

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO

CARRERA:  
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:  
EL DISCURSO PROPAGANDÍSTICO DEL PARTIDO MOVIMIENTO  
POPULAR DEMOCRÁTICO (MPD) EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL  
PERIODO 2009-2013

AUTORA:  
JENNY SUSANA ZAMBRANO CORTÉZ

DIRECTOR:  
PABLO EFRAÍN ROMERO GUAYASAMÍN

Quito, mayo de 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO  
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, mayo de 2015

Jenny Susana Zambrano Cortéz

1311418816

## **DEDICATORIA**

A todos los seres humanos que hacen de la política una de las actividades más bellas del mundo y enfocada en el bien común.

A mi esposo, mis padres, mis hermanas y hermano, mis sobrinos y sobrinas, mis fundamentos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana por brindarme la oportunidad de formarme como profesional en la comunicación y como ser humano.

A mis maestros, por la enseñanza, dedicación y orientación a lo largo de la carrera.

A mi tutor de tesis, por el apoyo constante y por inculcar en mí el rigor académico.

Y a mi familia, por apoyarme en cada fase de la carrera y en el desarrollo de la tesis.

A todos, muchísimas gracias.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>POLÍTICA, COMUNICACIÓN Y PROPAGANDA</b> .....	2
1.1. Lo político y la política.....	2
1.2. Comunicación y política.....	5
1.3. La propaganda y su importancia en la política según el paradigma de Harold Lasswell.....	8
1.4. Propaganda política y propaganda revolucionaria: manipulación vs conciencia de clase.....	9
1.4.1. Propaganda de manipulación.....	12
1.4.2. Propaganda revolucionaria.....	14
1.5. Democracia: participación y representación política.....	18
1.6. Sistema de partidos políticos.....	24
1.6.1. Definición de partido político, movimiento político y movimiento social.....	25
<b>CAPÍTULO 2</b>	
<b>LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN EL ECUADOR Y EL MOVIMIENTO POPULAR DEMOCRÁTICO (MPD)</b> .....	29
2.1. Contexto político ecuatoriano en la década de los 70 del siglo XX.....	29
2.1.1. Retorno de la democracia en Ecuador.....	31
2.1.2. Sistema político ecuatoriano.....	37

2.2. Fundación del Movimiento Popular Democrático.....	48
2.2.1. Tendencia ideológica del Movimiento Popular Democrático.....	50
2.2.2. Principios ideológicos sobre los cuales se levanta el MPD.....	51
2.2.3. Programa de Gobierno del MPD presentado en el 2010 al Consejo Nacional Electoral.....	52
2.2.4. Estatutos del Movimiento Popular Democrático 2010.....	53
2.2.5. Relación del Movimiento Popular Democrático con otros sectores sociales.....	55
2.3. Periodo de transición a la nueva Constitución del Ecuador en el 2008.....	56
2.3.1. Contexto político: antecedente a la Constitución del 2008.....	56
2.3.2. Procesos electorales celebrados en Ecuador en el 2009.....	61
2.3.3. Proceso electoral celebrado el 17 de febrero de 2013 en Ecuador.....	63
2.4. Elementos del discurso propagandístico del Movimiento Popular Democrático en elecciones 2009 y 2013.....	65
2.4.1. Medios utilizados por el MPD en la difusión del discurso propagandístico.....	66
2.4.1.1. Sistematización de medios propagandísticos.....	66

### **CAPÍTULO 3**

#### **ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA PROPAGANDA DEL MPD DEL**

<b>PERIODO 2009-2013.....</b>	<b>73</b>
3.1. Acercamiento teórico al análisis de contenido.....	73

3.1.1. Metodología del análisis del contenido.....	75
3.2. Perspectiva teórica sobre la iconográfica, cromática y semántica.....	76
3.2.1. La iconografía y sus niveles de análisis .....	77
3.2.2. La composición cromática.....	78
3.2.3. La semántica y los indicadores para el análisis.....	81
3.3. Enunciados teóricos para la elaboración de la propaganda escrita según el Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE.....	84
3.4. Unidades de análisis: descripción en cuanto a la elaboración de la propaganda impresa del MPD emitida durante en 2009, 2010, 2011, 2012, 2013.....	87
3.5. El análisis de contenido propiamente dicho.....	96
3.5.1. La iconografía: descripción, denotación y connotación.....	96
3.5.2. La cromática y su connotación.....	99
3.5.3. La semántica y el análisis de las frases.....	101
3.6. Análisis e interpretación del trabajo con los grupos focales sobre el discurso propagandístico del MPD.....	105
3.6.1. Análisis e interpretación de las categorías referente a lo iconográfico.....	107
3.6.2. Análisis e interpretación de las categorías referente a lo cromático.....	111
3.6.3. Análisis e interpretación de las categorías referente a la semántica.....	112
3.7. Conclusiones.....	114

3.8. Recomendaciones.....	116
LISTA DE REFERENCIAS.....	118
ANEXOS.....	125

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resultados del referéndum de 1978 en Ecuador.....	34
Tabla 2. Resultados de las elecciones presidenciales de 1979 en la primera vuelta.....	44
Tabla 3. Resultados de las elecciones presidenciales de 1979 en la segunda vuelta.....	45
Tabla 4. Distribución de escaños del Congreso Nacional del Ecuador 1979.....	45
Tabla 5. Resultados electorales para la conformación de la Asamblea de plenos poderes en Montecristi (30 septiembre del 2007).....	59
Tabla 6. Resultados del referéndum aprobatorio de la nueva Constitución del 2008.....	61
Tabla 7. Características de los grupos focales (juvenil y adulto).....	106

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados de elecciones presidenciales en el 2006 en la segunda vuelta.....	56
Figura 2. Resultados de las elecciones presidenciales del 26 de abril del 2009.....	63
Figura 3. Resultados de elecciones presidenciales 17 de febrero de 2013.....	64
Figura 4. Resultados electorales de los asambleístas nacionales 2013.....	65
Figura 5. Hoja volante emitida por el MPD para convocar a elecciones internas en el 2011.....	67
Figura 6. Afiches “Siempre Revolucionarios” y “Con Alberto Acosta estamos seguros” emitidos por el MPD en el 2013.....	68
Figura 7. Portadas de dos ejemplares del periódico “Patria Nueva” emitido por el MPD en septiembre del 2009 y 2013.....	70
Figura 8. Primera edición de la revista Desafíos de la Izquierda emitida en el 2011.....	71
Figura 9. Calendario “Métele un gol a la oligarquía”. Mundial de Sud África 2010.....	71
Figura 10. Díptico “Patria Nueva” emitido por el MPD en octubre del 2010.....	72
Figura 11. Afiche de Mery Zamora candidata para asambleísta nacional por el MPD en el 2009.....	87
Figura 12. Hoja volante sobre la campaña “Afiliate” emprendida por el MPD en el 2010.....	89

Figura 13. Afiche sobre la campaña “Esta vez NO Presidente” emprendida por el MPD en el 2011.....	91
Figura 14. Periódico “Patria Nueva” emitido por el MPD en octubre de 2012.....	93
Figura 15. Hoja volante emitida en las campañas electorales para concejales de Quito en el 2013-2014.....	95

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo 1. Material analizado del discurso propagandístico del MPD.....	128
Anexo 2. Cuadro de resultados del trabajo realizado con los grupos focales.....	130
Anexo 3. Material fotográfico de trabajo con los grupos focales.....	135

## **RESUMEN**

En el presente trabajo se realiza un análisis del discurso propagandístico del Movimiento Popular Democrático (MPD), emitido en la ciudad de Quito en el periodo 2009-2013.

Para ello, en el primer capítulo se realiza una aproximación conceptual a los términos referentes a la política y lo político, la democracia, la comunicación política, el sistema de partidos políticos y la propaganda.

En el segundo capítulo, se expone los elementos referentes al contexto político en el cual se originó y desapareció el MPD. El retorno a la democracia en Ecuador, el sistema de partidos políticos, el Programa de Gobierno, los Estatutos, la Declaración de Principios Políticos e Ideológicos y la sistematización de los medios utilizados por el MPD en el discurso propagandístico.

En el tercer capítulo, se realiza el análisis de contenido del discurso propagandístico del MPD. Para ello, se realiza una aproximación teórica de los siguientes elementos: enunciados para la elaboración de la propaganda revolucionaria; la iconografía, cromática y semántica; y al análisis de contenido como técnica cualitativa de investigación. Además, se expone en este apartado, la estructura y caracterización de las unidades de análisis y los resultados del trabajo realizado con los grupos focales.

Por último, se exponen las conclusiones y recomendaciones en base a la composición iconográfica, cromática y semántica. Además, la percepción que la ciudadanía tiene del discurso, de los personajes del partido y del MPD como tal.

## **ABSTRACT**

The present work realizes an analysis of the propagandistic discourse of the Partido Movimiento Popular Democrático (Popular Democratic Movement Party, “MPD”) emitted in the city of Quito from 2009-2013.

The first chapter undertakes a conceptual approximation regarding the terms and categories concerning democracy, political communication, and the political party propaganda system.

The second chapter identifies the elements and political context in which the MPD first originated and later disappeared. Some of the themes developed in this section include: the return of democracy to Ecuador; the political party system; the Government Program; the legal statutes (i.e. the Constitution); the Declaration of Political and Ideological Principles; and the systemization of media-use by the MPD in the propagandistic discourse.

The third chapter is dedicated to an analysis of the content of MPD’s propagandistic discourse. In order to do so, a theoretical approximation of the following elements is realized: iconography; color and semantics; and a qualitative investigation regarding material content. The structure, characterization of unit analysis, and results of a focus group study are also discussed in this section.

The final section present the conclusions and recommendations stemming from the iconographic, chromatic, and semantic composition, as well as the perception that the citizenry retains with regards to the MPD, its discourse, and party members.

## INTRODUCCIÓN

El Movimiento Popular Democrático (MPD) fue un partido político que desde sus inicios se mantuvo en la plataforma política del país. Sin embargo, en los más de treinta años de vida política no logró el objetivo que consistía en posesionar un gobierno popular, patriótico, democrático y revolucionario; y aunque la propuesta política del partido acogía muchas de las demandas de los grupos sociales, el MPD no obtuvo un apoyo masivo como para posesionarse en el poder.

Este aspecto se relaciona directamente con el discurso emitido por el MPD, porque la propaganda se constituye en una de las herramientas más importantes al momento de transmitir y posesionar una ideología política dentro de la sociedad y conseguir el apoyo ciudadano. Pero hay que tener presente que la propaganda del MPD se identificaba como revolucionaria, de agitación, cuyo objetivo es crear conciencia en la clase trabajadora y promover la revolución del proletario en contra del capitalismo y la burguesía.

Para la construcción del discurso propagandístico el MPD tomaba como base el Manual de Propaganda Revolucionaria del PCMLE, en el cual se encuentra algunos postulados sobre la composición cromática, iconográfica y semántica del discurso. Además, de las características de los candidatos (as), del lenguaje y los medios más idóneos para transmitir el discurso revolucionario, como por ejemplo, la hoja volante, el afiche y el periódico.

A partir del conocimiento de los elementos teóricos sobre la construcción de la propaganda revolucionaria, se realiza un análisis de contenido del discurso propagandístico del MPD. Para ello se aplicará, el método de Panosfky, el análisis de discurso y la técnica cualitativa de los grupos focales.

El objetivo es identificar si el problema del discurso propagandísticos del MPD, está relacionado con: la aplicación de la teoría en relación con la iconografía, cromática y semántica; el desgaste político del discurso; o el desprestigio del partido mismo.

## CAPÍTULO 1

### POLÍTICA, COMUNICACIÓN Y PROPAGANDA

En este primer capítulo, se realizará un acercamiento conceptual a las categorías referentes a la política y a otros elementos que se relacionan con ella, como; la democracia, la comunicación política, la propaganda, el sistema de partidos políticos, entre otros. De esta forma, se tendrá una idea clara sobre los términos que se emplearán a lo largo de trabajo.

#### 1.1. Lo político y la política

El ser humano se ha caracterizado por vivir en comunidad. “Se agrupan en comunidades porque en la vida comunitaria está su bien más propio. (...) no es natural que el ser humano viva solo, lo natural en él es asociarse, vivir en común”. (Camps, 2001, p. 15)

Entonces, es el vivir en común lo que hace que lo político exista. ¿Pero, cuál es la diferencia entre lo político y la política? Básicamente, se podría decir que es la institucionalización de las relaciones comunitarias, lo que hace que lo político se transforme en política.

Mouffe (2007), concibe a lo político como:

La dimensión de antagonismo que considero constitutiva de las sociedades humanas, mientras que “la política” es el conjunto de prácticas e instituciones a través de las cuales se crea un determinado orden, organizando la coexistencia humana en el contexto de la conflictividad derivada de lo político. (p.16)

Etimológicamente, la palabra *política* proviene del griego *polis*, que significa *comunidad humana*. Y para entender más, sobre lo que a política concierne, a continuación se citará a algunos autores que hablan del tema.

Respecto a la política, Bouza Brey (1999), señala que:

Las relaciones sociales cada vez más intensas afectan a todos los ámbitos de la vida humana (...) **la política** es el gobierno de estas situaciones sociales, la actividad de dirigirlas, ordenarlas e integrarlas. Toda actividad humana

tendente a orientar hacia metas las situaciones sociales; o a ordenarlas e integrarlas, asignando papeles, recompensas y sanciones y resolviendo conflictos, es una actividades política. (p.39)

Desde el punto de vista de Bouza, la política no necesariamente es ejercida por un Estado o por la gente inmersa en él, sino que cualquier persona o individuo puede hacer política si se trata de algún aspecto referente a la sociedad. En este punto, cabe resaltar que los movimientos sociales, movimientos políticos y los partidos políticos unidos por un objetivo en común referente a alguna situación social hacen política, sin necesidad de estar en los diferentes relacionados con el Estado pero rigiéndose a un orden legalmente establecido.

Sartori (1999), piensa que a través de la política se puede también resolver conflictos sin llegar a la violencia, y manifiesta:

Yo prefiero en mucha mayor medida la política como paz, a través suyo la resolución no violenta de los conflictos y el disciplinamiento jurídico de la fuerza, en suma una convivencia en la cual la “ley de las leyes” sustituya a la ley de la jungla. (...) La política es la esfera de las decisiones colectivizadas, soberanas, coercitivamente sancionables e ineludibles. (p.255)

Cuando Sartori se refiere a la política como “esfera” se refiere a que la política no la hace sólo un individuo, sino que es una actividad de toda una colectividad, que toma las decisiones que han sido debatidas entre los integrantes.

Por otro lado, para hacer política desde la perspectiva de Sartori y de Bouza, la ética es un aspecto que no se debe dejar de lado y que incluso Aristóteles consideraba necesario. “Para éste filósofo “la ética es el fundamento de la política”. (Woodfin y Groves, 2006, p.139)

Esto hace referencia a que si la política es toda actividad que busca resolver las situaciones sociales o problemas sociales, no se podría realizar si no existen personas que busquen el bien común y caso contrario sólo les interesa el bien propio.

“La política tiene dos dimensiones: la primera hace referencia a la búsqueda del consenso y del acuerdo, mientras que la segunda plantea su ejercicio como una lucha intensa y apasionada, una pura y simple expresión de poder”. (Cisneros, 2002, p. 625)

Se podría concluir que cuando la política es ejercida por personas con valores, ética y que buscan el bien de la sociedad, es cuando prima el consenso y se alcanza la paz, como lo considera Sartori. Pero, si la política es utilizada sólo como una herramienta para alcanzar el poder, hace del individuo un ciudadano superior, represivo, violento y más; entonces, la política podría ser considerada como el arma más violenta para someter a un pueblo a los intereses de ese individuo.

Cisneros, en el mismo texto y página citada anteriormente, señala que “para la tradición de pensamientos que va desde Hobbes a Karl Marx, la política constituye, en efecto, nada más pero tampoco nada menos, un instrumento de dominación. (...) para Hobbes la política es la gramática de la obediencia”.

Esto quiere decir, que en el ejercicio de la política hay un individuo o una institución que ostenta el poder y que por medio de él se ejerce una relación de superioridad e inferioridad.

Espinoza (2009), recoge un sinnúmero de definiciones que nos ayudarán a establecer con más claridad lo que significa la política y menciona:

En términos generales el concepto “política” conlleva la existencia de diversas opciones y designa, por ende, un desacuerdo o conflicto entre los actores o aspectos ligados al diseño de política en un área de actividad determinada, respecto a un curso de acción actual o potencia del gobierno.

Para Ball (1990), las políticas representan la declaración operacional de los valores de una sociedad que buscan definir y prescribir determinadas líneas de acción.

Siguiendo con Levin (2001), se puede argumentar que la política y las propuestas de política a menudo, aunque no siempre, se hallan vinculadas a la definición de un problema y su solución requiere irremediamente de la aprobación o apoyo de los partidos y líderes políticos. (p.3)

Como se evidencia en todos los apartados, la política siempre está relacionada con un eje de acción, encaminada a la solución de un problema donde el apoyo de los ciudadanos a la propuesta de solución es lo más importante y lo que da poder para cambiar o revertir esa situación.

## 1.2. Comunicación y política

La política, corresponde a la actividad en la cual todos los partidos y movimientos políticos, movimientos sociales, personas individuales o reunidas en colectivos, realizan acciones para resolver problemas que aquejan a la sociedad. Lograr la igualdad respetando las diferentes entre un grupo y otro, además de la equidad en los seres humano debería ser el objetivo principal de política ejercido por los gobernantes, o los representantes de la sociedad en democracia.

Pero hay un aspecto esencial que debe o por lo menos debería estar presente en un proceso político, y este es la comunicación. Como se señaló anteriormente, en la actividad política el consenso y el diálogo deben primar, para que las decisiones que se tomen sean consensuadas y colectivizadas.

Cabe mencionar que la comunicación es un aspecto que debería estar presente en todos los ámbitos de la vida de los seres humano, para construir sociedades participativas, justas, donde todos tengan el derecho a ser comunicados y a comunicar.

La comunicación es parte del desarrollo que se ha producido a lo largo de la vida humana. Este proceso de desarrollo comunicativo se produjo como un aspecto de supervivencia de la propia la especie. Tal es el caso, que para el sociólogo Ogaz (2002), la comunicación humana:

Tiene que ver con los procesos de hominización del hombre que están estrechamente vinculados con las actividades de reproducción de su vida material, por tanto del trabajo y la generación de instrumentos de producción, es decir las primeras tecnologías. La necesidad de actuar colectivamente para las actividades de la caza, recolección, pesca y otras generó a su vez, la necesidad de comunicarse. (p.4)

Como se puede observar, la comunicación es esencial en la vida de cualquier ser humano, sea ésta verbal o no verbal. En un inicio el proceso de comunicación se produjo por medio de señas, después a través de los sonidos, posteriormente se dio paso a la palabra hablada hasta que llegó la escritura, como un medio para evitar que se olvidara información importante, debido a que la memoria es frágil y no puede retener la información por mucho tiempo.

Pereira (1999), seguido por Ogaz (2002), señala que:

Hay que considerar a la comunicación como un hecho social omnipresente y permanente, producto del trabajo y producción humana y también, como el medio que permite el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos (...) a la comunicación hay que asumirla como una praxis colectiva. (p.9)

Es decir, la comunicación se desarrolla por medio del diálogo, de la práctica, donde el verbo *comunicar* implica mucho más que simplemente informar. En el verdadero proceso comunicativo está presente la retroalimentación que es un proceso de doble dirección, esto quiere decir que para que se considere comunicación, en un acto deben por lo menos participar dos personas, en el cual ambas comunican y no sólo informan. Por tanto, la comunicación es un proceso que atraviesa todos los ámbitos en el cual se desarrolla el ser humano.

Pero ¿cuándo la comunicación forma parte de la política, o qué tiene que ver la política con la comunicación?

Estos dos aspectos se relacionan porque la política necesita de la comunicación, principalmente para ganar aceptación en la sociedad, y de esta forma las personas que están inmiscuidas en la política obtienen poder, que les permita en un buen sentido, realizar actividades en favor de la sociedad, porque por medio del voto en los países democráticos, las personas que están en las diferentes esferas del Estado, se convierten en los representantes de la sociedad.

Para Carpio y Mateos (2006), señala que:

La Comunicación no necesariamente está dirigida a ganar una elección. La comunicación puede utilizarse también entre otras aplicaciones; para una campaña política gubernamental, para un referéndum, para conseguir una ley o, por el contrario, para derogarla. Es decir, la comunicación política abarca un aspecto muy amplio. (p.5)

Como se puede evidenciar, la comunicación es esencial en el proceso político y en la actividad política, debido a que el objetivo es que la sociedad conozca las propuestas políticas. Además, de construir un canal donde prevalezca el diálogo con la sociedad,

para que los políticos que pretenden ocupar un lugar en el poder, sepan las inquietudes, preocupaciones o problemas de la sociedad a los cuales deben darles solución.

Un aspecto que se debe tomar en cuenta en la comunicación política, es que no sólo la comunicación verbal es importante, sino que la comunicación no verbal. Los gestos, el movimiento, la forma de vestir, la actitud, también envían un mensaje a la sociedad. “La comunicación no verbal juega un rol decisivo. Por ello, no es sólo lo que se dice, sino quién lo dice y cómo lo dice”. (Carpio y Mateos, 2006, p.9)

Para que un discurso político tenga efecto, no necesita solamente que esté construido o redactado bien, sino que la actitud y fuerza del exponente al momento de hablar hace que el discurso tenga efecto. Por ejemplo, si alguien da un discurso de una forma fría, sin fuerza en la voz, sin mantener contacto visual con el público, sin movimiento en las manos, el resultado es que la gente se aburriría rápidamente y el discurso no causaría ningún efecto porque nadie puso atención a lo dicho.

Por esta razón, para que un político capte la atención del pueblo o electorado, tiene que tener claro que la comunicación verbal y no verbal es fundamental, caso contrario el discurso y las propuestas no lograrán calar en la mente de la sociedad. Cabe resaltar que para fortalecer este aspecto sobre la promoción política, con el tiempo se desarrollaron herramientas como la propaganda que ayuda a los candidatos (as) a establecer su imagen y propuesta política en la sociedad. Para ello, es importante identificar el paradigma de Harold Lasswell en cuanto al proceso funcionalista de la comunicación.

### **1.3. La propaganda y su importancia en la política según el paradigma de Harold Lasswell**

Dentro de la política, el proceso de comunicación entre el emisor del mensaje (candidatos, candidatas, organizaciones o instituciones políticas, etc.) y el receptor, se podría considerar que es un proceso unidireccional y más aún, si se emplea una técnica como la propaganda, cuya característica principal es la persuasión política, ideológica o religiosa del público o las masas al que se dirige el mensaje.

Se considera al proceso comunicativo “unidireccional” porque lo que más prevalece en él, es que el mensaje emitido sea contundente, que convenza al público, sin que exista la posibilidad siquiera de un retorno del mensaje. Sino que, como respuesta se obtenga la acción misma producida por el mensaje emitido.

Este modelo funcionalista de la comunicación, tuvo lugar después de la Segunda Guerra Mundial y su principal exponente es Harold Lasswell, quien diseñó el paradigma de la comunicación basado en cinco preguntas básicas: “¿Quién lo dice? ¿Qué dice? ¿A través de qué canal? ¿A quién? ¿Con qué efecto?”. Respecto al tema, Martínez Terrero (2006) señala que:

El modelo, en efecto, legitima el cuadro conceptual de referencia de la sociología funcionalista de los medios, y considera el proceso comunicativo como una especie de actividad unidireccional y transmisiva, en la que el emisor juega un papel de primer plano respecto a un destinatario fundamentalmente pasivo, o casi pasivo. (p.23)

Lasswell, fue uno de los pioneros en el estudio de los mass medias, “por tanto, considera la comunicación como un proceso funcional para el equilibrio y el control social”. (Martínez Terrero, 2006, p.25). Esto significa que, a través de los medios de comunicación, un efectivo mensaje y una técnica como la propaganda se puede conseguir determinadas conductas dentro de una sociedad y esta conducta no va a ser otra que, la que deseen los emisores de mensaje.

Además, profundizó en temas como la propaganda, elecciones y opinión pública. “Para Lasswell, propaganda y democracia van de la mano. La propaganda constituye el único medio de suscitar a las masas; además es más económica que la violencia, la corrupción u otras técnicas de gobierno de esta índole”. (Mattelart & Mattelart, 1997, p.29)

Por otro lado, los medios de comunicación juegan un rol esencial en el funcionamiento del paradigma de Lasswell para lograr el equilibrio de la sociedad. José Martínez Terrero (2006), señala que para ello:

Se requiere que haya libre flujo de información e ideas, y que todos los subsectores estén informados sobre el equilibrio necesario de la sociedad. (...) Los

medios masivos deben informar sobre los planes del gobierno, para que uno pueda conocer y entrar en el proceso de las decisiones colectivas. (p.23)

Por otro lado, Armand Mattelart y Michele Mattelart (1997) mencionan que:

Los medios de difusión han aparecido como instrumentos indispensables para “la gestión gubernamental de las opiniones”, tanto de las poblaciones aliadas como de sus enemigos, y, de forma más general, han avanzado considerablemente las técnicas de comunicación. (p.29)

Dentro de estas técnicas de comunicación, se encuentra la propaganda sea ésta escrita o audiovisual y que en la actividad política es muy utilizada. Por esta razón, se podría relacionar al paradigma de Lasswell referente a la comunicación con la propaganda, a fin y al cabo, este modelo funcionalista está formulado para persuadir a las masas en cuanto a un orden social y en la propaganda en cuanto a una ideología política a seguir.

#### **1.4. Propaganda política y propaganda revolucionaria: manipulación vs conciencia de clase**

La propaganda, es una de las herramientas más cotizadas para emitir una propuesta política o para conseguir que la sociedad acoja una ideología política. Jean Marie Domenach (1950), señala que:

La fusión de la ideología con la política da otro tipo de propaganda (...) no se trata de una actividad parcial y pasajera, sino de la expresión misma de la política en movimiento, como voluntad de conversión, de conquista y de explotación. Esta propaganda está ligada con la introducción de las grandes ideologías políticas como el fascismo. (p.17)

Cabe señalar que no existe un solo tipo de propaganda, por ejemplo, la propaganda promulgada por Lenin se caracterizaba por la agitación, con el fin de provocar en los trabajadores la iniciativa de revolución. En cambio, la propaganda de Adolf Hitler en la Alemania Nazi, estaba enfocada en instaurar en el poder a un solo personaje que través de la manipulación lograría consentimiento de la sociedad.

Entonces, se puede hablar de dos tipos de propaganda que en la política buscan dos objetivos diferentes: una busca manipular a la sociedad para legitimar un poder de un

personaje específico; y la otra, busca crear conciencia de clase en los trabajadores para alcanzar la “revolución proletaria”.

Lo que si hay que dejar claro, es que tanto Hitler como Lenin hicieron uso de la propaganda política, aunque con distintos fines y son precisamente los fines lo que permite hoy hablar de dos tipos de propaganda aplicada en la política.

Pero antes de pasar a identificar las diferencias entre la propaganda de manipulación o para crear conciencia de clases, hay que identificar en qué consiste la propaganda en sentido amplio.

