

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**E.F.P. CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

**“LA CONFIGURACIÓN DEL DISCURSO MEROLICO EN  
ESPACIOS PÚBLICOS. CASO: FERIA DOMINICAL DE  
HUANTA”**

*Tesis presentada para optar el título profesional de licenciado en ciencias de la  
comunicación*

**AUTOR: BACH. JHOVANNIE BAUTISTA CORONEL**

**ASESOR: DR. CARLOS RODRIGO INFANTE YUPANQUI**

**AYACUCHO - PERÚ**

**2016**

A mi hijo Mateo, que me  
brinda la fuerza necesaria  
para lograr mis objetivos.

## **AGRADECIMIENTOS**

- A mis padres, por su apoyo incondicional, y parte fundamental de mi formación profesional.
- A la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, por permitirme ser parte de tan prestigiosa institución.
- A mi asesor, Dr. Carlos Infante, ya que sin su apoyo no hubiera sido posible el presente estudio.

## INDICE

Resumen	6
Introducción	7
CAPÍTULO I	
(Revisión de la literatura)	
1. El discurso	9
1.1. Discurso: Aproximaciones teóricas	9
1.2. El desarrollo del estudio del discurso	15
1.3. El poder del símbolo y el discurso	18
1.4. De la Ideología al discurso	22
1.4.1. Procesos mentales: Cognición y Persuasión	26
1.4.2. La retórica como estrategia de persuasión	29
1.5. La construcción del Merolico	31
1.5.1. La relación Merolico – Público	34
1.5.2. La informalidad del merolico	36
CAPÍTULO II	
(Materiales y métodos)	
1. APROXIMACIONES METODOLOGICAS	39
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	
1.2.1. Objetivo General	40
1.2.2. Objetivos específicos	40
1.3. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	40
1.3.1. Hipótesis secundarias	40
1.4. VARIABLES E INDICADORES	41
1.5. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN:	42
1.5.1. Tipo de investigación	42
1.5.2. Universo y muestra	42
1.5.3. Métodos de investigación	42
1.5.4. Procedimiento de investigación	43

## CAPÍTULO III

(Resultados y discusión)

1. PRESENTACIÓN DE DATOS, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	44
1.1. La configuración del discurso merolico	44
1.1.1. La configuración del espacio	45
1.1.1.1. Elementos que configura la fe	49
1.1.1.2. Elementos que configuran la salvación	52
1.1.1.3. Elementos que configuran la solución absoluta	53
1.1.2. La configuración del “ser”	55
1.1.2.1. Elementos que configuran la burla	55
1.1.2.2. Elementos que configuran la soberbia	57
1.1.2.3. Elementos que configuran la sobrevaloración del yo	58
1.1.3. Configuración del producto	59
A manera de conclusiones	64
<i>Bibliografía</i>	65
Anexos	69

## RESUMEN

En el presente informe de investigación se analiza la configuración del discurso merolico en espacios públicos, centrándonos en la feria dominical de Huanta, en el año 2016.

La hipótesis de investigación indicaba que los merolicos construyen y reconstruyen signos verbales y no verbales, que legitiman y deslegitiman discursos, ejerciendo formas de poder, pero en la deconstrucción del discurso, se halló elementos adicionales como figuras de la fe, la salvación, la burla, la sobrevaloración del yo y la soberbia, las cuales cumplían un papel fundamental para el objetivo del proceso.

La metodología es cualitativa, la técnica de la selección de muestra que nos permitió llevar a cabo la investigación fue la observación indirecta, por lo que estuvimos presentes en el proceso del accionar del merolico.

El estudio determinó que los merolicos configuran el discurso a partir de elementos que legitiman conocimientos y viceversa, además de contar con un contenido simbólico, ejerciendo el uso del poder a través del mismo discurso.

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio, tiene como finalidad examinar la configuración del discurso merolico<sup>1</sup> desarrollado en espacios públicos, que contiene un alto poder persuasivo, ya que actúa a través del subconsciente de las personas; además, el informe permitirá comprender la estructura de la sintaxis y semiología de los discursos.

Las ferias han recobrado mucha importancia por el movimiento económico que se genera alrededor de ellas, pero existen fenómenos sociológicos y comunicacionales que son dejados de lado, teniendo en cuenta que las personas nacemos en sociedades lingüísticas, que nos predisponen a comunicarnos, pero para esto existen algunos caracteres que se deben cumplir, lo que conllevará con el éxito de una misión o intención comunicativa<sup>2</sup>.

Las fuentes de la revisión de la literatura, que nos permitió desarrollar el corpus teórico en el que se enmarca la investigación. Se decidió trabajar con la categoría teórica del discurso, por lo que se recurrió a Teun Van Dijk, que nos proporcionó un enfoque estructuralista y de manera muy integral, además para el carácter semiológico se recurrió a las posturas de Mario Trevi quien analiza el símbolo como una dimensión que adquiere cualquier objeto o enunciado, real o artificial, cuando evoca una realidad que no se precisa inherentemente.

---

<sup>1</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., Edición del Tricentenario, [en línea]. Madrid: Espasa, 2014. Significa 1. Curandero callejero. 2. Charlatán (II vendedor ambulante).

<sup>2</sup> Habermas, J.(2002). *Teoría de la acción comunicativa*. México, Taurus Humanidades.

La tesis se consta de tres capítulos y se organiza de la siguiente manera: En el capítulo I, se presenta la revisión bibliográfica en la que teóricamente se enmarca el estudio. En el capítulo II, se señala los métodos y técnicas utilizados para analizar el objeto de estudio. En el capítulo III, se muestran los resultados y análisis arrojados de la recolección de datos. Para finalizar, se presentan las conclusiones del estudio.

Debemos precisar que la mayor dificultad, fue la informalidad en el que se desenvuelven los merolicos, que dificultó la obtención de los datos empíricos. Además la naturaleza del estudio permite continuar explorando algunos, los cuales se investigarán a través de la interacción simbólica.

## CAPÍTULO I

### (Revisión de la literatura)

#### 1. El discurso

##### 1.1. Discurso: Aproximaciones teóricas

El término discurso ha sido y es estudiado desde múltiples campos de investigación, convirtiéndose en un término realmente amplio, y no puede ser entendido de manera única y exacta, ya que en esencia su conceptualización es difusa y subjetiva, es por esto que debe ser tomado desde la transdisciplinariedad.

Como suele suceder en el caso de conceptos que remiten a fenómenos complejos, es la disciplina en su totalidad, en nuestro caso el nuevo campo transdisciplinario de los estudios del discurso (también llamado "análisis del discurso"), la que proporciona la definición fundamental que se busca.<sup>3</sup>

Esta perspectiva, le da una adicional importancia al discurso en sus planteamientos, que habían sido sesgados por la lingüística, ahora enriquecidos

---

<sup>3</sup> Van Dijk, Teun A. (2000) "El estudio del discurso", en *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso*, vol. I. Traducción de Elena Marengo. Barcelona: Gedisa. Pág. 21

por distintas disciplinas como la psicología, la sociología, antropología, entre otras, que la abordan de manera implícita o explícita.

Para entender al discurso, teniendo en cuenta que no solo es un acto comunicativo, y llevarlo al campo teórico, se debe afrontar la posición de incluir elementos que permitan vislumbrar algunas características como: quién utiliza el lenguaje, cómo lo utiliza, por qué y cuándo lo hace.<sup>4</sup>

Este suceso comunicacional en el que se enmarca el discurso, contiene algunos elementos funcionales, que giran en torno al hecho que las personas utilizan la comunicación o el lenguaje, como materialización del mismo discurso, para la transmisión de ideas, pensamientos, emociones que tienen una intencionalidad específica entrapadas en sucesos sociales complejos.

Además el discurso contiene elementos estructurales que mantienen una interdependencia entre sus elementos de acuerdo al contexto y el nivel de cognición del receptor y emisor. “Ya en esta primera aproximación al concepto de discurso hemos identificado sus tres dimensiones principales: a) el uso del lenguaje; b) la comunicación de creencias (cognición) y c) la interacción en situaciones de índole social”.<sup>5</sup>

Para hablar de las estructuras del discurso y así poder entrar a su campo de estudio, Van Dijk precisa que el discurso tiene tres dimensiones principales: el uso del lenguaje, la comunicación de las creencias (cognición) y la interacción en

---

<sup>4</sup> Idem. Pág. 22

<sup>5</sup> Van Dijk, Teun A. (2000) “El estudio del discurso”, en *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso*, vol. I. Traducción de Elena Marengo. Barcelona: Gedisa. Pág. 23

situaciones de índole social. El discurso se transmite primordialmente por medio del uso del lenguaje, es aquí donde surge la importancia de la “conversación” como producto del mismo lenguaje<sup>6</sup>.

Debemos examinar las relaciones sociales de manera sistemática, esperando obtener respuestas de la relación entre el uso del lenguaje como materialización de las ideas, las creencias como proceso de cognición, y la interacción como el ambiente o contexto (puede influir en el proceso).

Muchos estudiosos han tomado al discurso desde una perspectiva de la acción comunicativa con carácter de informalidad, por lo que han dejado de lado aspectos de trasfondo como el contexto, de los cuales Van Dijk menciona que puede influir significativamente sobre la conversación, aduciendo que el análisis del discurso estudia la conversación y el texto en el contexto.<sup>7</sup>

Los elementos que utiliza el lenguaje, ya sea oral o escrito, son miembros de grupos o comunidades sociales<sup>8</sup>.

En tanto en la estructura verbal del discurso, confluyen elementos que son indispensable para lograr el suceso comunicativo que son: *el orden y forma*, en la que se presta vital atención en la forma abstracta que se compone el discurso, así como las propiedades de la sintaxis; *el sentido*, como la asignación de intención con la expresión de representaciones semánticas; *el estilo*, definiéndolo como la variación de las palabras, dependientemente, del contexto; *la retórica*, vista como

---

<sup>6</sup> Van Dijk, Teun. (2000). *El análisis del discurso*.

<sup>7</sup> Van Dijk, Teun A. (2000) “El estudio del discurso”, en *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso*, vol. I. Traducción de Elena Marengo. Barcelona: Gedisa.

<sup>8</sup> Van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social*, España: Gedisa. Pág. 40.

un medio específico que hacen a un discurso más memorable y persuasivo; y *el esquema*, tomando su estudio de manera independiente y analizando las superestructuras esquemáticas del discurso.

Se desprende del discurso el tipo de interpretación mediante el cual el significado que se le atribuye generalmente es llamada intención. Para Van Dijk no solo hay interpretaciones intencionales, sino también extensionales, esto quiere decir que las expresiones tienen un significado, pero que estas a su vez, puede referirse a objetos o propiedades en el mundo<sup>9</sup>.

El éxito del discurso dependerá tanto de su estructura sintáctica como estética, la tarea del hablante para estructurar las oraciones que tengan fluidez, sensatez y criterio de verdad, es titánica, en una lucha encarnizada por crear un discurso que convenza al oyente.

Para interpretar plenamente el discurso, necesitamos comprenderlo en su contexto, aunque este se ha dejado de lado por mucho tiempo, ya que su estudio se abarca como variables aisladas a una situación social<sup>10</sup>, Van Dijk muestra que es determinante el lugar o sociedad en el que se encuentre, ya que estos influyen en la persuasión a un público específico y además la relación y nivel de interacción así como los grados de confianza que se generen entre los participantes, serán los factores que subyacen en el éxito de una acción comunicativa.

---

<sup>9</sup>Van Dijk, T. (1985) *Análisis de la semántica del discurso*. p. 103-136.

