el constructo teórico.

CAPITULO 4

ASPECTOS METODOLOGICOS Y TRABAJO DE CAMPO

CAPÍTULO 4

ASPECTOS METODOLÓGICOS Y TRABAJO DE CAMPO

El proceso que lleva a un grupo humano, cohabitante de un mismo territorio, a buscar y mantener —según sea el caso—, una identidad nacional. Es claro que la necesidad de una identidad nacional ha llevado a los diferentes grupos que conforman la nación a buscar planteamientos que a la vez que propician la identidad nacional, les permitan manejarla de acuerdo a sus propias posiciones y necesidades políticas.

Es en este proceso que aquí denominamos "*búsqueda de identidad nacional*", en el que se cristaliza el tema del presente trabajo, dado que para que exista, debe de partirse de un lenguaje común y más aún de una comunicación específica y propia a el grupo que manifiesta la identidad, por lo que si se logra tener y mantener ese vínculo entre lenguaje e identidad social, se llegará a una identidad nacional real.

4.1 *Identidad Nacional: su importancia*

Para cualquier sociedad, es imprescindible que sus miembros se sientan y se manifiesten como pertenecientes a la misma, esto por razones obvias, ya que si no fuera así, las divisiones y pugnas debilitarían las estructuras que permiten su desarrollo. Para los grupos que de una u otra forma tienen o aspiran al poder social que les permita manejar la estructura social resulta sumamente importante.

En período de elecciones se acentúa más el carácter de lucha entre -

las diferentes instancias que aspiran al poder y el detentor del mismo — El Estado —, por lo que es permisible ante ésta coyuntura que exista un revertimiento de sus planteamientos a la sociedad en pleno.

4.2 *Problema*

¿Qué importancia tiene la manifestación de un lenguaje en la adquisición y/o mantenimiento de una identidad social en una sociedad en crisis?

4.3 *Objetivo General*

Precisar el vínculo existente entre Lenguaje e Identidad Social en la vida social cotidiana.

4.4 *Objetivos Específicos*

- Definir la importancia del lenguaje en una sociedad en crisis.
- Plantear la posible relevancia del lenguaje en la adquisición y manifestación de una identidad social bajo el marco del lenguaje.
- Precisar los procesos psicosociales inherentes a la manifestación de una identidad social bajo el marco del lenguaje.
- Especificar la razón de la relevancia de este vínculo.

4.5 *Hipótesis*

- El lenguaje como código particular de un grupo incrementa las relaciones intergrupales.

- La percepción del grupo como propio (positivo), valora positivamente el lenguaje propio.
- El lenguaje propio facilita la adquisición y/o mantenimiento de una *Identidad social*.

4.6 Implementación Empírica

4.6.1 Recabación de datos: la recabación de datos se llevó a cabo por dos métodos que fueron;

4.6.1.1 Recopilación documental.- Bajo la cual se buscó selectivamente aquellos documentos que contuvieran información con respecto a los lineamientos seguidos por los grupos de interés para luchar por una identidad nacional, bajo su enfoque práctico y político particular. Se obtuvieron en concreto: Decretos Oficiales con relación a *Identidad Nacional*, discursos oficiales y declaraciones de prensa etc.

4.6.1.2 Observación.- Dirigida a la información correspondiente que se encontró esparcida al interior de la sociedad, aquella que es dirigida por los grupos que buscan identidad nacional, y que llega a los miembros de la sociedad. Se obtuvieron en concreto documentos periodísticos dirigidos a la población (no oficiales), lista de pintas en las bardas etc.

4.6.2 Análisis de Datos: el análisis de datos se dividió en las siguientes fases:

4.6.2.1 Análisis de contenido.- Se analizaron selectivamente

aquéllos datos que se encontraban bajo estos criterios.

4.6.2.2 Análisis Teórico.- Para cada uno de los grupos se elaboró un Análisis Teórico que incluye las características de su propia búsqueda de identidad nacional y las razones por las cuales no han respondido adecuadamente a sus objetivos.

Al final de los análisis se realizó un sumario de estos.

4.6.3 Identidad Nacional basada en la Defensa de la Cotidianeidad: defensa teórica.- Para cumplir el trabajo se conjuntaron el trabajo teórico y empírico que llevó a un planteamiento de identidad nacional basado en la comunicación de la cotidianeidad, para darle una articulación al planteamiento teórico planteado en la primera parte del trabajo.

4.7 Operacionalización

Ya definido el campo empírico de estudio —campaña electoral—, se dividió el análisis de las comunicaciones de los diversos partidos como sigue:

4.7.1 PRI-ESTADO

El criterio para aglutinar estos emisores de comunicaciones fue la influencia mayoritaria que poseen conjuntamente. Su interés en mantener cohesión nacional es obvia.

4.7.2 PAN

El partido Acción Nacional, ha sido considerado permanentemente el partido opositor por ontonomasià, además de que posee una pecu

liar visión del nacionalismo, razón por la cual se le analizó por separado.

4.7.3 IZQUIERDA

En este grupo se aglutinaron los partidos de izquierda, ya que son percibidos por la ciudadanía como una tendencia global, por lo tanto, en conjunto constituyen la tercera fuerza en contienda.*

* Nota: Quedan excluidos algunos otros partidos del análisis ya que retoman premisas propias del grupo presuntamente mayoritario.

Para apreciar los datos obtenidos, se encuentran al final del trabajo, ANEXO 1: "*Las paredes no oyen, hablan*", (pintas de bardas en la campaña electoral 1985).

ANEXO 2: Cuadro de premisas básicas manejadas por los partidos políticos en la campaña electoral 1985.

IDENTIDAD NACIONAL: SUS OBJETOS PSICOSOCIALES.