Para Bartlett (2002), la propaganda es:

Un intento de influir en la opinión y la conducta -de manera especial en la opinión y conducta sociales- en tal forma que las personas adopten las opiniones y conductas indicadas (...) en realidad la propaganda política, en la vida contemporánea, generalmente se desarrolla primero por el estado, dentro de él y para sus propios habitantes. (p.16)

Para Jean Marie Domenach (1950), respecto a los orígenes de la propaganda expone:

La propaganda política data desde la Revolución Francesa. Fue de los clubes, de las asambleas, de los comités revolucionarios de donde salieron los primeros discursos de propaganda. Pero Lenin quiso infundir dinamismo mediante la agitación y la propaganda, a esas masas socialdemócratas caídas en mano de los políticos aburguesados. (p.17)

El Manual del Partido Comunista Marxista Leninista del Ecuador PCMLE (2006), expone que:

Etimológicamente la palabras propaganda procede del latín “propagare” que significa reproducir, plantar. Propaganda significa expansión, diseminación, multiplicación rápido (...) es el nombre que se le da a toda acción que difunde o extiende el conocimiento de una cosa. (p.12)

Como se puede observar la propaganda está dirigida a convencer a las masas o pueblo sobre algo. Cabe mencionar que en un principio se creía que la propaganda y la

publicidad eran dos cosas iguales, pero con el tiempo se determinó que la publicidad está destinada a vender algún producto específico del mercado, y que la propaganda está dirigida a implantar una ideología en la sociedad respecto a temas económicos, políticos, religiosos, entre otros. Por esta razón, “la propaganda puede compararse con la publicidad en cuanto tiende a crear, transformar o confirmar opiniones, pero se distingue de ella porque persigue un fin político y no comercial”. (Jean Marie Domenach, 1950, p.6). Siendo ésta la principal diferencia entre la propaganda y publicidad.

Una vez que se ha expuesto los conceptos y definiciones sobre la propaganda, cabe mencionar las diferencias entre la propaganda de manipulación y la propaganda revolucionaria.

En un inicio se mencionó que los mayores exponentes de la propaganda política los encontramos en Lenin y Hitler, durante el siglo XX. Los aportes de estos dos personajes, se constituyeron en los pilares para la propaganda en la actualidad. Sin embargo, cada uno de ellos manejó un estilo diferente, lo que hace necesario realizar una diferenciación entre propaganda de manipulación y propaganda revolucionaria.

Cabe mencionar, que la importancia de precisar estas diferencias es porque el objeto de estudio de este trabajo consiste en analizar el discurso propagandístico del MPD, lo cual nos ayudará a identificar la tendencia propagandística del mismo.

#### **1.4.1. Propaganda de manipulación**

El exponente de este tipo de propaganda definitivamente es Adolf Hitler con la ayuda de su secretario de propaganda Joseph Goebbels.

Hitler, fue canciller y presidente de Alemania durante los años 1933-1945 por el Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán e instauró un Estado totalitario conocido como el Tercer Reich o la Alemania Nazi. En este periodo, Hitler guió a la nación alemana durante la Segunda Guerra Mundial con el fin de lograr su mayor objetivo “los planes expansionistas en Europa”.

Durante este tiempo, la propaganda política jugó un papel importante en la manipulación del pueblo alemán y es precisamente aquí donde Goebbels juega un rol fundamental. Como secretario de propaganda, Joseph Goebbels fue el encargado de establecer las estrategias comunicacionales y propagandísticas que Hitler puso en práctica para manipular a los alemanes en contra del pueblo judío. “Para Goebbels, podía fallar el sentimiento, el espíritu, más no el comportamiento. Se le atribuye mucho de propaganda moderna, entre ellos sus 11 principios famosos”. (Todo Marketing Político, 2012).

- Principio de simplificación y del enemigo único: este principio se aplicaba en que los enemigos de toda la Alemania era los judíos.
- Principio del método de contagio: este aspecto era importante por si existía alguien u otra nación que decidiera apoyar a los judíos, se convertía de forma inmediata en enemigos también de Alemania.
- Principio de transposición: esto significa que si al enemigo o adversario le va bien, lo mejor no es negar eso, sino restarle importancia dando a conocer cosas que distraigan al público.
- Principio de exageración y desfiguración: esto significa que cualquier cosa que el enemigo haga, hay que hacerla ver como peligrosa o grave para todos, donde los que están en el poder son los padres salvadores y la sociedad tiene que dejar todo en sus manos.
- Principio de la vulgarización: la propaganda debe ser popular, tiene que estar dirigida a la masa para manipular, ya que la masa es considerada como algo que no tiene forma, que no tiene criterio definido y que puede adaptar cualquier forma o ideología que se le promulgue.
- Principio de orquestación: tiene que ver con la repetición de la idea y con la extensión de la misma. Para que una idea se instaure fácilmente en la masa, tiene que ser de fácil comprensión y de continua repetición. Por esta razón, de dice que una mentira se repite muchas veces, se convierte en verdad.
- Principio de renovación: significa que cuando el enemigo responda al ataque que se le ha realizado, el pueblo o la masa ya está interesado en otra cosa. Por tanto, el discurso debe renovarse constantemente, para que cuando el enemigo quiera replicar sobre determinado tema, el público ya no lo recuerde.

- Principio de verosimilitud: se refiere a que los argumentos de deben de construir en base a diversas fuentes.
- Principio de la silenciación: se refiere a que cuando no se está preparado para responder a los ataques del adversario, es mejor mantenerse en silencio, en lugar de responder erróneamente. Y si por último, no hay respuestas alguna lo mejor es desviar la atención hacia otra cosa.
- Principio de transfusión: esto significa que los argumentos y propuesta deben de basarse en valores y creencias o aspecto importantes para la sociedad o la masa. De esta forma ésta acogerán con mayor facilidad la propuesta porque se identifican con ella, ya que recoge aspectos importantes referentes a la cosmovisión del pueblo. Por ejemplo, Hitler apeló al nacionalismo para ejercer su voluntad sin que las y los alemanes se revelaran, porque eran todos ellos unidos contra un solo enemigo.
- Principio de la unanimidad: significa que hay que converse a la gente de que todos piensan iguales, y que lo más importante de esto es seguir unidos para enfrentar al enemigo, ya que el daño que el adversario puede causar nos afectara a todos.

Estos son los principios que guiaron la propaganda nazi y que a partir de allí, se instauraron en la mayor parte de la propaganda política. Sin embargo, no toda la propaganda se basa en estos principios porque como ya se ha mencionado, su principal objetivo es manipular a las masas para que adopten determinadas conductas, pero existen partidos, movimientos y organizaciones políticos y sociales que hacen uso de otro tipo de propaganda como la revolucionaria que incita al levantamiento de las masas.

#### **1.4.2. Propaganda revolucionaria**

La principal razón para la existencia de la propaganda revolucionaria, es que el proletariado (como los identificó Marx) o los trabajadores tomen conciencia sobre su realidad, a esto se lo conoce como “conciencia de clase”. La propaganda revolucionaria, no está dirigida a manipular a las masas sobre la forma de pensar, sino que el objetivo es promover la revolución de la clase trabajadora contra el sistema capitalista y la burguesía.

Lenin, que a través de la propaganda y la agitación logró la revolución bolchevique (1917), se convierte en el exponente principal de este tipo de propaganda. Jean Marie Domenach (1950), señala que:

La propaganda de tipo bolchevique puede reducirse a dos expresiones esenciales: la revelación política o denuncia y la voz de orden. La primera tiende a esclarecer los intereses de la clase dominante y el fundamento real de su poder; y la segunda, es la representación verbal de una fase de la táctica revolucionaria “Todo el poder a los soviets”, “Tierra y Paz”, “Pan, Paz, Libertad”. (p.24)

Como se expone, la propaganda revolucionaria está destinada primero a que la clase trabajadora entienda como funciona las relaciones de poder, para después formular estrategias de intervención y revolución con el objetivo de cambiar esa realidad. Como por ejemplo, que el proletario tenga acceso a los medios de producción que se encuentran en manos de la burguesía.

Por lo regular este tipo de propaganda es practicada por los grupos, movimientos sociales, o partidos políticos que comparten la ideología de izquierda, esto se debe a que la conformación misma de este tipo de ideología se debe a la defensa y lucha de los derechos de la clase menos favorecida y que buscan la instauración del socialismo y comunismo. Todo lo dicho anteriormente nos lleva a la inquietud de saber qué exactamente es propaganda revolucionaria.

Para dar respuesta a esta inquietud, hemos tomado como base al Manual de Propaganda Revolucionaria del PCMLE (2006) que dice:

La propaganda revolucionaria marxista leninista es la difusión de la ideología del proletariado, del marxismo-leninismo y el internacionalismo proletario, las líneas políticas, el programa, las resoluciones y directivas del partido, de sus opiniones y puntos de vista, sobre todos los acontecimientos entre los trabajadores y pueblo (...) para impulsar su unanimidad, su organización, su combate, su educación, orientándonos, guiándonos en la lucha por la conquista del poder. (p.15)

Como se puede evidenciar, la propaganda revolucionaria busca la socialización y difusión de los objetivos de la clase proletaria, para unirse en contra de la burguesía y luchar contra la división de clase y el capitalismo, ya que objetivo último es instaurar el socialismo.

En este punto cabe realizar la aclaración sobre qué significa ideología. Terry Eagleton (2005), señala que “no existe una adecuada definición de ideología”. Sin embargo, él recoge algunas definiciones que circulan sobre el término:

El proceso de producción de significados, signos y valores en la vida cotidiana; conjunto de ideas características de un grupo o clase social; ideas que permiten legitimar un poder político dominante; medio por el que los agentes sociales dan sentido a su mundo de manera consciente. (p.19)

Y después de analizar muchas de estas definiciones Eagleton (2005), realiza su propia definición y dice:

Podemos entender por ideología el proceso material general de producción de ideas, creencias y valores en la vida social; además, de que el sentido de la ideología gira en torno a las ideas y creencias que simbolizan las condiciones y experiencias de vida de un grupo o clase concreta, socialmente significativo; y por último que la ideología se da a partir de las “relaciones vividas” y que la transformación de esas relaciones sólo podrían conseguir mediante el cambio de la propia realidad. (p.53)

Entonces, tenemos que la ideología es principalmente una construcción social por parte de un grupo de individuos, que han pasado por vivencias similares o que comparten un objetivo en común. En el caso del proletariado, el objetivo es tener acceso a los medios de producción, reorganizar el orden social o el funcionamiento de la sociedad para poner fin al capitalismo e instaurar el socialismo y para ello, es importante la propaganda revolucionaria que incite a los trabajadores, a la clase desfavorecida a revelarse contra el poder capitalista y conseguir lo que Karl Marx nombraba como “la dictadura del proletariado”.

Por tanto, la propaganda revolucionaria es diferente a la propaganda política en el sentido, en que la primera no busca manipular a las masas para obtener la aceptación

dentro de la sociedad, no trata de imponer o influir en la opinión de las masas sobre un tema de interés público, sino que busca que las masas se revelen contra el poder, esas masas sometidas a la explotación salarial y dominadas históricamente por parte del sistema capitalista y burgués.

Se mencionó al inicio de este apartado, que era importante realizar una diferenciación entre la propaganda de manipulación y la propaganda revolucionaria que busca crear conciencia en las masas y concretar la revolución. Esto se debe, a que el Partido Movimiento Popular Democrático (MPD), manifestaba que su discurso propagandístico era revolucionario y que tomaba como base el Manual de PCMLE para aplicar esos principios en elaboración de su discurso propagandístico. Sin embargo, este análisis de la propaganda del MPD se realizará en los capítulos siguientes y en este momento se identificará las características de la propaganda revolucionaria.

Cabe realizar una definición más sobre este tipo de propaganda y tener los parámetros claros para posteriormente realizar el análisis sobre la propaganda del MPD. Según el Manual del PCML (2010), la propaganda revolucionaria debe:

Mantener siempre el carácter de clase del proletariado, de la clase obrera y expresar los intereses filosóficos, políticos, económicos, sociales, y morales, etc., de la clase obrera, convirtiéndose en un arma poderosa en la lucha ideológica y política por el derrocamiento del sistema burgués, (...) donde el propagandista revolucionario explica, analiza, orienta, educa, agita, denuncia.  
(p.17)

Como se puede observar, una de las características de la propaganda revolucionaria es que siempre incita a la revolución, a la acción y la toma de conciencia de la clase proletaria, donde la agitación juega un rol importante, porque se enfoca en que las masas se incorporen de forma inmediata a la acción. El agitador debe ser buen orador, para calar en la conciencia de los trabajadores y producir movilización en ellos. Cabe resaltar que Lenin, se convirtió en uno de los agitadores más importante en la historia de la propaganda revolucionaria.

Por último, respecto a la propaganda revolucionaria se puede resumir las siguientes características expuestas en el Manual del PCMLE (2006):

- Es ceñida estrictamente a los principios marxistas-leninistas.
  - No incurre en desviaciones de derecha o de izquierda.
  - Los análisis, las interpretaciones, opiniones, comentarios, la información, etc., no se apartan del principio de la lucha de clase.
  - Analiza todos los problemas y fenómenos (...) desde el punto de vista marxismo-leninismo, del internacionalismo proletario, de la ideología de la clase obrera.
  - Difundir la ideología de la clase revolucionaria.
  - Utilizar medios clandestinos de trabajo.
  - Que las mismas masas participen en la elaboración de la propaganda revolucionaria.
  - El lenguaje es preciso, combativo, agudo, virulento y popular (no populacho) claro, convincente, responsable y vivaz.
  - La propaganda revolucionaria mantiene la iniciativa, y marcha a la ofensiva nunca a la defensiva.
  - La propaganda revolucionaria debe ser ágil, oportuna y dar en el blanco. Es ordenada, planificada, audaz, y persistente, no dispersa y errática.
  - Y por último, va dirigida a la clase obrera, a los asalariados agrícolas, a los campesinos, a la pequeña burguesía urbana (maestros, estudiantes secundarios y universitarios, masas populares barriales, artesanos, intelectuales, jóvenes, mujeres, etc.) a los patriotas y demócratas, hombres y mujeres de todo el país.
- (p. 24-26)

### **1.5. Democracia: participación y representación política**

A lo largo de la historia el poder en los distintos ámbitos de la vida, ha sido la causa de muchos conflictos en la sociedad. En un principio, obtener poder y ser el líder de la manada era una cuestión de sobrevivencia; pero con el transcurrir de los años, tener poder significaba ser superior al otro e imponer la voluntad sobre los otros.

A medida que la “política” fue tomando cuerpo dentro de la sociedad y que la conformación del Estado como ente regulador de la organización social, política, económica y cultura, la denominada “democracia” se posesionó como un medio para llegar al poder legítimamente, dejando atrás la tiranía y el totalitarismo.

Sin embargo, cabe mencionar que la democracia que predomina en la actualidad y en la mayoría de las sociedades, no es el único tipo de democracia posible o que haya existido a la largo de la historia. Se puede registrar por lo menos tres tipos: la directa, la participativa, y la representativa.

La manera de concebir a la democracia, depende mucho desde donde se la mire y la concepción que cada ser humano tenga respecto a la participación. Sobre este tema, Silva (1993), menciona que existen dos posturas o teorías sobre la democracia que han incidido en la forma de aplicación de la misma.

Una es la teoría *participacionista*, donde la democracia debe lograr la mayor participación posible del pueblo; y la otra, es la *elitista*, donde la participación popular en la democracia debe limitarse a ser sólo un medio para la generación de los líderes y, en todo caso, de control, pero no de gestión directa de los asuntos. (p.1)

A partir de lo expuesto, se podría considerar que la forma de democracia que predomina es la que obedece a la teoría elitista. Porque casi en ninguna sociedad en la actualidad, se ve que el pueblo participe directamente en la toma de decisiones, sino que la participación de la ciudadanía se limita al sufragio, donde se vota por un personaje, quien es el encargado de representarnos en las distintas instituciones del Estado.

En este punto, cabe mencionar que la teoría participacionista no se constituye en una simple oposición a la teoría elitista, sino que a través de ella se pretende dar herramientas para que la democracia sea un proceso de participación real del pueblo, como fue el caso de la democracia directa en la Grecia antigua.

En la sociedad griega, los ciudadanos se reunían en el *Ágora*, donde debatían y tomaban las decisiones. Pero esta forma de actuar de los griegos obedece a la concepción del hombre como “animal político”, donde la “vida humana, es sobre todo, vida en sociedad”. (Camps, 2011, p.77).

La democracia es “la forma de gobierno en la que el pueblo es soberano y que la democracia de los modernos se distingue de la de los antiguos por la manera en que el pueblo ejerce el poder”. (Bobbio, 1996, p.229)

Como se puede observar, la forma como se ejerce la democracia ha ido cambiando con el pasar de los años. Esta dialéctica ha respondido a situaciones sociales, culturales, políticas, y especialmente a cuestiones demográficas. Tal es el caso, que Victoria Camps (2011), señala que la democracia directa en las ciudades griegas era posible debido a que:

Las ciudades griegas eran comunidades pequeñas, donde la participación de los ciudadanos en la vida pública era fácil. El órgano soberano de gobierno era la Asamblea, constituida por los ciudadanos (necesitaban un quórum de 6.000 personas para poder tomar decisiones). El llamado “Comité de los Quinientos” y el “Comité de los 50” eran órganos destinados a organizar y proponer a las Asambleas decisiones públicas pertinentes. (p.78)

Entonces, se podría considerar que una de las condiciones para ejercer la democracia directa es que los ciudadanos participen en la toma de decisiones. Aunque cabe resaltar, que en las sociedades griegas no todos participaban en los debates, los esclavos, las mujeres y los extranjeros, no tenía ese derecho. Pero, para que la democracia directa tuviera lugar en las sociedades griegas, era necesario contar con dos condiciones: “a la pequeñez de la polis y la autonomía de las ciudades”. (Camps, 2011, p.79)

Y es precisamente aquí, que la democracia directa se encuentra con el primer problema en las sociedades actuales. El crecimiento poblacional es uno de los factores que intervino para que se produjera el cambio respecto a la forma como el pueblo ejercía el poder; la densidad poblacional creció con el pasar de los años y la democracia representativa se instauró como única forma de participación posible.

Sin embargo, hay autores que sostienen que aunque se viva en una democracia representativa, la participación del pueblo es posible y que ésta no debe limitarse a la simple elección de los representantes.

Por ejemplo, Silva (1997), señala que:

La democracia directa, consiste en la adopción de las principales decisiones del Estado por los propios ciudadanos y que la participativa consiste en que sean los propios ciudadanos los que adopten las decisiones, sin abarcar

necesariamente la totalidad de los procesos de decisión, pero en todo caso una proporción importante de ellas. (p.1)

Para explicar lo que la autora menciona, tomemos como ejemplo al Ecuador. Todos sabemos que en Ecuador existen en la actualidad más de 14 millones de habitantes y sería imposible que todos los ciudadanos y ciudadanas asistan a la Asamblea Nacional para debatir las leyes, y tomar una decisión. Lo que la autora propone, es que en los temas de mayor importancia para el país (aprobación de la Constitución del 2008), los ciudadanos participen en la elaboración y aprobación de las leyes, que no sean sólo las y los asambleístas los que las elaboren y aprueben. De esta forma, la democracia no sólo se reduciría a “un método político, a arreglos institucionales que se centran en el proceso electoral”. (Schumpeter, seguido por Dahl, 1987, p.110).

Esta posición también es compartida por Sartori, quien menciona que “la función del pueblo en la democracia consiste en manifestar su opinión en las elecciones para elegir a los líderes que habrán de gobernarle y no para gobernarse a sí mismo, lo que es visto como un imposible”. (Sartori, 1965, p.121)

Desde esta posición, tendríamos que el poder del pueblo en un Estado democrático, se limita a la simple decisión al momento de elegir a sus representantes, más no a tener derecho a participar en la toma de decisiones.

Pero bueno, no corresponde en este trabajo debatir sobre el mejor modelo de democracia, sino que hablar de democracia es importante porque dentro de este sistema tiene lugar los partidos políticos y por tanto el MPD, que es nuestro objeto de estudio. Por eso a continuación, se describirá en breves rasgos el proceso de la instauración de la democracia representativa que es donde tiene lugar y origen el MPD.

Respecto a los orígenes de la democracia representativa, Victoria Camps (2001), señala que:

En el siglo XVII, la Constitución inglesa y el ordenamiento compuesto por la monarquía, la Cámara de los Lores y la Cámara de los Comunes constituyen el paso a la democracia representativa y el desvanecimiento de los regímenes republicanos clásicos. Poco a poco, distintos acontecimientos unidos al significado que adquieren los partidos radicales, como los whigs ingleses

(Partido Liberal Británico), van oponiendo al republicanismo aristocrático un republicanismo más democrático. Ya no se piensa, como en Atenas, que el pueblo debe gobernar, pero sí que los gobernantes deben representar al máximo todos los intereses de los gobernados. (...) Es en Inglaterra del siglo XVII los puritanos y los llamados “niveladores” (Levellers) empiezan a manifestarse por la ampliación del sufragio y el derecho al voto. (p.85)

Con la desaparición de la democracia directa, el Estado pasa a formar parte fundamental para el desarrollo de la democracia representativa. Está en manos del Estado brindar las condiciones necesarias a través de los organismos competentes para el pueblo elija a los representantes, además de organizar políticamente a la sociedad.

Pero para que esto se lleve a cabo, el Estado necesita de elementos que hagan posible su existencia. Para ello, Borja (2007), nos enumera los siguientes elementos:

Cuatro son los elementos constitutivos del Estado: *el pueblo*, que es su elemento humano; *el territorio*, que es su entorno, físico; *el poder político*, que es la facultad de mando sobre la sociedad; y *la soberanía*, que es su capacidad de autoobligarse y autodeterminarse sin sufrir interferencias exteriores. (p.52)

Como se puede evidenciar, el pueblo o la sociedad es el pilar fundamental para la creación de un Estado y por tanto, para la existencia de la democracia, llámese representativa, directa o participativa.

La democracia es definida por Borja (2007), de la siguiente manera:

La democracia es una forma de organización estatal que promueve un alto grado de participación popular en las tareas de interés general. Mientras mayor es esa participación tanto más democrático es el Estado y, a la inversa, mientras menores son las posibilidades de participación que se otorgue al pueblo, tanto menos democrático y tanto más autocrático es el Estado. (...) En resumen, la democracia es una forma de Estado antes que una forma de gobierno. (p.167)

Esto quiere decir, que la democracia no debe estar por ningún concepto sujeta a la voluntad de un gobierno, sino que basta con la existencia del Estado democrático para que el pueblo ejerza el poder; porque gracias a los procesos democráticos es que la

ciudadanía otorga el poder al Estado. Cabe resaltar, que esto tiene sentido en las sociedades donde se ejerce la democracia representativa.

Por otro lado, un aspecto que hay que rescatar de la definición de Borja, es la relación que hace entre democracia y participación. Esto estaría enfocado, en que el poder del pueblo no depende de un gobierno; sino, que el pueblo organizado en forma de Estado tiene el derecho a exigir al gobierno de turno el respeto a la participación; ya que por medio de la participación es que se produce la legitimidad de un gobierno dentro de la democracia representativa.

La participación del pueblo en democracia, es también defendida por James Stuart Mili, unos de los máximos exponentes de la teoría participacionista. Mili, seguido por Larraín (1988), señala que:

Es evidente que el único gobierno que puede satisfacer por completo todas las exigencias del estado social es aquel en el que todo el pueblo participa y que cualquier participación, aún en la más mínima función política, es útil. (...) La participación debe ser en todos lados tan grande como lo permita el grado general de progreso de la comunidad. (p.40)

Por otro lado, Norberto Bobbio (1996), menciona también que la democracia:

Es la forma de gobierno en la que rigen normas generales, las llamadas leyes fundamentales, que permiten a los miembros de una sociedad, por numerosas, que sean, resolver conflictos que inevitablemente nacen entre los grupos que enarbolan valores e intereses contrastantes sin necesidad de recurrir a la violencia recíproca. Estas reglas son primariamente las que atribuyen a los representantes de los diferentes valores e intereses el derecho a expresar libremente sus opiniones, incluso las opuestas a los gobernantes en turno, sin correr el riesgo de ser arrestados, exiliados o condenados a muerte y el poder de participar directa o indirectamente, mediante delegados o representantes, en la formación de las decisiones colectivas, con un voto calculado de conformidad con el principio de la mayoría. (p.234)

Como se puede evidenciar, Bobbio también resalta la participación de la sociedad como fundamental de la democracia ya sea de una forma directa o por medio de la

representación, donde el principio de la mayoría debe ser respetado. Pero, hay que tener cuidado con el tema del “principio de la mayoría” porque esto no significa que la opinión de la minoría no sea válida o tomada en cuenta en un país democrático y hay que decirlo, que este precisamente se constituye en unos de los problemas más graves de la democracia en la actualidad.

“La primera limitación de las mayorías es precisamente el respeto a la opinión de las minorías. La democracia es una forma peculiar de organización de la sociedad en su conjunto, que compromete al todo social y no solamente a una parte”. (Borja, 2007, p.168)

Esto quiere decir, que aunque en democracia la mayoría gana, eso no significa que las minorías no tenga voz ni voto en las tomas de decisiones. No se trata de anular la opinión o la participación de las minorías, sino que en un Estado de derecho, todos y todas tienen el derecho de participar, opinar y porque no, tomar en cuenta a esas minorías para que aporten con propuestas políticas, económicas y sociales en beneficio del país. “La mayoría no está en posesión de la razón, puede equivocarse y decidir en contra de la que sería el bien común”. (Camps, 2001, p.102)

Lo importante de vivir en democracia, no es que las mayorías impongan su voluntad y las minorías tengan que aceptarla, sino que, una vez que se conoce quiénes conforma la mayoría se establezcan caminos para el diálogo y que se permita la participación de las minorías en los procesos políticos de un país. En breves palabras, se podría decir que la palabra democracia significa, que el pueblo decida sobre determinados asuntos o temas de interés público, porque vivir en democracia significa que la ciudadanía pueda participar, opinar y decidir.

## **1.6. Sistema de partidos políticos**

A partir de todo lo expuesto referente a la política, al Estado y a la democracia, los partidos políticos son también un elemento dentro de los sistemas políticos democráticos esenciales para entender la dinámica que se produce entre éstos elementos.

Los partidos políticos se fundan gracias a que un número determinado de personas comparten una ideología en este caso política, se juntan para luchar por un objetivo

que busca el bien común de la sociedad. Pero para que éstos partidos políticos puedan constituirse como tal, debe existir normas y reglamentos para que puedan constituirse como tal, a éstos se le denomina el sistema de partidos políticos bajo el cual se desarrollada un país democrático.

Un sistema de partido comprende: “el número de partidos; el tamaño de la estructura partidista; la distancia ideológica entre los partidos políticos; la relación entre ellos, con la sociedad y el sistema político mismo”. (Mariñez Navarro, 2001, p.252).

La estructura partidista hace referencia a la cantidad de partidos políticos que existen o que están registrados en el sistema de partidos de un país. Esta estructura puede tomar el nombre de unipartidista (único partido político), bipartidista (dos partidos políticos) o multipartidista (varios partidos políticos) entre otros.

La distancia ideológica, se refiere a la ideología política con la que se identifican cada uno de los partidos políticos, llámese esta capitalista, socialista, comunista, entre otras. Todos estos elementos constituyen el sistema de partidos políticos que para Duverger, seguido por Mariñez Navarro (2001), lo definen de la siguiente manera:

Excepto en los estados de partido único, varios partidos coexisten en un mismo país; (...) Dos series de elementos componen esta definición. Primero, las similitudes y diferencias que pueden ser subrayadas en las de cada partido componiendo el sistema; y segundo, la comparación de diversos partidos permite determinar elementos de análisis, inexistentes para cada comunidad partidista aislada; el número, las dimensiones respectivas, las alianzas, la localización geográfica, la repartición política, etc. Un sistema de partidos se define por una cierta relación entre todas estas características. (p.253)

En conclusión, el sistema de partidos políticos está determinado por la existencia misma de los partidos políticos, su formación o conformación, la participación de éstos en la política, la interacción con la sociedad y con los demás partidos. Por ejemplo, con el retorno a la democracia en Ecuador en 1979 se estableció un nuevo sistema de partidos políticos que dio origen a la formación de muchos partidos, como el Movimiento Popular Democrático.

Pero, existe siempre una tendencia a confundir o la dificultad para diferenciar a un partido político con un movimiento político y a éste, con un movimiento social. Por esta razón, es necesario realizar las diferencias entre estos tres aspectos.