<sup>10</sup> Van Dijk, T. (2000). *Sociedad y Discurso*. España: Gedisa. Pág. 15.

Los elementos que utilizan el lenguaje, ya sea oral o escrito, son miembros de grupos o comunidades sociales<sup>11</sup>. 'Discurso' se utiliza a veces en un sentido más genérico para denotar un tipo de discurso, en una gran variedad de discursos o de una clase de géneros discursivos, por ejemplo, cuando hablamos de “discurso médico”, de “discurso político”, de “discurso racista”, o de “discurso informal”<sup>12</sup>.

Al definir discurso como eventos comunicativos, se debe considerar, los dominios sociales en los que se utilizan (política, medios de masas, educación), las acciones, globales que son abordadas por ellos (legislación, educación) y las que decretan; la definición de los tiempos y plazos, el lugar y circunstancias, los participantes implicados, así como también sus muchos papeles sociales y comunicativos (por ejemplo como grupo étnico); y por último, las creencias y metas de estos participantes. Éstas y otras propiedades de la situación social del evento comunicativo influenciarán virtualmente en todas las características del texto y de la conversación.<sup>13</sup>

Dentro de los elementos del discurso, se ubica el contexto, que es importante para el desempeño y funcionamiento de esta categoría, ya que el discurso modela al contexto a la vez que este es moldeado por él.

Estos elementos del contexto guardan una relación intrínseca con la configuración de un discurso, el escenario puede ser relevante en la composición de las proposiciones emitidas y, a su vez, estas proposiciones serán decodificadas aunque no con la fidelidad deseada.

---

<sup>11</sup> Van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social*, España: Gedisa. Pág. 40.

<sup>12</sup> Van Dijk, T. (1993). *Discurso y Racismo*. Instituto Latinoamericano de Doctrina y Estudios Sociales ILADES.

<sup>13</sup> Ídem. pag.195.

Teóricamente se hace hincapié en que la disciplina de estudios del discurso debería tratar tanto de las propiedades del texto como las de la conversación, y de lo que se denomina el contexto, es decir, las otras características de la situación social o del suceso de comunicación que pueden influir sobre el texto la conversación. En suma el análisis del discurso estudia la conversación y el texto en el contexto<sup>14</sup>.

Las oraciones no deben estudiarse aisladamente sino en relación a las demás oraciones de un discurso. Hemos demostrado que el acento, la entonación, las estructuras sintácticas y sobre todo el significado y la referencia deben analizarse en relación a las estructuras de las secuencias y del discurso como un todo (...) las condiciones se formulan en términos de lo que el hablante quiere que el oyente haga<sup>15</sup>.

Van Dijk entiende el discurso como una filosofía, un movimiento o sistema social (algo similar a un discurso del liberalismo, ese que tiene un conjunto de ideas y percepciones, que lleva a una reflexión), en base al “análisis del discurso”<sup>16</sup>, en donde se “identifica y describe las estructuras textuales para explicar sus diversas funciones ideológicas a través de las condiciones socio-cognitivas, y sus consecuencias socio-comunicativas”<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup>Van Dijk, Teun. (2000) *El análisis del discurso* p.24.

<sup>15</sup> Van Dijk, Teun. (1996). *Estructuras y funciones del discurso*. México: Siglo Veintiuno. Pág.59, 61.

<sup>16</sup> El análisis del discurso denota un enfoque teórico y metodológico del lenguaje y el uso de éste, se define por el objeto del análisis, específicamente con los discursos de los textos, los mensajes, el habla, el diálogo o la conversación, empleando conceptos y categorías de la lingüística.

<sup>17</sup> Van Dijk, en la exposición en el seminario sobre el Análisis Crítico del Discurso en el instituto Caro Cuervo de Santafé en Bogotá, el 27 y 29 de febrero de 1996.

## 1.2.El desarrollo del estudio del discurso

Las primeras aproximaciones se dieron a principios del siglo XIX, en el que el estructuralismo inició el estudio lingüístico del discurso.

La lingüística con Saussure desarrolla su propia metodología y propuso un enfoque de sistemas de sonidos lingüísticos dejando de lado las formas literarias que luego serían tomadas en cuenta (Saussure, 1917). Para diversas disciplinas, el estudio del discurso se debe a la aparición del estructuralismo, tomando ramas como la antropología, la lingüística y estudios literarios que tras unirse se denominó semiótica.

El estudio de la lingüística ha sido seguido desde diferentes perspectivas y contextos: El primer estructuralismo, desde la Escuela de Ginebra y Circulo de Copenhague, el estructuralismo americano, El Generativismo y recientemente la Lingüística del texto y pragmática.

Desde la teoría de la lingüística, su análisis ha sido estudiado desde el siglo XIX, en la primera escuela estructuralista ya que para Saussure el discurso presenta una dicotomía en sus componentes, el de la sincronía y diacronía, en el cual refiere que existe una lingüística sincrónica, que se encarga del estudio de la lengua como el aspecto estático y la lingüística diacrónica, que se encarga del estudio de la evolución de la lengua y su codificación.<sup>18</sup>

El discurso, desde la perspectiva de la teoría de la lingüística estructural, conforma parte del proceso comunicativo, ya que el uso de la lengua y la intención del mensaje se da en base a una organización de preposiciones

---

<sup>18</sup> Saussure, F. (1945). *Curso de Lingüística General*. Ed. Losada: Buenos Aires.

estructuradas en el marco de un tema en específico el cual es incluido de manera explícita o implícita para lograr un cometido.

De aquí surge el término de “análisis del discurso”, que fue acuñado por primera vez en dos artículos en el año 1952, por el lingüista estadounidense Zellig Harris, su método consistía en describir aquellas estructuras que sobrepasan los límites oracionales utilizando como criterio la distribución complementaria<sup>19</sup>, llegando a la conclusión que la estructura de la oración puede ser estudiada por la lingüística descriptiva, pero el análisis del discurso se encargará de la estructura del texto.

Angenot concibe al discurso como un hecho históricamente situado y acentuado a partir de determinada evaluación social. En esta línea de sentidos, el Discurso Social implica una mirada totalizadora de un complejo entramado de voces que dan cuenta de “lo enunciable y lo decible” en una instancia específica de la historia<sup>20</sup>.

Años más tarde surge la lingüística del texto cuyo máximo representante es Van Dijk, que estudia el discurso no sólo en su forma, significado y proceso mental, sino también como estructuras y jerarquías complejas de interacción y prácticas sociales, incluyendo sus funciones en el contexto, la sociedad, la cultura, el uso del lenguaje y la comunicación.<sup>21</sup>

Van Dijk le da al discurso una acepción mucho más amplia, que pasa por el proceso cognitivo hasta el contexto que son parte de la materialización del

---

<sup>19</sup> Garrido, C. (2002). *Análisis del discurso ¿problema sin resolver?*. Departamento de Filología Hispánica. Facultad de Filosofía y letras, Universidad de León. España.

<sup>20</sup> Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI editores. 228 pp. ISBN: 978-987-629- 134-7. Presentación de María Teresa Dalmasso y Norma Fatale. Traducción de Hilda H. García.

<sup>21</sup> Van Dijk, Teun. (2000). *El discurso como interacción social*. pág. 19-65

lenguaje, además propone que el discurso es la sociedad e interacción de frases y proposiciones que recorren el siguiente itinerario: introducción, continuidad, expansión, topicalización y enfoque<sup>22</sup>.

Hoy en día, el análisis del discurso se encuentra en plena fase de expansión. No existe un paradigma dominante. Se trata de un campo de estudio que sigue cobrando forma con rapidez y que se aplica a todo tipo de contextos<sup>23</sup>.

Tomando al discurso como interacción, su estudio se aboca a los distintos actos sociales y culturales, teniendo como punto de partida la conversación, entendiéndola como un tipo de práctica social, aunque la más elemental y extensa, ya que posee un conjunto de complejas reglas y estrategias destinadas a seleccionar quién hablará primero.

La conversación en el análisis del discurso se dio en forma independiente y guiado principalmente por la microsociología y la etnometodología.

Este proceso de análisis sobre conversación se centró en los detalles de la interacción cotidiana y en particular en el habla informal cotidiana, es decir, en la conversación (...) en la gramática estructural intentaron descubrir las reglas básicas y las unidades de la conversación cotidiana, como las referentes a los turnos del habla, la secuenciación y los movimientos estratégicos. El análisis se basa entonces en el examen pormenorizado de transcripciones detalladas del habla natural, incluyendo pausas, rectificaciones, la entonación y otras propiedades que estaban descuidadas en la lingüística. De esta manera el énfasis se desplazó desde las proposiciones abstractas formales e inventadas, al uso del lenguaje real en el contexto social<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> Infante, C. (2007). *Canto grande y las dos colinas*. Printer R & S S.A.C: Lima

<sup>23</sup> Manzano, Vicente (2005). *Introducción al análisis del discurso*. Recuperado de <http://www.aloj.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>

<sup>24</sup> Van Dijk Teun A. (1990) *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Edit. Paidós Comunicación. 1<sup>ra</sup> Edic. España pg. 40

El estudio acerca de la conversación no se limitó a describir el habla natural en forma particular y al margen de un contexto, sino que, como sabemos el habla se da en un determinado lugar, los cuales están inmersos en un sin fin temático de que comentar y dialogar, ellos según a las circunstancias e impresiones independientes por lo que se generan discursos formales o informales.

### **1.3.El poder del símbolo y el discurso**

Para hablar del poder simbólico que subyace en un discurso, debemos comprender la noción de lo que implica el poder, que involucra sobre todo el control, sobre dos instancias: los actos de las personas y la mente de las personas; es decir, hablar de poder es hablar de control. El control remite a la limitación de la libertad de acción de otros<sup>25</sup>.

Hablamos de poder moderno como aquel que es un tipo de control sin uso de la fuerza coercitiva, sino más bien el uso del control mental, de manera indirecta, para influir en los actos de los otros, ya que ningún discurso es neutro, contienen un alto grado de intencionalidad y persuasión para conducir un objetivo en específico, dentro del cual existen elementos simbólicos implícitos que podrán ser interpretados de distintas maneras, aunque la significación se encuentre enmarcada en la intencionalidad.

---

<sup>25</sup> Van Dijk Teun A. (1993). *Discurso, poder y cognición social*. Conferencias en la Escuela de Ciencias del Lenguaje y Literaturas de la Universidad del Valle.

Este poder ejercido, a través de recursos o elementos simbólicos, sobre aquel que se quiere dominar genera una desigualdad que desencadena una serie de conjeturas en el acto comunicativo, pero para que la inequidad social pueda ser reproducida, deben ser satisfechas ciertas condiciones especiales del discurso. Es necesario que existan condiciones de aceptabilidad y legitimidad, es decir, que lo que observamos sean efectivamente formas de dominación y abuso de poder, incluidos los efectos negativos del ejercicio del poder con contenido simbólico.

Los grupos que tienen acceso a estas formas de control social, han sido legitimados dentro de un espacio socio cultural, Gramsci menciona esta acepción como hegemonía.<sup>26</sup>

Para Verón, el poder mantiene una estrecha relación con el discurso, lo que lo inspira a realizar una teorización del *poder del discurso*. Aunque define al poder como un sistema de relaciones de un discurso con sus efectos (cuando las condiciones de reconocimiento conciernen a los mecanismos de base de funcionamiento de una sociedad)<sup>27</sup>.

Entonces encontramos claras interrelaciones entre *el poder y el discurso*, y *el poder del discurso* para controlar las mentes de las personas, mediante la interpretación de elementos o signos que contengan un gran valor connotativo.