1.-

CRISIS

2.- PRI-ESTADO

Símbolos Patrios

3.- PAN

Antagonismo

IZQUIERDA

Manejo Económico

ALTERNATIVA

Vida Cotidiana Solidaria

CAPITULO 5

LENGUAJE E IDENTIDAD NACIONAL: SU INTEGRACION

*"Esta prohibido escribir sobre cierta violencia,
así que voy a hablar de la violencia
permitida".*

(Compermiso)

Mario Benedetti.

CAPITULO 5

LENGUAJE E IDENTIDAD NACIONAL: SU INTEGRACIÓN

A continuación se exponen los análisis teóricos de las premisas manejadas por los diferentes grupos políticos estudiados.

5.1 El PRI-Estado y su planteamiento de Identidad Nacional

Existen planteamientos propios del estado que son revertidos a la sociedad en su conjunto de diversas maneras; discursos oficiales, declaraciones de prensa, divulgación de decretos aprobados y la instrumentalización de medidas tomadas por este.

La impresión que se forma al estar bajo el influjo de las instrumentalizaciones de ésta búsqueda de identidad nacional, es que las fuerzas que impulsan la Identidad se han manifestado siempre igual, dado que los símbolos no han variado. Esto resulta falso si se analiza detalladamente la historia de la oficialización de los planteamientos manejados por el estado a este respecto.

1982 es el año que marcó el comienzo de la crisis oficialmente, es éste año el punto de partida de nuestro análisis. Sabemos que los llamados "símbolos patrios" se han manejado de continuo, pero fué precisamente en 1982, que se decretaron de manera oficial como propulsores de la *Identidad Nacional*. Con el fin explícito de comenzar los preparativos para los festejos "patrios", Aniversarios de Independencia y Revolución.

Este dato manifiesta claramente la necesidad que tuvo el estado de --

mantener la cohesión nacional, como manifiesta también su carencia de posibilidad para generar otras alternativas.

La difusión de las premisas manejadas por el estado se aprecia en todos los medios comunicativos. Se exaltan "valores" presuntamente inherentes a los mexicanos; su "amor por la patria", su fortaleza y su coraje son los pilares con los que cuenta el país para salir de la crisis. Estas comunicaciones dirigidas por políticos que no requieren de ninguna de estas cualidades para conservarse al margen de ella, son recibidas por la ciudadanía con burla y en muchos casos con apatía.

Ya en plena campaña electoral, el estado centra sus comunicaciones en la difusión de su "democracia interna", que permite una lucha electoral por la posibilidad de que otras alternativas adquieran poder dentro de la estructura jurídico-normativa de este.

Esta apertura pretende demostrar la coherencia histórica que lo llevó al sitio donde está. Independencia y Revolución crearon democracia, la cual sigue tan vigente como en sus inicios. Más aún, se ha mejorando notablemente.

La ciudadanía recibe estas comunicaciones con una gran indiferencia, ya que —obviamente— carecen de ninguna base concreta.

El estado se encuentra encerrado en un círculo vicioso, ya que necesita cohesionar a la sociedad en torno suyo, y para esto debe mantener los símbolos que la llevaron a detentar el poder, pero como no le pueden pertenecer, ya que sus intereses son opuestos, los revierte a la sociedad como "banderas" carentes de contenido. Al ser recibidos por los ciudadanos y percibir la enorme distancia que existe entre estos y el estado y entre sus necesidades cotidianas y estas banderas tan alejadas de su realidad,

se dispersan buscando otras opciones o por lo menos se mantienen alejados y escépticos, propician pues el efecto contrario al que se desea.

Las comunicaciones utilizadas por el PRI en su campaña, por un lado - exaltan el patriotismo y el orgullo de pertenencia a un país "*rico en opciones*", sobre todo para la juventud. Utilizan los logros del estado que son suyos. La capacidad financiera, el "*prestigio internacional del país*", etc. al mismo tiempo que se le escapan a la atmósfera comunicativa actos deshonestos con los que pretenden ocultar su falta de cohesión en su derredor.

Las premisas que maneja el PRI pretenden exaltar valores que se contraponen con los hechos que ocurren durante la contienda. Hablan de honestidad y rectitud y pretenden ganar votos basándose en la ignorancia de la - gente.

Para ejemplificar esto tenemos el caso de un candidato a diputado por el PRI en el XXIII Distrito Electoral, que corresponde a la zona de Cuajimalpa, quien dirige un oficio a la Dirección General de Autotransportes planteando la necesidad que tiene la colonia Jalalpa el Grande en la Delegación Alvaro Obregón, de ser provista de transporte. Para que ésta petición proceda el candidato expone: "*Hemos logrado que la Delegación Política por conducto de su Subdelegación de Obras, ponga en primera etapa una capa de grava controlada en la calle principal de la colonia, con lo que se facilitará el acceso de los autobuses*".

En este párrafo se aprecia como apropiándose de logros ganados por los colonos se pretende obtener un servicio al que la ciudadanía tiene todo el derecho de acceder.

Decíamos que se fundan en la ignorancia, ya que cualquier ciudadano puede llevar un comunicado similar al enviado por este candidato y se tur

nan de la misma manera. Siendo así que utilizando uno de los mecanismos más simples —ya que sólo es una repetición que no asegura ni con mucho que les respondan positivamente—, pretenden ganar votos de los ciudadanos. Moviéndose en la esperanza de la gente intenta obtener el apoyo mayoritariamente.

Casos como este hay muchos, sumados a los pequeños actos cotidianos de coerción. Se organizan torneos, festivales, se regalan libros de poemas etc., con el único fin de demostrar su apoyo.

Tan conscientes están de su lejanía con la base, que aseguran contar con un apoyo superior al de antes. Palabras que se basan en falsedades repetidas hasta el cansancio que lo que propician es que grupos numerosos de gente se aglutinen en sus reuniones únicamente por el regalito.

