



Abril - Mayo 2003

[Número Actual](#)

[Números Anteriores](#)

[Editorial](#)

[Sitios de Interés](#)

[Novedades](#)

[Ediciones Especiales](#)



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

La Semiótica de la Política en Ecuador. La Segunda Vuelta Electoral

Número Actual

Por [Lobsang Espinoza](#)

Número 32

Es indudable que la propaganda política ejerce una influencia entre los electores y que las estrategias utilizadas por los agentes de relaciones públicas de los candidatos que pretenden llegar al poder tienden a ser mas inteligentes y pensadas en cada nuevo periodo electoral y el Ecuador no ha sido la excepción.

Desde 1997 Ecuador vive un proceso democrático que ha sido interrumpido en varias ocasiones por las discrepancias entre las élites y las clases populares. Para el 22 de enero del 2000, este país fue por fin tomando su timón en la ruta hacia la democracia cuando Gustavo Noboa asumió el poder después de la caída del Dr. Mahuad.

Ya en el 2002 las elecciones se veían venir y 11 fueron los candidatos que se presentaron a la contienda electoral quedando para la segunda vuelta Lucio Gutiérrez y Álvaro Noboa, 2 extraños en la fauna política de los últimas dos décadas.

Las estrategias utilizadas por los dos candidatos que llegaron a la segunda vuelta, que en medio de una apatía generalizada tuvieron que tratar de captar los votos de los miles de indecisos, apelaron como ya es costumbre , a la emotividad, al reflejo condicionado de ver lo malo y generar lo malo, de inventar historias o modificarlas y de recurrir a varias argucias propias de estrategias que saben que eso es lo que llega al auditorio fácilmente, sin necesidad de filtrar nada y con un mensaje burdo y directo: "ese es el malo y nosotros somos la solución vote por nosotros".

Este trabajo propone un análisis semiótico del material electoral de la segunda vuelta donde se explica el uso de los carteles, la publicidad exterior y los pequeños folletines que se entregaron en las calles.

Los materiales visuales

Para que algo tenga significado en nuestro constructo mental el material que esté disponible debe haber pasado por un proceso de significaciones: de lo material a lo significativo. Lo material porque debe ser percibido por los sentidos y lo significativo porque debe tener la capacidad de decirnos algo, de significar a través de un contenido y una forma que represente algo para quien lo está viendo, para quien le esta dando un sentido desde su carga cultural de entendimiento y aprehensión.

En nuestro medio el *sentido* político ha venido dado por lo visual y ha sido utilizado como la primera estrategia política para llegar a las masas siendo la televisión y la prensa los dos instrumentos mediáticos con mas acogida.

En las elecciones pasadas los candidatos podían gastar hasta un millón de dólares para publicitar su postura ideológica. La televisión y la prensa percibieron rubros inmensos por concepto de propaganda política entre las dos vueltas electorales lo que explica la acogida que tiene entre nuestra gente, acostumbrado a

leer un libro por año o menos, el material visual, la propaganda rápida y colorista que proporcionan los medios señalados.

El discurso narrativo

Los dos candidatos finalistas hicieron de sus campañas discursos narrativos, discursos que requería de competencias comunicacionales así como de performances.

En los análisis discursivos que nos presenta A.J Greimas este hace su recorrido generativo mediante las modalidades del hacer: deber hacer, querer hacer, saber hacer y poder hacer.

Todas estas modalidades fueron performadas, en mayor o menor medida, por los dos candidatos para presentar sus dotes como futuros gobernantes y esta performatividad se refleja en las dimensiones de las fases del análisis : el contrato y la sanción.

Entre el contrato y la sanción hay un camino de modalidades reseñadas a continuación.