Desde luego, estas dos relaciones son análogas: las personas controlan el discurso especialmente para controlar las mentes de las personas y así, indirectamente,

---

<sup>26</sup> Gramsci, A. (1972). *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el Estado moderno*. Nueva Visión: Buenos Aires.

<sup>27</sup> Torres, E. (2011). *El traslado del poder a la recepción: Análisis de una tesis de Eliceo Verón*. Revista Razón y palabra, recuperado de [http://www.razonypalabra.org.mx/varia/13\\_Torres\\_V77.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/varia/13_Torres_V77.pdf).

controlar sus acciones. En lugar del poder como la fuerza para controlar las acciones de las personas, el poder moderno es, esencialmente, poder discursivo<sup>28</sup>.

El discurso, el símbolo, la comunicación y otras formas de acción e interacción son monitoreados por la cognición social. Lo mismo es cierto para nuestro entendimiento de los eventos sociales o de las instituciones sociales y relaciones de poder. Entonces las cogniciones sociales median entre los niveles micro-macro de la sociedad, entre el discurso, el símbolo y la acción, entre el individuo y el grupo. Aunque encarnadas en la mente de los individuos, las cogniciones son sociales, porque son compartidas y presupuestas por los miembros de grupos, monitorean la acción y la interacción social, y porque subyacen la organización social y cultural de la sociedad como un todo<sup>29</sup>; además, las sociedades siempre refuerzan la cognición con elementos simbólicos, que funciona como puente entre el individuo y el mundo exterior.

En la emisión de un mensaje con un alto poder simbólico, se puede tener la posibilidad de controlar la mente de los demás, pero el control no se ejerce en sus acciones; el control de las acciones, que es el objetivo primordial del poder, se realiza de forma indirecta planeando el control de las representaciones mentales o interpretaciones de los símbolos, que monitorean las manifestaciones<sup>30</sup>.

Por otro lado, tendremos en cuenta el mensaje subyacente del discurso, aquel mensaje de gran valor simbólico, que puede ser interpretado de distintas formas,

---

<sup>28</sup> Van Dijk, T. (1994). *Discurso y Dominación*. Conferencias en la Universidad Nacional de Colombia.

<sup>29</sup> Van Dijk Teun A. (1993). *Discurso, poder y cognición social*. Conferencias en la Escuela de Ciencias del Lenguaje y Literaturas de la Universidad del Valle.

<sup>30</sup> Ídem.

de acuerdo a un conjunto de elementos que partirán del receptor. Así pues, la interpretación no es un proceso que busca una conclusión y un fin, sino la modalidad de encuentro a través de la cual el texto se mantiene en su estatuto dialogante<sup>31</sup>. Como menciona Mario Trevi, la relación que conserva el símbolo en el discurso, se encuentra en el significante y significado, aunque este último queda indeterminado e inaprensible, como una especie de proyectualidad abierta, generando un gran número de posibilidades de interpretación.

“Los símbolos que yo observé sobre el terreno eran empíricamente objetos, actividades, relaciones, acontecimientos, gestos y unidades espaciales en un contexto ritual”<sup>32</sup>. Turner, refiere que los símbolos no se encuentran solo en objetos que representan un bagaje y valor histórico, sino en todos los aspectos que conduzcan a la interpretación de un mensaje, que va más allá del enviado. Además refiere al “símbolo ritual” como un factor de acción social, asociando el símbolo a los humanos a través de intereses, propósitos, fines tanto si estos están explícitos o deben inferirse a partir de una conducta observada, siendo estas fases específicas de los procesos sociales, en la que los grupos llegan a ajustarse y adaptarse a los distintos cambios internos, así como a su medio ambiente<sup>33</sup>.

---

<sup>31</sup> Trevi, Mario (1996). *Metáfora del símbolo*. Anthropos: Barcelona. Pág. 35

<sup>32</sup> Turner, V. (1999). "Símbolos en el ritual ndembu". *La selva de los símbolos. Aspectos del ritual ndembu*. Siglo XXI, Madrid. Pág.21.

<sup>33</sup> Ídem. Pág.22.

#### 1.4. De la Ideología al discurso

La ideología subyace en el discurso como sistemas básicos de cognición social, elementos organizadores de actitudes y de otros tipos de representaciones sociales compartidas por los miembros pertenecientes a un grupo. Las ideologías controlan, de manera indirecta, las representaciones mentales (modelos) o interpretaciones simbólicas que están en la base y que conforman el contexto introducido en el discurso y en sus estructuras.<sup>34</sup>

La unidad estructural de la ideología es la idea, aunque esta no ha sido conceptualizada en su total dimensión, acarrea un proceso social complejo del uso de la ideología como proceso cognitivo relacionándose con su materialización, el discurso.

La noción de "idea" es una entre las muchas en la historia del estudio de la ideología que no están suficientemente especificadas, más allá de los significados cotidianos, corrientes, de estos términos. Si suponemos por un momento que las ideas (además de ser abstracciones construcciones sociales) son, al menos, *también* casas de la mente y que por tanto la psicología debiera decir algo acerca de ellas<sup>35</sup>.

Si bien es cierto, las ideologías mantienen su culminación en el ámbito político y social, conservan un carácter crucial en la cognición, ya que de esta se desprende la transmisión de los sistemas de creencias o ideas.

Aunque a través de la ideología, se puede ejercer dominación, pero este carácter no será único de las esferas de hegemonía, los estratos dominados también tienen

---

<sup>34</sup> Van Dijk, T. (2013). *Sociedad y discurso*. Gedisa: Barcelona. Pág. 201

<sup>35</sup> Van Dijk Teun A. (1998). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa: Barcelona. Pág. 31

la concesión de mantener una ideología que los identifica con objetivos y acciones demarcadas y personales, esto sucede con los distintos grupos que conforman una sociedad, ya sean organizaciones, activistas, asociaciones, instituciones, entre otras.

En los sistemas sociales, las creencias (conocimiento, opiniones y actitudes) actúan como una interfaz entre lo cognitivo y lo social. Es decir, las ideologías son compartidas (o discutidas) por los miembros del grupo social. Por esa razón, ya que no hay un lenguaje “privado”, según nuestra definición, existen ideologías no personales<sup>36</sup>.

Entonces observamos la ideología desde dos tipos, la cognitiva que está plagada de conceptos básicos sociales, juicios, entendimientos y percepciones; y sociales, ya que estas son compartidas por miembros de grupos u organizaciones, que responden a sus intereses socioeconómicos o políticos.

Además los acercamientos conceptuales que se brindan, no necesariamente reflejan criterios que puedan entenderse como suyos, uno de ellos es el criterio de verdad, ninguna ideología tendrá el carácter de verdad, ni todo lo contrario, ya que este se asignará en torno al nivel de inclusión que mantengan los participantes con respecto al análisis de la idea.

(...) las ideologías representan la posibilidad partidista, de ‘verdad’ autoservida de un grupo social. En este sentido, las ideologías son marcos de interpretación (y acción) más o menos relevantes o eficientes para aquellos grupos que son capaces de llevar más allá los intereses del grupo<sup>37</sup>.

---

<sup>36</sup> Van Dijk Teun A. (2013). *Sociedad y discurso*. Gedisa: Barcelona. Pág. 205

<sup>37</sup> Idem.

Las ideologías no son cualquier tipo de creencias socialmente compartidas, sino más bien, actúan como algo fundamental, controlan y organizan otras creencias socialmente compartidas.

Se convierte en un elemento o dispositivo que regula los estamentos sociales para su mejor funcionamiento, con carácter relativo, ya que este carácter se asignará dependiendo al grado de interacción de los grupos sociales de toda índole.

Una ideología racista puede controlar las actitudes sobre la inmigración, una ideología feminista puede controlar las actitudes sobre aborto o techos de vidrio en el lugar de trabajo o conocimiento sobre la desigualdad del género en la sociedad, y una ideología social puede favorecer un papel más importante del Estado en los asuntos públicos<sup>38</sup>.

Teniendo en cuenta que las ideologías como creencias, están arraigadas en las representaciones sociales, que son compartidas por grupos sociales, son a su vez la base del discurso y de otras prácticas sociales<sup>39</sup>, entonces las ideologías son expresadas, materializadas y adquiridas a través del discurso, ya sea oral o escrito, legitimando acciones e incluso discursos de dichos grupos.

El uso del idioma generará un contexto que definirá las situaciones, que serán llamados socialmente apropiados para el desarrollo de un discurso ideológico; además el contenido del discurso es controlado por las interpretaciones subjetivas de los receptores, ya que si las personas comprenden un discurso, podrán un modelo de él. A todo esto se suma que los miembros de una comunidad

---

<sup>38</sup> Trabajo presentado en Ideology Symposium, Oxford, Septiembre, 2004. La traducción castellana del original en inglés revisada y autorizada por el autor, fue realizada por la Dra. Ana Irene Méndez (Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela).

<sup>39</sup> Idem. Pág. 15

comparten creencias sociales más generales como el conocimiento, las actitudes y las ideologías. Estas creencias generales controlan la construcción de los modelos específicos de discursos, entonces indirectamente también controlan la producción y comprensión del discurso<sup>40</sup>.

Las ideologías representan los objetivos e intereses de grupos determinados que la profesan, pero esta tendrán un óptimo funcionamiento cuando en la construcción del discurso, mantengan una coherencia en el traslado del conjunto de creencias que se quiera legitimar, esto facilita la organización de nuevas actitudes, sobre asuntos específicos de los miembros dentro de distintas prácticas sociales<sup>41</sup>.

Las ideologías no solo son expresadas en discursos, existen otras prácticas sociales en donde estas pueden hallarse, sin embargo la adquisición y legitimación de una ideológica o de opiniones con carga ideológica, se dan generalmente a través del discurso.

#### **1.4.1. Procesos mentales: Cognición y Persuasión**

Para intentar comprender e interpretar las nociones que no son exclusivos de la estructura del discurso y la interacción social, debemos recurrir al ámbito de la mente, que es donde realmente inicia todo proceso comunicativo y manifestación de un discurso<sup>42</sup>.

---

<sup>40</sup> Ídem. Pág. 17

<sup>41</sup> Van Dijk, T. (1998). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa: Barcelona. Pág. 125.

<sup>42</sup> Van Dijk, Teun A. (2000) "El estudio del discurso", en *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso*, vol. I. Traducción de Elena Marengo. Barcelona: Gedisa.

Existe un estrecho vínculo del discurso con las manifestaciones de las ideas (ideologías), pero dentro de estas manifestaciones que se dan en distintas prácticas sociales, existen elementos o estrategias discursivas en que un discurso puede ser utilizado persuasivamente para lograr un cometido en específico.

Algunas dimensiones que están involucradas en los procesos de cognición en la comprensión de un mensaje o discurso, es la memoria, la cual se divide en memoria de corto plazo (MCP) y la de largo plazo (MLP). Para analizar la cognición a través del proceso del análisis del discurso tendremos que tener en cuenta que la información que requiere de poco tiempo para procesarla es la MCP, aunque esta tenga limitada capacidad de retención de información, cuando se requiera de más tiempo para ser procesada pasará a la MLP. Bajo este principio la asignación de estructura parece organizarse y reducirse en la MCP, pero a su vez la asignación de significados para la comprensión de un discurso se da de manera simultánea para la fácil absorción de la información<sup>43</sup>.