Las comunicaciones emitidas por este grupo a través de los medios masivos de comunicación fueron abrumadoras intentando vencer a sus oponentes por cantidad de información.

Intentaron revestir las paredes de la ciudad con sus colores, pero sus frases fueron repetitivas en extremo. Fuera de su slogan tan difundido: "Con México Sí", no dijeron nada.

La ciudadanía no comprendía que pretendían con México. Las premisas básicas que fundaban sus discursos estaban llenas de valores que ellos mismos desvalorizaron: Democracia, Honestidad, Unidad etc. (ver anexo 2).

En suma, ante la necesidad de fortalecerse el PRI-Estado se ha mostrado su grado de debilitamiento.

5.2 El PAN y su planteamiento de Identidad Nacional

Dentro de los planteamientos que sigue el partido Acción Nacional, se

encuentran una serie de ideas que son manejadas a lo largo de una campaña electoral como la que precede a las elecciones de Julio de 1985. En la revisión realizada de los folletos e información existente que el partido vierte en forma de comunicaciones sociales al interior de las sociedades - son comunicaciones que en algún momento resultaban con bases genuinas, pero que dentro del proceso de comunicación social fueron retomadas por este grupo y elaboradas con un objetivo específico y preciso. Siendo así, regresan a la sociedad con un carácter desvirtuado y a pesar de tener su origen en necesidades reales, este proceso las aleja de la misma. Pero es precisamente su origen en el que se basa la postura del partido para elaborarla y esperar en suma que incida en la sociedad.

Las premisas de este grupo se basan en la crisis desde el aspecto económico. Revisemos un ejemplo de esto. A continuación se expone un texto referente a la postura que toma ante la merma económica familiar: "La Plataforma aprobada por la Convención Nacional celebrada el 23 y 24 de febrero pasado en la Ciudad de México, reclama además "la exención del impuesto sobre el producto del trabajo no solamente para el salario mínimo, sino - que abarque el salario familiar (esto es, un salario que se calculará de acuerdo con las obligaciones que deba enfrentar cada trabajador en su carácter de jefe de familia,

Así, un trabajador que tiene que llevar el sustento diario a una familia de cinco a seis personas aún cuando perciba semanalmente sesenta mil pesos mensuales -por ejemplo- esto es dos veces el salario mínimo, no pagará ningún impuesto. Esto no ocurrirá, por el contrario en el caso de que el trabajador fuese soltero".

Todo lo anterior ejemplifica una de las premisas básicas del PAN en la

defensa no de la familia, sino del salario familiar, que aparentemente se refiere a lo mismo, pero que desde nuestro punto de vista parte de posiciones bien diferenciadas.

Para una familia es importante y parte de sus necesidades el hecho de que su salario familiar tenga un poder adquisitivo suficiente y que no se vea debilitado ante los embates de las nuevas políticas del estado, pero este tipo de comunicaciones no llegan a la familia como posibles soluciones a su economía. En primer lugar su poder adquisitivo decrece mucho más rápidamente que lo que las simples comunicaciones de esto llegan a ellos. En segundo lugar es difícil que se imaginen la operacionalización e instrumentalización de este planteamiento.

El PAN es un partido que segmenta a la población como se apreció arriba, no puede llegar a ser mayoritario si defiende los intereses de unos - cuantos — sus intereses son obviamente dirigidos por sus políticos empresarios —, y además si sus comunicaciones se basan en aspectos que sus militantes no conocen.

El PAN se asume como la segunda fuerza en el país, y es resaltable su enfrentamiento con la presuntamente mayoritaria. Todas aquellas comunicaciones tendientes a demeritar y desprestigiar al PRI-Estado ante los ciudadanos tienen bases palpables. Pero no se puede decir que hablen con la verdad y busquen justicia.

La única opción que comunica el PAN se refiere a la familia y a la moral rígida que debe guiarla, por lo cual espera, por medio de un valor en crisis —la familia—, vincular a la sociedad. Si pensamos que el tener una familia obliga al trabajador a aceptar situaciones que den otra suerte no aceptaría. Esto refleja la posición de los dirigentes del PAN, que fundan sus intereses en el sistema establecido.

Una de sus frases encontradas en pintas de bardas es: "*Honestidad y manos limpias*" ataca como toda la campaña al Estado y al deshonestidad que priva en nuestro sistema.

Pero no se puede creer en la honestidad de un grupo que se vale de renor y lo exalta contra unos cuantos, cuando sus argumentos se dirigen a uno de los muchos aspectos que tiene el problema de la crisis en el país.

El PAN como partido no consiguió que sus comunicaciones tuvieran eso en la mayoría, y con todo y su defensa de *honestidad*, su bandera real en ésta campaña fué el antagonismo, ante el cual los ciudadanos en su mayoría no se sintieron incluidos.

5.3 *La Izquierda y su planteamiento de Identidad Nacional*

Como se planteó con anterioridad, en este apartado se reunieron y analizaron las premisas manejadas por los partidos de izquierda, entendiendo que la ciudadanía los conceptualiza bajo una sola dimensión. Los tres partidos analizados, aún y cuando parten de plataformas diferentes de raíz, suponen una ruptura con el sistema.

Las comunicaciones analizadas fueron con mucho, inferiores en número a las analizadas en los dos puntos anteriores. De esto se desprende la poca posibilidad de influencia que poseen.

En el análisis de las pintas de bardas, se encontraron inferiores en cantidad, aunque —de manera importante— superiores en inventiva. Una diferencia visual fué el hecho de que mientras las pintas del PRI y del PAN resultaban hechas con mayor uniformidad estética, las de la izquierda, eran hechas con menor precisión. Esto no resulta malo, por el contrario, la ciudadanía percibe esa diferencia y en cierta medida las diferen-

cia. La percepción de una pinta de este tipo, propiciaba una lectura -- que en el otro caso era más difícil de ocurrir. En esta medida la desigualdad en cantidad era acortada.