Lucio Gutiérrez y la modalidad del hacer

El recorrido narrativo generativo que siguió Gutiérrez se describe plenamente en la propaganda difundida entre las dos vueltas electorales: del "Juntos contra la corrupción" al "Presidente para todos"

En la modalidad del *deber hacer* señala su responsabilidad para con el "pueblo" y no con los "banqueros corruptos" haciendo una alusión indirecta a los acontecimientos del 21 de enero, hechos que lo catapultaron a la palestra política y ahora a la presidencia; Gutiérrez sentía la responsabilidad del "deber hacer" algo para evitar la debacle de un pueblo que había sido robado y extorsionado por los malévolos banqueros.

Esta responsabilidad del deber hacer lo motiva a *querer hacer* lanzándose a la candidatura presidencial; explica a sus seguidores que la difícil crisis del Ecuador requiere de nuevos cuadros en la política y que es él uno de los llamados a este clamor popular¹.

Para demostrar que es la persona ideal para presidir el futuro de Ecuador, Gutiérrez hace manifestación pública de sus grados, diplomados, responsabilidades en el exterior y demás galas que puedan sustentar su *saber hacer*. Si bien es cierto que la mayor parte de su preparación es castrense este candidato puede decir a ciencia cierta que "sabe lo que hace" respaldándose en sus múltiples estudios en el exterior y que, aunque sin formación política, tiene la competencia adecuada para transformar al país en un lugar de desarrollo y gobernabilidad.

En una de las propagandas para la segunda vuelta electoral, un diminuto díptico bicolor con abundante información sobre sus propuestas y quejas de "los mismos de siempre" Gutiérrez utiliza un enunciado explicativo que dice " Lucio es un líder político con alta formación académica"

Alvaro Noboa y la modalidad del hacer

Noboa, a sabiendas que su discurso ya estaba gastado, pues fue amigo y financista de la campaña del defenestrado Abdalá Bucaram y que la mayor parte de su imagen pública se revirtió en su contra , trató de imponer un discurso emotivo trunco: su esposa regalaba medicinas y hacía consultas gratuitas con su caravana de la salud que cruzó todo el país y que ahora no se sabe nada de ella; su intervención humanitaria con los damnificados de la explosión del Reventador y su disertación pública del "erupto" del volcán y finalmente su acusación sin fundamento al remitirse a la ya pasada lucha ideológica de la izquierda como los enemigos "rojos" en contra de Gutiérrez a quien acusaba de comunista y aliado de los partidos de extrema izquierda en Ecuador, el MPD (Movimiento Popular Democrático).

Noboa manejó el eje del conflicto y la modalidad del hacer siendo su deber hacer la supuesta responsabilidad que lo llamaba desde las calles de los barrios pobres a responder ante los malvado de siempre asegurando empleo para miles de personas en sus haciendas; el querer hacer estuvo marcado por el discurso de Anabela Azin, esposa de Noboa quien lo acompañó y aconsejó para que en sus salidas públicas mostrara su mejor sonrisa; el saber hacer aduciendo que el control de una de las mayores fortunas heredadas en América Latina no era para cualquiera y que precisaba la administración adecuada de Noboa hijo y finalmente el poder hacer, que quedó inconcluso y se manifestaba en sus acciones filantrópicas a favor de los necesitados del país.

La semiótica enseña a ver detrás de los simples clichés del periodismo clásico del emisor, mensaje y receptor y ayuda a interpretar la realidad con una visión mas clara, crítica y visionaria de lo que pasa en nuestra cotidianidad.

Se debe entrar al mundo de los significados con un conocimiento de causa que no genere confusión en la audiencia sino una panorámica clara de nuestro día a día. Así nuestra forma de ver las cosas pasará de lo simple y superficial a lo crítico y meditado, actitud que se debe tomar con responsabilidad en medio de las influencias mediáticas que bombardean los "mass media" de hoy.

El reto es criticar los medios desde la inteligencia y la comprensión ideológica que estos nos emiten.

Notas:

1 *El Universo*, 28 de octubre del 2002, Sección A2

Lobsang Espinoza
Universidad Central, Quito Ecuador.