En tanto la construcción de un discurso, en el proceso de cognición, el usuario de una lengua construirá una estructura conceptual mediante “el uso de elementos tomados de la memoria (conocimiento de la lengua y del mundo, almacenado en MLP, que por lo tanto se llama también nuestra memoria semántica o conceptual para cada significado y referencia.”<sup>44</sup>

Debemos encontrar una lógica en los dominios implicados como efecto y persuasión, e interrelacionarlos con el discurso y la mente. Esto involucra la

---

<sup>43</sup> Van Dijk, Teun. (1996). *Estructuras y funciones del discurso*. México: Siglo Veintiuno. Pág.78, 79.

<sup>44</sup> Van Dijk, Teun. (1996). *Estructuras y funciones del discurso*. México: Siglo Veintiuno. Pág.80.

comprensión del discurso y otras representaciones mentales que están relacionadas con la comprensión y efectos cognitivos<sup>45</sup>.

El análisis de la persuasión “debe estar basado en la teoría de la cognición y el procesamiento de la conversación y texto”<sup>46</sup>. La comprensión y la influencia del discurso, responde a un proceso complejo en el que se implica la función de las estructuras como del procesamiento y la representación mental del receptor, esto de acuerdo a elementos culturales subyacentes en ambas partes.

Este procesamiento de información, que contiene un alto grado de persuasión debe llegar a un proceso cognitivo por el cual se conduzca a influir sobre alguien, por medio de la conversación. Este proceso dependerá de las creencias, experiencias y saberes, aunque el contexto se convertirá en un elemento significativo para la construcción de una imagen mental.

La comprensión del discurso no solo implica el procesamiento de las estructuras del texto y la conversación, sino también, y de modo esencial, las del contexto tal como los receptores construyen subjetivamente en sus modelos de contexto. En mis propios términos, esto significa que la construcción cambio de cualquier representación mental de acontecimientos es una función de los contenidos y estructuras de los modelos de contexto en desarrollo. Una noción conocida que debe ser explicada en esos términos es, por ejemplo, la de "credibilidad"<sup>47</sup>.

Van Dijk menciona que la construcción de las representaciones mentales de acontecimientos sociales, se dan de manera integral, el proceso cognitivo tendrá

---

<sup>45</sup> Van Dijk, T. (1998). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa: Barcelona. Pág. 305.

<sup>46</sup> Ídem. Pág. 305.

<sup>47</sup> Ídem. Pág. 306

lugar mientras que todos los elementos alrededor del público sean los adecuados o al menos para las intenciones del emisor.

Además el carácter de credibilidad o veracidad lo otorgará el receptor, siempre y cuando estas sean argumentadas, ya que las verdades, que son todas relativas, son resumidas como creencias justificadas.

Para obtener la construcción de un discurso que contenga carga persuasiva, el emisor tendrá que “poder decir el porqué y el cómo de los fenómenos del mundo, el sujeto que argumenta también tiene la limitación de cierto ordenamiento de las operaciones. Diremos que debe consagrarse a una actividad cognitiva cuádruple: problematizar, tomar posición, elucidar y probar”<sup>48</sup>.

El emisor del discurso deberá comprender este proceso complejo, para adelantar juicios de valor durante la exposición de la “argumentación”<sup>49</sup>, teniendo en cuenta que la organización de las estructuras semánticas, así como la narración, tendrán el factor determinante para lograr conducir al público hacia una conducta en específico, ya que el orador no solo exigirá que estén de acuerdo con él, sino también que realicen acciones de acuerdo a tales creencias.

---

<sup>48</sup> Charaudeau, P. (2002). “La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político”. Universidad de París-Nord 13.

<sup>49</sup> Definida por Charaudeau, P. (2002) como la organización de estructuras semánticas del discurso en donde entran a tallar aspectos de descripción y narración.

### 1.4.2. La retórica como estrategia de persuasión

Los discursos que buscan influir en el cambio de actitudes o creencias, contienen estructuras simbólicas y retóricas<sup>50</sup>, las cuales funcionan como estrategias de persuasión, siendo elementos dinámicos y dinamizadores del mismo discurso.

Para lograr una operación retórica en la inmersión de un discurso, se conducirá por un itinerario casi obligatorio: la invención, la disposición, la elocución, memoria y la acción.

En primer lugar se encuentre la invención, es la más compleja, ya que se trata de la búsqueda de ideas, argumentos y de sentimientos que existen fuera del orador, esta etapa se denomina argumentativa. En segundo lugar, la disposición, que es el arte de ordenar los argumentos y unirlos según el plan y en relación a la finalidad. En tercer lugar la elocución, (etapa lingüística) es el estudio de estilo. Son las técnicas relativas a la escritura, los procedimientos estéticos. Por último es necesario añadir dos partes más: la acción (es el paso al acto, pronunciación del discurso) y la memoria (memorizar para hablar sin notas<sup>51</sup>).

El texto citado, ofrece muestras del procedimiento de construcción de un discurso que llega a un grado elevado de complejidad, siendo necesario que a través de la articulación de todas ellas se genere una estructura constitutiva y de coherencia, que permitirán al orador legitimar actos y creencias.

Cada etapa es dependiente de la otra, las cuales están enmarcadas en el intelecto que posee el orador, vale decir en las experiencias, conocimientos y la

---

<sup>50</sup> La retórica no necesariamente pertenece al ámbito literario, teniendo en cuenta su amplitud podemos observarla en este proceso cognitivo.

<sup>51</sup> Capdevila, A. (2004). *El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión*. España: Universidad Autónoma de Barcelona. Pág. 33.

interpretación de los elementos que están a su alrededor, lo que le da una perspectiva mucho más amplia y carácter de ventaja frente al público.

Este discurso contará con elementos que apelen a la emotividad, desde las relaciones de comunicación, cuya información contendrá un mensaje persuasivo.

Desde la construcción de un discurso, existe el razonamiento persuasivo, originado en el intelecto, aunque no es un elemento constitutivo, es en esta parte que se adaptará la retórica a los límites del mundo, para la mejor interpretación del mismo por parte del auditorio, teniendo en cuenta el resto de operaciones del discurso, ya que cada parte de la construcción, tanto en su enunciado como en su enunciación, serán vitales para la comprensión total del mismo, el intelecto enmarcará los pasos de invención, la disposición, la elocución, la acción y la memoria<sup>52</sup>.

(...) se consideran razonamientos persuasivos que tienden a establecer argumentos, no indiscutibles y a dirigir al interlocutor hacia una especie de consentimiento obtenido con el apoyo, no tanto de la autoridad de una *razón absoluta*, cuanto en la concurrencia de elementos emocionales, de valoraciones históricas, de motivaciones prácticas.<sup>53</sup>

Para Eco es indispensable entablar una relación comunicacional entre el orador y el público, esta relación trascendente, debe penetrar en los sentimientos que van más allá de la razón, aunque de manera sutil, controlado por la duda y sometido a los condicionamientos que forman parte del contexto.

---

<sup>52</sup> Ídem. P. 37.

<sup>53</sup> Eco, H. (1986). *La estructura ausente*. Editorial Lumen: Barcelona. P. 151

Además la retórica es mencionada como un gran depósito de formas adquiridas, vistas como un inmenso almacén de soluciones y códigos comunicacionales que son clasificados como: soluciones estilísticas, sintagma con valor iconográfico fijo, connotaciones prefijadas con valor emocional fijo y pruebas extra técnicas<sup>54</sup>. El arte de la retórica mantendrá su valor estilístico ya adquirido, así como en los mensajes figurativos, los contenidos responden a reglas y convenciones ya connotadas, teniendo en cuenta que los términos con valor emocional estarán prefijados aunque estos no deben alterar el significado el objetivo final, y finalmente es muy importante tener en cuenta el recurso de soluciones a efectos emotivos como respuesta de un discurso retórico.

### **1.5. La construcción del Merolico.**

Para iniciar, surgen algunas interrogantes que deben ser contrastadas a través de la teoría, las cuales tendrán que dilucidarse como: qué es lo que hace que su discurso sea tan convincente, convirtiéndolo en su sustento de vida, y además, cuál es la función de la comunicación y sus distintos elementos en este complejo proceso, que mantiene su esencia a pesar de los años, en una diversidad de convergencias culturales que se desarrollan una vez por semana.

Para comprender a este grupo específico de la sociedad, debemos tener en cuenta el escenario, ya que estos utilizarán el contexto, tomando signos lingüísticos, entrampados en cultura y creencias de las personas, que llegan de distintos lugares de la región. La feria de Huanta, que se realiza cada domingo y que atrae

---

<sup>54</sup> Ídem. P. 157.

a miles de personas, confluye en un espacio de diversidad, lo cual es aprovechado por los merolicos para ofertar y convencer, acerca de sus productos. Este merolico hace uso, como principal arma, del discurso y sus distintos elementos de convencimiento para lograr su cometido, construye arraigos culturales, elaborados a través de elementos populares; que además mantienen el contenido inagotable, convirtiendo al discurso en un recurso de comercialización infalible.

Además configuran el escenario a favor, teniendo en cuenta que los elementos del contexto se convertirán en significantes que decodificados por los receptores o público, pasará a contener significados que dependerán del discurso y como este motiva al objetivo final.

Así también, mantienen un estrecho vínculo con las tradiciones que tienen arraigo en las ferias y plazas, utilizando formulas tradicionales de la lengua oral. Los merolicos van repitiendo estrategias de comunicación en la construcción del discurso, conocida también como tradiciones discursivas.<sup>55</sup> Dentro de las estrategias se encuentran las cortesías verbales, ya que estas determinan el estilo de la interacción social, pero no afectan al contenido proposicional de lo que se comunica. Formulado de otra manera, el expresar cortesía no es un acto autónomo; es un acto que se efectúa como sub acto de habla.<sup>56</sup>

Apoyándose en este punto, las normas de cortesía pueden ser tomadas como reglas regulativas que controlan el comportamiento humano, que existían antes

---

<sup>55</sup> kabatek, J. (2005). *Tradiciones discursivas y cambio lingüístico*. Lexis, XXIX, Madrid.

<sup>56</sup> Haverkate, H. (1994). *La cortesía verbal*. Madrid: Gredos. P. 15.

de crearse dichas reglas. Entonces la comunicación podría darse, sin ningún inconveniente, quitando estas normas de cortesía, pero el merolico las toma como parte estratégica para el funcionamiento de su proceso.<sup>57</sup>

Es por esto que el merolico o comerciante, utiliza construcciones sociales basadas en conocimientos previos legítimos y legitimados por el público, como creencias, así como el uso de la autenticidad, seguridad, solidaridad, humor, doble sentido. Con esta gran facilidad del lenguaje popular en el que subyace la comunicación verbal y no verbal, y elementos religiosos, míticos y ancestrales, adelantándose al discernimiento del público hasta penetrar en el subconsciente emocional, logrando una acción que es la venta final.

Esta estrategia comunicacional basada en recursos utilizados por el discurso, tiene carácter propio y a la vez común; ya que la construcción y emisión de preposiciones constitutivamente dependientes, serán configurados a través del intelecto del merolico, aunque estas preposiciones serán de carácter común, porque serán legitimadas mediante la aceptación del público, convirtiéndose en parte del contexto y escenario configurado por el mismo merolico.

Otro de los aspectos relevante en el merolico, es la imagen, no vista desde el aspecto literal, sino mas bien, entendida metafóricamente como la personalidad de la persona que está presentando un discurso; esta imagen se compone de dos marcados con los términos: positivo y negativo, “el primero designa la imagen positiva que el individuo tiene de si mismo y que aspira a que sea reconocida. El segundo se refiere al deseo de cada individuo de que sus actos no se vean

---

<sup>57</sup> Idem. P. 15

impedidos por otros”<sup>58</sup>, los merolicos entonces, mantienen una conexión generada a través de varios elementos que subyacen en una estructuración discursiva que es utilizada para lograr un fin en específico.