El hecho de ser partido minoritario sin una experiencia oficial en el pasado hace que su postura ante la necesidad de crear una democracia era en algunos sectores de la sociedad, acogida con agrado, pero se manifestó claramente su poca incisión a nivel mayoritario. Su postura sobre la necesidad de un cambio desde el interior del sistema resultaba poco clara - para la ciudadanía en general.

Los esfuerzos de campaña se centraron en lugares que eran identificados con tendencia de izquierda. Esto es enteramente justificable, ya que es necesario regar el terreno sembrado, pero se requiere de una mayor influencia para pretender la legitimación mayoritaria.

La ciudadanía en general recibía las comunicaciones que les resultaban coherentes a su vida cotidiana. Cercanas a su realidad, pero muy pocos - sectores de la sociedad tenían clara las diferencias entre uno u otro partido de izquierda.

La premisa básica manejada por los partidos de izquierda, fué de orden económico, y esto resultó en una confusión de la ciudadanía, que constituyó una de las razones de su poca incidencia. Las comunicaciones se mezclaban en muchas ocasiones con las restantes.

La izquierda manejo como premisas la *solidaridad* y la *Unidad Nacional* como valores realmente importantes para salir de la crisis, como se puede apreciar en el Anexo 2, fué el único grupo que le dió cabida a estos valores conjuntamente y el acercamiento con sectores de clase media de la sociedad fué un intento importante, pero aún así sus comunicaciones no cohesionaban, ya que la ciudadanía que podía optar por esta opción en muchas

ocasiones no diferenciaba un grupo de otro como se citó con anterioridad y este pudo ocasionar que no obtuvieran la respuesta esperada.

Se puede pensar, en base al análisis de las comunicaciones del lenguaje empleado, que aunque eran legítimas en el sentido de reflejar las necesidades imperantes en nuestra sociedad en crisis, no marcaban una alternativa real.

La izquierda optó por jugar de acuerdo a las reglas de los otros grupos, retomando muchas comunicaciones que si bien es cierto son válidas, su uso y mal uso por los grupos de izquierda las han desvirtuado, si han dejado las palabras de simbolizar aquello valioso para la ciudadanía, al revertirlas, la izquierda requiere de un esfuerzo mayor ya que debe cargarlas nuevamente de valor.

Este proceso es lento y es difícil de realizarse, si a este ò se le suman las comunicaciones desvirtuadas de los grupos restantes, podemos apreciar un efecto contraproducente, pues son percibidos de manera semejante: " Si defienden lo mismo, buscan lo mismo (premisas y poder respectivamente), tal vez hagan lo mismo al tener el poder".

Es necesario marcar aquí que la existencia de grupos de derecha con denominación de izquierda ocasiona que las comunicaciones pierden su sentido genuino. La izquierda no planteó en esencia una comunicación diferente, además de que utilizó el antagonismo al igual que el PAN, aunque de una manera más limitada.

5.4 Un Planteamiento de Identidad Nacional Alternativo

Existe en la atmósfera comunicativa de ésta sociedad, un planteamiento y manejo de *identidad*, por lo cual a cada concepción comunicativa corres-

ponde un tipo de particular *identidad*. Estas concepciones e identidades pueden plantearse bajo una alternativa a saber:

Concepción Comunicativa Alienada — Identidad Social Alienada

Concepción Comunicativa Genuina — Identidad Social Genuina

En los individuos existen necesidades que son retomadas por los partidos políticos en contienda dentro de una campaña electoral y son revertidas a estos. Durante el proceso la comunicatividad se vacía y la comunicación revertida a los individuos ya no responde a sus necesidades.

Las estructuras comunicativas según la configuración que hayan logrado en un determinado momento histórico posibilitan comunicaciones de ciertos significados de hechos y experiencias e imposibilitan otros.

Una determinada experiencia puede ser definida — simbolizada— y — por tanto comunicada, o puede por el contrario, no encontrar símbolo que la designe y permanecer incomprensible para la sociedad.

El devenir histórico de nuestra sociedad ha marcado la pauta a seguir por la ciudadanía. La demarcación privado-público se encontraba claramente definida. La crisis de valores y de identidad irrumpe también en la atmósfera comunicativa de tal manera que se pierde esta definición. Existen dos opciones, por una parte se presentan hechos, actitudes o manifestaciones que nos hablan de una posición social privatizante, de defensa.

Habiéndome referido ya al hecho de que la apertura pública de la crisis trastoca aspectos esenciales del vivir cotidiano, resulta comprensible que la sociedad, —o una parte de ésta— busquen soluciones propias ante la crisis, lo que los lleva a volver la vista a valores diferentes a los que siempre han seguido, o tal vez similares pero esencialmente diferen-

tes.

La primera posición de alejamiento y defensa, —privatizante— es la que parece imperar en esta sociedad, pero es innegable que la segunda existe en la atmósfera comunicativa de ésta.

En los puntos anteriores se plantearon los análisis realizados por los partidos encontrándose que no logran con sus comunicaciones —específicamente los de izquierda— reflejar esta búsqueda de un lenguaje que revalorice los símbolos.

Los partidos de derecha buscaron afianzar los símbolos perdiendo de vista que su alejamiento y su falsedad los han alejado de la ciudadanía.

Lo anterior argumenta la prevalencia de una *Identidad Social* alienada así como de una carencia de *Identidad Nacional*. Este visto dentro de una campaña electoral, puesto que la crisis debiera tener una manifestación palpable en ésta ya que permite manifestar no solo un cuestionamiento al sistema antes bien que oponerse a él (por lo menos psicológicamente), demuestra que no lo consiguieron.