### **1.6.1. Definición de partido político, movimiento político y movimiento social**

La asociación de individuos, los ideales políticos y la lucha social es lo que posibilita la conformación de un partido político, un movimiento político o movimiento social. Sin embargo, es el objetivo que cada uno tiene lo que los diferencian uno de otros y que a continuación, se van a exponer para tener una idea clara sobre estos términos.

“*Un movimiento social* es la conducta colectiva organizada de un actor de clase luchando contra su adversario de clase por la dirección social de la historicidad de una colectividad concreta”. (Tinoco, 2008, p.245)

Por otro lado, Paul Wilkinson, seguido por Moore (1998) y citado por Tinoco (2008), presenta tres características de los movimientos sociales:

- Un movimiento social es una empresa colectiva deliberada que busca promover el cambio en todas las direcciones y por todos los medios.
- Un movimiento social debe manifestarse en un grado mínimo de organización.
- El compromiso de cambio de un movimiento social y la razón de ser de su organización se basan en el compromiso con las normas de movimiento y la participación activa de los miembros o adherentes. (p. 246)

Y una tercera definición se refiere a que “los movimientos sociales definen los actores y las actuaciones que configuran la escena política nacional”. (Andrade, 2009, p.101)

Como podemos darnos cuenta, un movimiento social está siempre en confrontación contra los grupos que manejan el poder político y económico para conseguir cambios que beneficien a la sociedad colectivamente. Por otro lado, las decisiones que se toman dentro del movimiento social se las realizan con la participación de todos los que conforman el grupo porque la participación no se da de forma esporádica, sino de forma activa, constante y con objetivos claro. “Un movimiento político son acciones

colectivas que tienden a ampliar la participación política y a mejorar la posición relativa del actor en el proceso de la toma de decisiones”. (Tinoco, 2008, p. 247)

Como se pueden dar cuenta, las acciones que realizan dentro de un movimiento social es lo que determina su protagonismo dentro de la sociedad y del grupo; además, de otorgar credibilidad al movimiento para obtener de esta manera más simpatizantes o seguidores. Las acciones son lo que determina la transformación, el mantenimiento y el retorno a un modelo de estructuración social específico de la comunidad o población.

Además, Melucci citado anteriormente, señala dos fines fundamentales de los movimientos políticos: “el primero, es arribar al poder político en un determinado tiempo y en un determinado espacio; y el segundo, es lograr acciones influyentes en el ámbito de la política”. Un ejemplo para materializar estas características, tenemos al Movimiento Alianza País cuyo objetivo era posesionar en el máximo poder a un gobierno.

Por otro lado, Antonio Tinoco (2008) señala que un *partido político* es:

Un grupo social con aceptación social en la población, cuyo objetivo central consiste en el ejercicio directo del poder político y situados en el tiempo y espacio y más allá de las influencias personales de sus dirigentes (...) pero es la institucionalización lo que le diferencia de los movimientos políticos. (p.248)

Un ejemplo de partido político es precisamente el Partido Movimiento Popular Democrático, cuyo nacimiento se produce como respuesta al extractivismo producido en Ecuador en la década de los 70; además, como apoyo a los grupos vulnerables del país.

Además, “los partidos políticos son una organización que permite la expresión del electorado por medio de la elección de una élite política con la intención de que ésta llegue al poder, siempre buscando llegar al interés de toda la sociedad”. (Mariñez Navarro, 2001, p.233)

Como podemos darnos cuenta en las diferentes definiciones expuestas anteriormente, la característica principal de los partidos políticos es llegar al poder e instaurar un gobierno que represente los ideales del partidos y que logre conseguir los objetivos

propuestos. “La actividad de los partidos políticos persiguen fines organizacionales, de competencia electoral y que usan los conflictos políticos para avanzar en esos fines”. (Andrade, 2009, p.100)

Esto quiere decir, que los partidos políticos se valen de las discrepancias existentes en los otros partidos para pronunciarse ante la sociedad como partidos más sólidos y de esta manera, ganar el voto del electorado. Esto se debe, a que los partidos políticos en un Estado democrático, siempre están en competencia con los otros partidos, porque en la mayoría de sociedades en la actualidad prima un sistema político multipartidista.

A partir de las definiciones realizadas hasta este punto, se tendrá una noción para poder entender el siguiente capítulo. Ya que en el capítulo dos, se expondrá el contexto en el cual de constituyó como partido político el Movimiento Popular Democrático, debido a que su constitución como partido se produjo en un momento de transición para la democracia en Ecuador.

Saber que la política en sentido amplio es la razón de ser de un Estado, de un partido político y de una sociedad que busca mejorar las condiciones sociales, culturales, económicas; y que la democracia se constituye en la mejor aliada para la construcción de una sociedad de derecho en la cual todos y todas participen en su construcción.

## **CAPÍTULO 2**

### **LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN EL ECUADOR Y EL MOVIMIENTO POPULAR DEMOCRÁTICO (MPD)**

En este capítulo se realizará en una primera instancia una contextualización del ámbito político de la época en la cual tuvo origen el MPD. Y posteriormente, se describirá las características ideológicas, políticas y propagandísticas del partido, con el fin de obtener herramientas para el análisis de la propaganda emitida por el MPD durante el 2009- 2013.

#### **2.1. Contexto político ecuatoriano en la década de los 70 del siglo XX**

Las dictaduras militares, se constituyen en una de las características más comunes de los países de América del Sur. A partir de la década de los 70, en Sudamérica se desata una ola de dictaduras militares (Uruguay, Paraguay, Bolivia, Argentina, Chile y Ecuador), dejando en algunos países miles de muertes, desaparecidos, desplazados y exiliados; y aunque cabe mencionar que el nivel de violencia durante las dictaduras no se produjo de igual forma en todos los países, Chile y Argentina se constituyen en ejemplo de lo violenta e inhumana que puede ser esta forma autoritaria de gobierno.

“La dictadura chilena encabezada por Augusto Pinochet (1973-1984), dejó más de cuarenta mil muertos, dos mil desaparecidos, y un millón de exiliados”. (García Márquez, 1986, p.29). Y en Argentina, las Madres de la Plaza de Mayo buscan a sus hijos, nietos, o algún familiar sobreviviente de la dictadura de Rafael Videla (1976-1983) que dejó miles de muertos y desaparecidos (as) durante el llamado Proceso de Reorganización Nacional.

En Ecuador, la dictadura tuvo lugar después de que José María Velasco Ibarra en 1970 se declarara dictador civil. La situación política en el país era incierta; Velasco Ibarra disolvió el Parlamento y la sociedad demandaba estabilidad política para emprender con éxito el proceso de desarrollo o modernización que se avecinaba debido al éxito del petróleo.

Frente a esta realidad política las Fuerzas Armadas decidieron intervenir y el 15 de febrero de 1972, dieron un golpe de estado que llevó al general Guillermo Rodríguez Lara al poder.

Durante este periodo, el “Boom Petrolero” produjo un crecimiento económico considerable para la sociedad ecuatoriana, por lo menos en los sectores altos y acomodados de la sociedad y el Estado se convierte en el núcleo del desarrollo del país. “El auge económico por la explotación petrolera, dio al gobierno del general Rodríguez Lara recursos económicos que fueron destinados a la modernización del aparato estatal (creación de las empresas estatales y crecimiento de la burocracia)”. (Saltos & Vázquez, 2009, p.137)

Por otro lado, referente al mismo tema Rafael Correa, (2010), señala que:

El proceso industrializador de Ecuador se intensificó desde 1972 cuando se convirtió en productor y exportador de petróleo, gracias al descubrimiento de importantes yacimientos en la región amazónica ecuatoriana. La bonanza petrolera, que ya se sentía desde finales de los sesenta debido a las importantes inversiones extranjeras en el área de hidrocarburos, generó un crecimiento económico sin precedente y con este los recursos necesarios para financiar agresivamente la industrialización del país. Gracias a las exportaciones petroleras la nación creció 14% en 1972 y 25% en 1973, y en el decenio 1971-1981 el crecimiento promedio fue superior al 8% (...) y el PIB por habitante aumentó un 72%, en lo que se conoce como el boom petrolero. (p.19)

La dictadura del general Rodríguez Lara se caracterizó por la aplicación de políticas nacionalistas de modernización y esto no le agradó al Consejo Supremo de Gobierno, lo que conllevó que el Vicealmirante Alfredo Poveda Burbano asumiera el poder en 1976. Uno de los decretos que se emitió en la dictadura de Poveda fue el 064, “que limitaba el derecho a la huelga, ponía en vigencia la Ley de Seguridad Nacional y la

expedición de la Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario”. (Saltos & Vásquez, 2009, p.138)

La Ley de Seguridad Nacional, se enfocaba básicamente en que la seguridad interna del país estuviera a cargo de los militares, pero limitaba el protagonismo de las Fuerzas Armadas externamente. Pero, este aspecto no es lo que trasciende durante la dictadura de Alfredo Poveda, sino lo ocurrido en el Ingenio Azucarero Aztra en Babahoyo es lo que refleja la autoritariedad de este gobierno.

El 18 de octubre de 1977 los trabajadores del ingenio AZTRA, se tomaron dicho lugar para exigir el pago del alza del precio de la azúcar. Cuando el Gerente General de Aztra se enteró de la huelga, se puso en contacto con el Ministerio de Trabajo para que éste hiciera cumplir lo estipulado en el decreto 064 (prohibición del derecho a la huelga).

Más de 100 policías se desplazaron al lugar y arremetieron contra los trabajadores, causando la muerte de más de un centenar de personas, pero dando cumplimiento a la llamada Ley de Seguridad Nacional.

El pueblo ecuatoriano mostró un descontento social y político frente al gobierno dictatorial de Alfredo Poveda. Esta situación, sumado al desgaste de la dictadura provocó que en Ecuador tenga lugar el proceso de transición a democracia.

### **2.1.1. Retorno de la democracia en Ecuador**

El retorno a la democracia en Ecuador, fue un proceso que si bien es cierto el pueblo lo demandaba no hubiera sido posible si la dictadura militar del Vicealmirante Alfredo Poveda no hubiese brindado las condiciones para que se materializara.

Para Francisco Sánchez (2008), el hecho de que en Ecuador tuviera lugar la democracia nuevamente, se debe a:

Que los militares que abandonaron el poder por su propio desgaste y no por la impugnación al régimen en sí. (...) el reemplazo de Rodríguez Lara por un Triunvirato Militar más moderado que asumió el poder el 1976, se produjo con la intención de traspasar el gobierno a los civiles a través de lo que se llamó “Plan de Reestructuración Jurídica”. (p.28)

Como se puede observar, la tendencia respecto al tema es que el retorno a la democracia se produce en gran parte porque los mismos militares brindaron las condiciones para se produzca la transición. Pero cabe aclarar, que este proceso no se da porque los militares eran “buenas gentes”; sino, porque en el país los partidos políticos influyentes y representaban de la oligarquía ecuatoriana, querían tomar el protagonismo político y llegar al poder.

Para entender de mejor manera esta complicidad entre los grupos de poder y el régimen militar de la época, el mismo Francisco Sánchez (2008), menciona algunos aspectos del Plan de Reestructuración Jurídico elaborado por el gobierno dictatorial, que evidencia la apertura del régimen para el retorno de la democracia y señala:

- El mantenimiento de un clima de concordancia nacional y un diálogo político con los partidos y organizaciones de diverso tipo.
- Renovación de las cédulas de ciudadanía y confección de patrones electorales.
- Formación de tres comisiones jurídicas encargadas de reformar la Constitución de 1945 y elaborar una Ley de Partidos y Elecciones y una propuesta de nueva Constitución.
- Formación de un Tribunal Supremo Electoral que organice un referéndum. (p.28)

Como se puede evidenciar, si el interés de las Fuerzas Armadas hubiese sido el de mantenerse en el poder; ¿qué motivos tendría para elaborar un plan en el cual claramente da lugar a un proceso electoral?; ¿para qué crear una Ley de partidos en un país donde existe un régimen dictatorial? y más aún, crear un organismo como el Tribunal Supremo Electoral si las intenciones del régimen militar deberían de ser las de perpetuarse en el poder.

Para reforzar o expuesto, citamos a Flavia Freidenberg y Manuel Alcántara (2001), quienes señalan que:

El Plan de Reestructuración Jurídica del Estado fue delineado desde el Consejo Supremo de Gobierno del régimen militar, como un mecanismo de transición desde el sistema autoritario al democrático. Fue elaborado desde los sectores más progresistas de las Fuerzas Armadas en alianza con sectores civiles, que

buscaban desestructurar las lógicas de dominación política tradicional (representadas por el populismo, el autoritarismo y el corporativismo) que habían generado inestabilidad institucional en la historia del país andino. (p.21)

Como se evidencia en la cita anterior, estos autores también coinciden que el retorno de la democracia en Ecuador fue en gran parte gestionada por las mismas Fuerzas Armadas. No con ello se pretende decir que todo fue hecho por los militares, como si fueran ángeles de la guarda de la sociedad ecuatoriana, sino, que en este proceso también influyeron intereses de otros grupos de poder para que tuviera lugar el proceso de transición.

Respecto al este tema, Guillermo O'Donnell y Philippe Schmitter (1998), señalan que:

En Ecuador, Perú, Bolivia, Uruguay, Brasil, Paraguay y Chile, las Fuerzas Armadas como institución decidieron transitar hacia la democracia y tutelaron tanto la apertura del sistema autoritario, las reglas del juego que luego se iban a utilizar para la instauración del sistema democrático emergente, e incluso en algunos casos, quiénes podían participar en el nuevo escenario político que delinearía las condiciones para nuevos procesos de liberación y democratización. (p.23)

Por otro lado, cabe mencionar que “el proceso de cambio político se dio en el marco de altos niveles de movilización, consensos anti-autoritarios, expectativas sociales y entusiasmo popular”. (Escobar, Ramírez, Torres, Villafuerte, Vologné, s.f., p. 281)

Y por último, Yanina Welp (2009), menciona que:

El régimen de facto que gobernó el país durante 1976-1978, denominado Consejo Supremo de Gobierno, organizó la transición a la democracia mediante la creación de tres comisiones encargadas de la elaboración de un proyecto nuevo de Constitución Política de la República; la elaboración de un proyecto de reformas de la Constitución Política de 1945; y la elaboración de las leyes de Elecciones, de Partidos Políticos, y de referéndum. De este modo, la consulta directa a la ciudadanía formó parte del proceso de construcción del nuevo régimen político. (p 136-144)

A partir de todo lo expuesto, uno de los aspectos reales para que se concretara el retorno a la democracia en el país, fue la convocatoria al referéndum donde los ecuatorianos elegirían entre la Constitución reformada de 1945 o una nueva Constitución, que pondría fin al régimen dictatorial.

**Tabla 1. Resultados del referéndum de 1978 en Ecuador**

Propuestas	Votos	Porcentaje
Proyecto Nueva Constitución	632.691	41.94%
Constitución de 1945 (reformulada)	503.999	33.36%
Votos nulos	346.972	22.99%
Votos blancos	25.639	1.7%
<b>TOTAL</b>	<b>1.509.571</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Rodrigo Borja (1978, p. 97-100. Elaboración propia. El domingo 15 de enero de 1978 tuvo lugar el referéndum donde el Proyecto de Nueva Constitución triunfó con el 41.94% de aceptación, dando inicio a un nuevo periodo en el país llamado democracia.

Respecto a la Constitución reformada de 1945 y a la nueva Constitución que fué la aprobada en el referéndum, Rodrigo Borja (1978) señala:

Ambos proyectos son de corte tradicional. Van a mantener el viejo Estado y la sociedad injusta. Sin embargo, el nuevo proyecto incorpora principios que pueden modernizar en alguna medida la vida del Estado. Dentro del estudio comparativo de ambos proyectos, se puede establecer que el nuevo proyecto consagra la iniciativa popular como medio de participación de los electores en la formulación de proyectos de ley o de reformas constitucionales o legales, mientras que la Constitución del 45 restringe la iniciativa al Presidente de la República, a los legisladores y a la Corte Suprema de Justicia.

Incorpora a los analfabetos al ejercicio de los derechos electorales, principio que, si bien entraña algunos riesgos de manipulación por parte de las fuerzas políticas tradicionales y exige de la dirigencia política un alto grado de ética que satisficiera las demandas de justicia y de amplia participación del pueblo en el forjamiento de sus destinos.

Incorpora el principio de la no-reelección presidencial con el propósito de combatir el caudillismo. (p. 97-100)

El referéndum que produjo el retorno a la democracia con la aprobación de la nueva Carta Magna del país, estableció sin duda alguna, aspectos importantes en la vida política del Ecuador. Entre las características tenemos: *la universalización del voto*, que el Art. 12 de la nueva Constitución, otorga la ciudadanía a todos los ciudadanos del país, sin importar el nivel económico ni educativo por citar un ejemplo. Este hito es importante para la historia democrática del país, porque antes de la Constitución del 78 en Ecuador el derecho a ejercer el voto estaba restringido por aspectos económicos, educativos y hasta religiosos.

Tal fue el caso, que Gabriel García Moreno en la Constitución de 1869 estableció que para ser considerado ciudadano tenía que ser católico, por tanto, para ejercer el voto tenía que ser católico para ser considerado ciudadano de derecho.

Pero, por otro lado, tenemos que el mismo García Moreno unos años antes, con la primera Constitución garciana de 1861, elimina el requisito económico para ejercer el sufragio. Este requisito consistía en que sólo los ciudadanos solventes económicamente podían votar.

Y volviendo con la Constitución de 1978, tenemos que en el Art. 33 establecía la *obligatoriedad del voto*. Siendo éste obligatorio para los ciudadanos que sepan leer y escribir y facultativo para los analfabetos. Sin duda alguna, la nueva Carta Magna amplía la participación de la ciudadanía en la política con excepción de los miembros de la Fuerza Pública.

Otro aspecto importante de esta Constitución, es que en ella se establece la *no reelección presidencial*. En el Art. 73 señala que: “La Función Ejecutiva la ejerce el

Presidente de la República, quien representa al Estado, dura 5 años en el desempeño de sus funciones y no puede ser reelegido”.

Y por último, el establecimiento de la *segunda vuelta* para elegir al presidente y al vicepresidente es otro hito de esta Constitución; además, de que ambos cargos tenían que ser elegidos por una mayoría absoluta.

Sin duda alguna, la ampliación de la participación de los analfabetos en los procesos electorales constituye uno de los avances más representativos de la Constitución de 1978. Sin embargo, lo que interesa resaltar para el análisis en este trabajo, es que después del referéndum adquieren vida jurídica algunos partidos políticos, como por ejemplo el Partido Movimiento Popular Democrático, quien se registró para competir en las elecciones celebradas en 1979 y que según Sánchez, (2008), los partidos que se registraron para participar en este proceso electoral fueron:

Entre los partidos conservadores estaban: Partido Conservador Ecuatoriano (PCE), Partido Liberal Radical Ecuatoriano (PLRE). Los populistas: Concentración de Fuerzas Populares (CFP), Federación Nacional Velasquista (FNV). Además, participaron también la Coalición Institucionalista Democrática (CID), Partido Nacionalista Revolucionario (PNR), Partido Social Cristiano (PSC), Izquierda Democrática (ID). Y por último entre los partidos nuevos que surgieron en esta época tenemos al: Frente Radical Alfariista (FRA), Partido Patriótico Popular (PPP); y dentro de los partidos de izquierda tenemos: Partido Socialista, la Unión Democrática Popular (UDP) que luego se cambiaría de nombre a Frente Amplio de Izquierda (FADI), Partido Comunista del Ecuador y el Movimiento Popular Democrático (MPD). (p.44)

Con la aprobación de la nueva Constitución en 1978 los partidos políticos expuestos anteriormente, adquirieron derechos y obligaciones establecidas en la Ley de partidos, que a la vez formaba parte del sistema de partidos políticos en el Ecuador.

Pero ante de pasar a revisar este tema, se concluirá mencionando que el retorno a la democracia en Ecuador se produjo en gran parte por que las Fuerzas Armadas dieron apertura a la transición y aunque la presión política y social establecida por el pueblo ecuatoriano fue importante, el proceso de democratización no hubiera sido posible si

la dictadura hubiese querido continuar en el poder. De esta forma, Ecuador se convirtió en uno de los primeros países de América del Sur en establecer un nuevo régimen político llamado democracia.

### **2.1.2. Sistema político ecuatoriano**

Con la transición a la democracia se dio lugar a un nuevo sistema político, que demandaba el establecimiento de nuevas leyes desde las cuales se regularían la conformación de los nuevos partidos políticos, el actuar de estos partidos, los mecanismos electorales, entre otros aspectos que conformarían el sistema político ecuatoriano.

Las normas bajo las cuales se regiría el nuevo sistema político, serían elaboradas por una comisión que formaría parte del Plan de Reestructuración Jurídica del Ecuador, impulsado por el Triunvirato del Vicealmirante Alfredo Poveda. La elaboración de una nueva Constitución estuvo a cargo de la primera comisión presidida por el socialista Carlos Cueva Tamariz; las reformas a la Constitución de 1945, estaría a cargo de la segunda comisión presidida por Ramiro Borja y Borja; y la elaboración de la Ley de Elecciones, la Ley de Partidos Políticos y la Ley de Referéndum estaba a cargo de la tercera comisión encabezada por el demócrata cristiano Osvaldo Hurtado.

Cabe mencionar, que con la creación de los partidos políticos se establece un tipo de democracia representativa, que si bien es cierto ha estado presente en Ecuador desde muchos años atrás, en la actualidad se la concibe como el único modelo de democracia posible. Sin embargo, la existencia de los partidos políticos hace que la democracia representativa sea la que reine en el sistema político ecuatoriano a partir de 1978.

Respecto al tema, Jordi Matas (1999), señala que:

Los partidos políticos por su condición política son mediadores entre la sociedad civil y el Estado, (...) tienen su razón de ser por excelencia en los regímenes políticos basados en un sistema de representación. (...) es una asociación de individuos que defienden unos intereses concretos, intereses que

se enmarcan dentro de una determinada ideología o concepción del mundo. Los partidos canalizan, vehiculan y dan expresión política a los intereses sectoriales, a las ideas y a los valores de una parte mayor o menor de la sociedad. (p.318)

Los partidos políticos se constituyen en el soporte legal de un grupo social que comparte una ideología para acceder a los poderes del Estado. Los primeros partidos políticos tuvieron lugar en países donde el liberalismo como ideología política estaba implantado fuertemente. “El liberalismo, se presenta como una filosofía del progreso-económico, social, técnico y propugna, en su esencia, una liberación total de las potencialidades de los individuos. Siendo sus divisas básicas: la individualidad y la libertad”. (Joan Antón, 1999, p. 91)

Como se puede observar, la existencia de los partidos políticos demandaba libertad para poder, primero conformarse, constituirse y posteriormente tener la posibilidad de participación en un proceso político. De allí, que en los países donde el existía el liberalismo con ideología política, tenían cabida los partidos políticos. Jordi Matas (1999), señala:

La aparición de los partidos políticos se produjo en primera instancia con el desarrollo del parlamentarismo y posteriormente, con el incremento de la participación popular en el ámbito de las decisiones políticas y, más concretamente, con la ampliación y extensión del derecho de sufragio”. (...) Los primeros países donde se crearon partidos políticos fueron aquellos que disfrutaban de un sistema político liberal: algunos países europeos y Estados Unidos. (p.320)

Un aspecto importante de resaltar respecto a los partidos políticos, son las funciones que éstos desempeñan dentro de la sociedad. Si bien es cierto, que la creación de ellos se debe a que un grupo de individuos comparten objetivos políticos en común para bien de la sociedad, sin embargo, las funciones que deberían cumplir no se enfocan en lo individual de cada partido, son más bien generales para todas las agrupaciones políticas. José Antonio González (1980), seguido por Jordi Matas (1999), señala como funciones principales de los partidos las siguientes:

- Contribuir a la formación de la opinión pública.

- Ofrecer programas generales de gobierno.
- Intentar coordinar y armonizar intereses sectoriales, parciales o de clases.
- Reducir la fragmentación de las opiniones particulares y ofrecer campos de visión más amplios.
- Formar pedagógicamente a los individuos.
- Servir de vía de representación por medio de las elecciones.
- Ser órgano de comunicación entre las demandas populares y los gobiernos.
- Dirigir la acción política de las instituciones públicas (desde su ayuntamiento hasta el gobierno del Estado, pasando por cualquier tipo de organización intermedia, como las comunidades autónomas).
- Criticar y controlar la acción del gobierno cuando los partidos están en la oposición.
- Seleccionar la clase política dirigente y colaborar en su implantación y renovación.
- Reforzar ideológicamente el sistema hegemónico, estabilizándolo y legitimándolo mediante el consenso entre los partidos.
- Estructurar la sucesión política del Estado. (p.321)

De la lista anterior, se podría resaltar la formación de la opinión pública respecto a los temas políticos porque si la ciudadanía no se interesa por la política, la existencia de los partidos políticos no tendría sentido; también, la función de coordinar los intereses de los diferentes sectores políticos, se refiere a que si un partido político resulta ganador en una contienda electoral, su labor principal debería de ser el de acoger propuestas e intereses de los otros sectores y trabajar conjuntamente. Parte de la democracia como sistema político, es que la minoría no quede rezagada y aislada.

Respecto a la estructura de los partidos políticos, tenemos que los individuos se constituyen en base para que un partido político se estructure. Los dirigentes, los militantes, los afiliados, son los principales integrantes y los que cumplen con las funciones expuestas anteriormente. Por otro lado, los afiliados al partido son también los que apoyan económicamente para que sean posibles las gestiones políticas y lograr los objetivos del partido. Jordi Matas (1999), señala lo siguiente:

Por lo que respecta a los miembros del partido, nos encontramos en primer lugar con los afiliados, que se limitan a pagar una cuota y que no realizan

ninguna o casi ninguna actividad en el seno de la organización. En segundo lugar, están los militantes que realizan un trabajo dentro del partido como colaborar en las campañas electorales. Los permanentes, son los que realizan un trabajo estable en el partido y cobran un sueldo. Y por último, tenemos los dirigentes, que son los responsables del funcionamiento del partido. (p.330)

Cabe mencionar en este punto, que el financiamiento del partido es un aspecto importante para que este funcione bien y logre los objetivos políticos. Por tanto, los miembros que forman parte de la estructura interna son fundamentales para lograr este financiamiento. Por ejemplo, las aportaciones y las cuotas que cada afiliado realiza se constituyen en un aporte importante, pero la principal fuente de financiamiento de los partidos políticos proviene del propio Estado. Jordi Matas (1999), se refiere a este tema y señala:

El origen de la financiación de los partidos puede ser privado o público. La primera se compone de las cuotas que los afiliados pagan periódicamente, también de los donativos de los mismos afiliados o simpatizantes, (...) además, de los préstamos y créditos que los partidos obtienen de las entidades bancarias. Y la segunda opción, corresponde a la financiación desde el Estado, ya que los partidos políticos reciben algún tipo de subvención estatal según los resultados electorales obtenidos, a fin de financiar la campaña electoral, y una vez dentro del parlamento, a fin de sufragar los gastos generados por el funcionamiento ordinario de la actividad parlamentaria. (p.337)

De lo expuesto sobre el financiamiento de los partidos políticos, tenemos que el Estado es la principal fuente de ingreso económico para ellos. Esto consiste, que la institución electoral que establece las reglas de las elecciones, es la encargada de desembolsar de manera igualitaria un porcentaje económico para que cada partido en época electoral pueda financiar la campaña.

Antes de mencionar como fue el proceso para la conformación de los nuevos partidos políticos en Ecuador, se considera conveniente hablar sobre los tipos de sistema de partidos que han existido desde sus inicios hasta la actualidad. Este punto es importante de resaltar, porque a partir de esta aclaración se podrá entender el sistema de partidos

políticos que se estableció en Ecuador con el retorno de la democracia, o incluso identificar el tipo de sistema que funcionó antes de esta época.