### 1.5.1. La relación Merolico - Público

En el proceso de oferta de productos, el merolico crea lazos de interrelación comunicacional una forma especial dentro de la comunicación humana, una más coloquial de trato libre y familiar; mientras que en otras esferas se da una comunicación mucho más formal y jerárquica<sup>59</sup>.

En las plazas y ferias se escuchan las expresiones del lenguaje familiar, que le funciona al merolico para fortalecer una relación en muy corto tiempo, ya que el público se siente identificado y en mucha más confianza.

Llegaban casi a crear una lengua propia, imposible de emplear en otra parte, y claramente diferenciado del lenguaje de la iglesia, de la corte, de los tribunales, de las instituciones públicas, de la literatura oficial, y de la lengua hablada por las clases dominantes (aristocracia, nobleza, clerecía alta y media y aristocracia burguesa), si bien es cierto que a veces el vocabulario de las plazas irrumpía también allí, en determinadas circunstancias<sup>60</sup>.

Este lenguaje coloquial de los merolicos, genera una conexión bilateral en la que se cree que ambas partes serán las beneficiadas o al menos ese contenido se

---

<sup>58</sup> Ídem. P.18

<sup>59</sup> Bajtin, M. (1999). *La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Alianza Editorial, Madrid-España, p. 125

<sup>60</sup> Ídem. P. 126

imprime en el discurso, para esto se tendrá que incluir elementos que permitan la influencia sobre el público.

Estos contactos se realizan de manera esporádica, es por esto que la relación debe llevarse al ámbito emocional, que conmueva rápidamente a las personas o públicos, para que estos cumplan con el objetivo. En la relación merolico – público existe dos tipos de interacción:

Desde el marco de referencia del mercadeo, existen dos grandes tipos de interacción entre un vendedor y un cliente; una, caracterizada por una secuencia de actos sin perspectiva en el tiempo y carente de dinámicas específicas de los actores involucrados y una segunda, que se distingue por configurarse en una dimensión temporal y por incorporar aspectos propios de los partícipes de la relación.<sup>61</sup>

Dentro de las relaciones, la configuración del discurso debe responder al reflejo e inquietudes que tiene el público, dinamizando sus necesidades y convirtiéndolas en prioridades que deben satisfacerse lo más pronto posible.

Estas relaciones estarán marcadas por expectativas que se generaron desde el inicio del proceso, estas expectativas responderán a necesidades generadas en la vida cotidiana del público, o también estará supeditada a la necesidad generada por el mismo merolico.

---

<sup>61</sup> Grey, L. y Botero, M. (2008). “El fenómeno del cliente leal como una relación social I: un estudio con vendedores ambulantes de café en la ciudad de Ibagué”. ISSN 1657-9267. Univ. Psychol. Bogotá, Colombia.

### 1.5.2. La informalidad del merolico

Su historia en las ciudades se remontan a tiempos inmemorables, en el que no existían los medios masivos de comunicación ni tecnología, basándose en el conocimiento previo y milenario.

Si bien desde siempre existieron conflictos entre ambulantes y autoridades, la actividad logró asentarse con el transcurso de los años en las zonas más transitadas de la capital al paso que significaba la incorporación a la ciudad de nuevos contingentes poblacionales.<sup>62</sup>

Poco a poco las ciudades grandes y pequeñas se han poblado de comerciantes que por la necesidad económica han desarrollado recursos por los cuales convencen al público de adquirir sus productos, aquí entra a tallar los términos de persuasión y disuasión.

Las palabras tienen un poder de *persuasión* y un poder de *disuasión*. Y tanto la capacidad de persuadir como la de disuadir por medio de las palabras nacen en un argumento inteligente que se dirige a otra inteligencia. Su pretensión consiste en que el receptor lo descodifique o lo interprete; o lo asuma como consecuencia del poder que haya concedido al emisor.<sup>63</sup>

Según Van Dijk, los recursos del discurso en el comercio tienen un fin mercantil y para llegar a esto, se necesitan varios aspectos teniendo en cuenta detalles como el habla natural, incluyendo pausas, rectificaciones, la entonación y otras propiedades que estaban descuidadas en la lingüística. De esta manera añade el

---

<sup>62</sup> Aliaga, Lissette. (2002). *El capital activo de los comerciantes ambulantes: Un análisis cualitativo de sus redes sociales*. pág. 02

<sup>63</sup> Geijelmo, Alex (2007). *La seducción de las palabras*. Pág. 37.

autor, que el énfasis se desplazó desde las proposiciones abstractas formales e inventadas, al uso del lenguaje real.

Los merolicos por su itinerancia, mantienen una característica de mayor trascendencia, que es la informalidad. En parte este fenómeno viene a ser la respuesta a una excesiva reglamentación del estado, que acogiéndose al modelo burocrático, toda transacción debe estar ligada a fiscalización y trámite enmarcado en una formalización. “El sector Informal es aquel que funciona al margen de la ley, es decir, es aquel sector que con fines lícitos, para distinguirlo de los criminales, utiliza medios ilícitos para conseguir esos mismos fines”.<sup>64</sup>

Sobre esta idea debemos tener en cuenta que para analizar este carácter, no lo podemos confundir con la ilegalidad que es utilizada para delinquir, aunque los dos evaden las normas y leyes de fiscalización distanciamos los términos para brindar una perspectiva más intrínseca. Los merolicos, por sus características, no se adecuan al modelo económico y es por esto que le es muy difícil ingresar al campo normativo,

La informalidad surge cuando los costos de circunscribirse al marco legal y normativo de un país son superiores a los beneficios que ello conlleva. La informalidad involucra costos tanto en términos de ingresar a este sector –largos, complejos y costosos procesos de inscripción y registro -pago de impuestos, cumplir las normas referidas a beneficios laborales y remuneraciones, manejo ambiental, salud, entre otros.<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Hernando de Soto, Manuel Mora y Araujo, Manfred Max-Neef, Cristian Larroulet y Víctor Tokman, (1988). *Sector informal, economía popular y mercados abiertos*, Panel realizado en el Centro de Estudios Públicos, el 20 de noviembre de 1987. La presente versión ha sido editada por el CEP. p. 1.

<sup>65</sup> Norma Loayza, (2008). *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*. Banco Central de Reserva. p. 50

El sector informal, que incluyen también a los merolicos, son los mayores constructores de mercados en el Perú. Ellos surgen como una respuesta al apartado social en el que les niega la posibilidad de obtener un trabajo, sin embargo ellos no renuncian a estos derechos, sino más bien a la legalidad. Esta respuesta hizo que los merolicos saquen provecho de lo que no tienen y saben, y haciendo virtud del defecto, supieron administrar con gran sabiduría su ignorancia, convirtiéndola en su medio de vida y subsistencia<sup>66</sup>

En este punto daremos algunos alcances sobre lo que representa estadísticamente el problema de la informalidad, ya que en el Perú el 61%<sup>67</sup> de la Población Económicamente Activa (PEA) es informal, vale decir que de cada cuatro trabajadores, tres se desempeña en un empleo informal, utilizando canales irregulares para adquirir y distribuir productos y servicios, teniendo que utilizar recursos constantemente para encubrir sus actividades, que en muchos casos lindan con la ilegalidad.

---

<sup>66</sup> De Soto, H. (1986). *El otro sendero. La revolución informal*. Perú: edit. El Barranco.

<sup>67</sup> Según INEI. <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>

## **CAPÍTULO II**

**(Materiales y métodos)**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1. APROXIMACIONES METODOLOGICAS**

- ¿Cómo se configura el discurso merolico en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta?

*Nuestras sub preguntas son las siguientes:*

- ¿Qué elementos simbólicos son utilizados por los merolicos en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta?
- ¿Cómo se estructuran los signos verbales y no verbales dentro del discurso merolico en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta?

## **1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1. Objetivo General**

– Analizar cómo se configura el discurso merolico en la feria dominical de Huanta, para comprender el uso de los signos verbales y no verbales, así como la simbología de este proceso comunicativo.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar los elementos simbólicos son utilizados por los merolicos en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta.
- Estructurar los verbales y no verbales dentro del discurso merolico en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta.
- Relacionar los elementos comunicacionales dentro de la exposición discursiva de un merolico en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta.

## **1.3. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

Los merolicos configuran su discurso a partir de un conjunto de percepciones que se concentran, en base a la conducta de los consumidores; construyen y reconstruyen signos verbales y no verbales, legitiman y deslegitiman discursos ejerciendo formas de poder, activando mecanismos de persuasión a través de figuras simbólicas con fines comerciales, antes de políticos e ideológicos en la feria de dominical de Huanta.

### **1.3.1. Hipótesis secundarias**

- Los merolicos recurren a elementos simbólicos como la figura del poder, de la solución absoluta, la burla, la soberbia, la sobrevaloración del yo.

- Los merolicos hacen uso de los distintos tipos de comunicación, tanto verbal y no verbal, utilizándolos como herramienta del discurso, además recurren a elementos culturales que puedan gozar de cierta credibilidad y efectividad dentro de un determinado escenario o segmento social de la población.

- Los elementos comunicacionales mantienen un estrecho lazo de interdependencia, configurando el acto comunicativo en un proceso de transmisión de mensajes efectivos el cual se mantiene vigente como parte de su itinerancia.

#### **1.4. VARIABLES E INDICADORES**

##### **Variable**

Discurso merolico.

##### **Indicadores**

- Elementos persuasivos.

Figuras simbólicas

- Construcción de signos verbales

Expresiones coloquiales, nueva jerga

- Reconstrucción de signos no verbales

Gestos, ademanes, ubicación, vestimenta

- Legitimación de discurso

Consistencia argumentativa

- Deslegitimación de discursos

Inconsistencia argumentativa

- El producto

Forma de presentación, simbolización

## **Unidad de Análisis**

El discurso de los merolicos en la feria dominical de Huanta.

### **1.5. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN:**

#### **1.5.1. Tipo de investigación**

La investigación es de nivel básico, de profundidad descriptiva y de diseño cualitativo<sup>68</sup>.

#### **1.5.2. Universo y muestra**

La unidad de análisis serán el discurso de los merolicos en la feria dominical de Huanta, para lo cual se recurrió a la base de datos de la Municipalidad Provincial De Huanta, en el que existen 205 comerciantes en total, de los que se seleccionó la muestra de 4 merolicos, siendo una muestra no probabilística<sup>69</sup>, para su respectivo estudio.

#### **1.5.3. Métodos de investigación**

El método es el interaccionismo simbólico<sup>70</sup>, utilizando un enfoque cualitativo. Las técnicas que nos permiten llevar a cabo la investigación es la observación indirecta del proceso de configuración de su discurso al momento de vender un producto. Los instrumentos fueron la guía de análisis simbólico.

---

<sup>68</sup> Hernández, Roberto Fernández, Carlos. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill.

<sup>69</sup> Hernández, Roberto Fernández, Carlos. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill. Pág. 241

<sup>70</sup> Blumer, Herbert (1982). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Madrid: hora SA. Pág. 02.

#### **1.5.4. Procedimiento de investigación**

Para aproximarnos a nuestra categoría de estudio, se realizó la revisión bibliográfica y documental, lo que permitió darnos algunas perspectivas del discurso. En la siguiente fase, se situó el material empírico del cual, a través de un análisis y discusión enmarcada en una metodología simbólica, en el que se realizaron la observación indirecta que coadyuvo a recopilar la información necesaria para contrastarla con la teoría, con lo que se plasmaron algunas conclusiones preliminares.