Pero no podemos afirmar la carencia de una búsqueda de valores cohesivos a la ciudadanía y que permita a la vez que replante la *Identidad Social* y valorizarla, encontrar una identidad nacional genuina.

La alternativa ante este problema se encuentra dentro de la sociedad, puesto que las experiencias cotidianas han variado dentro de la crisis, se encuentran en la necesidad de comunicarlas, y esto les permite recrear su lenguaje.

Las necesidades económicas son relevantes para los individuos, pero —precisamente por la inestabilidad existente las necesidades humanas de comunicarse para estar con el otro y en esa medida enriquecer la humanidad personal resulta vital.

CAPITULO 6

CONCLUSIONES

CAPITULO 6

CONCLUSIONES

En este trabajo se intentó presentar una presunta explicación psicosocial de vinculación *Identidad Social* —comunicación-ideología— existente en nuestra sociedad.

El análisis realizado permitió un acercamiento con respecto al manejo que hacen los partidos políticos de sus planteamientos de *Identidad Nacional*.

Partiendo de la idea de que en la búsqueda de una *identidad nacional*, una campaña electoral podría ejemplificar el trabajo a seguir, con el objetivo de cohesionar a la sociedad en derredor de una alternativa válida, se optó por este tipo de análisis.

Los resultados electorales nos permiten concluir que ésta búsqueda fué infructuosa o por lo menos no presentó manifestaciones claras.

Refiriéndose a la hipótesis que dirigió el trabajo, estamos en la posibilidad de afirmar que el lenguaje utilizado por los partidos políticos en contienda con el objetivo de comunicar sus posturas no reflejan la existencia de una *identidad social*.

De esta manera no era posible que éstas comunicaciones la reforzarán. Nuestro análisis niega la existencia del primer planteamiento hipotético, pero no niega su validez, ya que sin la existencia de una *identidad social* no puede pretenderse reforzarla.

Tampoco podemos negar nuestra tercera hipótesis ya que si a nivel global no existe *identidad social* como la entienden los partidos políticos, de

ninguna manera se excluye la posibilidad de manifestaciones de identidad - dispersos en la atmósfera social comunicativa.

El vínculo *identidad social* —Lenguaje se muestra entonces con toda su relevancia, ya que nos habla de una esencia humana que es vital en nuestra época.

La sociedad no puede permanecer constantemente bajo una situación de crisis psicológica, ya que la inestabilidad que vivencia amenaza su esencia social. La necesidad de vinculación con los otros los lleva a un acercamiento, a volver público lo privado, y esto se logra a partir de la comunicación.

En ésta búsqueda de un contacto más humano se centra la relevancia de este vínculo.

No podemos pretender adquirir una identidad social, si no nos comunicamos con nuestros congéneres. La solidaridad ha permitido en todas las épocas, el superar todo tipo de situaciones. Para lograr esto debemos referirnos al tipo de comunicaciones establecidas. Las diferencias en el lenguaje, en el manejo gramatical etc., no incluyen ni son las únicas barreras psicológicas que segmentan nuestras esferas comunicativas. El lenguaje entonces es entendido como el vehículo de una real comunicación humana.

6.1 Aportaciones a futuras Investigaciones

El análisis de una sociedad debe partir de ella misma, por lo que necesitamos de una mayor relación con ésta. La investigación presente buscó esto precisamente.

Resulta difícil marcar claramente la línea de acción a seguir para que

la sociedad sea analizada, ya que dentro de ella existen manifestaciones de todos tipos, y tendencias diversas.

Un análisis estructural como el que se pretendió realizar se encuentra con muchos obstáculos, ya que su diversidad lo complica.

La campaña electoral, fué una realidad social que permitió un mayor acercamiento a éste fenómeno. Como este existen muchas manifestaciones y situaciones que conforman el devenir de las sociedades y debe ser en éstas en donde se realice un estudio psicosocial.

El análisis de la identidad nacional da pauta para continuar estudiando un aspecto de tanta importancia en nuestros días.

Los fenómenos que emanande la sociedad tienen sus propias razones de ser y debemos buscar comprenderlas si pretendemos incidir en la sociedad. Si la realidad nos presenta hechos y manifiestaciones, debemos aceptar el reto de estudiarlas. El análisis de las comunicaciones de los partidos políticos partió de una fase de recolección de este tipo de testimonios y posteriormente se agruparon por categorías. Cada categoría se refería a un valor social. La agrupación de categorías siguió una secuencia de este tipo: en primer lugar se tenían más de 100 categorías diferentes. - En una segunda depuración se reagruparon de tal suerte que bajo denominaciones generales se pudieran manejar como premisas básicas de los partidos políticos (Ver Anexos 2 y 3).

Se dejaron de lado ciertas categorías que resultaban difíciles de ubicar. Las características de este estudio referente a la globabilidad de su análisis no permitía incluir en mucho elementos dentro de la campaña.

Este análisis no incluyó el aspecto cuantitativo ya que no nos referimos a los emisores de la comunicación y a su eficiencia en la campaña, --

(Por ejemplo: cuántas pintas hizo cada partido, cuantos volantes repartió, etc.), sino a la comunicación efectiva que propiciaban y estó se encontraba en el ambiente comunicativo en general.

Tampoco nos referimos a los resultados electorales en concreto, ya que no pretendemos corroborar ningún pronóstico político.

Unicamente buscamos aquéllos contenidos que nos referieran a la comunicación y a la *identidad nacional*.

6.2 Limitaciones

Una de las limitaciones que tuvo este estudio —por criterios propios a él— fué la exclusión de ciertos partidos de derecha que quedaban fuera de la concepción manejada aquí. Decimos que fué desventaja partiendo de la idea de que sus comunicaciones debieran incidir en la ciudadanía de una manera que no fué abordada aquí, pero para efectos de los planteamientos teóricos no podían incluirse.