Giovanni Sartori (1980) seguido por Jordi Matas (1999), distingue los siguientes tipos de sistemas de partidos:

- Sistemas de partido único: sistemas de partidos en los que sólo existe un partido, que monopoliza el poder político y no permite la existencia de otras fuerzas políticas. Dentro de este tipo se identifican los sistemas unipartidistas totalitarios, autoritarios, y los pragmáticos.
- Sistemas de partido hegemónicos: permite la existencia de otros partidos pero no permite la competencia política para ejercicio del poder. Un solo partido tiene el monopolio político, y aunque existen otros partidos legalmente, no pueden alcanzar el poder nunca.
- Sistema de partidos predominante: Se caracteriza por la existencia de un partido que tiene el apoyo de una gran mayoría de los electores, lo que le permite gobernar con mayoría absoluta en un marco donde se da el pluralismo político. El partido predominante puede dejar de serlo en cualquier momento.
- Sistemas bipartidistas: son aquellos que se caracterizan por la existencia de dos partidos principales (estructura bipolar), que consiguen una diferencia muy reducida en número de escaños entre los dos.
- Sistemas de partidos de pluralismo limitado o moderado: Son sistemas en los cuales el número de partidos importante oscila, aproximadamente, de tres a cinco. Es este tipo de sistema, los gobiernos acostumbran a ser de coalición.
- Sistemas de partidos de pluralismo polarizado o extremo: Este tipo de sistema se produce cuando existen cinco, seis, o más partidos políticos importantes y distanciados ideológicamente. La existencia de múltiples partidos importantes provoca que la estructura sea multipolar. (p.339)

A partir de lo expuesto sobre los tipos de sistemas de partidos, se podría decir que el modelo que predominó con el retorno a la democracia, fue el sistema de partidos de pluralismo polarizado o extremo. Como se indicó anteriormente, fueron algunos los partidos que se conformaron en esa época, a parte de los ya existentes. Por tanto, el sistema quedó conformado con un número amplio de partidos políticos de diferentes tendencias ideológicas, por consiguiente establecer las leyes mediante las cuales se

permite, primero la constitución de los partidos y posteriormente la participación de los mismos en la vida política para llegar al máximo poder, es lo que hizo la tercera comisión encabezada por Osvaldo Hurtado en 1978 en el periodo de transición.

La Ley de partidos políticos, fue introducida en la Constitución de 1978 y establecía en el Art. 37, que “solo los partidos políticos reconocidos legalmente pueden presentar candidatos para una elección popular y más todavía, que solo los afiliados a un partido político pueden intervenir como candidatos y ser elegidos para las distintas funciones”. (Ernesto Albán, 1994, p. 80)

Entonces, tenemos que para tener el derecho a participar por alguna asignación política sea para presidente, alcalde, diputados (llamados de esta forma hasta el 2008) concejales u otro cargo, era condición necesaria pertenecer a un partido político. Por tanto, la creación de un partido se convertiría en la meta principal de las organizaciones políticas. Cabe mencionar que en este tiempo se conformó el Partido Movimiento Popular Democrático.

La Ley de partidos políticos, define a éstos como “una organización político-doctrinaria integrada por personas que libremente se asocian para participar en la vida del Estado”. (Sánchez, 2008, p.41)

Como podemos observar, los partidos políticos se conforman a partir de que un grupo de individuos comparte opiniones, puntos de vista, ideología, respecto a temas políticos, económicos y sociales y son éstos aspectos lo que establecen los objetivos políticos.

Respecto a los requisitos para la conformación de los partidos políticos, el “Art. 10 de la Ley establecía que los partidos debían contar con una declaración de principios ideológicos, un programa de gobierno, la lista de dirigentes del partido, un mínimo de afiliados, acreditar una presencia y organización de alcance nacional, por lo menos diez provincias. (Escobar at, al. s.f., p. 290)

Cabe señalar, que en las elecciones desarrolladas en 1979 no sólo participaron candidatos de los partidos recientemente conformados, sino otros partidos que ya existía como el Partido Liberal, el Partido Conservador, el Partido Comunista del Ecuador, Partido Social Cristiano, entre otros. Pero, para algunos autores como

Sánchez, éstos partidos fueron beneficiados por la recién creada Ley de Partidos Políticos en el Ecuador.

¿Por qué razón se menciona este aspecto? Como se ha mencionado anteriormente en este trabajo, que la transición la democracia en el país se produjo debido a que las mismas Fuerzas Armadas decidieron dar apertura a este proceso de cambio en el ámbito político, en conjunto con los grupos poder que estaban relacionados con los partidos políticos ya existentes.

Entonces, tenemos que una de las formas más “legales” para estos grupos poderosos llegaran al poder, era por medio de la vía democrática. Por tanto, cuando se formuló la ley de partidos políticos, tenían que limitar legalmente el acceso a la participación de otros grupos que promulgaban objetivos e ideologías diferentes, con el fin de fortalecer la participación de los partidos hegemónicos. Por eso, “los objetivos con los que se diseñó la Ley de Partidos eran frenar el multipartidismo, el personalismo y el caudillismo, y fomentar el desarrollo de grandes partidos nacionales con fuerte bases ideológicas, respaldo en la sociedad y una sólida estructura interna”. (Sánchez, 2008, p.42)

La idea de frenar el personalismo y el caudillismo con esta Ley, se desprendía de la experiencia vivida en la época gobernada por Velasco Ibarra, debido a que este gobierno fue catalogado como populista.

Además, la Ley también impedía la creación de partidos políticos pequeños, que no tenían un impacto o gran representatividad a nivel nacional. Por esta razón, uno de los requisitos para los partidos políticos consistía en tener influencia y respaldo en por lo menos diez provincias del país.

La hegemonía de algunos partidos políticos se evidenció en los resultados electorales de 1979. A continuación, los resultados de las elecciones celebradas el 29 de abril del mismo.

**Tabla 2. Resultados de las elecciones presidenciales de 1979 en la primera vuelta**

Candidatos	Partidos	Votos	Porcentaje
Jaime Roldós	Concentración de Fuerzas Populares (CFP)	381.215	27.70 %
Sixto Durán Ballén	Partido Social Cristiano (PSC)	328.461	23.86 %
Raúl Clemente Huerta	Partido Liberal Radical Ecuatoriano (PLRE)	311.983	22.67 %
René Maugé	Frente Amplio de Izquierda (FADI)	65.187	4.74 %
Rodrigo Borja	Izquierda Democrática (ID)	165.258	12.01 %
Abdón Calderón	Frente Radical Alfarista (FRA)	124.347	9.03 %
<b>Votos Válidos</b>		1.376.451	100.00 %

**Nota:** Francisco Sánchez (2008, p. 253). Elaboración propia. En esta contienda electoral, los candidatos de los partidos políticos más fuertes del país en esta época son los que ocupan los primeros lugares. Aunque, sólo Jaime Roldós y Sixto Durán Ballén participarán en una segunda vuelta electoral.

Como se puede observar, los tres primeros candidatos obtienen una votación ajustada, sin embargo, sólo los dos primeros candidatos se enfrentarán en una segunda vuelta como lo dispone la nueva Constitución. A continuación, los resultados de la segunda vuelta de este proceso electoral.

**Tabla 3. Resultados de las elecciones presidenciales de 1979 en la segunda vuelta**

Candidatos	Partidos	Votos	Porcentaje
Jaime Roldós	Concentración de Fuerzas Populares (CFP)	1.025.148	68.49 %
Sixto Durán Ballén	Partido Social Cristiano (PSC)	471.657	31.5 %
<b>Votos válidos</b>		1.496.805	100.00 %

**Nota:** Francisco Sánchez (2008, p. 253). Elaboración propia. En esta contienda electoral, Jaime Roldós Aguilera venció a Sixto Durán Ballén y se convirtió en el primer presidente de la nueva época democrática en el país.

Los resultados dan como ganador a Jaime Roldós Aguilera, quién obtiene una votación que supera ampliamente a su contendor Sixto Durán Ballén. Por otro lado, se puede también observar que la participación de la población en la segunda vuelta fue mayor, debido a que en la primera vuelta votaron 1.376.451 de personas y en la segunda acudieron a las urnas 1.496.805 votantes.

Otro aspecto que se pudo observar, es que no todos los partidos políticos presentaron candidatos a la presidencia de la República. Sin embargo, si postularon para las otras asignaciones, como por ejemplo, para llegar al legislativo.

En el siguiente cuadro, se encuentran los resultados de la distribución de escaños para el Congreso Nacional del Ecuador en 1979.

**Tabla 4. Distribución de escaños del Congreso Nacional del Ecuador 1979**

Partidos políticos	Diputados Nacionales	Diputados provinciales	Total de diputados	Porcentajes
Concentración de Fuerzas Populares (CFP)	4	24	28	40.58%

Izquierda Democrática (ID)	2	14	16	23.19
Partido Conservador Ecuatoriano (PCE)	1	9	10	14.49
Partido Liberal Radical Ecuatoriano (PLRE)	1	3	4	5.80
Partido Social Cristiano (PSC)	1	2	3	4.35
Coalición Institucionalista Democrática (CID)	1	2	3	4.35
Partido Nacionalista revolucionario (PNR)	1	1	2	2.90
Movimiento Popular Democrático (MPD)	1	0	1	1.45
Frente Amplio de Izquierda (FADI)	0	1	1	1.45
Federación Nacional Velasquista (FNV)	0	1	1	1.45
<b>Total de escaños</b>	<b>12</b>	<b>57</b>	<b>69</b>	<b>100.00</b>

**Nota:** Francisco Sánchez (2008, p. 258). Elaboración propia. La estructura del Legislativo se conformaría mayoritariamente con representantes del partido Concentración de Fuerzas Populares, esto daba a entender que Jaime Roldós tendría un apoyo mayoritario en este órgano estatal.

Como se puede observar, en la conformación del Legislativo el partido Concentración de Fuerzas Populares (CFP) obtiene la mayoría de escaños, seguido por dos partidos más como la Izquierda Democrática (ID) y el Partido Conservador Ecuatoriano (PCE).

Los curules restantes del Parlamento se dividen entre los otros partidos, donde el Movimiento Popular Democrático (MPD) obtiene un legislador en este caso Jaime Hurtado González.

Uno de los aspectos importantes en este apartado sobre los partidos políticos, es el tema relacionado con los requisitos que los candidatos debían cumplir para participar en la contienda electoral de 1979 y que la Ley de Partidos exigía. Ernesto Albán (1994), realiza una síntesis sobre los requisitos y expone:

- Los candidatos deben ser ecuatorianos por nacimiento.
- Deben estar en goce de los derechos de ciudadanía.
- Deben tener una edad mínima (treinta y cinco años para presidente y vicepresidente; treinta años para diputados nacional, alcalde y prefecto; veinticinco años para diputados provinciales, consejeros y concejales).
- Deben ser afiliados a un partido político y presentados por tal partido.
- No deben ser miembros activos de la Fuerza Pública.
- No deben ser ministros religiosos de cualquier culto.
- No deben ser representantes legales de compañías extranjeras.
- No deben tener contratos con el Estado o con la entidad seccional correspondiente.
- Los candidatos a diputados no deben ser funcionarios ni empleados públicos ni en general recibir sueldos del Estado; ni haber sido en los seis meses anteriores, salvo el caso de los profesores universitarios.
- Además, hay que agregar las regulaciones sobre parentesco en el caso del presidente, a las exigencias de ser nativo o residente en la provincia o cantón, para los diputados provinciales y las otras dignidades. (p. 82)

Con esta pequeña reseña histórica sobre el periodo de la transición a la democracia y los elementos que este proceso constituyó, se cierra este apartado, para continuar con la descripción de todos los elementos que forman parte del objeto de estudio, en este caso, el Movimiento Popular Democrático.

## **2.2. Fundación del Movimiento Popular Democrático**

La ideología es una construcción social y en la política cumple un rol fundamental porque hace posible la conformación de un grupo que se transformará en un movimiento social, político o en un partido político.

El pensamiento de izquierda en el Ecuador, dio origen a algunos partidos y movimientos. Tal es el caso, que Francisco Sánchez (2008), menciona:

Los partidos de izquierda eran el Partido Socialista, La Unión Democrática Popular (UDP), que luego se cambiaría de nombre a Frente Amplio de Izquierda (FADI), cara electoral del Partido Comunista Ecuatoriano, y el Movimiento Popular Democrático (MPD), faceta electoral del radical de izquierda Partido Comunista Marxista leninista del Ecuador (PCMLE). (p. 44)

El MPD ha estado ligado ideológicamente al PCMLE, partido que se constituyó “del Partido Comunista y elementos provenientes de la Unión Revolucionaria de Juventudes Ecuatorianas en 1964”. (Villamizar, 1990, p.50)

Pero todo esta corriente de izquierda empieza con el Partido Socialista Ecuatoriano que se creó en 1926. Según Villamizar, las divergencias políticas en el seno del Partido Socialista, produjo la primera división que da origen al Partido Comunista Ecuatoriano.

El MPD, se conforma con el objetivo de defender a los grupos más vulnerables de la sociedad. Siempre estuvo vinculado con los grupos estudiantes, los Unión Nacional de Educadores, sindicatos, en general con las llamadas “minorías populares”.

Este partido político se fundó cuando el Ecuador retornó a la democracia, específicamente el 17 de marzo de 1978 en el Sindicato Único de Choferes de Pichincha y obtuvo el reconocimiento como partido por parte del Tribunal Supremo Electoral el 21 de septiembre de 1978. Según datos publicados en la Página Web del partido (ya desaparecido), el TSE reconoció que el MPD tenía 31.331 fichas, que correspondían al 1.5% del total de inscritos en el padrón electoral que en esa época fue de 2.088.874 ciudadanos y resolvió legalizar la inscripción, además porque contaba con Directivas en más de 10 provincias, de las cuales dos correspondían a las de mayor

población. Como se puede observar, el MPD cumplió con lo estipulado en la Ley de partidos políticos elaborada por Osvaldo Hurtado en 1978.

La primera directiva del MPD, se conformó de la siguiente manera:

Director Nacional: José Proscopio Sánchez Anchundia

Primer Subdirector: Jorge Moreno Ordoñez

Segundo Subdirector: Rubén Solís

Coordinador Nacional: Antonio Posso

Secretario Nacional: Gustavo Rodríguez

Tesorera: Mercedes Cadena

Vocales: Cristóbal Tinajero (Cotopaxi), Mario Silva (Guayas), Jaime Hurtado (Guayas), Juan Andrade (Pichincha), Patricio Aldáz (Pichincha), Jorge Guzmán (Pichincha), César Muñoz Llerena (Pichincha), Reinaldo Valarezo (Loja), José Guamán (Cañar), Santos Catagñe (Chimborazo), Jorge Ortiz (Tungurahua), Osvaldo Chilles (Carchi), Osvaldo Páez (Pichincha).

En la figura cuatro expuesta anteriormente, se puede observar que el MPD en las elecciones celebradas en 1979 obtuvo un puesto en el legislativo. Este curul fue ocupado por Jaime Hurtado González diputado provincial en las primeras elecciones celebradas con el retorno a la democracia. Pero, el 17 de febrero de 1999 Jaime Hurtado González fue asesinado a las afueras del entonces Congreso Nacional (hoy Asamblea Nacional) y la imagen de él se convirtió en un símbolo de la propaganda política del MPD.

Durante la vida política del MPD (1979-2014) y según datos publicados en la página web del partido (Nuestros primeros pasos), obtuvo en todas las elecciones en las cuales participó, 29 diputados nacionales y provinciales, 1 prefecto provincial, 33 consejeros provinciales, 21 alcaldes y presidentes de Concejo, 285 concejales, y 313 miembros de juntas parroquiales.

Por otro lado, cabe mencionar que el MPD tuvo que reinscribirse en el año 2010 para cumplir con lo dispuesto en Carta Magna aprobada en el 2008, siendo éste “el primer

partido político reinscrito con un total de 250.00 afiliados”. (Manual de Declaración de Principios del MPD, 2010, p.1)

A partir de este proceso de reinscripción, el MPD participó en las siguientes contiendas electorales celebradas en el país durante el 2009, 2013 y 2014, pero debido a los malos resultados obtenidos en los últimos eventos electorales, el Consejo Nacional Electoral les retira del registro electoral al MPD y otras agrupaciones políticas en julio de 2014. Según diario El Comercio (04/ 07 /2014), señala que:

El CNE fundamenta este retiro de los registros electorales en el artículo 327, numeral 3, del Código de la Democracia. En él se extinguen que los partidos políticos que no obtengan el 4% de los votos válidos en dos elecciones pluripersonales consecutivas, tres representantes a la Asamblea Nacional, 8% de las alcaldías o un concejal en por lo menos el 10% de los cantones en el país.

Para entender la aplicación de lo dispuesto en el Código de la Democracia por parte del CNE, más adelante se mostrarán los resultados de las dos últimas elecciones (2009 y 2013) para ver si el MPD cumplía con lo dispuesto en el Código.

### **2.2.1. Tendencia ideológica del Movimiento Popular Democrático**

En el primer capítulo de este trabajo, se realizó un acercamiento al concepto de partido político y uno de los aspectos fundamentales que permite la conformación de los mismos es la ideología, de la cual se dijo básicamente que es una construcción social compartida por un grupo de individuos.

A nivel político se habla mucho de ideológicas como el socialismo y comunismo son las grandes ideologías o meta relatos de izquierda y el capitalismo de la derecha. Por supuesto, en Ecuador también estas ideologías son las que guían el actuar de los partidos políticos y el MPD no es la excepción.

El Manual de Declaración de Principios del MPD (2010), señala lo siguiente:

EL MOVIMIENTO POPULAR DEMOCRÁTICO se constituye en momentos en que el Ecuador, al igual que en el pasado, sufre la opresión, dominación y explotación de potencias extranjeras, especialmente de los Estados Unidos de América y la presencia de atrasadas formas de producción bajo el dominio

político y económico de prepotentes y minúsculos grupos oligárquicos. Nosotros, la inmensa mayoría de hombres y mujeres ecuatorianos que generamos la riqueza, el progreso social, científico y cultural de nuestro país, somos víctimas de la desocupación, desempleo, el analfabetismo, las enfermedades endémicas, los bajos salarios, la ausencia de libertades, la inequidad de género y étnica. Contra esa ignominiosa realidad social nos hemos puesto de pie. (p. 4)

Con estas palabras es como el Partido Movimiento Popular Democrático hizo su presentación ante el pueblo ecuatoriano, definiendo los objetivos, las acciones futuras a realizar, sus enemigos o contrincantes y sus aliados e ideologías.

El MPD, fue un partido que desde sus inicios se mantuvo en el escenario político y aunque no logró el objetivo principal, que era posesionar a un gobierno socialista, su protagonismo no fue invisible en el campo político de nuestro país. Por este motivo, realizar una aproximación a los que fueron ideales políticos-ideológicos de partido es importante para logara el objetivo de este trabajo; porque los ideales y principios se constituyeron en el instrumento de organización del MPD.

Cabe mencionar que los principios se constituían en una guía para el actuar de sus integrantes, militantes y dirigentes; “son los ejes pragmáticos del gobierno popular y democrático por el que luchan, así como la normativa de funcionamiento democrático del partido”. (Manual de Declaración de Principios de MPD, 2010, p.1)

### **2.2.2. Principios ideológicos sobre los cuales se levanta el MPD**

La ideología del partido se verá reflejada en la declaración de principios, que sin duda es una propuesta enfocada en priorizar a los trabajadores, la dignidad de vida, a ponerle fin a la explotación laboral, minera y al intervencionismo extranjero, entre otras. A continuación, se presenta un resumen de los principios expuestos en el Manual de Declaración del MPD (2010):

## **Declaración de Principios del Movimientos Popular Democrático**

(...) Hombres y mujeres demócratas, patriotas y revolucionarios; trabajadores, campesinos, indígenas, maestros, estudiantes, profesionales, artesanos, pequeños comerciantes, intelectuales, artistas, nos hemos unido para dar vida, para estructurar el MOVIMIENTO POPULAR DEMOCRÁTICO, organización política de los pueblos del Ecuador que propone la conquista de un GOBIERNO POPULAR, PATRIÓTICO, DEMOCRÁTICO y REVOLUCIONARIO, (...) e instaurar la PATRIA NUEVA Y EL SOCIALISMO (...).

La historia la hacen los pueblos; actitud firme y consecuente en el combate popular; postulados profundamente patrióticos y democráticos; política verdaderamente humanista; mismas oportunidades para el progreso económico, social, político y cultural; industrialización nacional independiente; derecho de la población a vivir en un ambiente sano; progreso social y material; interculturalidad emancipadora; liberación del campesinado; la educación es un derecho inalienable; equidad de género; participación democrática de los pueblos del Ecuador; identificación con la fuerza innovadora y rebelde de la juventud; rechazo al colonialismo y neocolonialismo; liberación social y nacional; impulsar de la unidad, organización y movilización de los trabajadores, la juventud y los pueblos. (p. 4-10)

### **2.2.3. Programa de Gobierno del MPD presentado en el 2010 al Consejo Nacional Electoral**

La presentación de un programa de gobierno es un requisito que todos los partidos políticos tienen que presentar para poder inscribirse y pertenecer al sistema de partidos. El Consejo Nacional del MPD, aprobó en septiembre del 2010 el Plan de Gobierno y en noviembre de mismo año fue registrado en el Consejo Nacional Electoral. A continuación, se presenta un resumen del contenido presentado en el Plan de Gobierno del MPD (2010).

## **Un programa para la Patria Nueva y el Socialismo en el Ecuador**

El Movimiento Popular Democrático MPD se propone la conquista de **un gobierno popular, democrático y revolucionario** que lleve a la práctica un Programa de Gobierno, que, representando los intereses, necesidades y aspiraciones de los trabajadores, los pueblos y nacionalidades del Ecuador, permita la construcción de la Patria Nueva y el Socialismo.

Un Ecuador libre, independiente y soberano; democracia y participación popular para transformar el Ecuador; unidos en la diversidad, construyendo un verdadero Estado plurinacional; manejo soberano y sustentable de los recursos naturales y de los sectores estratégicos; el buen vivir en armonía con la naturaleza; economía popular, solidaria y productiva; el trabajo digno y salario justo para el desarrollo del país; soberanía alimentaria y Reforma Agraria integral; educación gratuita, de calidad, científica, laica y democrática; la salud, un derecho para la vida de los pueblos; vivienda digna para todos; desarrollo de la cultura popular; unidad nacional sobre la base del desarrollo local y regional; el bienestar del pueblo primero; y el combate implacable contra la corrupción. (p. 12-31)

#### **2.2.4. Estatutos del Movimiento Popular Democrático 2010**

Todo lo expuesto hasta el momento con relación al MPD, corresponde a los requisitos que todo partido debe de cumplir para pertenecer al sistema de partidos políticos del país. Sin embargo, otro aspecto importante para la constitución del MPD, son los estatutos que se convirtieron en la base para la organización y actuar político. Cabe mencionar, que el Consejo Nacional del MPD aprobó en el 2010 al igual que Declaración de Principios y el Plan de Gobierno, los Estatutos del partido. A continuación, se presenta un resumen de los estatutos del MPD, registrados en el Consejo Nacional Electoral en el 2010.

### **Estatutos del Movimiento Popular Democrático**

#### **CAPÍTULO 4**

#### **DE LAS AFILIADAS Y AFILIADOS**

**Art. 4.-** Para ser afiliada o afiliado del MPD, se requiere:

a.- Tener derecho al sufragio; b.- Aceptar la Declaración de Principios, los Estatutos y el Programa de Gobierno; c.- Inscribirse en el registro de afiliación, suscribiendo a través de la firma o estampando la huella digital; y, d.- No encontrarse incurso en las prohibiciones determinadas por la Ley.

**Art. 5.-** Son deberes de las afiliadas, afiliados y militantes:

a.- Formar parte de una brigada o de cualquier otro organismo del Partido y propender a la formación de nuevas brigadas; b.- Participar en las elecciones internas y en los procesos democráticos establecidos para designar a las candidatas y candidatos a dignidades de elección popular e integrantes de órganos de dirección del partido. (...); f.- Aportar obligatoria y puntualmente con las cuotas que se establecieron y propender a lograr los medios de financiamiento de las actividades del Partido. (...); h.- Mantener una conducta acorde con los ideales del Partido.

**Art. 6.-** Son derechos de las y los militantes:

a.- Elegir y ser elegidas y elegidos para las responsabilidades y dignidades de dirección del Partido mediante los mecanismos democráticos establecidos en el presente estatutos. (...); c.- Participar en la elaboración y desarrollo de la política del MPD, presentar proyectos de reformas a la Declaración de Principios, Programa de Gobierno y Estatuto. (...); f.- Recibir capacitación permanente, acceder a las actividades del Centro de Formación e Investigación Social “Jaime Hurtado González”.

## **CAPÍTULO 5**

### **DEL CENTRO DE FORMACIÓN POLÍTICA E INVESTIGACIÓN SOCIAL**

**Art. 36.-** Para la educación política de las afiliadas, afiliados, militantes, sectores organizados de la población, se constituye el Centro de Formación e Investigación Social “Jaime Hurtado González”, adscrito a la Dirección Nacional. Su sede será en Quito y desplegará una acción de cobertura nacional e internacional.

## CAPÍTULO 13

### DEL PATRIMONIO

**Art. 89.-** El patrimonio se integrará con:

a.- Las cuotas mensuales de las afiliadas o afiliados de conformidad con lo dispuesto por cada una de las brigadas; dicha no será menor al 1% del salario básico unificado del trabajador en general y será distribuida de la siguiente manera: El 50% para la Brigada; 10% para la Directiva Parroquial; 10% para Directiva Cantonal; 20% para la Directiva Provincial y 10% para la Directiva Nacional. La Directiva Nacional y cada una de las Directivas Provinciales, Cantonales y Parroquiales determinarán la cuota que deberán pagar cada uno de sus miembros, de conformidad a sus ingresos.

#### **2.2.5. Relación del Movimiento Popular Democrático con otros sectores sociales**

El Movimiento Popular Democrático fue un partido político que se caracterizó por las relaciones que mantenía con algunos sectores sociales del país. La Unión Nacional de Educadores (UNE), la Federación de Estudiantes Secundario del Ecuador (FESE), Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (FEUE) y la Unión Nacional de Trabajadores del Ecuador, se constituyeron por un largo periodo en los aliados políticos del MPD.

Tal es el caso, que algunos integrantes de las organizaciones mencionadas en el párrafo anterior, formaban parte del partido MPD. Como por ejemplo, Mery Zamora fue presidenta de la UNE y en el 2009, participó como candidata a asambleísta nacional por el MPD; por otro lado, Natasha Rojas fue presidenta de Federación de Estudiantes Secundarios del Ecuador (FESE) y la Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador filial Quito (FEUE) y también candidata para concejal de Quito en el 2009 y 2013.

Pero el origen de la relación del MPD principalmente con los sectores estudiantiles, se los encuentra hace algunos años atrás. Uno de los personajes que intensificó la relación fue Jaime Hurtado González, que cuando era estudiante de Derecho en la Universidad Santiago de Guayaquil, participó como candidato a la presidencia de la FEUE y posteriormente, fue uno de los fundadores del Movimiento Popular Democrático.

