

Título: Los discursos del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN) en la campaña electoral de 2006. Primeras aproximaciones.

Eje: Discursos y medios de comunicación.

Paola Gutiérrez Baltodano¹

Palabras clave: comunicación, política, Estado, partidos políticos y medios de comunicación.

Resumen:

La ponencia responde a una primera introspección al proceso de construcción del anteproyecto; para optar por el grado de licenciatura y a su vez presentar las primeras líneas de trabajo.

En primera vista, parece un tema común pues, el FSLN se ha abordado en infinidad de investigaciones. Sin embargo, esta en particular pretende construir al FSLN como objeto desde una sociología de la comunicación política.

Motivada a partir de una coyuntura interna en la política nicaragüense (re)construyendo los discursos del FSLN en la campaña electoral de 2006. El FSLN gana por primera vez en 16 años las elecciones después de haber llegado al poder por la vía insurreccional, pero, parece ser, un punto de inflexión para entender las dinámicas internas que se vienen gestando para dar como resultado: la dinámica política nicaragüense actual.

La propuesta teórica del trabajo se compone de tres momentos. Primero, Alsina con la sociosemiótica a través de un modelo descriptivo de la comunicación: producción, circulación y consumo.

Segundo, Pilar Gangas con el sistema de partidos y partidos políticos para evidenciar las redes de poder dentro y fuera de la política y la configuración del FSLN como partido político en un determinado sistema de partidos políticos.

Por último, comunicación y poder de Castells un texto que pone en evidencia la disputa del poder en el espacio de los medios de comunicación. Para ello, primero debemos identificar a los actores y el espacio donde se produce dicha disputa, Alsina y Gangas, para este caso.

¹ Estudiante de sociología. Universidad de Costa Rica. Correo: p.gutierrezbaltodano@gmail.com

Es decir, analizar la propuesta político-ideológica del FSLN como opción política en las elecciones presidenciales en Nicaragua en el año 2006.

La utilización de una metodología cualitativa permite comprender las dimensiones de producción-circulación y circulación-consumo, por medio de técnicas de análisis de: discurso, contenido y fotográfico.

La propuesta metodológica se basa en tres momentos:

1. Identificación de los medios de comunicación que dan lugar a la producción y circulación de los discursos del FSLN en la campaña electoral.
2. Monitoreo de los medios de comunicación como: periódicos de mayor circulación del país en esa época: El Nuevo Diario y La Prensa y los spots publicitarios.
3. Interpretación de la propaganda electoral.

Finalmente, la intencionalidad de este trabajo es hacer una primera reflexión en torno al tema donde pueda profundizar más en el FSLN a partir la construcción de su propia imagen.