Dentro de este análisis quedan de lado muchas posibilidades de manifestaciones de identidad social que dadas las circunstancias de análisis no son incluidas, pero queda la opción abierta de interesarse por ellas y estudiarlas.

6.3 Desventajas

La creación y recreación de una identidad social es constante, y este tipo de estudios aún y cuando dan información valiosa pierden su vigencia con el paso del tiempo, ya que no incluyen la realidad comunicativa en su conjunto. Sin embargo aunque esto es una desventaja en sí, no obstaculi-

za la obtención de elementos que constatan nuestras hipótesis.

6.4 Consideraciones finales

El lenguaje manejado por los partidos analizados no mostró diferenciación entre ellos, sus postulados de campaña fueron muy semejantes. De esta forma no obtuvieron la cohesión necesaria y por ende no lograron hacer palpable una identidad nacional ni en su derredor ni en el del resto de partidos. Las comunicaciones no fueron acogidas por la ciudadanía ya que se encontraban alejadas de su realidad.

Las posiciones se entremezclaban y la atmósfera de campaña sólo confundió a la ciudadanía en su mayoría. Es por esto que parece confirmarse la hipótesis de que la búsqueda de una identidad propia, reflejada en un código común no emerge de grupos políticos dentro de una contienda electoral. Puesto que la identidad debe pertenecer a la ciudadanía y referirse a su vida común y los partidos al conformarse como tales y aspirar a la - detención del poder se alejan de ésta.

Ya anteriormente nos referimos a la contradicción entre la necesidad de una identidad nacional en torno a quienes buscan representar el estado nacional, para poder legitimarse y/o mantenerse en ésta situación y la dificultad de crearla exteriormente a la ciudadanía.

La *Identidad Nacional* entonces se encuentra en peligro. Pero esto no incluye la generalidad humana, sino la particularidad de esta búsqueda de nuestra estructura social.

La *comunicación* genuina como realidad permite la heterogeinización de nuestro medio. La búsqueda de palabras para comunicar símbolos y signifi-

caciones que sean comunes a un grupo de gentes permite la diferenciación con los otros, cuestión ésta indispensable para la adquisición de una iden tidad propia.

Existen alternativas que surgen de los propios grupos. Manifestaciones de grupos que valoran y aprecian con mucho su identidad social y que además promueven comunicaciones más genuinas y que deben ser estudiadas.

Apéndice Explicativo:

A lo largo de este trabajo se utilizaron una serie de conceptos que no encontraron argumentación en el desarrollo del tema. Los argumentos y la razón de no haber sido incluidos se plantean a continuación:

Un concepto que se utilizó ampliamente fue el de "*Comunicación Genuina*". El análisis teórico y la búsqueda de una alternativa que diera la posibilidad de acceder a una sociedad diferente, planteó el desarrollo de un concepto que diera cuenta del fenómeno de comunicación en una sociedad ideal, lejos de la comunicación alienada que conocemos.

El proceso de alienación desarrollado a lo largo de la historia sirve aquí como punto de partida para explicar el momento histórico que vive la sociedad así como la posibilidad de una sociedad diferente.

Se entiende aquí la *Comunicación Genuina*, como aquélla que establecen los individuos fuera de fórmulas acartonadas y estereotipadas, que les permite una interacción más profunda que la conocida y que propicia la creatividad en las relaciones sociales. Si bien esto es posible teóricamente en un sistema social opuesto al nuestro, se sigue la postura de un cambio psicosocial que se da en ciertos sectores de la sociedad.

Una sociedad diferente emanada de una transformación de las relaciones sociales en base a una *Comunicación Genuina*, no es sólo el ideal de este trabajo, también es una posibilidad que en segmentos puede encontrarse hoy en día.

"*La solidaridad humana*" es otro concepto desarrollado a lo largo del tema, ésta idea presupone la existencia de una comunicación (*Comunicación Genuina*) en la que el ser humano tenga un nivel prioritario superior al -

actual (siguiendo a Marx, actualmente sería visto en términos sociólogos y económicos como mercancía), que en consecuencia busque el sano desarrollo de los miembros de la sociedad.

La solidaridad entonces es la posición opuesta a la competencia conflictual de nuestra sociedad, que enmarca una sociedad deshumanizada.

Ambos términos: "*Comunicación Genuina*" y "*solidaridad*" responden a la necesidad de plantear un tipo de relaciones intergrupales e intragrupalas con una característica distintiva, que no solo puede existir con un cambio estructural, sino que dentro de la sociedad alienada actual, se puede encontrar evidencia de ésta posibilidad. Ya sea en uno u otro grupo marginal, que recurren a una defensa de sus formas de comunicación y muestran manifestaciones de solidaridad.

En este punto se aprecia la necesidad de desarrollar ésta posición en un sentido más amplio, ya que la *Identidad Nacional* no tiene el poder de explicarlo, por lo cual, en análisis posteriores se deben buscar éstas definiciones y su correlato operacional dentro de la sociedad.

ANEXO 1:

ANEXO 1:

" LAS PAREDES NO OYEN, HABLAN "

PINTAS DE BARDAS EN LA CAMPAÑA ELECTORAL 1985.