## **CAPÍTULO III**

### **(Resultados y discusión)**

#### **1. PRESENTACIÓN DE DATOS, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN**

##### **1.1. La configuración del discurso merolico**

A continuación se presentan los datos recolectados, en el que se analizarán los discursos así como el contexto, mostraremos el alto contenido simbólico que están presentes en el discurso, lo que permitirá comprender su sociología y nos abrirá al campo del arte callejero que realizan, lo que finalmente nutre al símbolo que se materializa en el discurso. En la estructuración del discurso los signos verbales y no verbales se convierten en un elemento subyacente del discurso, que cobra mayor relevancia en la interpretación que le asigne el público, aunque en esencia esta tendrá una misma abstracción con un mensaje conciso.

Además, en la estructuración del discurso merolico, se pueden identificar figuras que forman parte de una estrategia que son el eje central de la investigación, a través de estas figuras, el merolico construye un enunciado que mantiene un alto nivel de connotación e interpretación, estas figuras podrían ser analizadas desde distintas

perspectivas pero que en esencia mantendrán un objetivo. Estas figuras que han sido identificadas en el discurso merolico, estarán distribuidas en las construcciones del espacio en donde se desenvuelven, la imagen de sí mismo y la imagen del producto.

### **1.1.1. La configuración del espacio**

Los merolicos utilizan medicinas que son poco comercializadas en la ciudad, además refuerzan la idea de los poderes curativos a través de productos naturales, como se presenta a continuación.

*Lámina N°01*



En lámina N° 01, vemos al merolico que se presenta como un especialista de la salud, vestido de camisa y pantalón de tela, siempre con un folder lleno de imágenes que lo ayudan a reforzar la emisión de ideas. La estructuración del espacio se dará de manera rígida, primero colocando productos naturales como la mashua negra y el airampo, delante de él y con mayor cercanía al público, a su lado se exhiben

productos medicinales provenientes de la Republica de China, además de mostrar un banner con imágenes de dicho país y enfermedades en estado crítico.

Este orden sugiere una relación de dualismo entre la naturaleza, el éxito económico y el desarrollo que tiene el país oriental, apelan a supuestos conocimientos milenarios que han sido olvidados gracias a modernas industrias farmacéuticas. La ruptura entre la naturaleza y el ser humano, es la causa fundamental de la propagación de las enfermedades, mostrando que la existencialidad del mundo ya no es coherente.

Estos elementos que forman parte del espacio están cuidadosamente ubicados, permitiendo que tengan mayor notoriedad, dependiendo la estructuración del discurso. Además, comprende la utilización de herramientas que están guardadas en un maletín negro, del cual se hace uso con el transcurrir de los minutos.

Acérquese mamá, papá acérquese, sea curioso mas no chismoso, así se dice en mi tierra. De repente dice “este pata está contando chistes, payasadas, vámonos”. El día que estés botado en una cama del hospital que cosa dicen: “¿Ay dios mío por qué me castigan?”<sup>71</sup>

Con la palabra “acérquese”, el merolico busca formar un vínculo, anulando distancias recurriendo al humor durante su presentación, y apela a las emociones que causan temor en las personas, por momentos es cruel, pretende que los espectadores internalicen el ejemplo y se vean a sí mismos en medio del caos inexorable. Este temor es expresado en un castigo sobrenatural, un castigo que aparentemente no encuentra una razón justificada, más que el desprecio del mismo merolico.

---

<sup>71</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

El merolico transforma la distancia que existe entre él y los espectadores, cuando vínculo de proximidad, convirtiendo el espacio físico en espacio emocional, en el que conjuga elementos persuasivos para llegar al subconsciente de las personas.

En el siguiente texto que extrajimos de la forma cotidiana en que actúan los merolicos, observamos que el discurso mantiene características, que se diferencian de un discurso elaborado para un auditorio.

Búscate esta raíz, persona que realmente valora su vida, esta raíz se le conoce como la milagrosa y milenaria raíz oriental, se le conoce con el nombre del “gin sen” y que gracias a esta raíz, los biólogos, los científicos chinos, han elaborados muchos medicamentos que hoy en día, por su potencial, la mayoría de los chinos mueren ¿a consecuencia de qué? A consecuencia de ¿enfermedad o de vejez?, de vejez<sup>72</sup>.

Aunque el discurso sea enunciado por el emisor, que se convierte en el elemento principal del proceso, este trata de interactuar con los espectadores, pero no permite una retroalimentación que desvirtúe el mensaje final. Como vemos, el merolico menciona a personas que “realmente valoran su vida”, con esto quiere envolver a todo el público sobre una base de necesidades reales, aun cuando el receptor no tenga intención de adquirir el producto, el enunciado implícitamente lo incluirá en un grupo estructurado de personas.

Atribuye al ser humano la necesidad natural de morir a una edad avanzada, característica de una sociedad de primer mundo, es por esto que apela al instinto de supervivencia, que será efectivo en el espacio físico y emocional de cualquier persona.

---

<sup>72</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

Los merolicos buscan lograr un ambiente sin tensión, denotando con especial protagonismo los colores claros; en la construcción del escenario, representan una voluntad de acercamiento que simboliza la totalidad de lo distinto, más que colores son símbolos fundamentales de la ciencia que expresan el alumbramiento frente a la oscuridad de las enfermedades y males terrenales.<sup>73</sup>

Este remedio es muy bueno, cuando tiene bastante inflamaciones, es bueno para gastritis, úlceras, mal aliento, deseas probarlo, mira ven tomate un vasito papá vas a ver, sin compromiso te voy a invitar, acércate mamita linda.<sup>74</sup>

En el texto anterior, el merolico elimina las barreras de comunicación psicológica<sup>75</sup>, como la sospecha y la aversión, para esto utiliza estrategias de cortesía como “sin compromiso, te voy a invitar”, tratando de generar una conexión que obligue al espectador a quedarse en el lugar, en medio de un discurso que mezcla cortesía y arbitrariedad.

A ver, ¿quién quiere que le regale?. Persona que valora su salud, yo te regalo, estíreme su mano. No te regalo para que me compres, te regalo con la condición de que conozcas y que otro día no te dejes engañar, porque aquí no estás con ningún charlatán, yo trabajo en radio estación Wari. Mire pruébela, ¿esta dulce?, ¡No!, esto no es dulce, si esta dulce, eso quiere decir que está mal del hígado y las páncreas (...) No les vendo les regalo, por que las cosas buenas se demuestran en el campo con hechos y no con palabras, búscate esto mira ve, su nombre se llama el “por yan”, la milagrosa raíz ancestral China<sup>76</sup>.

---

<sup>73</sup> Cirlot, Juan. *Diccionario de símbolos*. España: labor S.A, 1992. Pág. 100

<sup>74</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

<sup>75</sup> Aguilar, Betty. (1990). *Psicología de la comunicación*. Lima: Concytec. Pág. 67.

<sup>76</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

El espacio en el que se desenvuelve un merolico, representa un conjunto de símbolos y signos ordenados; el merolico convierte lo imaginado en imaginario, vincula lo síquico con lo social, introduce en su discurso el deseo individual como colectivo<sup>77</sup>. En este espacio, el merolico forja figuras que subyacen en el mensaje y que se ven reforzadas en el vínculo emocional y de proximidad con el público; estas figuras son la fe, la salvación y la solución absoluta.

#### 1.1.1.1.Elementos que configura la fe

*Lámina N° 02*



En la lámina N° 02, se aprecia al merolico levantando la mano derecha y apuntando hacia el cielo, lo que simboliza la evocación a una deidad expresando acciones mesiánicas, como si tuviera control divino en la tierra, construye la figura de la fe,

---

<sup>77</sup> Anderson, Benedict. (1993). *Comunidades imaginadas*. México: Colección cultural.

apela al sincretismo y creencias religiosas de los espectadores, mencionando que el producto por ser de carácter natural, mantiene una conexión con lo divino.

Lo que yo te doy, lo que te ofrezco es natural, y la naturaleza quien la hizo, ¿dios o el hombre?, es creación de dios, y lo que dios hace, lo que nos da tenemos que agradecerle, si te sanas con esto no me vas a agradecer a mi si no a dios (...) por eso esto tienes que tomarlo con mucha fe pensando en que diosito te esta curando y que él te va a sanar.<sup>78</sup>

El merolico en el texto anterior, constantemente menciona a la naturaleza como creación divina y que esta es una extensión de un “dios” omnipotente y omnipresente, es redundante en el mensaje; recurre una y otra vez a la fe, consciente de que ese razonamiento no requiere argumentos reales ni evidencias fácticas.

Yo trabajo directamente con esta empresa china, mi nombre es “Miguel Ángel”, ahora ¿cuál es esa raíz quisieran conocer?, Porque esta raíz ancestral nos la regalo nuestro divino y solo algunos la saben aprovechar<sup>79</sup>.

Además de hallar la conexión entre lo natural y lo divino, se atribuye un nombre en particular, “Miguel Ángel”, que está ligado un personaje bíblico, mitológico, a quien algunas variantes de la religión cristiana, consideran como “Arcángel Miguel”, el “jefe del ejército de Dios”, así como su “elegido” y “protector universal” de la iglesia. El merolico representa un nexo e intermediario entre dios y el mundo, entre el origen y la manifestación, simbolizando la sublimación y ascensión de un principio volátil<sup>80</sup>.

---

<sup>78</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

<sup>79</sup> *Ibíd.*

<sup>80</sup> Cirlot Juan. *Diccionario de símbolos*. España: labor S.A, 1992. P. 118

La connotación simbólica que contiene la figura de la fe, es muy amplia, partiendo de “creación”, que representa un extraordinario valor conceptual, vista desde su contenido energético y espiritual y la forma material en que esta llega a ser ofrecida.<sup>81</sup> Desde la perspectiva de la evocación de deidades o divinidades, el merolico introduce en el discurso elementos de fe, elementos que además subyacen en una sociedad conservadora y de fuertes arraigos culturales, mostrándose como catalizador de milagros. El merolico nombra a la deidad como “Dios”, para no hacer diferenciación de religiones, lo que incluye a todo el público dentro del discurso.

Esta configuración se da en sociedades que contienen una misma significación para la figura de la fe, si bien la interpretación puede variar, la esencia de la misma se mantendrá.

Tomas de Aquino menciona acerca de las personas creyentes y su predominio de lo teológico sobre cualquier otra cuestión filosófica, aunque estos elementos mantienen una relación de dependencia en la explicación de fenómenos sociales, naturales o males personales cuya respuesta la tendrá un ente sobrenatural, recurriendo en el discurso a la fe sobre la razón<sup>82</sup>.

---

<sup>81</sup> Ibíd. Pág. 354

<sup>82</sup>Hick, John (1965). *Filosofía de la religión*. Mexico. Ed. UTEHA.

### 1.1.1.2.Elementos que configuran la salvación

*Lámina N° 03*



En la lámina N° 03, se muestra al merolico elevando sus manos a media altura, con un producto que tiene por nombre mashua, lo que expresa un agradecimiento y extensión de una deidad; promete que el producto será el protagonista de la cura, connotando la figura de la salvación.

Si quieres curar la gastritis, amanece con la boca amarga, la lengua sarrosa, esa mujer que sufre con inflamación al ovario, tiene descenso, leucorrea. ¡Oiga! ese varón que sufre de problemas de prostatitis, cistitis, uretritis, le duele demasiado la cintura. Aquí está la solución, con esto poco a poco se sentirá mejor, ya ves que no estás acá por gusto, con esto dígame adiós a los problemas y sea parte de ese placer de vivir bien<sup>83</sup>.