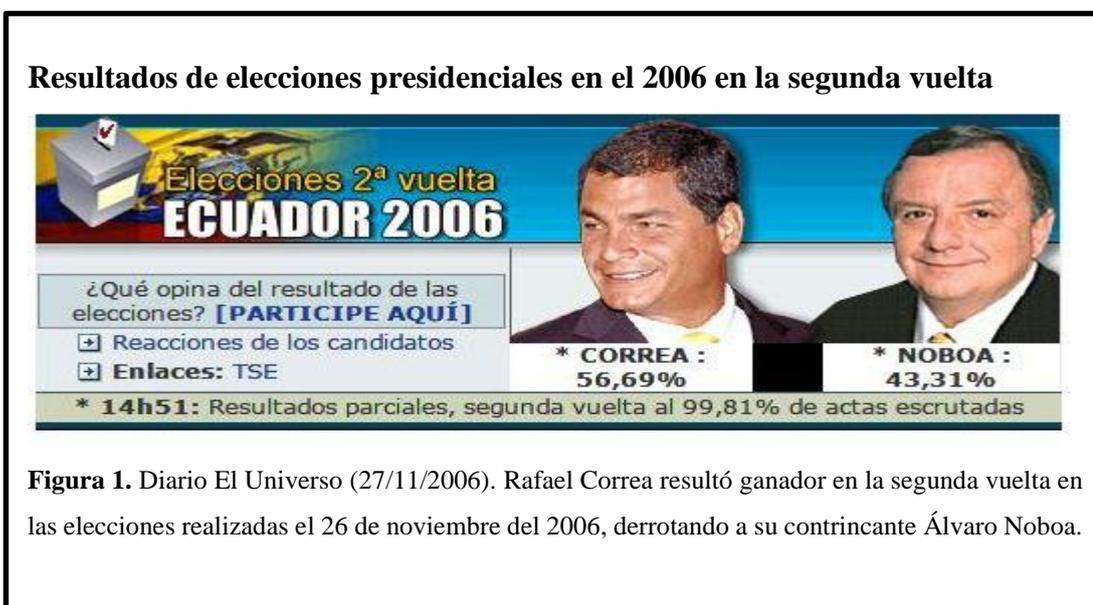
Jaime Hurtado “desde el movimiento de los trabajadores, frente a la dictadura del triunvirato militar de finales de la década de los 70, junto a la FEUE y a la FESE, se plantea un Programa de Gobierno de los trabajadores, campesinos, maestros y estudiantes, para atender las necesidades de un pueblo postergado. Éste fue el antecedente para la constitución del Movimiento Popular Democrático”. (Brigada Médica Ab. Jaime Hurtado, 2009)

## 2.3. Periodo de transición a la nueva Constitución del Ecuador en el 2008

### 2.3.1. Contexto político: antecedente a la Constitución del 2008

El proceso político que vivió el Ecuador durante los casi dos años antes de la instauración de la nueva Constitución, más que a una demanda social, respondió a una oferta de campaña del actual presidente Rafael Correa.

Durante la campaña política del 2006, el candidato de Alianza País promulgó la instauración de una nueva Carta Magna, que brindará las bases legales y constitucionales para lograr cambios en el país, en el caso de resultar ser electo como Presidente de la República.



**Figura 1.** Diario El Universo (27/11/2006). Rafael Correa resultó ganador en la segunda vuelta en las elecciones realizadas el 26 de noviembre del 2006, derrotando a su contrincante Álvaro Noboa.

El 15 de enero del 2007, el economista Correa asume el poder correspondiente al primer mandato. Cabe mencionar, que el bloque de Alianza País no presentó candidatos a diputados (as) en estas elecciones; entonces, el presidente Correa no tenía apoyo en el Congreso Nacional porque la mayoría parlamentaria estaba constituida por los partidos de oposición.

Cuando el Primer Mandatario envía el proyecto de Consulta Popular para que el Congreso Nacional lo aprobara, la bancara opositora no dio paso a la propuesta. Entonces, fue el Tribunal Supremo Electoral quien aprobó la Consulta Popular que tuvo lugar el 15 de abril del 2007.

En la Consulta Popular, los ecuatorianos y ecuatorianas tenían que responder SÍ o NO a una nueva carta magna, que sería elaborada por una Asamblea Constituyente de plenos poderes. La única pregunta que constaba en la consulta era: "¿Aprueba usted, que se convoque e instale una Asamblea Constituyente con plenos poderes de conformidad con el estatuto electoral que se adjunta, para que se transforme el marco institucional del Estado y elabore una nueva Constitución?". Los resultados de esta contienda electoral, dieron como ganador al SÍ con más del 81.72% de apoyo. (López y Cubillo, 2009, p. 14).

Como se mencionó anteriormente, el presidente Correa tenía una oposición política en el Congreso Nacional y que impulsó el NO en la consulta; sin embargo, también constaba con aliados que apoyaban el SI. Los partidos aliados eran principalmente aquellos que promulgaban una ideología de izquierda y que como no habían podido instaurarse en el poder, veían en el presidente Correa a un líder que podía representar los intereses políticos igual que ellos.

Entre los aliados constan el Partido Socialista Frente Amplio, Pachakutik, Partido Comunista Marxista Leninista de Ecuador, Movimiento Popular Democrático, Nuevo País, Alianza Bolivariana Alfarista, Poder Ciudadano, Ruptura de los 25, Partido Liberal Radical Ecuatoriano, Movimiento Humanista de Ecuador, Red Ética y Democracia y el Partido Comunista del Ecuador. Cabe señalar, que algunos de éstos partidos retiró el apoyo al presidente Correa con el pasar del tiempo desapareció y el MPD fue uno de ellos. A continuación, se presenta un artículo del diario El Universo (15/03/2007) en el cual se evidencia el apoyo que el MPD brindó al SÍ en la consulta popular del 2007.

### **MPD caminó en apoyo a la consulta en Guayaquil, Quito y Cuenca**

Miembros del Movimiento Popular Democrático (MPD) se manifestaron en tres ciudades del país para apoyar la consulta popular.

En Guayaquil, Carlos Medina, también dirigente de la Unión Nacional de Educadores, junto a decenas de estudiantes universitarios realizó una caminata antes de las 10:00, como parte de las movilizaciones que el MPD ha convocado a nivel nacional.

Medina y sus acompañantes, reunidos en Lorenzo de Garaycoa y Nueve de Octubre, en la acera del parque del Centenario, aseguraron que esta manifestación es un llamado a los ecuatorianos a ratificar el triunfo de la asamblea nacional constituyente con plenos poderes. Posteriormente, llegaron hasta las instalaciones de la gobernación del Guayas.

### **Ciudadanos de Guayaquil en marcha**

Aunque la marcha proconstituyente y en apoyo a Correa se iniciará a las 14:00, Medina dijo que esta primera caminata fue una demostración "para votar por el sí"; pedir que se ratifique la destitución de los 57 diputados que se enfrentaron al presidente del Tribunal Supremo Electoral; y para pedir que no haya más concesiones en Guayaquil.

### **En otras ciudades**

Grupos de estudiantes y dirigentes del MPD también se manifestaron de forma pacífica en Quito y Cuenca.

Los capitalinos recorrieron el centro histórico y llegaron frente al Palacio de Carondelet. A la voz de "únete pueblo, únete a luchar, por la asamblea vamos a pelear", decenas de estudiantes universitarios recorrieron la mañana de este jueves las calles de Quito para expresar su respaldo a la consulta popular.

Los manifestantes, unos alumnos de la Universidad Central se dividieron en dos grupos. Uno de ellos, los que aseguran ser independientes, señala que han peleado porque no haya banderas políticas que "nos estén identificando, sino que haya una sola bandera, que es la del Ecuador", dijo uno de los estudiantes.

Mientras, el segundo grupo se identificó con el Movimiento Popular Democrático (MPD).

Los activistas avanzaron desde las inmediaciones del Congreso Nacional donde expresaron su rechazo por los diputados destituidos, y llegaron hasta el Palacio de Gobierno donde fueron recibidos por un representante del Gobierno. Anunciaron que el próximo 25 de marzo entregarán una propuesta para la Asamblea Constituyente.

En tanto, en Cuenca, decenas de estudiantes uniformados, apoyaron la consulta popular en medio de banderas del MPD y del Partido Comunista Marxista Leninista del Ecuador.

Una vez conocidos los resultados de la consulta popular, el Tribunal Supremo Electoral tenía que organizar otro proceso de elecciones, en el cual se elegiría a 130

los asambleístas que conformarían la Asamblea Constituyente de plenos poderes y que se ubicaría en Montecristi en la provincia de Manabí.

Esta elección tuvo lugar el 30 de septiembre de 2007, donde el Movimiento Alianza país obtuvo la mayoría de asambleístas y el MPD también se hacía presente con 4 escaños. A continuación, se presentan los resultados de esta contienda electoral, tomando en cuenta lo emitido por diario El Universo (02/10/2007) en base al Conteo rápido de Participación Ciudadana, escrutado el 92.71% de las urnas.

**Tabla 5. Resultados electorales para la conformación de la Asamblea de plenos poderes en Montecristi (30 septiembre del 2007)**

Partidos políticos	Número de asambleístas
Alianza País	72
Partido Sociedad Patriótica	16
PRIAN	7
Partido Social Cristiano	4
Movimiento Popular Democrático-MPD	4
Red Ética y Democrática	3
Izquierda Democrática	1
Una Nueva Opción-UNO	2
Honradez Nacional	1
Elegidos del Exterior	6
MCIFY	1
MIJS	1
Empate Técnico	12

**Nota:** Diario El Universo (02/10/2007). Elaboración propia. La Asamblea Constituyente se instaló en Montecristi el 30 de noviembre del 2007 y estuvo conformada por 130 asambleístas, de los cuales 100 eran provinciales, 24 nacionales y 6 representaban a las comunidades de los migrantes que se encontraban localizados en Estados Unidos de América, en algunos países de Europa y en América Latina.

Una vez instalada la Asamblea, tenía un periodo de 180 días para elaborar la nueva carta magna que por medio de un referéndum podía ser aprobada o rechazado por los ecuatorianos y ecuatorianas.

Durante el periodo de elaboración de la actual Constitución, la Asamblea se organizó en diez mesas, cada una de las cuales se encargaba de discutir y formular los artículos correspondientes al tema macro asignado. Las mesas estuvieron definidas de la siguiente manera.

- Derechos Fundamentales y Garantías Constitucionales
- Estructura e Instituciones del Estado
- Recursos Naturales y Biodiversidad
- Justicia y Lucha contra la Corrupción
- Legislación y Fiscalización
- Mesa de Régimen de Desarrollo
- Ordenamiento Territorial y Asignación de Competencias
- Organización, Participación Social y Ciudadana
- Trabajo, Producción e Inclusión Social
- Soberanía, Relaciones Internacionales e Integración.

La Asamblea estuvo dirigida por Alberto Acosta hasta el 27 de junio del 2008, quien tras poner su renuncia fue suplantado por Fernando Cordero que se mantuvo como presidente hasta el 25 de octubre de 2008. Sin embargo, la Asamblea había culminado la elaboración de la Constitución la noche del 24 de julio del 2008, aprobada por 94 asambleístas y entregada al Tribunal Supremo Electoral el 25 de julio del mismo año. El siguiente paso, era la convocatoria por parte del TSE al referéndum para aprobar o no esta Carta Magna elaborada en Montecristi.

El 28 de septiembre del 2008 se llevó a cabo el proceso electoral. Los resultados del referéndum mostraron que los ecuatorianos y ecuatorianas dijeron si a la nueva Constitución, que fue publicada en el Registro Oficial el 20 de octubre del mismo año.

A continuación, los resultados según el Tribunal Supremo Electoral sobre el referéndum.

**Tabla 6. Resultados del referéndum aprobatorio de la Nueva Constitución del 2008**

Constitución del 2008	Porcentaje
Sí	63.93 %
No	28.10 %
Votos nulos	7.23 %
<b>TOTAL</b>	99.26 %

**Nota:** Adrián López & Paula Cubillo (2009, p. 17). Elaboración propia.

Una vez publicada la Constitución en el Registro Oficial, la estructura del Estado tendría que pasar por un proceso de transición. Tal es el caso, que el desprestigiado Congreso Nacional fue disuelto y reemplazo por la Asamblea Nacional, mientras ésta se encontraba elaborando la Constitución en Montecristi. Por otro lado, el Tribunal Supremo Electoral tuvo que convocar a nuevas elecciones, como lo estipulaba la Carta Magna.

### **2.3.2. Proceso electoral celebrado en Ecuador en el 2009**

Para cumplir con lo estipulado en el Régimen de Transición a la nueva Constitución, el Consejo Nacional Electoral (ex Tribunal Supremo Electoral) convocó a nuevas elecciones. Respecto a la convocatoria el Pleno del Consejo Nacional Electoral, publica en el Registro Oficial 542-marzo-5-09, lo siguiente:

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales y las previstas en el Régimen de Transición,

#### **CONVOCA**

Art. 1.- A las ciudadanas y ciudadanos ecuatorianos con derecho a voto, a las ecuatorianas y ecuatorianos domiciliados en el exterior, a las extranjeras y

extranjeros residentes en el Ecuador por lo menos cinco (5) años, inscritos en el Registro Electoral, a elecciones generales que se llevarán a cabo el 26 de abril y el 14 de junio del 2009, bajo las normas previstas en la Constitución, las del Régimen de Transición (...).

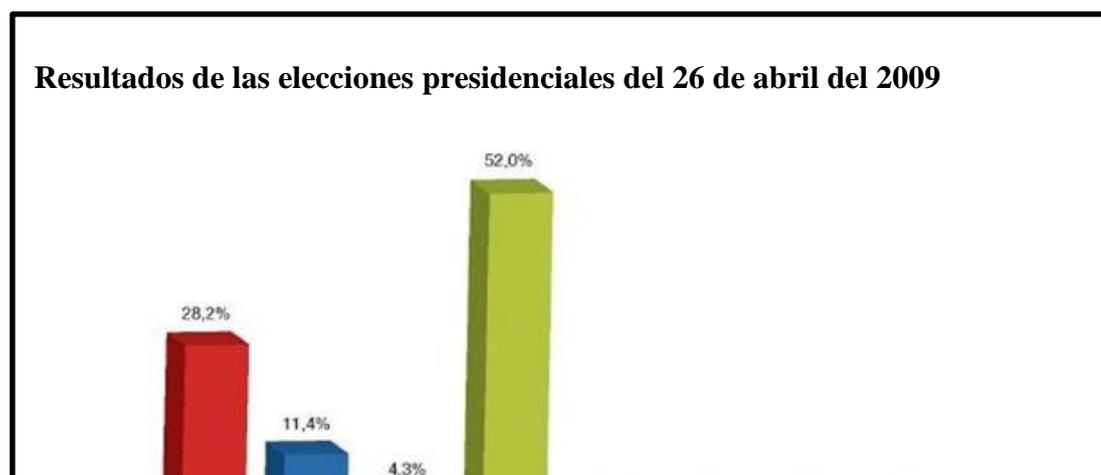
**El domingo 26 de abril del 2009, se elegirá:**

- Presidenta o Presidente y Vicepresidenta o Vicepresidente de la República.
- Integrantes de la Asamblea Nacional elegidos por las circunscripciones provinciales, la nacional y la especial del exterior.
- Veintitrés (23) Prefectas o Prefectos y veintitrés (23) Viceprefectas o Viceprefectos Provinciales, que se elegirán en binomio.
- Doscientos veintiún (221) Alcaldesas o Alcaldes Municipales.
- Cinco (5) y un máximo de quince (15) concejales y concejalas en cada cantón (...).

**El domingo 14 de junio se elegirá las siguientes dignidades:**

- Entre los dos binomios más votados en la primera vuelta electoral: Presidenta o Presidente y Vicepresidenta o Vicepresidente de la República.
- Cinco (5) Representantes al Parlamento Andino.
- Cinco (5) vocales de Junta Parroquial en cada una de las juntas parroquiales rurales, la candidata o el candidato más votado será el Presidente.

La primera vuelta se llevó a cabo el 26 de abril del 2009, en la cual se eligieron a todas las dignidades y el binomio Correa-Moreno obtuvo el 52% de votación, ganando la presidencia en la primera vuelta. En esta contienda electoral se eligieron todas las dignidades de elección popular (presidente, asambleístas, alcalde, concejales, prefectos, parlamentarios andinos y presidentes de juntas parroquiales).



Por último, respecto a esta contienda electoral, un aspecto relevante para la historia democrática, es que el CNE dispuso el voto voluntario para las Fuerzas Armadas e integrantes de la Policía Nacional y también los presos que no tenían sentencia podía ejercer en derecho al voto.

### **2.3.3. Proceso electoral celebrado el 17 de febrero de 2013 en Ecuador**

La delimitación temporal de este trabajo de investigación se extiende desde el 2009 hasta el 2013, debido a que el Ecuador realizó cambios relevantes en el ámbito político. La nueva Constitución promulgada por el primer mandatario Rafael Correa, conllevó a otros procesos, cambios de estructuras y formación de nuevas instituciones.

Este periodo es importante, porque se podría considerar que la estabilidad política retornaba al Ecuador. Era la primera vez que un gobierno lograba terminar su mandato, tomando en cuenta que en los últimos diez años, los presidentes habían sido derrocados por medio de golpes de estado. En el proceso electoral del 17 de febrero del 2013, el binomio Correa-Glas resultó ganador en una sola vuelta.

Para este proceso electoral, el MPD realizó alianzas con otros partidos y movimientos políticos. Ya no apoyaban al candidato Correa porque la relación política se había

fragmentado debido a las diferencias entre ambos partidos, donde el MPD calificaba al gobierno de Correa como traicionero.

La Unidad Plurinacional de las Izquierdas, fue la coalición política que crearon los partidos de izquierda del Ecuador que estuvo conformada por diez partidos y movimiento. El candidato que postuló a la presidencia la Unidad Plurinacional de las Izquierdas, fue Alberto Acosta, acompañado por Marcia Caicedo a la vicepresidencia. Sin embargo, no lograron llegar al poder, y en esta contienda Acosta se ubicó en la sexta posición con el 3.26% de votos, según datos del Consejo Nacional Electoral, una vez escrutadas el 100% de las urnas. Por otro lado, respecto a los candidatos para asambleístas, el MPD junto con Pachakutik sacaron un solo representante a nivel nacional.

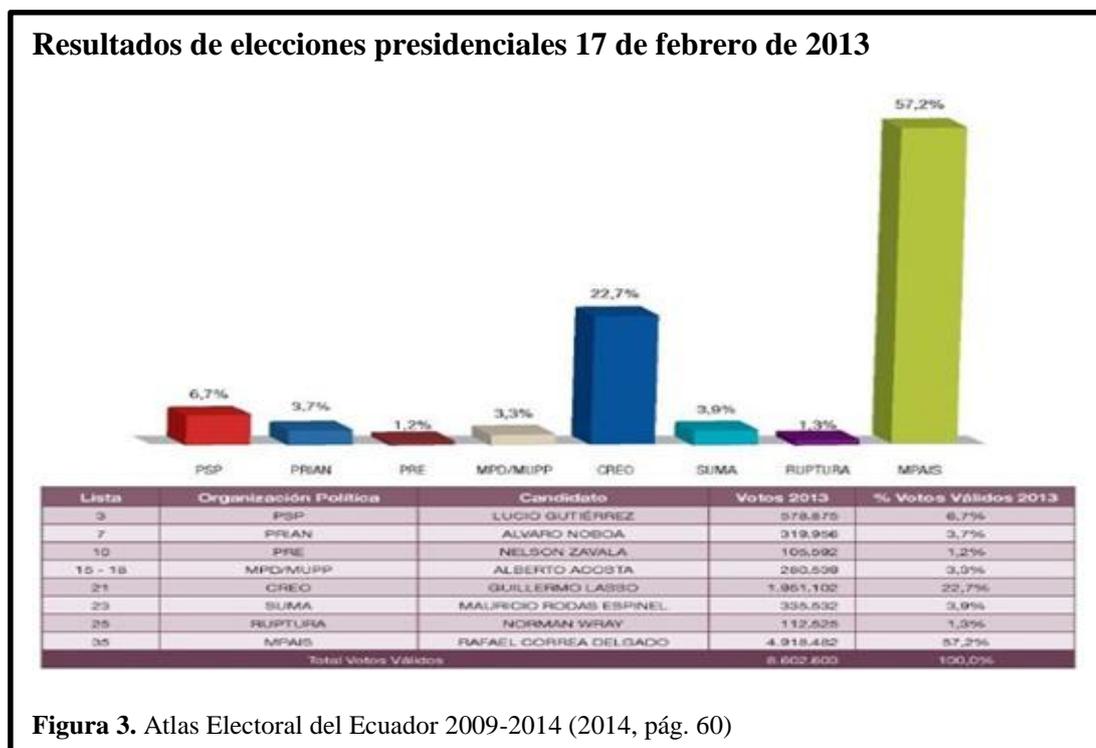
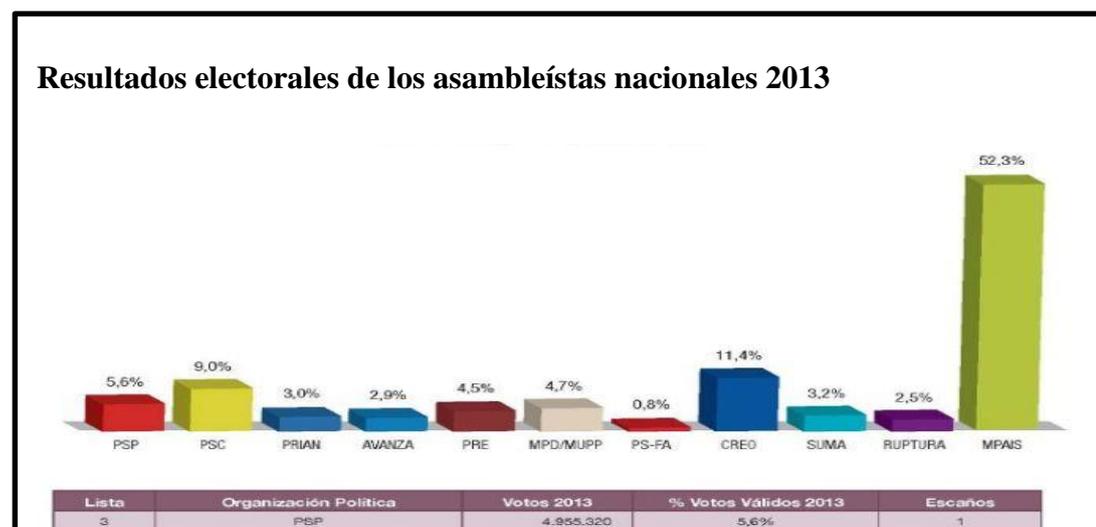


Figura 3. Atlas Electoral del Ecuador 2009-2014 (2014, pág. 60)



Aquí la lista de los partidos y movimientos integrantes de la Unidad Plurinacional de las Izquierdas: Movimiento Popular Democrático, **Pachakutik** Montecristi Vive, Partido Participación, Socialismo Revolucionario, RED, Movimiento Democracia Radical, Poder Popular, Movimiento Convocatoria por la Unidad Provincial, y PCMLE. Cabe resaltar, que no todos los partidos y movimientos expuestos estaban registrados en el CNE, sólo estaban legalizados el MPD y Pachakutik.

Este recorrido sobre los procesos electorales en Ecuador durante los últimos 8 años, nos ayuda a entender el actuar político del MPD y así, tener una visión más clara del discurso propagandístico emitido por el partido durante este tiempo. En el siguiente apartado, se identificarán los medios utilizados por el MPD mediante los cuales emitió la propaganda política.

#### **2.4. Elementos del discurso propagandístico del Movimiento Popular Democrático en elecciones 2009 y 2013**

El MPD, fue uno de los partidos políticos que constantemente emitía mensaje propagandístico ya sea para el público convencido o no convencido. Para la elaboración de estos mensajes propagandístico tomaban como base el Manual de Propaganda Revolucionaria del Partido Comunista Marxista Leninista del Ecuador. Además, este partido político a lo largo de su historia política mostró una tendencia por los medios de propaganda escrita, tal es el caso, que en el Manual de Propaganda Revolucionaria del PCMLE (2006) se señala que:

La propaganda escrita, constituye un registros perenne de la historia, más que los otros medios de comunicación (...). Por ello a los revolucionarios se

nos impone la obligación de escribir, de contar las luchas de nuestro pueblo y de entregarle herramientas que le sirvan para conocer la realidad, adquirir conciencia y educarse en la necesidad de la revolución proletaria (...) es una interpretación, una exposición analítica, un comentario de los acontecimientos desde el punto de vista del Partido, del proletario y del pueblo. (p.59)

Por otro lado, también se menciona que los géneros más utilizados en la emisión del discurso son: la noticia, la crónica, la entrevista, el reportaje y el artículo de opinión.

#### **2.4.1. Medios utilizados por el MPD en la difusión del discurso propagandístico**

El discurso propagandístico del MPD se caracterizó por ser revolucionario que apuntaba a la transformación de la sociedad. Frases como “Patria Nueva y Socialismo, Educación Gratuita, Construcción de un Nuevo País comprometido con el cambio, no explotación al Pueblo”, son consignas que utilizó el MPD para llegar a la sociedad.

A continuación, se realizará una sistematización de los medios escritos a través los cuales el MPD difundió su discurso propagandístico, con el objeto de analizarlos, e identificar qué lineamientos y principios ideológicos estuvieron presentes en la propaganda política.

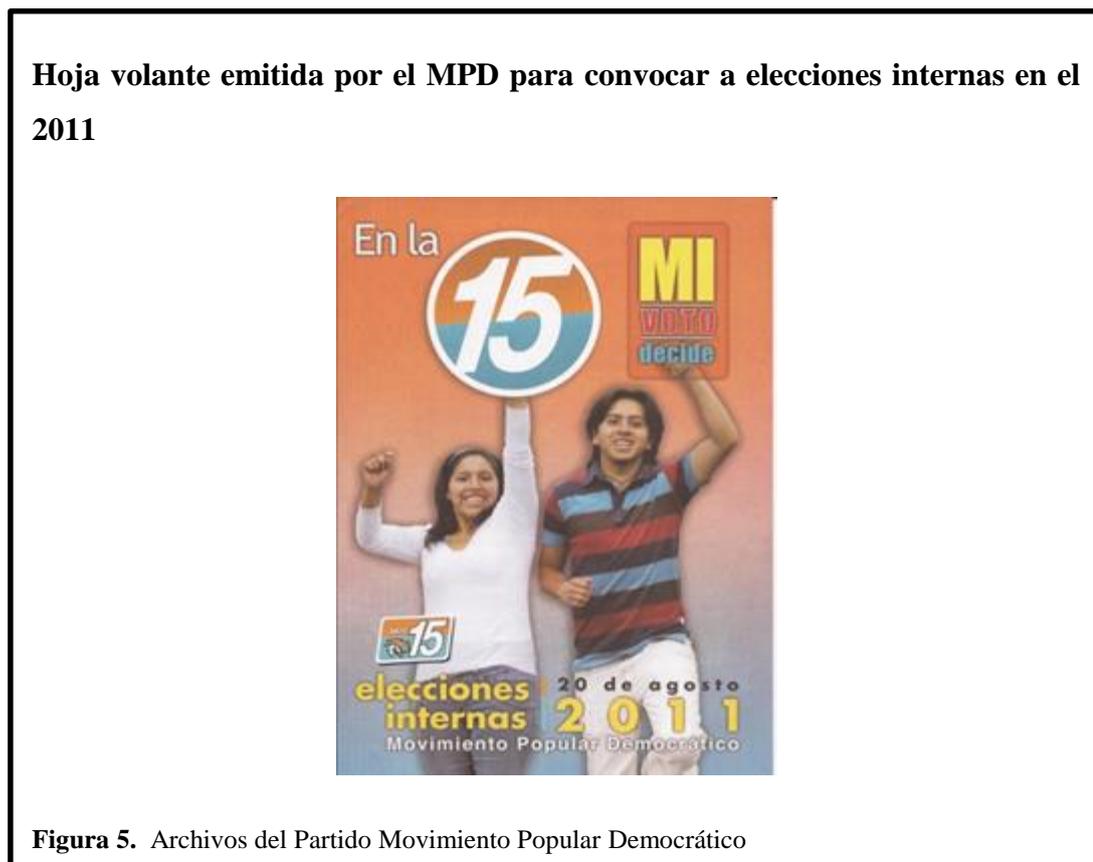
##### **2.4.1.1. Sistematización de medios propagandísticos**

Antes de empezar a detallar las características de cada uno de los medios escritos expuesto anteriormente, se citará los lineamientos que el MPD consideraba al momento de la elaboración de la propaganda escrita. Como se mencionó anteriormente, el MPD tomaba como base el Manual del PCMLE (2006) para elaborar se propaganda, el cual señala lo siguiente:

La propaganda debe ser colectiva, e integradora (...) el color juega un papel señalético y motivacional, (...) el símbolo es por definición un elemento material que está en lugar de otra cosa ausente (...) y la composición gráfica es la una forma de organizar, de disponer en el espacio limitado por un formato vario signos para así obtener una composición estéticamente agradable y de fácil lectura para causar interés en el perceptor. (p. 107-114)

A partir de estos lineamientos, el MPD utilizó como medios para difundir su discurso propagandístico escrito, los siguientes recursos: hoja volante, afiche, periódico, revista, flexografía, calendarios, entre otros.