PARTIDOPINTAS MAS USUALES

PRI

Con México Sí

Por un México Mejor PRI

55 Años de Libertad

Nuestro Compromiso es con México

En la Unidad con México Sí

Por la Dignidad PRI

En la Democracia con México Sí PRI

Por una Vida Mejor con México Sí

55 Años de Democracia PRI

En la Honestidad con México Sí PRI

Por una Ciudad más Digna con México Sí

Nuestro Trabajo es por México

Para Vivir en la Democracia PRI

Para Continuar en la Democracia

Para Continuar en la Independencia

Por Nuestro Derecho a Superarnos

Por Nuestro Derecho a Ser Libres

Para Continuar en la Libertad

PARTIDOPINTAS MAS USUALES

PAN

Una Nueva Mayoría que Frene la Carestía y la Corrupción

Una Mayoría que SI Represente al Pueblo

Acabar con 55 Años de Fraude y Corrupción

Honestidad de Manos Limpias PAN

¡Qué nadie te Manipule! ¡Haz Valer tu Decisión, Vota

Libremente! PAN

México NO Tiene otras Manos que las Tuyas

Más responsabilidad en el Manejo del Dinero Público

Una Nueva Mayoría de Diputados de Acción Nacional en

el Congreso Federal

Establecer en México un Gobierno Honesto y Eficiente

está en TUS Manos

Mayoría Honrada y Eficiente

La Batalla Cívica que conducimos es También una Batalla
de Cultura

opción democrática: PAN

para superar el monopolio

para superar el caciquismo

PARTIDOPINTAS MAS USUALES

IZQUIERDA

Democracia y Vida Digna Para el Pueblo Trabajador.

Poner fin a la Antidemocracia en el D.F.

Más Salario, Más Empleo y Mejores Condiciones de Vida

¡Poner Fin a la Corrupción con la Participación Popular en la Vida Política del D.F.! ¡Basta de Prifstas Bandidos!

Apoya a los Candidatos Bandidos

Apoya a los Candidatos de los Trabajadores.

No Votes por los Candidatos Patronales.

No Votes por los Candidatos Patronales del PRI y PAN

Para Salir de la Crisis Económica

Por un Régimen más Democrático

Por un País Más Independiente

Para salir de la Crisis, Para Entrar en la Democracia

Democratización del Gobierno del D.F.

Regulación de la Tendencia de la Tierra

Mayor Seguridad Pública

Reparto Equitativo del Agua

Guerra Contra la Contaminación Ambiental

Vota por los Trabajadores

Por la Paz Mundial

Salario Mínimo al Presidente, Pa' que Vea lo que se

Siente!

ANEXO 2:

ANEXO 2

CUADRO DE PREMISAS BÁSICAS MANEJADAS POR LOS PARTIDOS POLITICOS
EN LA CAMPAÑA ELECTORAL 1985.

(DERIVADAS DE LAS PINTAS)

PARTIDO	PRI	PAN	IZQUIERDA
PREMISAS:			
Democracia	X	X	X
Honestidad	X	X	X
Símbolos patrios	X		
Trabajo	X	X	X
Solidaridad			X
Unidad	X	X	X
Capacitacion	X		
Competitividad	X		
Economía Nacional		X	X
Unidad Nacional	X	X	X

ANEXO 3:

ANEXO 3

CATEGORIAS PRELIMINARES

- 1.- Crisis
- 2.- Democracia
- 3.- Trabajo
- 4.- Carestía
- 5.- Salario
- 6.- Familia
- 7.- Corrupción
- 8.- Honestidad
- 9.- Deshonestidad
- 10.- Políticos Corruptos
- 11.- Vida Digna
- 12.- Capacitación
- 13.- Patria Libre
- 14.- Nueva Mayoría
- 15.- Injusticia
- 16.- Miseria
- 17.- Alimentación Segura
- 18.- Seguridad Pública
- 19.- Patrones Voraces
- 20.- Clero Político
- 21.- Independencia Cabal
- 22.- Falsas Promesas

- 23.- Antidemocracia
- 24.- Candidatos Patronales
- 25.- Independencia
- 26.- Revolución
- 27.- Unidad
- 28.- Participación
- 29.- Mayor Empleo
- 30.- Gasto Público Excesivo
- 31.- Salario Familiar
- 32.- Movilización cotidiana de los Trabajadores
- 32.- Inflación
- 33.- Improductividad
- 34.- Reformas
- 35.- Esperanza
- 36.- Bandera Nacional
- 37.- Fraude
- 38.- Control
- 39.- Elección
- 40.- Violencia
- 41.- Batalla Política
- 42.- Violencia Oficial
- 43.- Calamidad
- 44.- Optimismo
- 45.- Poder al Pueblo
- 46.- Manipulación
- 47.- Angustia

- 48.- Incertidumbre
- 49.- Aire Nuevo
- 50.- Seguridad al Campo
- 51.- Represión
- 52.- Gobierno Honrado
- 53.- Responsabilidad
- 54.- Democracia Sindical
- 55.- Monopolización del Capital
- 56.- Lucha contra el Imperialismo
- 57.- Reproducción del Sistema de Explotación
- 58.- Dependencia
- 59.- Economía popular
- 60.- Sector Social
- 61.- Discriminación
- 62.- Autonomía
- 63.- Ampliación de las Libertades Políticas
- 64.- Restricción de los Derechos Obreros
- 65.- Autoorganización
- 66.- Devastador Deterioro
- 67.- Destrucción de la Ciudad
- 68.- Problemática Social
- 69.- Necesidades del Pueblo
- 70.- Verdadera Lucha
- 71.- Actividad Creadora
- 72.- Vida Democrática
- 73.- Combate Salarial
- 74.- Deuda Externa

- 75.- Política Exterior
- 76.- Nuevo Proletariado
- 77.- Recuperación Económica
- 78.- Mistificaciones Gubernamentales
- 79.- Austeridad
- 80.- Priorización de la Productividad
- 81.- Tope Salarial
- 82.- Desvalorización de la Fuerza de Trabajo
- 83.- Ofensiva
- 84.- Mediatización de las Masas
- 85.- Esfera Económica
- 86.- Contaminación Ambiental
- 87.- Elecciones Exitosas
- 88.- Despidos
- 89.- Centralización Mundial
- 90.- Paz Mundial
- 91.- Reparto de Tierras
- 92.- Destrucción del Estado Capitalista
- 93.- Organización Obrero-Campesina
- 94.- Recuperación
- 95.- Aumentos de Emergencia
- 96.- Independencia de Clase
- 97.- Vanguardia Obrera
- 98.- Descendente
- 99.- Proceso de Recuperación
- 100.- Reforma Electoral
- 101.- Apartado Estatal