El merolico comienza describiendo problemas que pueden presentarse cotidianamente en la vida de las personas como “amanecer con la boca amarga”, pero ubicándola al mismo nivel de enfermedades de gravedad como la “gastritis” entre

---

<sup>83</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

otras afecciones, logrando poner en alerta a los espectadores, para luego explicar que los síntomas simples podrían ser parte de un problema mucho mayor, emitiendo un mensaje en el que subyace la emoción del temor, para que la figura cobre mayor notoriedad.

La figura de la salvación estará precedida por elementos de arraigo religioso, aunque para comprender su mayor interpretación, mantendrá una dependencia con el producto a vender, siendo parte dinamizadora del objetivo final que es la venta.

#### **1.1.1.3.Elementos que configuran la solución absoluta**

*Lámina N° 04*



En la lámina N° 04 que mantiene la misma estructura del escenario anterior, el merolico muestra el apoyo visual con el brazo derecho levantado y apuntando, este signo representa acciones especiales de protección y de invocación, que fortalecen su discurso en el que se puede apreciar la figura de la solución absoluta, asegurando que el producto es un tónico de potentes componentes naturales, que puede curar cualquier enfermedad y prevenir muchas otras.

¿Quieres curarte?, ¿quieres sanarte?, mamita, papito, aquí está la solución. Cuantas personas sufren día a día con muchas enfermedades. No puede tratarse, esto cura el conducto urinario, te hincha te quema las plantas de los pies, tienes el hígado graso, para esa lengua sarrosa, tiene descenso blanco descenso amarillo señora. Quiere curarse quiere sanarse, agárrame así mira, yo te voy a enseñar. Cúrate los riñones, las úlceras. Pruebe el masato.<sup>84</sup>

En el párrafo anterior, el merolico apela a la motivación personal más esencial: “¿quieres curarte?, ¿quieres sanarte?”, enfatiza la oportunidad de mantener una opción de vida y salvación, dejan de lado las formalidades y entablan una relación de mayor cercanía, a través de la construcción del discurso en primera persona, en busca de la dependencia de sus potenciales consumidores con respecto a sus productos y conocimientos.

El merolico muestra lo crítico que pueden tornarse las enfermedades, ofrece la solución inmediata a los problemas que los aquejan, lo que generaría en el consumidor o público un sentimiento de bienestar, que es un estado de satisfacción personal, logrando la suma de sensaciones que van ligadas al éxito en los distintos ámbitos de la vida.

Esta solución absoluta, representa la totalidad de soluciones relativas que puede tener una persona al momento de llevar adelante un tratamiento médico, esta mirada totalizadora atrapa al público, que ve en un horizonte cercano la posibilidad de remediar sus problemas más sentidos.

---

<sup>84</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

### **1.1.2. La configuración del “ser”**

El merolico construye la imagen de sí mismo a través de la utilización de signos verbales y no verbales, que nutren la connotación simbólica que está configurando, para lo cual se vale de figuras a las que recurre para modificar o fortalecer ideas en la emisión de los mensajes, dependiendo de la reacción de los espectadores.

#### **1.1.2.1. Elementos que configuran la burla**

*Lámina N° 05*



La burla, desde la respectiva humorística, se ve reflejada en la lámina N°05, en la que podemos apreciar al merolico tomando un producto natural conocido como el “airampo”, que tiene una forma similar a la de un miembro viril, burlándose de aquellos espectadores que sufren de problemas sexuales.

En este proceso la burla se encarga de facilitar el entendimiento del contenido simbólico y nunca se presenta solo, ya que va acompañado de elementos que pueden tener relación con temas tabúes como la sexualidad, pero esta figura siempre está

unida con lo humorístico, estos temas que no se pueden mencionar de manera abierta en el discurso y que están asociados a la vulnerabilidad de un macho cabrío, que normalmente emana fertilidad y vigorosidad<sup>85</sup>, burlándose de aquel que no tiene dichas características .

Oiga amigo si usted dice: “no sé por qué las mujeres que tengo siempre me engañan o me dejan”, oiga no te has puesto a pensar que no sirves en la cama, y la mujer es como la calamina, si no está bien clavada se va volando, si o no, ya ves. Entonces con este airampo macho no te va a dejar, pero yo te voy a enseñar a cómo usarlo.<sup>86</sup>

Aquí el merolico recurre a una analogía humorística, para explicar un tema que resulta irreproducible tratarlo de manera seria, esto no solo capta la atención del público, sino también facilita el entendimiento del mensaje.

Esta figura mantiene un carácter que dinamiza el discurso, además de ser un elemento desestabilizador del sistema patriarcal y machista. El merolico espera las risas como respuesta al mensaje, reforzándolo empleando signos que puedan abstraer el contenido más rápidamente, como productos que se asemejen o representen la virilidad de una persona (véase lámina N° 03).

Los merolicos utilizan la burla como herramienta, así buscando que las personas reconozcan su ignorancia y se reconozcan a sí mismos, para luego convertirse en una suerte de alumbrador de conocimientos, acompañados siempre del humor como estrategia discursiva.

---

<sup>85</sup> CIRLOT Juan. (1992). *Diccionario de símbolos*. España: labor S.A., P. 290

<sup>86</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

### 1.1.2.2.Elementos que configuran la soberbia

*Lámina N° 06*



En esta lámina, se observa al merolico con el brazo levantado y apuntando a un espectador, expresión que simboliza la soberbia, mostrándose desafiante e imponente de conocimientos, adjudicándose la verdad absoluta e impuesta frente a las verdades relativas del público.

Dentro del discurso, la soberbia funciona como herramienta de deslegitimación de conocimientos y la imposición de las afirmaciones enunciadas por el merolico, la soberbia va acompañada del ejercicio del poder saltando a la palestra, una intencionalidad elemental del discurso, que es el de deslegitimizar los conocimientos de las personas presentes.

¿La medicina te calma o te cura?, Te calma, ¿sí o no?, ya ves pero sin embargo compramos a cada rato, ustedes ¿quieren curarse?, Entonces pues lleven cosas que les va a servir y si entienden por qué llevan mejor ¡entienden o no!, yo no les miento y el que no me cree que se retire ¡que se retire!, porque yo no he venido a perder el tiempo aquí ¡entienden o no! (...) porque esto se trata de llevar salud a

la gente, porque si los doctores te dicen que te vas a morir si no te operas ¡mentiras!, tomate medicinas naturales y vas a ver como mejoras no te dejes engañar ¡está bien o no!.<sup>87</sup>

En este fragmento, el merolico hace uso de constantes preguntas y exclamaciones para legitimizar su discurso y deslegitimar conocimientos previos de los espectadores, conocimientos que vayan en contra de la idea que quiere imponer.

Se observa que con la soberbia, el merolico ejerce su complejo de superioridad, connotando un uso desmedido e irracional de excelencia personal, que rebaja la dignidad de los espectadores, esto ubica al merolico en una situación de ventaja, frente a lo que puedan pensar o decir las personas.

Algunos elementos que están presentes en la figura de la soberbia de los merolicos son: la hipocresía, la arrogancia, la presunción, el sojuzgamiento; que mantienen una relación de interdependencia, ya que por sí solas no causarían el impacto deseado.

### **1.1.2.3. Elementos que configuran la sobrevaloración del yo**

*Lámina N°07*



---

<sup>87</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

En la presente lámina, el merolico muestra su exceso de confianza que por momentos se confunde con la soberbia, aunque esta es distanciada con el uso desmedido de la auto adulación, utiliza expresiones en primera persona lo que facilita el relacionamiento práctico con los espectadores.

Yo te enseño (...) yo te regalo (...) yo te curo (...) yo te salvo (...) yo he venido a traerles salud, así, no se asuste. Con esto mejorará rápidamente de cualquier enfermedad, a tan solo veinte soles y si te parece mucho, no hay problema guárdate tu platita y anda tranquilo nada más, yo no me molesto ni me resiento, porque a mí ya me pagaron por venir, no me interesa ganar dinero, yo vengo por ustedes, trayéndoles esto que los libraré de cualquier mal.<sup>88</sup>

A través del “yo”, el merolico busca reafirmar y enaltecer su condición dentro del espacio físico, que lo ubica en un peldaño por delante de los espectadores, proyectando una imagen que se va a construir a través de la sobrevaloración.

Esta sobrevaloración, además de denotar un tema de autoestima, por las premisas que siempre están contextualizadas en primera persona, es utilizada como una estrategia de control a través de la proyección de una imagen de altruismo con el prójimo.

### **1.1.3. Configuración del producto**

Uno de los aspectos más importantes es el producto, soporte central del discurso, y que a través de este girará la estructuración total de dicho discurso. El contenido simbólico que puede tener el producto es muy amplio, por lo que contiene un alto valor connotativo e interpretativo.

---

<sup>88</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

Lámina N° 08



Como podemos apreciar en la lámina N° 08 “la medicina” se mantendrá distante de los productos naturales, estas conservan una relación y cada objeto tendrá un carácter de interdependencia. Los productos se encuentran a media altura, colocados cuidadosamente sobre una mesa y adornados de distintos elementos con contenido simbólico como herraduras de caballo e incienso, que representan el éxito y la armonía, respectivamente.

Agarre esto mire, les dije claramente 4 pepinos ¿¿verdad o mentira?! Agarras 4 pepinos señor lo ralla sacando las semillas y cuando rallas me vas a sacar esto como se llama? El jugo no se llama el zumo del pepino agarre mire eh (...), A ver ¿de qué sufres?, ¿te duele la cintura?, si este es un potente desinflamante, tu ¿amaneces con la boca amarga?, también esto sirve para limpiar el estomago y colon.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Grabación a merolico realizado el 26 de junio de 2016.

Antes de ingresar a explicar el producto en venta, el merolico armado de un discurso estructurado, inicia con un remedio que necesariamente es “casero”, utilizando productos como verduras o frutas, una vez detallado su uso, cualidades y bondades de curación, pasa a explicar y vender el producto que desde un inicio sabía que iba a ofrecer, añadiendo el valor agregado del conocimiento emocional, al valor real del producto.

Si bien el discurso varía de acuerdo al producto o uso que tiene, mantiene estructuras definidas que motivan el consumo de los espectadores, respondiendo a sus necesidades, presentando a la medicina como un elixir de la vida, aunque al comienzo tratará de temas generales, luego partirá por encontrar particularidades en los espectadores, convenciendo por la personalización del cliente, ya que dependiendo a la reacción, puede preguntar el problema o la enfermedad que los aqueja, siendo cuidadoso en que la respuesta sea corta y no desvíe la idea del discurso.

### ***Discusión de resultados***

Teniendo como referencia los conceptos de Teun Van Dijk, quien menciona que el discurso está condicionado a los procesos cognitivos en torno a sus elementos de deseos, preferencias, conocimientos, etc., y que además le da un rol fundamental al contexto, como elemento modelador del discurso y viceversa. Bajo este marco se pueden identificar las combinaciones discursivas, la coherencia, los actos del habla los turnos convencionales y los cambios de tópico; si bien algunos de estos elementos pueden ser autónomos del contexto, estos interactúan con muchas otras propiedades tanto del contexto como de los procesos cognitivos. Entonces el autor concibe el

discurso de una forma amplia y empírica, en donde la comprensión del lenguaje y la interacción dentro de un espacio determinado y estructurado, forman parte de una acción social que más allá de la forma.

Con la ejecución de la investigación, se evidenció que el merolico mantiene una relación estrecha entre el proceso cognitivo; la materialización del discurso, como producto del lenguaje; y el contexto, los cuales serán determinantes en la configuración de los mensajes.