**Hojas volantes:** eran utilizadas prioritariamente para comunicar a la sociedad la posición política respecto a temas coyunturales y también, se hacía uso de este medio en campañas electorales para dar respuesta a temas de actualidad. A continuación, se presenta un ejemplo de hoja volante emitido por el MPD.



En el Manual del PCMLE (2006), señala que:

En su permanente acción revolucionaria por unir, organizar y conducir a la lucha a las grandes masa populares, para educarlas y orientar oportunamente su combate utiliza con gran frecuencia las HOJAS VOLANTES”. (...) Los volantes, trípticos y dípticos, son de fácil adaptación a muchas situaciones del trajín político.

Funciones: genera interés sobre la información; invitar a ser parte del proyecto; dar a conocer el trabajo realizado las propuestas, las virtudes, y cualidades del

partido, sus candidatos y el proyecto; desarrollar una imagen adecuada del partido y sus candidatos; y persuadir el voto. (p. 79-124)

Entre las ventajas que presenta la hoja volante constan es el costo de reproducción en comparación con otros medios, la relación con el público es más directa y personal, por tanto, se tiene la oportunidad de convencer al público no afiliado al momento de repartir las hojas volantes.

**Afiches:** este medio tuvo más demanda durante los procesos electorales porque por medio de él, el MPD daba a conocer a los candidatos (as) que participaban a las diferentes dignidades de elección popular.

**Afiches “Siempre Revolucionarios” y “Con Alberto Acosta estamos seguros” emitidos por el MPD en el 2013**



**Figura 6.** Archivos del MPD. El primer afiche se emitió para convocar a un Convención Nacional del MPD en el 2013. Y el segundo, fue emitido en las campañas electorales del 2013 para promocionar la candidatura de Alberto Acosta por la Unidad Plurinacional de las Izquierdas.

Los afiches poseen un tamaño más grande que las hojas volantes y no se reparten individualmente, sino que, se pegan en las paredes y postes de las ciudades para que los ciudadanos y ciudadanas conozcan a los candidatos (as) del MPD. El Manual del PCMLE (2006) menciona:

Que los resultados del afiche son óptimos cuando se aplica el principio de la repetición (...) y que las ventajas son: alta presencia local; atractivo visual a través del color y las formas; permite mayor recordación; bajos costos en relación con otros medios; movilidad del diseño y excelente para difundir el nombre del partido. (p. 123)

Y una de las desventajas principales es que no tiene cabida los mensajes largo, éste debe estar constituido por frases cortas y con letra legible.

**Periódico:** es un medio de comunicación de prensa escrita, que se diferencia de los otros por la periodicidad con la cual se publica y de ahí precisamente el nombre de periódico. El MPD también hizo uso de este medio y publicaba un suplemento quincenal informativo destinados a sus militantes, llamado “Patria Nueva”.

Respecto a la elaboración del periódico el Manual del PCMLE (2006), señala que:

El proceso de elaboración del periódico dinamiza el funcionamiento de la organización, porque compromete a sus integrantes con la difusión, demanda la creación de equipos de redactores, diseñadores (...), da vida a la organización social o política, al incorporar a varios sectores. (...) el periódico como expresión viva de una organización, transmite al lector la identidad de la misma: sus principios, su programa, las propuestas estratégicas y coyunturales, la acción y lucha de las masas, el combate que desarrollan los pueblos en el contexto nacional e internacional. (p.87)

El periódico Patria Nueva era elaborado en la sede del partido en la ciudad de Quito y de allí se distribuido a las otras sedes provinciales y cantones para que se repartieran a los afiliados y militantes del partido.

**Portadas de dos ejemplares del periódico “Patria Nueva” emitido por el MPD en septiembre de 2009 y 2013**



**Revista:** el MPD también publicaba trimestralmente una revista, que era elaborada en el Centro de Formación e Investigación Social Jaime Hurtado. La revista se llamaba “Desafíos de la Izquierda” y su primera publicación tuvo lugar en julio del 2011.

En la carta editorial de la primera edición de la revista, el director general Geovanni Atarihuana, señala que:

La revista se asume como una iniciativa editorial desde la izquierda revolucionaria, un esfuerzo intelectual y material orientado a contar con medio de comunicación que aspiramos se convierta en un espacio de encuentro y debate para fortalecer la tendencia, un instrumento que contribuya a la formación política y a la reflexión teórica de los militantes en la transformación social. (Revista Desafíos de la Izquierda, 2011, p.2)

La revista igual que el periódico, se distribuía desde la matriz del partido a las sedes provinciales y cantonales para que los militantes y afiliados de todo el país, pudieran obtener un ejemplar.

**Primera edición de la revista Desafíos de la Izquierda emitida en el 2011**



**Otros medios propagandísticos:** si bien es cierto, que los medios que el MPD utilizaba regularmente para emitir el discurso propagandístico fueron los expuestos anteriormente, también hacía uso de la flexografía, calendario, dísticos, gigantografía, entre otros.

### Calendario “Métele un gol a la oligarquía”. Mundial de Sud África 2010



**Figura 9.** Movimiento Popular Democrático. Este calendario contenía las fechas y hora de los partidos.

### Dístico “Patria Nueva” emitido por el MPD en octubre del 2010



La utilización de estos medios dependía de la coyuntura y momento político por el cual atravesaba el país. Por ejemplo, la gigantografía y la flexografía tenía gran demanda en campañas electorales; los calendarios eran elaborados cuando se aproximaba al cambio de año o cuando había un evento de gran impacto en la sociedad como por ejemplo el mundial de fútbol; y los dípticos cumplían las mismas funciones del periódico.

Con esta exposición de los medios escritos que el MPD utilizó para difundir el discurso propagandístico para la población convencida de su ideología y la no convencida, se cierra este capítulo y en el siguiente, se procederá a realizar el trabajo empírico con los grupos focales, el análisis de contenido y la conclusión del presente trabajo.

### **CAPÍTULO 3**

#### **ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA PROPAGANDA DEL MPD DEL PERIODO 2009-2013**

En este apartado se realizará el análisis de contenido de los elementos propagandísticos emitidos por el MPD. Para ello, se realizará primero una aproximación teórica al análisis de contenido como técnica cualitativa de investigación, a la iconográfica, la cromática, la semántica y a los postulados teóricos que propone el Manual de la Propaganda Revolucionaria del Partido Comunista Marxista Leninista del Ecuador, con el objetivo de entender la forma de estructuración del mensaje propagandístico revolucionario.

Posteriormente, se realizará una descripción de las unidades de análisis en cuanto a su elaboración, tomando como base lo expresado por Edison Álvarez, quien fue el director de la propaganda del MPD.

Y por último, se realizará el análisis de contenido propiamente dicho, donde se expondrán los resultados del trabajo realizado con los grupos focales.

### **3.1. Acercamiento teórico al análisis de contenido**

Como se expuso anteriormente, no toda la propaganda política se estructura de la misma manera. La de manipulación, tiene el fin único de convencer a la sociedad sobre algo específico, en cambio, la propaganda revolucionaria es confrontativa e invita al pueblo a la acción.

El análisis de contenido, permitiría en este caso identificar el significado de los elementos presentes en el discurso propagandístico, significados que a simple vista no son visibles.

José Luis Piñuel (2002), define al análisis de contenido como:

El conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que preceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto **elaborar** y **procesar** datos relevante sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. (p.2)

Como se puede observar, el análisis de contenido permite evidenciar el significado del mensaje a partir del procesamiento y desconstrucción de los datos relevantes presentes en el discurso. Sin embargo, existe un sinnúmero de definiciones que algunos autores han realizado respecto al análisis de contenido y que han aportado para tener hoy una definición acertada de la técnica.

El fundador de la técnica, Bernard Berelson (1952) considera que “el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”.

Para Ole R. Holsti (1969), el análisis de contenido es “cualquier técnica de investigación, que sirva para hacer inferencias mediante identificación sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”.

Y por último, Muriel y Rotha (1980), define al análisis de contenido como:

Una técnica que permite la descripción objetiva y sistemática del material que se obtiene por medio de la comunicación verbal o escrita. Su finalidad es al de permitir que el material procedentes de diversas fuentes puede ser analizado, interpretado y comparado en términos de algún denominador común. (p.136)

Como se puede observar a partir de las definiciones expuestas, el análisis de contenido es una técnica de investigación que parte de la elección de un método para realizar el análisis e interpretación de los elementos expuestos en el mensaje. Tal es el caso, que para emplear esta técnica, hay que tener claro antes de la aplicación, el procedimiento con el cual se va a trabajar. Para ello, Iván Rodrigo Mendizábal (1999), recomienda definir lo siguiente:

- Qué datos se analizan, cómo se definen y a qué muestra se refieren: la base fundamental del análisis de contenido son los datos que están contenidos y se extraen de un mensaje u objeto simbólico.

-El contexto de producción de un mensaje debe hacerse manifiesto cuando se analizan los datos: El contexto debe ser construido y reconstruido por el investigador para de esta manera comprender las condiciones de producción del mensaje.

-Interesa definir claramente la finalidad u objetivo de las inferencias: es decir, a dónde se quiere llegar o qué se quiere descubrir.

-El análisis de contenido se soporta concretamente si existe un esquema previo de estudio: es necesario elaborar anticipadamente un instrumento que permita la recolección y análisis de datos. (p.111)

Por todo lo dicho, se puede entender que para aplicar la técnica de análisis de contenido, previamente se debe recolectar los datos, después hay que seleccionar las unidades y luego las categorías de análisis.

Para Iván Rodrigo Mendizábal (1999), las unidades de análisis se clasifican en tres tipos:

a.- Unidades de muestreo: son aquellas porciones con características particulares de dicho universo a los que se aplicará el análisis de contenido. Los criterios de elección de tales unidades de muestreo dependen de los objetivos de la investigación como tal.

b.- Unidades de registro: son aquellas partes de la unidad de muestreo que deberán aislarse y analizarse.

c.- Unidades de contexto: son aquellas informaciones que se recogen paralelamente en relación al objeto o mensaje estudiado y que ayudan a caracterizarlo. (p.113)

### **3.1.1. Metodología del análisis del contenido**

La aplicación de la técnica de análisis de contenido y tomando en cuenta los planteamientos de José Luis Piñuel (2002), consiste en lo siguientes pasos:

- Selección de la comunicación que será estudiada
- Selección de las categorías que se utilizarán
- Selección de las unidades de análisis
- Selección del sistema de recuento o de medida. (p.7)

Respecto a la selección de comunicación para el estudio, Piñuel señala que no se debe aplicar un mismo modo o tipo de análisis de contenido. Para ello propone, que

dependiendo de la situación se debe aplicar un análisis de contenido de carácter **explorativo** (se desarrollan para testar por primera vez un material de estudio), **descriptivo** (identifica o cataloga la realidad empírica de los textos o documentos, mediante la definición de categorías o clases de sus elementos) y el **verificativo o explicativo** (dan cuenta inferencias sobre el origen, naturaleza, funcionamiento y efectos de los productos comunicativos).

La selección de las categorías que se utilizarán para el análisis, dependerá del investigador. Un porcentaje importante del éxito del trabajo investigativo, dependerá de este proceso de selección. Tal es el caso que “cualquier análisis de contenido se sostiene o se hunde por cuáles son sus categorías de análisis”. (Berelson, seguido por Piñuel, 2002, p.10)

Para la selección de las unidades de análisis, hay que tener en cuenta “que aquellas situaciones de comunicación que brindan la posibilidad de elaborar, registrar y después procesar datos (...) requieren una previa disección de los productos, orientada a su vez a elaborar, registrar y tratar datos extraídos de ellos”. (Piñuel, 2002, p. 11)

Y por último, respecto a la selección del sistema de recuento o de medida se puede aplicar métodos cuantitativos y cualitativos, construidos previamente a la aplicación de la técnica.

### **3.2. Perspectiva teórica sobre la iconográfica, cromática y semántica**

Los elementos que componen el discurso propagandístico del MPD (afiches, hojas volantes y periódico) están relacionados directamente con ideología política, la imagen del partido y también, su identidad. Y para que la emisión del mensaje sea efectivo, la utilización y distribución de los elementos relacionados con la cromática, la semántica y la iconografía tiene que ser la adecuada. Por esta razón, conocer lo que teóricamente se ha manifestado sobre la iconografía, cromática y semántica es de gran importancia porque permite realizar un análisis lo más acertado posible sobre las categorías del discurso propagandístico del MPD.

#### **3.2.1. La iconografía y sus niveles de análisis**

La iconografía, en una primera instancia está relacionada con la descripción de una imagen que puede ser de un personaje histórico, de una idea o ideología relacionada

con lo político, económico, cultural o social. Sin embargo, una imagen puede tener diferentes interpretaciones que dependerá del contexto en el cual se desarrolle.

Para González de Zárate (s.f.), la iconografía es “la ciencia que estudia y describe las imágenes conforme a los temas que desean representar, identificándolas y clasificándola en el espacio y el tiempo, precisando el origen y evolución de las mismas”.

Pero para tener una opinión más acertada sobre una imagen o ícono cuando se realiza una interpretación, María Isabel Rodríguez (2005) propone el método de Panofsky que:

Aboga por una concepción sincrónica, ya que obliga a plantear disertaciones polivalentes en las que se tenga en cuenta muchos aspectos y en las que se atiende más al contenido intelectual que a las formas. Su conocimiento requiere de un análisis integral en el que se investigue tanto acerca de su forma como de su significado”. (p.4)

La aplicación de este método en la interpretación de la iconográfica nos permite tener una connotación más profunda de lo que a simple vista se puede observar en la imagen. Como por ejemplo, el contexto en el que fue elaborada la imagen y con ello, identificar el mensaje que quiere transmitir.

El método de Panofsky consta de tres niveles y María Isabel Rodríguez (2005, p.5) los explica de la siguiente manera:

- Nivel preiconográfico (Significación primaria o natural de la obra de arte): Consiste en la interpretación primaria o natural de la que contempla a simple vista el espectador de una obra de arte; una descripción en las que las figuras o los objetos representados no se relacionan con asuntos o temas determinados. Se trata de reconocer e identificar lo que se observa, sin la necesidad de poseer conocimientos icónicos.
- Nivel iconográfico (Significación secundaria o convencional): Consiste en desentrañar los contenidos temáticos afines a las figuras o a los objetos figurados en la obra de arte. Se trata de identificar el asunto representado.
- Nivel iconológico o iconografía en sentido profundo (Significación profunda o contenido): Es la explicación del significado intrínseco o dimensión profunda.

Consiste en ahondar en el concepto o las ideas que se esconden en los asuntos o temas figurados y sobre su alcance en un contexto cultural determinado. (p.5)

Las categorías del discurso emitido por el MPD durante el 2009- 2013 referentes a lo iconográfico son:

- Personajes que participaron en contiendas electorales como Mery Zamora y Natasha Rojas
- El símbolo del partido y de otras organizaciones políticas
- Imagen de Jaime Hurtado
- Caricatura sobre la pluriculturalidad del Ecuador
- Iconografía sobre gente con puños en alto

Cabe mencionar que todas estas categorías iconográficas serán analizadas por medio del método de Panofsky y posteriormente ver si esta interpretación coincide con lo expresado por los participantes de los grupos focales.

### **3.2.2. La composición cromática**

La cromática se refiere directamente a los colores y a lo que transmiten cada uno de ellos, porque igual que los íconos y las imágenes, el color también comunica algo y forman parte de la identidad en este caso, del MPD. Por esta razón, es esencial entender lo que transmiten los colores y la forma de combinarlos para posteriormente poder realizar un análisis sobre la cromática utilizada por el MPD. Pero antes de pasar a describir el significado de la cromática utilizada por el MPD en el discurso, primero se realizará una aproximación al concepto de color.

Como introducción, se podría decir que el color como tal no existe. El color es “una sensación que se produce en respuesta a la estimulación del ojo y de sus mecanismos nerviosos, por la energía luminosa de ciertas longitudes de onda”. Nociones básicas del Diseño. Teoría del Color (s.f.).

Entonces, tenemos que gracias a la luz que entra a la retina es que se puede percibir los colores. Por otro lado tenemos que “el color es un elemento básico a la hora de elaborar un mensaje visual (...) a pesar de que, sin el color la forma permanece, con frecuencia el mensajes es, precisamente, el color”. Nociones básicas del Diseño. Teoría del Color (s.f.).

Esto se relaciona con Psicología del Color propuesta por Eva Heller, ya que como se ha mencionado anteriormente en este trabajo, todos los elementos en discurso propagandístico comunican algo y por supuesto, el color no es la excepción.

Respecto a la combinación cromática, tenemos que al momento de seleccionar los colores hay que tener en cuenta el tipo de contraste que se quiere realizar. Por ejemplo, en los colores denominados fríos y calientes hay que realizar un contraste con uno o varios colores que se aproxime al blanco y otro u otros que se aproximen al negro. Nociones básicas del Diseño. Teoría del Color (s.f.).

Lo importante en el momento de combinar los colores, es el contexto en el que van a ser interpretados el significado, debido a que cada persona percibe de diferentes formas. Por esta razón, decir que un color caliente no se puede mezclar con un color frío, no es correcto, ya que el primero tal vez no parece caliente, ni el segundo no parece frío, todo depende de los otros elementos que lo acompañan.

Los colores calientes resultan de la mezcla del amarillo y rojo; los colores fríos son el resultado de la combinación del azul con el amarillo. Cabe mencionar, que para tener un adecuado contraste cuando se combina un color frío y un caliente, hay que tomar en cuenta “su diversidad tanto como el significado y la superficie”.

En cuanto al significado se refiere lo que transmite el color, y lo relacionado con la superficie es la distribución del espacio entre los colores presentes en el mensaje.

Respecto a los colores como categorías de análisis, tenemos que el naranja y el turquesa se constituyeron en los colores identificativos del partido. “Art. 92. El Emblema del MPD, será una Bandera de dos franjas longitudinales de iguales proporciones; la superior de color anaranjado y la inferior de color azul verdoso”. (Estatutos del MPD, 2010, p.69)

Para entender el significado de éstos dos colores, y todo lo que ellos transmiten, tomaremos lo que Juan Núñez (2014) siguiendo a Eva Heller, en la Psicología de los Colores dice:

“El color naranja está muy asociado con **la juventud** y la **extraversión**, y con frecuencia es garantía de **emociones fuertes**. Las personas que más lo usan suelen ser **vitales**, amantes de la **diversión** y gozar de una vida social intensa.

El naranja es el color de la **diversión**, de la **sociabilidad** y de **todo lo alegre**; es complementario **del azul**. El azul es el color de lo espiritual, de la reflexión y de la calma, y su polo opuesto, el naranja, representa las cualidades contrarias (material, impulsivo y agitado), el efecto del naranja es mayor cuando está rodeado de azul.

El naranja es un color que también se asocia con el **peligro**, ya que se usa como **advertencia** en muchas circunstancias en las que éste se haya presente. Las sustancias venenosas se identifican con una calavera sobre un fondo naranja (también amarillo). Las luces intermitentes de aviso de maniobra de los automóviles son anaranjadas, al igual que las de los vehículos especiales como ambulancias o coches de bomberos.

Por otro lado, el color azul verdoso o turquesa al igual que el color naranja, transmite sensaciones al ser humano. Según, Daniela Macías (2014) el turquesa transmite:

Sensaciones de **protección**, **frescura** y es un gran **tranquilizante** de aura, en los momentos en los cuales deseamos sentirnos tranquilos y **renovados**, ya que todo esto va ligado a **los significados de los colores**. Es refrescante y relajante, lleno de fuerza, comunicativo, lleno de creatividad e infinito.

Las sensaciones de **tranquilidad** se deben a que este es el color del **océano**, lo cual quiere decir qué, además, puede infundir grandeza; es un color que eleva nuestra creatividad, sensibilidad y nuestro poder de comunicación, tanto física, como emocional y espiritual y que lleva consigo una gran **independencia** y **responsabilidad** sobre nuestras propias decisiones.

También, la composición cromática consta aunque en un porcentaje menor, del rojo, blanco, amarillo y negro que sin duda tenían un significado y que según Víctor Jara (2013) estos son:

El **color rojo** es el color de las pasiones y emociones intensas transmite calidez y energía por excelencia. Representa el amor, la furia, el descontento y la alegría. Su poderoso simbolismo hizo que lo escogieran para abanderar movimientos como el comunismo, socialismo, jacobinismo o el nazismo y su efectividad lo ha hecho omnipresente en la publicidad.

Según el simbolismo tradicional, el blanco es un color perfecto. La luz, el comienzo y la resurrección casi siempre se representan con él, como también la limpieza y el equilibrio cuerpo-mente-espíritu.

El amarillo, es por una parte, iluminación y entendimiento, optimismo y alegría. Por otro lado, envidia, celos y animales venenosos.

El negro representa la negación y el fin de las cosas, la ilegalidad e incluso la violencia, pero a la vez es ampliamente usado por la juventud.

Si bien es cierto que el anaranjado y el turquesa resultan de la mezcla de colores fríos y calientes, vamos a analizar posteriormente, si la distribución cromática en cuanto a la superficie del mensaje propagandístico del MPD es correcta y si esta combinación logra una sensación positiva en el público y no un rechazo debido a que un color predomina más que otro.

### **3.2.3. La semántica y los indicadores para el análisis**

Otro de los elementos esenciales en el discurso propagandístico son las palabras que en su conjunto forma las frases y que transmiten un mensaje. La semántica en este caso permite descomponer las oraciones y conocer el significado de cada una de los términos que conforman la oración. “La semántica es el estudio de los significados de las palabras y oraciones”. (Saeed, 2003, p.3)

Por ejemplo, la semántica se aplicará en este trabajo para conocer qué quieren decir las socialismo, patria, affiliate, esta vez no, entre otras.

Por otro lado, se realizará un análisis del discurso en este caso, de las frases u oraciones presentes en la propaganda del MPD. “El análisis del discurso se relaciona con el uso del lenguaje en contextos sociales y, concretamente, con la interacción o el diálogo entre los hablantes”. (Mendizábal, 1999, p.113). Además, Michael Stubbs (1987), seguido por Mendizábal, señala que el análisis del discurso se refiere “al intento de estudiar la organización del lenguaje por encima de la oración o la frase, en consecuencia, de estudiar las unidades lingüísticas mayores, como la conversación o el texto escrito”.

Entonces, tenemos que el análisis del discurso permite no sólo conocer el significado de las palabras, sino el contexto en el cual se dio sentido al discurso sea escrito o hablado. Por eso el análisis del discurso para Mendizábal (1999):

No se detiene en unidades concretas, como ser la palabra o su propia sintaxis, sino en las mayores, es decir, la oración, la frase, con el objeto de observar la estructura de una enunciación, su organización, que en última instancia es la expresión por medio de determinados códigos del hacer humano y social. (p. 115).

Pero para aplicar el análisis del discurso a la propaganda del MPD, se tomará en consideración algunos elementos propuesto por Leandro Sánchez (2011) en su texto “Elementos para el análisis del discurso político en el escenario internacional” dentro de los cuales encontramos:

- Déicticos: hace referencia a los *pronombres personales* (yo, tu, ustedes, el, ellos, ellas); pronombres plurales (nosotros inclusivo y nosotros exclusivos); *localización temporal* (significa localizar un acontecimiento en el eje antes/después respecto a un momento); *demonstrativos espaciales* (aquí/acá-próximo al hablante; ahí-próximo al oyente; allí/allá-el no interlocutor).
- Subjetivemas: son los rasgos semánticos que se pueden considerar subjetivos, a través de los *adjetivos evaluativos axiológicos* (juicio de valor) y los adjetivos evaluativos no axiológicos (implican una evaluación cualitativa y cuantitativa del objeto sin enunciar juicio de valor ni un compromiso efectivo del locutor).
- Apelativos: es cuando el término del léxico es empleado en el discurso para mencionar a una persona. Se usan como la primera, segunda o tercera persona.
- Indicadores de modalidad: hace referencia a la manera en que se presenta el contenido del enunciado en relación con la verdad o falsedad por medio de la *modalidad de enunciación de posibilidad*, la *apreciativa de obligación* y la *apreciativa predictiva*.
- Componentes: son una especie de articulador a través de los cuales el anunciador construye su red de relaciones con el imaginario. Los componentes pueden ser: *descriptivos* (este comporta simultáneamente una lectura del pasado y una de la situación actual o presente); *didáctico* (el anunciador

formula una verdad universal o con pretensión de serlo); *prescriptivo* (marca explícitamente una regla deontológica); *programático* (es el orden del poder hacer, es decir, se promete, se anuncia, se compromete)

- Relación con el auditorio: hace referencia a los puntos de partida sobre los cuales el orador construye su argumentación, y éstos son: *hechos y verdades* (conforman objetos sobre los que la audiencia se ha puesto de acuerdo y no es necesario incrementar la adhesión); *presunción* (son opiniones que no pueden ser probadas aunque la adhesión a ellas pueden ser reforzada o suprimida sosteniendo lo opuesto); *valores* (influyen sobre los cursos de acción, brindan razones para preferir un tipo de conducta sobre otra); *jerarquía* (se organizan a partir de los valores que también tienen un lugar dentro de la argumentación y que es posible reconstruir); *lugares de preferencia* (se trata de posiciones que sirven para justificar valores o jerarquías). (p. 422-431)

Con los elementos propuestos por Sánchez se realizará el análisis del discurso de las frases y elementos teóricos presentes en el discurso propagandístico del MPD, que es el objeto de estudio de este trabajo.

En este apartado, se han expuesto elementos teóricos sobre la composición cromática, iconográfica y la semántica en un nivel general, pero a continuación, se expondrán algunos principios señalados en el Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE sobre la construcción de discurso propagandístico referentes a las categorías de análisis.

### **3.3. Enunciados teóricos para la elaboración de la propaganda escrita según el Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE**

El Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE es la base teórica-conceptual para la elaboración de la propaganda emitida por el MPD. Por tanto, para realizar un análisis sobre el discurso propagandístico de este partido hay que conocer los postulados expuestos en el manual sobre la elaboración de las hojas volantes, los afiches y el periódico, ya que como se mencionó en el primer capítulo, la propaganda revolucionaria es diferente a la de manipulación la cual se elabora bajo otros estándares.