- 102.- Tasa de Ganancia
- 103.- Combatividad de la Organización
- 104.- Participación Activa
- 105.- Sistemas Sectoriales

BIBLIOGRAFIA

- ABRAVANEL, Ch. y ACKERMAN, W.: "Lenguaje y Comunicación" en: Moscovici (ed.) *Introducción a la Psychologie Sociale*. Librairie Larousse, París, 1973, Vol. 2. Traducción de Luz Ma. Javiedes, Departamento de Psicología Social, División de Estudios Profesionales. Junio, 1983.
- ALLPORT, F. H.: *Social Psychology*. Boston. Houghton Mifflin, 1924.
- ASCH, S. E.: *Psicología Social*. EUDEBA, Buenos Aires, 1972 (Traducción).
- BERNSTEIN, B.: "Clase social, lenguaje y socialización". en: Ashworth, P. D.: *Social Interaction and Consciousness*. Ed. Wiley, 1979.
- BERKOWITZ, L. (ed.): *Advances in Experimental Social Psychology*. N°7, Academic Press, Nueva York, 1974.
- COOLEY, Ch. H.: *Human Nature and the social order* Shocken Books, Nueva York, 1964.
- DEWEY, J.: *Naturaleza Humana y conducta. Introducción a la Psicología Social*. Fondo de Cultura Económica, México, 1964.
- DOISE, W., DESCHAMPS, J.C.: MUGNY, G.: *Psicología Social Experimental*. Editorial Hispano-Europea. Barcelona, 1980.
- DURKHEIM, E.: *El Suicidio*. Shapire, Buenos Aires, 1965.
- DURKHEIM, E.: *La división del trabajo en la sociedad*. Shapire, Buenos Aires, 1967.
- FONTANELA DE W., M.B.: *Dinámica Social de un cambio lingüístico*. Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM. México, 1979.
- FREUD, S.: *Más allá del principio del placer*. Alianza. Madrid, 1972. 3a. edición.
- FREUD, S.: *Totem y Tabú*. en: *Obras Completas*. Biblioteca Nueva, Madrid, 1963.
- GILES, H.: *Lenguaje, Ethnicity and Intergroup relations*. Academic Press, Londres, 1977.
- HELD, O.: "Introducción a Habermas", en (ed.): *Introduction to Critical Theory. Horkheimer to Habermas*. 1980. London; Hutchinson University Library. Traducción de: Pablo Fernández Christlieb (El Laboratorio de Psicología Social, Facultad de Psicología UNAM).

- HELLER, A.: *Sociología de la vida cotidiana*. Editorial Península. Barcelona, 1977.
- HELLER, A.: *Teoría de las necesidades en Marx*. Editorial Península, Barcelona, 1977.
- JOACHIM, I.; TAJFEL, H.: *The Context of Social Psychology: A critical assesment*. Academic Press. Londres, 1972.
- LEWIN, K.: *Resolving Social Conflicts*. Nueva York, Harper Brothers, 1948.
- LEWIN, K.: *Field Theory in Social Science: Selected Theoretical Papers*. Nueva York, Cartwright, D. Harper, 1951.
- KRECH, D., CRUTCHFIELD, R. S. y BALLACHEY, E. L.: *Psicología Social*. Madrid, Biblioteca Nueva, 1965.
- MANNHEIM, K.: *Ideología y Utopía. Introducción a la Sociología del conocimiento*. Madrid, Aguilar, 1966.
- MEAD, G.H.: *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del - conductismo social*. Traducción de F. Mazia. Buenos Aires, Editorial Paídos, 1972 (originalmente publicado en 1952).
- McDOUGALL, W.: *An Introduction to Social Psychology*. Methuen. London, - 1960.
- MIER, R.: *Introducción al análisis de textos*. Editorial Terranova, UAM. México, 1984.
- MOSCOVICI, S.: *El Proceso de Comunicación y las propiedades del Lenguaje*. Traducción libre de: Mario Pérez.
- MURPHY, G.: *Introducción Histórica a la Psicología Contemporánea*. Buenos Aires, Editorial Paídos, 1964.
- PARSONS, T.: *La estructura de la acción social* 2 Vols. (Trad. de J. J. Caballero y J. Castillo). Guadarrama. Madrid, 1968.
- PRIETO, F.: *Cultura y Comunicación*. Premia Editora, México, 1984.
- SHIBUTANI, T.: *Sociedad y Personalidad*. Editorial Paídos. Biblioteca de Psicología Social y Sociología. Buenos Aires, 1971.
- SOREL, A.: "Miseria de Nuestra Cultura". El Viejo Topo, N° 26. México Noviembre, 1978.
- TAJFEL, H.: "An integrative Theory of intergroup conflict" Editorial Wiley, 1979.
- TAJFEL, H. y COLIN, F.: *Introducing Social Psychology*. Penguin Harmondsworth, 1978.

- THOMAS, W.I. y ZNANIECKI, F.: *The Polish peasant in Europe and America*. Dover Publications, Nueva York, 1958.
- TRAVIS, L.E.: "Influjo del grupo sobre la velocidad del tartamudeo con una asociación libre". *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1928, p. 23.
- VILLANUEVA, E.: *El argumento del lenguaje privado*. Instituto de Investigaciones Filosóficas. UNAM. México, 1974.
- WARREN, H.C.: *Diccionario de Psicología*. Fondo de Cultura Económica, México 1960.
- YOUNG, K.: *Psicología de las actitudes*. Editorial Paidós, Buenos Aires. 1967.