Mario Trevi señala que el símbolo está representado por elementos que conforman un algoritmo, que se reparten a las funciones de la psique, el objeto material, sustituido por una idea abstracta, el signo gráfico y la dimensión lingüística. Es así que el símbolo es la dimensión que adquiere un objeto que puede evocar una realidad, que no es inmediatamente interpretada. Aunque también, le da al símbolo especial atención en su acepción histórica, vale decir que un símbolo históricamente circunscrito no puede ser excluido de su significado, si no es con una interpretación en el que se incluyan emociones con referencia a una posición semántica.

En la deconstrucción del discurso merolico, podemos hallar un gran conjunto de elementos simbólicos, en los que la interpretación dependerá de la evocación del discurso como tal. Dentro del espacio físico, el merolico estructura una serie de elementos que representan en la abstracción, significados relativamente similares, por su circunscripción histórica y social que se le asigna en esencia, inherentemente a cada uno. Los elementos que parten del discurso como la enunciación, gestualidad y el contexto, contienen un mensaje subyacente que mantendrá un contenido simbólico como revelador ambiguo de la verdad oculta.

Turner señala que el “símbolo ritual”, es el factor de la activación humana con fines y objetivos, que sucede como fases específicas de procesos sociales, estos procesos se repiten dentro de una determinada sociedad. Además los símbolos mantienen propiedades de condensación, que se refiere muchas cosas y acciones representadas en una sola formación; unificación, de significados dispares, interconexos porque poseen en común cualidades análogas o porque están asociados de hecho o en el pensamiento; y la propiedad de la polarización de sentido, en el que el símbolo contiene sentidos interpretativos distinguibles, un polo ideológico y un polo sensorial, el primero para denotar la significación de acuerdo a las experiencias vividas en una determinada sociedad y el segundo, como el contenido que está estrechamente relacionado con la forma externa del símbolo<sup>90</sup>. Es así que el merolico repite su procedimiento de venta conservando la misma eficacia, a través de la mantención en el discurso de las propiedades antes mencionadas, con esto asegura la interpretación esperada, para el logro de los objetivos o fines.

---

<sup>90</sup> Turner, V. (1999). "Símbolos en el ritual ndembu". *La selva de los símbolos. Aspectos del ritual ndembu*. Siglo XXI, Madrid. Pág.30, 31.

### *A manera de conclusiones*

1. Los merolicos no solo configuran su discurso a partir de las percepciones que se concentran en base a la conducta de los consumidores, además de construir signos verbales y no verbales, legitimizando y deslegitimizando saberes, ejerciendo el uso del poder; sino también hacen uso de elementos simbólicos que subyacen en el discurso, así como en los productos y espacios en los cuales se desenvuelve.
2. Dentro del discurso merolico, existen elementos de sincretismo cultural que mantienen arraigo dentro de un determinado segmento social; si bien para una misma acción se pueden tener diversos significados y significantes, este sincretismo permite que figuras como la fe, la solución absoluta, la burla, la sobrevaloración del yo, la soberbia, mantengan una misma significación, facilitando que el público quede envuelto en el mensaje.
3. Los elementos comunicacionales mantienen un lazo de interdependencia, el cual es estructurado por el merolico, dándole una ventaja sobre los potenciales clientes; tanto el espacio físico y los productos, mantendrán una coherencia relativa que efectivizará la dinamización de la emisión del discurso.
4. A través del presente estudio, se confirmó la hipótesis de investigación, además de ampliar la perspectiva del campo de estudio, abriendo la posibilidad de hallar nuevos espacios de investigación sociológica y comunicacional, para encontrar un mejor punto de partida en la comprensión de fenómenos de masas.

## Bibliografía

- Aguilar, Betty. (1990). *Psicología de la comunicación*. Lima: Concytec.
- Anderson, Benedict. (1993). *Comunidades imaginadas*. México: Colección cultural.
- Angenot, Marc (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores.
- Bajtin, M. (1999). *La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Alianza Editorial. Madrid-España.
- Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- Blumer, Herbert (1982). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Madrid: hora SA.
- Capdevila, A. (2004). *El discurso persuasivo. La estructura retorica de los espots electorales en televisión*. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Cárdenas, Luz. (2006). *El lenguaje, la persuasión y las pasiones*. Universidad de Antioquia. Medellín.
- Charaudeau, P. (2002). "La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político". Universidad de París-Nord 13.
- Cirlot Juan. (1992). *Diccionario de símbolos*. España: labor S.A.
- De Soto, H. (1986). *El otro sendero. La revolución informal*. Perú: edit. El Barranco.
- Eco, H. (1986). *La estructura ausente*. Editorial Lumen: Barcelona.

- Garrido, C. (2002). *Análisis del discurso ¿problema sin resolver?*. Departamento de Filología Hispánica. Facultad de Filosofía y letras, Universidad de León. España.
- Gramsci, A. (1972). *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el Estado moderno*. Nueva Visión: Buenos Aires.
- Grey, L. y Botero, M. (2008). “El fenómeno del cliente leal como una relación social I: un estudio con vendedores ambulantes de café en la ciudad de Ibagué”. ISSN 1657-9267. Univ. Psychol. Bogotá, Colombia.
- Grijelmo, A. (2000). *La seducción de la palabra*. Madrid: Taurus.
- Haverkate, H. (1994). *La cortesía verbal*. Madrid: Gredos.
- Hernández, Roberto Fernández, Carlos. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill.
- Hick, John (1965). *Filosofía de la religión*. Mexico. Ed. UTEHA.
- Infante, C. (2007). *Canto grande y las dos colinas*. Printer R & S S.A.C: Lima.
- Kabatek, J. (2003). *La lingüística románica histórica: Tradición e innovación en una disciplina viva*”. *La Corónica*.
- Kabatek, J. (2005). *Tradiciones discursivas y cambio lingüístico*. *Lexis*, XXIX
- Manzano, Vicente (2005). *Introducción al análisis del discurso*. Recuperado de <http://www.aloj.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>
- Norma Loayza, (2008). *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*. Banco Central de Reserva.

- Saussure, F. (1945). *Curso de Lingüística General*. Ed. Losada: Buenos Aires.
- Torres, Esteban (2011). *El poder y el poder del discurso: análisis de la propuesta teórica de Eliseo Verón*. Universidad de la Frontera: Chile.
- Torres, E. (2011). *El traslado del poder a la recepción: Análisis de una tesis de Eliseo Verón*. Revista Razón y palabra, recuperado de [http://www.razonypalabra.org.mx/varia/13\\_Torres\\_V77.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/varia/13_Torres_V77.pdf).
- Trevi, Mario (1996). *Metáfora del símbolo*. Anthropos: Barcelona.
- TURNER, V. (1999). "Símbolos en el ritual ndembu". *La selva de los símbolos. Aspectos del ritual ndembu*. Siglo XXI, Madrid.
- Van Dijk, Teun A. (2000) "El estudio del discurso", en *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso*, vol. I. Traducción de Elena Marengo. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social*, España: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2000). *Sociedad y Discurso*. España: Gedisa.
- Van Dijk, Teun. (1996). *Estructuras y funciones del discurso*. México: Siglo Veintiuno.
- Van Dijk, T. (1980). *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*. Madrid: Cátedra.
- Van Dijk Teun A. (1990) *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Edit. Paidós Comunicación. 1ra Edic. España.

- Van Dijk Teun A. (1998). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa: Barcelona.
- Van Dijk Teun A. (2013). *Sociedad y discurso*. Gedisa: Barcelona.

**ANEXO N° 1**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**TEMA: LA CONFIGURACIÓN DEL DISCURSO MEROLICO EN ESPACIOS PÚBLICOS. CASO: FERIA DOMINICAL DE HUANTA.**

<p><b>Problema principal de investigación</b></p> <p>¿Cómo se configura el discurso merolico en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta?</p> <p><b>Preguntas secundarias</b></p> <p>- ¿Qué elementos simbólicos son utilizados por los merolicos en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta?</p> <p>- ¿Cómo se estructuran los signos lingüísticos, comunicacionales, culturales, verbales y no verbales dentro del discurso merolico en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Analizar la configuración del discurso merolico en la feria dominical de Huanta, para comprender el uso de los signos verbales y no verbales, así como la simbología de este proceso comunicativo.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los elementos simbólicos son utilizados por los merolicos en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta.</li> <li>- Estructurar los signos lingüísticos, comunicacionales, culturales, verbales y no verbales dentro del discurso merolico en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta.</li> <li>- Relacionar los elementos comunicacionales dentro de la exposición discursiva de un merolico en espacios públicos. Caso: feria dominical de Huanta.</li> </ul>	<p><b>Marco Teórico</b></p> <p><b>Enfoque Metodológico</b></p> <p>Metodológico cualitativo</p> <p><b>Categoría</b></p> <p>1. El discurso en espacios públicos.</p>	<p><b>Hipótesis principal</b></p> <p>Los merolicos configuran su discurso a partir de un conjunto de percepciones que concentran, en base a la conducta de los consumidores; construyen y reconstruyen signos verbales y no verbales, legitiman deslegitiman discursos ejerciendo formas de poder, activando mecanismos de de persuasión con fines comerciales antes de políticos e ideológicos en la feria de dominical de Huanta.</p> <p><b>Hipótesis Secundarias</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los merolicos recurren a elementos simbólicos como la figura del poder, de la solución absoluta, la burla, la soberbia, la sobrevaloración del yo.</li> <li>2. Los merolicos hacen uso de los distintos tipos de comunicación, tanto verbal y no verbal, utilizándolos como herramienta del discurso, además recurren a elementos culturales que puedan gozar de cierta credibilidad y efectividad dentro de un determinado escenario o segmento social de la población.</li> <li>3. Los elementos comunicacionales mantienen un estrecho lazo de interdependencia, configurando el acto comunicativo en un proceso de transmisión de mensajes efectivos el cual se mantiene vigente como parte de su itinerancia.</li> </ol>	<p><b>Sistema de variables</b></p> <p><b>Variable</b></p> <p>Discurso merolico.</p> <p><b>Indicadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Construcción de signos verbales Expresiones coloquiales, jerga.</li> <li>-Reconstrucción de signos no verbales Gestos, ademanes</li> <li>-Legitimación de discurso</li> <li>-Deslegitimación de discursos .Discurso persuasivo.</li> </ul> <p><b>Unidad de análisis:</b></p> <p>El discurso de los merolicos en la feria dominical de Huanta.</p>	<p><b>Diseño Metodológico</b></p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Básico</p> <p><b>Nivel de estudio:</b> Descriptivo</p> <p><b>Método:</b> Interaccionismo simbólico.</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Población</b></p> <p>Siendo la unidad de análisis los merolicos; el universo de estudio se concentrará fundamentalmente en los comerciantes que están registrados por la Municipalidad Provincial de Huanta que suman un total de 250.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>Cuatro personas que cumplen con las características de un merolico, la muestra será seleccionada a través de una muestra no probabilística.</p> <p><b>Técnica:</b> Observación indirecta.</p> <p><b>Instrumento:</b> guía de análisis simbólico.</p>
--	--	--	---	---	---

Anexo N° 02

Guía de análisis simbólico

C o n f i g u r a c i ó n d e l d i s c u r s o m e r o l i c o	E l e m e n t o s d e p e r s u a s i ó n	Figuras simbólicas	La figura de la fe	Merolico 01	Merolico 02	Merolico 03	Merolico 04	Merolico 05
		La figura de la solución absoluta						
		La figura de la sobrevaloración del yo						
		La figura de la soberbia						
		La figura de la ironía						
		La figura de la salvación						