La **hoja volante** es uno de los recursos más utilizados en la difusión de la propaganda revolucionaria ya que “el partido en su permanente acción revolucionaria por unir, organizar y conducir a la lucha a las grandes masas populares, para educarlas u orientar oportunamente su combate utiliza con gran frecuencia”. (Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE, 2006, p. 79)

Respecto a lo semántico, tenemos que el lenguaje de las hojas volante debe ser acorde al léxico utilizado en por la ciudadanía local. Caso contrario, las personas no se sentirán identificados con el mensaje emitido. Frente a lo semántico Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE (2006), expone:

El lenguaje se ajusta al medio en el que la vamos a lanzar, pero es fundamentalmente sencillo, aunque enfrenta problemas complejos pues requiere ser leída y comprendida en corto tiempo, a veces en una primera lectura por cualquier persona. Debe existir una elaboración argumental clara, ordenada, lógica con frases simples cortas, eficaces, con un lenguaje vigoroso, combativo (...) podemos utilizar frases, dichos, pensamientos, refranes, calificativos de uso diario, populares. (p.82)

En cambio, **el periódico** respecto a la elaboración demanda de más tiempo, pero esto es considerado por el partido como positivo porque “el proceso de elaboración dinamiza el funcionamiento de la organización, ya que es un “dinamizador colectivo”. (Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE, 2006, p. 87)

El lenguaje presente en el periódico, debe tener en cuenta el tipo de público al que va dirigido, ya que el objetivo es que la información expresa en el periódico no excluya a nadie por no entender términos muy técnicos. Por eso “el lenguaje debe ser claro, conciso, incorporativo, de identidad de la organización (...)”. (Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE, 2006, p. 88)

Pero en la construcción del mensaje no solo hay que tener en cuenta las palabras que componen la frase, sino que, para que el mensaje sea leído y entendido, hay que tener en cuenta el tipo de letra a utilizar. Por esta razón, el Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE recomienda que el tipo de letra que se debe utilizar en el periódico es el Time, Verdana, Arial en 12, 11, 10 puntos.

Como tercer medio de propaganda tenemos **el afiche**, que como se dijo anteriormente son muy utilizados en época electoral, y se constituyen en una herramienta muy útil para dar a conocer a los candidatos. En el afiche, lo más importante es el lenguaje visual, es decir, la imagen y los colores, debido a que unas de las grandes ventajas del afiche “es el atractivo visual a través del color y las formas”.

Respecto al mensaje escrito, tenemos que se debe utilizar frases cortas. Además, tanto en los afiches como en las hojas volantes “se debe utilizar máximo dos tipos de tipografías, si se utiliza más de dos se corre el riesgo de generar fatiga visual o distorsionar el mensaje”. (Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE, 2006, p. 129)

Ahora volvemos a los colores que como ya se ha mencionado forman parte esencial en la transmisión del mensaje. “El color juega un papel totalmente señalético (a nivel técnico) y motivacional (a nivel psicológico)”. (Manual de la Propaganda Revolucionaria, 2006, p. 112). Señalético quiere decir, que guía a la persona que está observando a identificar o relacionar los colores con algo y lo motivacional, se refiere a que los colores van a causar una reacción en el observador.

Por otro lado, las combinaciones que son consideradas la mejores son: el rojo y el azul claro, el rojo y el gris, el rojo y el amarillo limón, el rojo y el amarillo naranja.

Y los contrastes de los colores se clasifican en: negro sobre blanco, negro sobre amarillo, rojo sobre blanco, verde sobre blanco, blanco sobre rojo, amarillo sobre negro, blanco sobre azul, blanco sobre verde, rojo sobre amarillo, azul sobre blanco, blanco sobre negro y verde sobre rojo. (Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE, 2006, p. 113)

Y por último tenemos la composición gráfica de la propaganda revolucionaria que la define como “la forma de organizar, de disponer en el espacio delimitado por un formato (hoja volante, periódico o afiche) varios signos para así obtener una composición estéticamente agradable y de fácil lectura para causar interés en el perceptor”. (Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE, 2006, p. 114)

Entonces, la composición gráfica tiene que ver con la ubicación de los elementos fotográficos, el logotipo, las imágenes que contiene el formato. Respecto a la fotografía se establece la utilización de los planos fotográficos como el plano general, medio, medio corto, primer plano, plano detalle, entre otros. Y la composición del logotipo, tiene que estar relacionada directamente con la ideología del partido, ya que “es una representación gráfica de las características de una organización que deben ser comunicadas”. (Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE, 2006, p. 130)

A partir de estos elementos teóricos se realizará el análisis de contenido del discurso propagandístico del MPD, con el fin de saber si en la práctica el discurso refleja lo expuesto en la teoría. Pero antes, vamos a conocer todo lo relacionado con la elaboración de las unidades de análisis.

### **3.4. Unidades de análisis: descripción en cuanto a la elaboración de la propaganda impresa del MPD emitida durante en 2009, 2010, 2011, 2012, 2013**

En este apartado se describirán las categorías seleccionadas para el trabajo con los grupos focales, ya que de esta manera se podrá realizar un análisis sobre lo que el MPD quería transmitir con estas categorías y la connotación que las y los ciudadanos tienen sobre ellas. A continuación, la descripción de los materiales tomando en cuenta lo manifestado por Edison Álvarez en cuanto a su elaboración, objetivo, target, entre otros aspectos.

**Afiche de Mery Zamora candidata para asambleísta nacional por el MPD en el 2009**



La composición gráfica del afiche está dividida en dos bloques: el primero, tiene que ver con el personaje, la consigna y el número de la lista que componen los tres elementos básicos que el público necesita conocer para votar; y el segundo bloque, lo constituyen el nombre del personaje y la frase “CORREA PRESIDENTE”.

La figura central la constituye la candidata, en este caso Mery Zamora, un personaje considerado por el partido como “una mujer carismática, vital, llena de vida, con buen humor, simpatía desbordante, llena de convicciones firmes y con una voluntad de hierro” Página Oficial del MPD (s.f.). Además, este personaje estuvo ligado a la Unión Nacional de Educadores (UNE) siendo incluso Presidenta de la institución en el 2009. Por esta razón, Mery Zamora es uno de los elementos principales en el afiche porque se apunta al reconocimiento por parte del público y en especial el de los sectores populares femeninos.

La consigna es un elemento que identifica al partido. En este caso “Patria Nueva y Socialismo” más que un slogan es parte de la identidad e imagen del MPD. Y el tercer elemento corresponde al número 15, que es el número de la lista con el cual se registró el MPD en el Consejo Nacional Electoral que al igual que el nombre, los colores, el símbolo o la consigna, forma parte de la identidad del partido.

Respecto a la frase “Correa Presidente”, ésta tenía una intencionalidad y es que aunque Correa no era el candidato por el MPD, el partido lo apoyaba por dos razones: la primera, se refiere a que la propuesta política era similar con la del partido MPD y; la segunda, es que Correa era el candidato más fuerte en esa contienda electoral y al

colocar en la afiche esa frase se pretendía obtener votos del público que apoyaría a Alianza País para presidente, pero no para las otras dignidades.

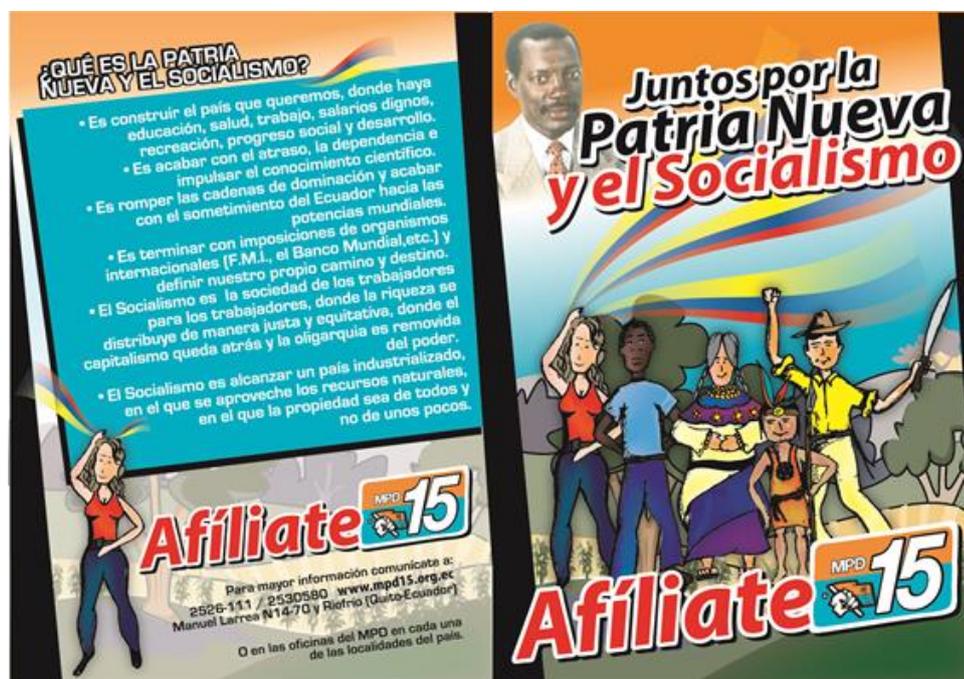
Los colores naranja y turquesa, son la base del afiche y siendo colores fuertes se pretendía que al público le llamara la atención y se identificara con ellos y con el partido MPD. Además, el afiche consta de una franja blanca, con ello se pretendía direccionar la mirada del público hacia los ojos del personaje y de esta forma, establecer contacto visual entre ambos.

El nombre del candidato alerno también tiene un lugar en el afiche y aunque esto no es común, Edison Álvarez menciona que “para el MPD estos personajes no son un relleno en la plataforma política, sino que también son personas con conocimiento y credibilidad ante la gente, por tanto también influyen en el votante”.

Y el último elemento de este bloque lo constituye el símbolo del partido, cuya presencia complementa a todos los otros elementos que conforman la identidad del MPD, ya que transmite fuerza, lucha, fortaleza, coraje y victoria.

Respecto al target, el afiche estuvo dirigido a un público de clase media-baja, especialmente para las mujeres y su elaboración estuvo a cargo de la Comisión Nacional de Comunicación del MPD. Cabe mencionar, que este afiche no pasó por la prueba de testeo con un público externo a la comisión.

### Hoja volante sobre la campaña “Afiliate” emprendida por el MPD en el 2010



Para estructurar este producto primero se realizó un proceso de investigación previo, con el fin de saber qué es lo que a la gente le gusta y en especial a la juventud. Cabe mencionar, que esta hoja volante estuvo destinada especialmente al público joven, que no pertenecía a las filas del MPD y que por las disposiciones de la nueva Constitución del Ecuador aprobada en el 2008, las y los jóvenes podían ejercer el derecho al voto a partir de los 16 años. Además, la nueva Carta Magna exigía que los partidos políticos se reinscriban en el Consejo Nacional Electoral, por lo que se hacía necesario que los partidos políticos emprendan una campaña para obtener afiliados y afiliadas.

En este contexto, el MPD impulsó la campaña “AFÍLIATE” con la cual conseguir que “más de 250mil hombres y mujeres” se afiliaran al partido, permitiéndole ser los primeros en lograr el registro electoral.

Lo primero que se realizó para tener una idea sobre cómo estructurar este producto, fue la aplicación de encuestas a la ciudadanía en Quito. Los resultados obtenidos revelaron que a la mayoría de la gente y en especial a los jóvenes le gusta el comic, la caricatura y en base a eso se elaboró un producto que fuera llamativo y atractivo para la gente.

Una de las características de esta hoja volante es que tiene un carácter convocante y explicativo. El primer aspecto, hace referencia a que convoca al público a afiliarse al MPD y el segundo aspecto, es que en la parte posterior explica lo que significa instaurar una “Patria Nueva y el Socialismo” desde la perspectiva del MPD.

Respecto a los elementos iconográficos presentes en el producto, la caricatura hace referencia al concepto de pluriculturalidad. Esta categoría se trabajó debido a que en la nueva Constitución reconocía al Ecuador como un país pluricultural. “Art. 1. El Ecuador es un Estado constitucional de derecho y justicia, social, democrático,

soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico”. (Constitución del Ecuador, 2008, p. 14)

Otro elemento respecto a lo iconográfico es la imagen de Jaime Hurtado, que según Edison Álvarez, “es un ícono del partido y tiene gran reconocimiento dentro de la gente; por denunciar la corrupción del entonces presidente Jamil Mahuad, lo asesinaron”.

“Era honesto, disciplinado hasta el extremo, su pasión la vida y la libertad, su lucha era el ideal de una Patria Nueva. Admirador de Martín Luther King, del Che, Marx, Engels, Lenin y Stalin, de Rumiñahui, Espejo, Bolívar.

En 1979 es electo diputado nacional y se convierte en un hito en la historia política del país, ya que es el primer candidato negro en llegar al Congreso Nacional. El miércoles 17 de febrero de 1999 es vilmente asesinado, luego de salir de la sesión del Congreso Nacional donde fustigó duramente al gobierno de esa época”. (Brigada Médica Ab. Jaime Hurtado, 2009)

La importancia de este personaje en el discurso se debe a que la mayor parte de las personas que tienen más de 30 años conocen a Jaime Hurtado, pero los que tienen menos edad no lo conocen. Por tanto, se hacía imprescindible incorporar este personaje en el discurso como ícono de la lucha emprendida por el partido para lograr instaurar una Patria Nueva.

Respecto a la cromática manejada en esta hoja volante, los colores característicos del MPD están presentes en el discurso pero, sin saturar a la imagen ni al concepto de pluriculturalidad. Por otro lado, se hizo uso del color rojo en las palabras más importantes del discurso en este caso el “afiliate” y “socialismo”.

Y por último, respecto a la prueba de testeo, se la realizó con un grupo de jóvenes universitarios y de secundaria, obteniendo la aceptación del producto.

**Afiche sobre la campaña “Esta vez NO Presidente” emprendida por el MPD en el 2011**



El MPD fue un partido aliado al gobierno de Correa hasta el 2010, a partir de este año, se convirtió en uno de los partidos opositores al gobierno. Según Edison Álvarez, este cambio se produjo debido a que el gobierno de Correa traicionó la propuesta política de izquierda, la cual el MPD apoyaba.

En cuanto a la elaboración del afiche, la frase es lo que más llama la atención. Cabe mencionar que, el tipo de letra utilizada en la palabra NO, tuvo la intencionalidad de transmitir un NO pero en positivo, darle un sentido de “amigabilidad” a la frase.

Los logos presentes en el afiche, hacen referencia al cúmulo de *organizaciones sociales reconocidas* que formaban parte de la oposición, con las cuales el MPD tiene un vínculo de carácter ideológico.

Por otro lado, respecto a las personas con las manos levantadas denota fuerza, lucha, un pueblo que se levanta en la consulta para decir no.

Respecto a la cromática empleada en este afiche, si bien es cierto que no corresponde a los colores identificativos del MPD, es porque la campaña no estuvo encabezada únicamente por este partido, sino también por algunas organizaciones sociales. Por tanto, se utilizaron colores que no identificaban a ningún partido u organización en

particular, sino que el objetivo era, transmitir un mensaje a través de los colores. Por ejemplo, el rojo convoca la idea de revolución, la franja de color azul es para otorgarle un poco de pasividad en afiche, y el amarillo trasmite la percepción de amanecer, de un nuevo día a partir del No en la consulta.

Por último, el afiche estaba dirigido para todos los ciudadanos y ciudadanas, y aunque el No en la consulta no triunfó unánimemente, según Edison Álvarez, “se logró determinar que Correa ganó con las justas, porque no ganó arrolladoramente”.



Figura 14. Archivos del Partido Movimiento Popular Democrático

Después de la Consulta Popular los sectores de izquierda se unieron y formaron la Unidad Plurinacional de las Izquierdas, conformada por: Movimiento Popular Democrático, Pachakutik, Montecristi Vive, Partido Participación, Socialismo Revolucionario, RED, Movimiento Participa Democracia Radical, Poder Popular, Movimiento Convocatoria por la Unidad Provincial, PCMLE y movimientos sociales como: Frente Popular, Unión Nacional de Educadores (UNE), Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (FEUE), Federación de Estudiantes Secundarios del Ecuador (FESE), Unión General de Trabajadores del Ecuador (UGTE), Confederación Unitaria de Barrios del Ecuador (CUBE), Confederación de Mujeres Ecuatorianas por el Cambio (CONFEMEC), Federación Única Nacional de Afiliados al Seguro Social Campesino (FEUNASSC), Juventud revolucionaria del Ecuador (JRE), Confederación Unitaria de Comerciantes Minoristas y Trabajadores Autónomos del Ecuador (CUCOMITAE), Confederación Ecuatoriana de Organizaciones Sindicales Libres (CEOSL), Confederación de Trabajadores del Ecuador (CTE), Confederación Ecuatoriana de Organizaciones Clasistas Unitaria de Trabajadores (CEDOCUT), CONAIE, ECUARUNARI.

Los partidos políticos y movimientos políticos y sociales expuestos anteriormente decidieron trabajar por un proyecto electoral. Sin embargo, sólo el MPD y Pachakutik estaban reconocidos por el Consejo Nacional Electoral (CNE) para participar en una contienda electoral. A partir de aquí, ambos partidos emprendieron la tarea de recolección de firmas, siendo el MPD el primer partido que logró que el CNE reconociera las firmas, entonces, la Unidad Plurinacional de las Izquierdas tuvo casillero para participar en el proceso electoral del 2013.

Hay que aclarar, que la Unidad Plurinacional de las Izquierdas no tenía el derecho legal a participar, sino que se le dio este nombre con el objetivo de publicitar la unión entre los partidos políticos, movimientos y organizaciones sociales de izquierda.

Entonces, esta publicación del periódico “Patria Nueva” tuvo como objetivo principal informar a los afiliados y no afiliados sobre el proceso de recogimiento de firmas y sobre la calificación para participar en el proceso electoral. Aunque en otras ediciones,

la meta de este producto se centra en dar a conocer al público la política actual del país, las actividades que realizan los asambleístas del MPD en la Asamblea y la vida del partido.

Respecto a los elementos presentes en el artículo, se puso mucho énfasis en el titular “Derrotamos a Correa, Hoy con las firmas, febrero en las elecciones”. Las frases que acompañan al texto transmiten alegría, resistencia, triunfo, que son complementadas con las imágenes del artículo, donde las personas transmiten la idea de victoria.

El lenguaje utilizado es sencillo, escrito para la gente común y emitido por gente común. Por otro lado, los colores que predominan son el azul y el celeste que transmiten tranquilidad, serenidad y felicidad como se mencionó anteriormente y tomando en cuenta lo manifestado por la Psicología del Color.

Por último, este producto estuvo destinado para el militante, simpatizante y el amigo del MPD (este hace referencia a la persona que no está afiliada pero que comparte el pensamiento político del partido).

### Hoja volante emitida en las campañas electorales para concejales de Quito en el 2013-2014



Figura 15. Archivos del Partido Movimiento Popular Democrático

Este producto se realizó con el objetivo de “recuperar la base social del MPD”, recuperar su gente, su sector, ese 5% o 6% de población que tradicionalmente votaba por el partido. Por esta razón, el concepto con el cual se elaboró este producto, era el de darle fuerza al partido MPD. Por otro lado, cabe mencionar que la elaboración estuvo a cargo de una agencia especializada en propaganda y publicidad.

Respecto a los elementos más importantes de la hoja volante, tenemos la cromática, el número 15, y la imagen de los candidatos y candidatas a concejales que constituyen la portada.

Entre los colores utilizados encontramos el anaranjado y turquesa que son los característicos del MPD; además, el número identificativo del partido resalta en la página principal. Y por último, la imagen de Natasha Rojas hace de la hoja volante un producto que recoge la esencia política del MPD.

La razón por la que se recurrió a este producto, se debió a que en las elecciones presidenciales en la cual el MPD apoyó la candidatura de Alberto Acosta en unión con otros partidos y movimientos sociales, no se obtuvieron buenos resultados. Por eso, la meta principal de la hoja volante era recuperar la votación histórica del MPD.

Un aspecto que no estuvo presente en este producto y que formaba parte del discurso tradicional del partido, es la consigna “Patria Nueva y Socialismo”. Según Edison Álvarez, esto se debió a que las elecciones del 2014, no eran unas elecciones generalizadas; entonces, tuvieron que buscar un elemento específico para Quito y partieron de las necesidades prioritarias de los sectores.

A partir de aquí, tomaron el problema de la inseguridad que hay en la ciudad para construir la consigna, pero también, enfocándose en la idea del Buen Vivir, ya que el “para tod@s” es un término inclusivo, no discriminatorio. Y por último, en la contraportada hay elementos de la propuesta política que complementan a la página principal.

### 3.5. El análisis de contenido propiamente dicho

Las categorías seleccionadas para realizar el análisis de contenido se constituyen en los elementos más llamativos de las unidades elegidas y a la vez, en las categorías donde el discurso propagandístico hacía mucho énfasis.

Por esta razón, a continuación se tratará de desentrañar el significado de cada elemento que constituyen la unidad de análisis tomando en cuenta la teoría manifestada anteriormente respecto a la composición cromática, iconográfica y semántica del discurso.

#### 3.5.1. La iconografía: descripción, denotación y connotación

A continuación, se desentrañará el contenido referente a las imágenes y símbolos presentes en las unidades de análisis mediante la aplicación del método de Panofsky, a través de los niveles preiconográfico, iconográfico e iconológico.

#### Imagen de Mery Zamora

- **Nivel preiconográfico:** mujer adulta sonriendo y con mirada profunda.
- **Nivel iconográfico:** transmite fortaleza, confianza y a la vez, demuestra carácter fuerte.
- **Nivel iconológico:** el personaje inspira fortaleza que significa que es una persona fuerte, capaz de resistir y sobrellevar situaciones complicadas; que sea confiable, significa primero, que puede ganar el voto de la ciudadanía y segundo, que el votante puede confiar que el personaje si triunfa en las elecciones va a luchar por la propuesta política realizada en campaña.



#### Imagen de Jaime Hurtado

➤ **Nivel preiconográfico:** hombre adulto afroecuatoriano

➤ **Nivel iconográfico:** representa la lucha emprendida por el MPD a favor de los sectores menos favorecidos y en contra de la corrupción.

➤ **Nivel iconológico:** este personaje fue el primer diputado afroecuatoriano que ocupó un lugar en el Congreso Nacional representando al MPD. Por su origen humilde siempre estuvo a favor de los derechos de los grupos menos favorecidos, además, denunció supuestos actos de corrupción del entonces presidente Jamil Mahuad. Fue asesinado a las afueras del entonces Congreso Nacional y este hecho se convirtió para todos los integrantes del partido en un incentivo para continuar la lucha política en el país. A partir de este hecho, se daba a entender que la muerte de Hurtado no fue casual y que el discurso confrontativo del MPD en contra de ciertos personajes de la política tenía algo de cierto.



## Personajes políticos

- **Nivel preiconográfico:** hombres y mujeres caminando en la calle.
- **Nivel iconográfico:** los personajes están en campaña política en la ciudad de Quito.
- **Nivel iconológico:** Natasha Rojas es uno de los principales personajes en la fotografía, quien participó como candidata a concejal en Quito en el 2009 y 2013 por el MPD. Esta es la razón principal



de la actitud alegre, amable, nada confrontativa que se destaca en los rostros de los distintos personajes. Incluso, se podría decir que hasta el color blanco presente en la vestimenta de las personas ayuda a transmitir la idea de paz y alegría que caracterizó la campaña.

## Caricatura

- **Nivel preiconográfico:** caricatura que contiene un dibujo de un afroecuatoriano, de un montubio, de una indígena de la sierra, de un niño de la amazonia y una mujer de piel blanca y mestiza.
- **Nivel iconográfico:** todos los personajes que componen la caricatura tratan de representar de diversidad étnica que existe en Ecuador.
- **Nivel iconológico:** el Ecuador fue reconocido como



un país pluricultural por la nueva Constitución aprobada en el 2018. Por ésta razón, la hoja volante trata de enganchar a los votantes con la caricatura ya que a través de los personajes, la gente se podía sentir representada en ella y por tanto, afiliarte al MPD.

La palabra pluriculturalidad se desprende “del prefijo “pluri” que hace referencia a “muchos”, es decir, con él se puede hacer referencia a muchas culturas, a una pluralidad de culturas. (...) Así pues, la pluriculturalidad puede ser entendida como la presencia simultánea de dos o más culturas en un territorio y su posible interrelación”. (Bernabé, 2012, p. 69)

En definitiva, la caricatura tiene elementos gráficos que manifiesta una diversidad cultural, pero no engloba a todos los grupos culturales que existen en el Ecuador.

### **Multitud**

- **Nivel preiconográfico:** multitud con las manos en alto y con puño cerrado.
- **Nivel iconográfico:** la figura representa a una multitud que se levanta, que es rebelde, que lucha.
- **Nivel iconológico:** la multitud representa a la gente que se opone a una propuesta de reforma constitucional impulsada por el Presidente de la República. Además, de ser una multitud rebelde que no se doblega, se entiende que es una multitud que triunfa.



### **Símbolo del partido**

- **Nivel preiconográfico:** un puño sosteniendo una bandera
- **Nivel iconográfico:** el puño significa fuerza, firmeza y lucha y unidad. La bandera contiene dos colores anaranjado y turquesa.
- **Nivel iconológico:** el puño está relacionado con la clase trabajador y la bandera corresponde al MPD, entonces, esto se identifica con la propuesta política de este partido.



### **3.5.2. La cromática y su connotación**

La cromática utilizada por el MPD proviene de los colores rojo, amarillo, azul y verde, que mezclándolos resulta el anaranjado y el turquesa o azul verdoso. Esta combinación se convierte en la base cromática de todo el discurso del MPD.

El naranja es un color fuerte, que transmite vida, carácter, fuerza, pero el turquesa nivela esa fuerza que puede ser interpretada en ocasiones con el peligro. Sin embargo, la connotación que tienen estos colores es relativa, depende de cada persona y de la percepción de cada ser humano. Cabe mencionar, que la combinación del anaranjado

(color caliente) y turquesa (color frío) es posible realizarla, según lo manifestado en la Teoría del Color, lo importante al momento de hacer esta mezcla es la utilización de espacio dentro del formato (hoja volante, periódico o afiche) que ocupa cada uno de los colores, porque entre mayor espacio acupe un color sobre otro, la sensación que va a ser transmitida al público es la relacionada con el color predominante.

La combinación del anaranjado y turquesa predomina casi en todas las unidades analizadas, pero en el afiche sobre la campaña “Esta vez No Presidente” emitida en el 2011 se observa la presencia de otros colores como es el rojo y el azul claro. Cabe resaltar, que estos dos colores según la Psicología del Color transmiten sensaciones similares y que la composición cromática, corresponde a lo manifestado en el Manual de la Propaganda Revolucionaria del PCMLE en cuanto a las mejores combinaciones de colores (ver en la página 88 las mejores combinaciones).

Por otro lado, respecto al contraste entre los colores presentes en el discurso tenemos los siguientes:

- **Afiche 2009:** blanco sobre anaranjado, negro sobre anaranjado, blanco sobre celeste.
- **Hoja volante 2010:** negro sobre anaranjado, blanco sobre anaranjado, blanco sobre celeste, rojo sobre celeste, rojo sobre gris.
- **Afiche 2011:** negro sobre amarillo, amarillo sobre rojo, blanco sobre rojo, amarillo sobre celeste, rojo sobre celeste.
- **Hoja volante 2013:** blanco sobre anaranjado, blanco sobre celeste, blanco sobre gris, celeste sobre anaranjado.

Como se puede observar, la mayoría de contrastes realizados no son los correctos, o por lo menos, no corresponde a los que manifiesta el Manual de Propaganda del PCMLE (ver los contrastes en la página 89).

En resumen, tenemos que el color que más predomina en las unidades analizadas en este trabajo sobre el discurso del MPD, es el color anaranjado; por tanto, el discurso a nivel cromático se podría decir que transmite fuerza, que es activo no pasivo porque incentiva al público a la acción.

### 3.5.3. La semántica y el análisis de las frases

A continuación, el análisis de las frases según la propuesta de Leandro Sánchez sobre cómo realizar un análisis de discurso. Lo primero que se va a analizar son las frases que explican conceptualmente la consigna del MPD “Patria Nueva y Socialismo”.

**“Patria Nueva”** significa:

Construir el país que queremos, donde haya educación, salud, trabajo, salarios dignos, recreación, progreso social y desarrollo

- La frase en su conjunto evoca en su enunciado una *modalidad de enunciación de posibilidad*. ¿Por qué? Porque se interpreta que la única posibilidad para tener educación, salud, trabajo progreso social, etc., es mediante la construcción de la Patria Nueva, y esta patria sólo puede se puede construir si los ciudadanos apoyan la propuesta del partido en una contienda electoral.
- Por otro lado, esta frase también evoca un *componente didáctico*, ya que al manifestar que con la Patria Nueva se construirá el país que todos quieren (un país donde haya educación, salud, salarios dignos, progreso social y desarrollo), se entiende que esto es una demanda universal por parte de los ciudadanos. Entonces el componente didáctico en esta frase es “*que queremos*”.

Es acabar con el atraso, la independencia e impulsar el conocimiento científico

- En esta frase se identifica un componente programático, recordemos que a través de este el enunciador se compromete, se anuncia. Entonces, al decir “es acabar con el atraso y la independencia” el MPD se comprometía a acabar efectivamente con esta situación de sometimiento del país.

Terminar con las imposiciones de organismo internacionales (FMI, Banco Mundial, etc.) y definir nuestro propio camino y destino

- La frase en su totalidad se constituye en un componente descriptivo, ya que se identifica en el discurso cómo era el país anteriormente (un país sometido a

organismos internacionales como FMI y Banco Mundial) y cómo puede ser después (país soberano que decide sobre su destino a comino a seguir).

- *Nuestro* propio camino y destino: esta parte de la frase se identifica con un deíctico-pronombre plural. La palabra *nuestro* hace referencia a un nosotros inclusivo.
- Organismo internacionales: se relaciona con los *apelativos* presentes en el discurso como *FMI, Banco y Mundial*.
- En este enunciado también se identifica un *componente programático*, ya que el enunciador del discurso se compromete con la ciudadanía en terminar con la situación de sometimiento del país mediante el socialismo “*Terminar con las imposiciones de organismo internacionales*”.
- Otro aspecto que se identifica en esta frase, son los “hechos y verdades”. Esto se evidencia al momento de que el enunciador (MPD) manifiesta: “terminar con las imposiciones de organismos internacionales”. Esta frase es un hecho y verdad, ya que el MPD lo convirtió en su objetivo político, ya que para ellos este sometimiento existía, pero esto se debía que el MPD promulgaba una ideología socialista.
- La frase “terminar con las imposiciones de organismo internacionales y definir nuestro propio camino y destino” se identifica como una *presunción* (contraposición de ideas) ya que no existe manera de comprobar que esa propuesta se pueda cumplir en la práctica. Además, porque teóricamente esta frase contrapone ideas (capitalismo y socialismo).

Es romper las cadenas de dominación y acabar con el sometimiento del Ecuador hacia las potencias mundiales

- Cadenas de dominación: se relaciona con un subjetivema evaluativo axiológico, ya que categoriza a la palabra “cadena”.
- Acabar con el sometimiento del Ecuador: la palabra “sometimiento” hace referencia a un subjetivema, ya que se identifica como un juicio de valor presente en la consigna.
- Potencias mundiales: es un apelativo utilizado en el discurso para identificar el grupo político que está sometido el país.

**“Socialismo”** significa:

Es la sociedad de los trabajadores para los trabajadores, donde la riqueza se distribuye de manera justa y equitativa, donde capitalismo queda atrás y la oligarquía es removida del poder

- Los trabajadores: esta palabra se constituye en un apelativo del discurso debido a que los trabajadores son los protagonistas de la sociedad que se promete construir.
- Donde la riqueza se distribuye de manera justa y equitativa: esta frase corresponde a la *modalidad apreciativa de obligación*, porque el enunciador (MPD) está manifestando a través del discurso la obligación que tienen en cuanto a la distribución de la riqueza en un estado socialista, que es la propuesta política de ellos.
- En esta frase también está presente el componente descriptivo, ya que en el enunciado se puede constatar que con el capitalismo y la oligarquía instaurada en el poder, la riqueza distribución de la riqueza no es justa ni equitativa. Pero con el socialismo esa situación cambia, entonces, se puede identificar el contraste entre lo anterior o presente (capitalismo y oligarquía) y lo que puede ser en el futuro (socialismo y trabajadores).
- También el *componente prescriptivo* de evidencia en esta frase, en cuanto el enunciado manifiesta que “la riqueza se distribuirá de manera justa y equitativa” está apelando a la justicia, y el ser justo se relaciona con la deontología, la ética y la moral.

Es alcanzar un país industrializado, en el que se aprovechen los recursos naturales, en el que la propiedad sea de todos y no de unos pocos

- La propiedad sea *de todos* se relaciona con un deíctico-pronombre plural-nosotros inclusivo por la palabra “todos”.
- Capitalismo y la oligarquía: estas dos palabras se identifican como *apelativos* del discurso, ya que su presencia en la frase da a entender que son los enemigos políticos del MPD.
- Los *valores* también se identifican en este enunciado, en cuanto se dice que “que el socialismo es alcanzar un país donde a propiedad sea de todos y no de unos pocos”.

Entonces, con esta frase se sobrepone el socialismo sobre el capitalismo, influyendo en el público de manera que se ofrece que todos los ciudadanos podrán acceder a la propiedad y a los recursos.

#### **“Correa, Presidente”**

- Estas dos palabras corresponden a las categorías del análisis del discurso “hechos y verdades”. ¿Por qué? Porque al momento que el enunciador (MPD) manifiesta “Correa, Presidente” da a conocer un hecho y no una posibilidad.

#### **“Juntos por la Patria Nueva y el Socialismo”**

- La palabra “juntos” se relaciona con un deíctico (nosotros inclusivo) porque da a entender que todos (el, ella, yo, tu, nosotros, ellos) estamos juntos para construir la Patria Nueva y el Socialismo.

#### **“Esta vez NO Presidente”**

- En esta frase se identifica en cambio un apelativo que sería la palabra “Presidente” para designar a Rafael Correa.

#### **“Quito seguro a para tod@s”**

- En esta frase se puede evidenciar un “juicio de valor” en las palabras “Quito seguro”. Es obvio que se apela al miedo, a la inseguridad para influir en las personas, dándoles a entender que se votan por el candidato del MPD ese miedo desaparecerá, por ellos transformarán a Quito en una ciudad segura.
- También se observa la presencia de un deíctico en este caso el “nosotros inclusivo”. La palabra “todos” da la sensación de inclusión no de exclusión ni discriminación referente al color de piel, posición económica, social entre otras.

### **3.6. Análisis e interpretación del trabajo con los grupos focales sobre el discurso propagandístico del MPD**

Una vez el análisis de contenido del discurso del MPD, se expondrán los resultados del trabajo con los grupos focales. Pero antes, se considera oportuno señalar en qué consiste esta técnica cualitativa de investigación “grupos focales” para entender el porqué de su aplicación en este trabajo.

Para Jazmine Escobar y Francly Bonilla (s.f.), son grupos focales son:

Una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semi-estructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador. (...) cuyo propósito es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes con el objetivo de recolectar información para resolver las preguntas de investigación. (p. 52-52)

José M. Huerta (2005), especialista en grupos focales, los define de la siguiente manera:

Es una herramienta muy útil para la planificación de los programas y la evaluación de los mismos. El secreto consiste en que los participantes puedan expresar libremente su opinión sobre diferentes aspectos de interés en un ambiente abierto para el libre intercambio de ideas. (p.1)

Como se puede observar, esta técnica permite obtener información confiable que no ha pasado por ningún tipo de limitante, debido a que los participantes pueden expresar su pensamiento de forma libre, espontánea y en un ambiente de confianza. Por esta razón, se recomienda que los moderadores y asistentes de moderadores sean personas cercanas al grupo focal, “de esta manera los participantes se mostraran más dispuestos a participar y a cooperar, por lo que los resultados tendrán mayor credibilidad, ya que los comentarios se generaron en un clima de mayor confianza”. (Huerta, 2005, p. 2)

Cabe mencionar, que la técnica exige algunas condiciones para obtener resultados exitosos. Por eso, José Huerta (2005) recomienda lo siguiente:

- Determinar el propósito de la actividad
- La población a participar
- El tamaño del grupo entre 4-10 (el ideal es de 6-8 participantes)
- Desarrollar un plan, las preguntas y estimar los recursos requeridos. (p. 4)

Para ello, se organizó dos grupos de trabajo; uno juvenil compuesto por estudiantes universitarios y otro con personas adultas (trabajadores) que correspondían con las características de los públicos para los cuales había sido emitido el discurso propagandístico expuesto al inicio de este capítulo.

El trabajo con ambos grupos se lo realizó en base a las mismas unidades y categorías de análisis expuestas anteriormente.

**Tabla 7. Características de los grupos focales (juvenil y adulto)**

	<b>Grupo de jóvenes</b>	<b>Grupo de adultos</b>
<b>Fecha en la que se realizó el grupo focal</b>	Jueves, 19 de febrero de 2015	Lunes, 23 de febrero de 2015
<b>Lugar dónde se llevó a cabo</b>	Universidad Politécnica Salesiana. Sede Girón. Aula B60	Universidad Politécnica Salesiana. Sede Girón. Aula B60
<b>Número de participantes</b>	Total: 10	Total: 7
<b>Género</b>	Hombres: 5 Mujeres: 5	Hombres: 5 Mujeres: 2
<b>Edad promedio</b>	20-25 años	25-55 años
<b>Sector donde viven los participantes</b>	Norte de Quito: 3 Sur de Quito: 6 Centro de Quito: 1	Norte de Quito: 5 Sur de Quito: 2
<b>Nombre del moderador</b>	Jenny Zambrano	Jenny Zambrano

<b>Nombre del asistente moderador</b>	Pablo Romero	Pablo Romero
---------------------------------------	--------------	--------------

**Nota:** Elaboración propia. Características de los grupos focales con los cuales se trabajó el análisis de contenido.

A continuación, se expondrán los resultados obtenidos con los grupos focales.

### **3.6.1. Análisis e interpretación de las categorías referente a lo iconográfico**

#### **Imagen de Mery Zamora**

A este personaje la mayoría de participantes de los grupos focales la conocen, aunque la mitad de los ellos respondió que no saben el nombre.

Sin embargo, este hecho no influye en la opinión que tienen sobre este personaje y que cabe mencionar, que está muy lejos de parecerse a la opinión que el MPD tiene sobre ella. Los participantes identificaron a Mery Zamora como: problemática, ridícula, extravagante y poco preparada académicamente. Además, la foto del afiche les transmite falsedad e hipocresía, debido a que Zamora se muestra sonriente y amable pero para criterio de los participantes, en la realidad este personaje no es así.



Cabe mencionar que esta opinión fue emitida por las personas que manifestaron conocer al personaje. Sin embargo, para los participantes que no la conocen manifestaron que la foto les agrada.

En definitiva, el personaje si es conocido en el ámbito político, pero la imagen que tiene la ciudadanía respecto a ella no es positiva como para lograr el voto popular.

#### **Imagen de Jaime Hurtado**

Este personaje tuvo más impacto en el grupo adulto debido a que la mayoría sí conocían al personaje, el partido político con el que estuvo vinculado y el desenlace que marcó su vida. En cambio, del grupo de jóvenes sólo tres sabían el apellido del personaje, los otros desconocían cualquier aspecto referente a esta imagen.



Dentro del grupo adulto, Jaime Hurtado si tiene un reconocimiento político y esto fue demostrado debido a que los participantes manifestaron que fue diputado por el MPD y asesinado a las afuera del Congreso Nacional “según” por denunciar actos de corrupción. En cambio, los jóvenes lo identificaron como un personaje revolucionario relacionado con las FARC, lo que demuestra que la presencia de la imagen de Hurtado en la hoja volante emitida en el 2010 no aportó para la identificación y relación del personaje con el MPD y mucho menos, para conseguir la afiliación de los jóvenes al partido debido a que esta campaña estuvo dirigida para la comunidad juvenil del país.

### **Personajes políticos**

De los personajes presentes en la foto de la hoja volante del 2013, sólo un personaje fue identificado tanto por el grupo de jóvenes como en el de adultos.

Natasha Rojas es un personaje que estuvo vinculada a sector juvenil (FEUE, FESE, entre otros) y también es dentro de los jóvenes donde tiene mayor reconocimiento, tal es el caso, que en el grupo focal de los adultos sólo una persona la identificó.



Sin embargo, aunque los otros candidatos y candidatas para concejales de Quito no fueron identificados por ninguno de los dos grupos, estos transmitieron una imagen positiva, debido a que los participantes manifestaron que los personajes se muestran amigables, alegres, unidos, amistosos y que transmiten confianza.

### **Caricatura**

Respecto a la caricatura los participantes manifestaron que efectivamente si se visualiza el concepto de pluriculturalidad en ella. Las palabras con las cuales definieron la caricatura fueron identidad, diversidad, multiculturalidad, cultura ecuatoriana.



Por otro lado, respecto al tema de identificación e inclusión de los participantes en la caricatura, las opiniones fueron diferentes entre los dos grupos. En el grupo de adultos, todos los participantes se sentían incluidos y representados en la caricatura, pero en el grupo de jóvenes, sólo tres de ellos se sentían incluidos.

Los participantes que tenía una opinión contraria, manifestaron que la caricatura muestra parte de la diversidad cultural pero que no representa todas las culturas existentes en el Ecuador. Pero esta diferencia de opiniones entre ambos grupos, no se evidenció sólo en este punto, sino que a nivel estético también se registraron opiniones contrapuestas. Por ejemplo, a ningún participante del grupo de jóvenes le agradó la caricatura, agregando que estéticamente no se veía bien; pero en el grupo de adultos a todos los participantes les gustó.

En definitiva, se podría concluir que el objetivo de la caricatura no se cumplió, debido a que el mensaje estaba emitido para los jóvenes pero estos no se sintieron identificados con ella.

### **Multitud**

Respecto a esta imagen en ambos grupos se registraron opiniones similares. Los participantes manifestaron que la imagen les transmitía rebeldía, protesta, transformación y voz del pueblo.



Estas palabras se asemejan a lo manifestado por Edison Álvarez en cuanto a la intencionalidad de la imagen presente en el afiche y que consistía en que el pueblo se levantaba en contra del Gobierno en la Consulta Popular del 2011.

### **Símbolo del partido**

Esta imagen también provocó igual opiniones en los participantes de ambos grupos. Ellos manifestaron que este símbolo les transmite fuerza, lucha, victoria y triunfo; además, que el símbolo les agradaba. Pero, respecto a este punto los participantes manifestaron que les gusta el símbolo pero suprimiendo las iniciales del Movimiento Popular Democrático y también los colores del mismo.



Este aspecto demostró que existen elementos del discurso del MPD con los cuales la ciudadanía se identifica, pero que cuando descubren que el discurso proviene de este partido político muestra un rechazo inmediato.

### **Símbolos de otras organizaciones**

De los seis símbolos presentes en este afiche los participantes identificaron dos de ellos, el del Partido Comunista Marxista Leninista del Ecuador y el del MPD. Entonces, se puede concluir que el mensaje de unidad que fortalecía el NO en la Consulta Popular entre las organizaciones sociales y el MPD, no provocó un impacto masivo, debido a que las personas no identificaban los símbolos y por tanto, el origen del mensaje.



### **El número 15**

El número de lista es uno de los elementos más importantes en la propaganda del MPD, por esta razón, se consideró necesario preguntar a los participantes con qué relacionaban el número 15 y casi en su totalidad, los participantes lo relacionaron con el MPD.



Este aspecto revela que el Movimiento Popular Democrático fue un partido político con reconocimiento ciudadano, más allá de la imagen positiva o negativa que se tenga sobre él.

### **3.6.2. Análisis e interpretación de las categorías referentes a lo cromático**

### **Colores de la bandera del MPD**

Respecto a los colores los participantes de ambos grupos manifestaron que el color anaranjado les transmite fuerza, energía y el color turquesa paz y tranquilidad. Con ello se demuestra que la reacción que provocan estos colores en



la ciudadanía es igual a la pronosticada por las personas que elaboraron el discurso cromático del MPD.

Sin embargo, la combinación del anaranjado y turquesa no agradó a ninguno de los participantes, este aspecto puede relacionarse con el hecho de que son colores contrapuestos, el anaranjado es considerado un color caliente y el turquesa frío. Aunque, anteriormente se mencionó que esta característica no influye en el hecho de combinar ambos colores, sino que, lo importante es la distribución o el espacio que cada color frío o caliente ocupe en el formato; entonces, el color que ocupe más espacio, es el que más va a predominar en el espectador y por tanto, el que más va a transmitir sensaciones.

En definitiva, se podría decir que la combinación entre el anaranjado y turquesa no agrada, debido a la contraposición de sensaciones que provoca cada uno de los colores en el espectador.

### **Colores del afiche sobre campaña “Esta vez no Presidente”**

Referente a estos colores, los participantes manifestaron que les agradaba la combinación y el diseño, debido a que la imagen les relajaba porque la relacionaron con el atardecer o amanecer.



Además, las opiniones entre ambos grupos de trabajo

fueron similares respecto al significado de los colores. Para los participantes, el color rojo significa fuego y lo relacionaron con el sol, el azul con el cielo o el mar y el amarillo les transmitió vitalidad.

En definitiva, estos colores junto con la frase “Esta vez No Presidente” y la imagen de la una multitud en rebelión transmitían efectivamente la idea, de que partir del NO en la Consulta Popular el país tendría otro amanecer. Lo negativo en este afiche, es que

los participantes sólo identificaron a dos de las organizaciones que promulgó esta campaña y de los cuales manifestaron tener algún rechazo.

### **3.6.3. Análisis e interpretación de las categorías referente a la semántica**

#### **“Patria Nueva y el Socialismo”**

Esta consigna estuvo presente en el discurso del MPD y para saber si la ciudadanía la identificaba, se les preguntó a los participantes de los dos grupos focales si habían escuchado y si la respuesta era positiva, con qué partido político la asociaban. Todos los participantes respondieron que si habían escuchado esta frase y la relacionaron con el MPD.

Entonces, se podría decir que los elementos básicos del discurso del MPD (número de lista, símbolos, consigna) son identificados perfectamente por la ciudadanía y que la opinión negativa que el público tiene sobre el partido se debe a otras situaciones.

#### **“Esta vez NO Presidente”**

Respecto a esta frase los participantes la relacionaron con la “voz del pueblo” más que una propuesta de un partido político. Además, manifestaron que aunque la frase se opone a algo, se puede observar que transmite respeto hacia la persona a la cual se está oponiendo o retirando el apoyo, en este caso al Presidente de la República.

Por otro lado, también manifestaron que la frase transmite la idea de que el pueblo no está conforme con su gobernante, por esta razón, no le apoyan. Aunque, cabe mencionar, que también dijeron que esta decisión es temporal, que es una posición específica frente a una coyuntura política y que después puede cambiar. Entonces, se podría decir que el público efectivamente percibió en la frase el concepto de amigabilidad con la que fue elaborada debido a que el discurso no buscaba confrontar a nadie, sino unir a la ciudadanía para decir no en la Consulta Popular.

#### **“Quito seguro a para tod@s”**

Esta frase encabezó la hoja volante emitida en la campaña para concejales de Quito en las últimas elecciones. Pero, este discurso no convenció a la mayoría de los

participantes de los grupos focales, los cuales manifestaron que la propuesta es muy utópica, que no convence y además, que la arroba confunde a las y los ciudadanos porque no todos conocen el significado. Sin embargo, aunque en un porcentaje menor, otros participantes manifestaron sentirse atraídos por la propuesta de campaña.

Por otro lado, no sólo la consigna principal de esta unidad de análisis provocó confusión en los participantes, también la propuesta de campaña en general; porque más del 90% de los participantes respondieron que la propuesta del MPD presente en la hoja volante pertenecía a Suma Vive o Alianza País.

En definitiva, las palabras utilizadas en el mensaje son ambiguas. Además, la propuesta de campaña se confundió con la de otros partidos, lo que demuestra poca creatividad para construir un mensaje propagandístico propio.

### **“Juntos por la Patria Nueva y el Socialismo”**

La conexión que debió provocar la palabra “juntos” entre el emisor del mensaje y el receptor para conseguir la Patria Nueva y el Socialismo no tuvo lugar, es más, ninguna de las palabras de esta frase les llamó la atención a la mayoría de los participantes de los grupos focales. Aunque cabe resaltar, que sólo una persona se identificó con la palabra Patria.

En conclusión, la frase no impactó en el público y la principal razón de esta reacción es el emisor del mensaje, en este caso el MPD que como se ha mencionado el discurso de este partido está desgastado. Y además, los participantes no identifican el discurso socialista con el MPD, sino con otro partido o movimiento político, en este caso Alianza País.

### **3.7. Conclusiones**

Las conclusiones se van a exponer en dos partes. La primera, va a referirse a la composición teórica del discurso propagandístico del MPD emitido en durante el 2009-2013, enfocado en la iconográfica, cromática y semántica. Y en la segunda, se

expondrá todo lo referente con el posicionamiento, percepción y connotación del discurso.

Respecto a la cromática del discurso, se podría concluir que la distribución de los colores en cuanto a la superficie o utilización de espacio en las hojas volantes, afiches, o periódicos, es la principal causa para que la combinación (anaranjado y turquesa) o contrastes utilizados en las unidades de análisis, no agraden a la ciudadanía. Este aspecto se produce debido a que en el discurso propagandístico del MPD predominan los colores denominados calientes y tomando en cuenta lo manifestado por la Psicología del Color, se podría definir que la exposición prolongada a estos colores puede causar fatiga visual y por tanto, provocar un rechazo hacia los objetos o lugares que contienen en determinado tiempo.

Por otro lado, la contradicción en cuanto a la trasmisión de sensaciones que producen los colores que componen la cromática del discurso del MPD, podría ser considerada otras de las causas. Esto se debe a que el color anaranjado está relacionado con las emociones fuertes y el turquesa con la tranquilidad, la paz y la armonía. Entonces, las personas se identifican con un color u otro, rechazando los colores que les transmiten mensajes contradictorios a su personalidad.

Aunque cabe mencionar respecto a este tema, que la presencia de los colores calientes en el discurso del MPD se relaciona con las características mismas del discurso, debido a que éste es revolucionario y que incentiva a la lucha social. Este aspecto no es desconocido por las ciudadanas y ciudadanos porque identifican al discurso como revolucionario, ofensivo y agitador.

Respecto a la iconografía se identifican tres niveles: el primero referente a los personajes históricos y candidatos; el segundo, lo constituyen los elementos identificativos del partido; y el tercero, los íconos o imágenes que cumplen alguna función propagandística.

Referente a los personajes se concluye que éstos presentan dos problemas. El primero, es que existe un desprestigio y mala imagen de los personajes y la ciudadanía no confía en ellos; y el segundo problema, tiene que ver con el desconocimiento o falta de popularidad que existe en los candidatos (as) que participaron en las contiendas electorales. Este aspecto nos lleva a concluir que, el MPD como partido no seleccionó

de manera adecuada a las candidatas y candidatos (as), porque ninguno de ellos cumple con las características que el Manual de Propaganda Revolucionaria menciona, en el cual se toma en cuenta la personalidad, la preparación, la disciplina y la popularidad o aceptación de los personajes en la plataforma política para poder participar en una contienda electoral.

Por otro lado, referente a los símbolos tenemos que éstos tienen bastante aceptación dentro de la ciudadanía que los relaciona con lucha, victoria, triunfo, rebeldía, pero la situación cambia cuando a estos elementos se los identifica con el MPD.

Y por último referente a lo iconográfico, tenemos que la utilización de recursos como la caricatura requiere de una mayor estética para que se convierta en un elemento atractivo del discurso, tomando en cuenta las preferencias y exigencias de los grupos objetivos.

La composición semántica del discurso en su gran mayoría presenta también problemas. Esto se debe a que el discurso no convence a la ciudadanía porque es considerado como utópico y que en muchas ocasiones no creíble. Además, la propuesta socialista que es la base del discurso del MPD tiende a confundirse con los de otros partidos y movimientos políticos de izquierda, como por ejemplo Alianza País; lo que demuestra que existe una apropiación del discurso revolucionario y que lleva a considerar que hay una pérdida de identidad discursiva del MPD.

Referente al posicionamiento del partido en la plataforma política del Ecuador, los ciudadanos lo ubican en la sexta posición en Quito, después de Alianza País, Creo, Avanza, Suma Vive y Sociedad Patriótica. Aunque cabe recordar que el MPD desapareció del sistema de partidos en julio del 2014, este aspecto referente al protagonismo político, puede ser de gran utilidad para la nueva organización política “Unidad Popular” que se está conformando en el país y que tiene como antecedente político al MPD.

La percepción que la ciudadanía tiene del discurso es otro elemento importante a tener en cuenta. Si bien es cierto que el discurso es conocido por las y los ciudadanos, este se vincula también con elementos positivos y negativos, entre los que encontramos: discurso manipulador, populista (que no corresponde práctica y discurso), ofensivo, agitador, subversivo. Pero esta ambivalencia también se extiende a la opinión sobre el

partido, en cuanto se considera revolucionario, luchadores, agitadores sociales, socialistas, pero también violentos y hasta terroristas. Esta asociación se la realiza a partir del actuar político de los representantes del partido, de algunos los candidatos (as), a de algunos militantes.

En definitiva, el discurso propagandístico del MPD emitido durante el 2019 y 2013 presenta una serie de ambivalencias tanto en lo cromático, iconográfico, y semántico, lo que conlleva al rechazo y confusión por parte de la ciudadanía y aunque el discurso es reconocido e identificado, muestra un alto índice de desgaste político y enorme desprestigio del partido político.

### **3.8. Recomendaciones**

- Para componer el discurso tanto cromático, iconográfico y semántico, se debe tomar en cuenta los componentes socio-culturales de los receptores del mensaje, de esta forma éstos encontrarán elementos con los cuales identificarse dentro del discurso.
- A nivel cromático, es preferible la utilización de colores que transmitan las mismas sensaciones, caso contrario se correrá el riesgo de causar una contraposición en el mensaje y por tanto, una confusión en cuanto a la acción que el receptor debe realizar.
- Respecto a selección de los personajes que participaran en una contienda electoral, se debe tener en cuenta el posicionamiento dentro de la opinión pública del futuro candidato o candidata. La selección del mismo, no debe basarse únicamente en la opinión que los integrantes del partido tienen sobre él o ella, ya que en muchas ocasiones la opinión pública es blanco de manipulación y por tanto, un personaje puede ser estigmatizado fácilmente y esto influir en su carrera política. El resultado sería, que el personaje es un buen prospecto para el partido pero su imagen ante los ciudadanos no está en buen momento y por tanto conducir al fracaso.
- Se debe tener en cuenta la propuesta política de otros partidos y más aún en una campaña electoral porque si la propuesta son similares, se puede confundir a los electores y si es que el otro partido tiene mayor protagonismo en las campañas, el mensaje podría fortalecer al contrincante.

- Por último, estas recomendaciones pueden ser de gran utilidad en la elaboración del discurso propagandístico del partido político que se está conformando “Unión Popular”.

## **REFERENCIAS**

Albán, E.; Ayala, E.; Grijalva, A. (1994). *Elecciones, ideologías y programas políticos*. Biblioteca General de Cultura. Corporación Editora Nacional. Quito, Ecuador

Andrade, P. (2009). *Democracia y cambio político en el Ecuador. Liberalismo, política de la cultura y reforma institucional*. Corporación Editora Nacional. Primera edición. Impresos Andinos. Quito, Ecuador

Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República*. Montecristi, Manabí

Antón, J. (1999) *Manual de Ciencias Políticas. El Poder y los Sistemas Políticos*. Segunda edición. Barcelona, España

Atarihuana, G. (2011). Asumiendo desafíos. *Desafíos de la Izquierda*. Revista del Centro de Formación e Investigación Social Jaime Hurtado. N°-1. p.2. Quito

Bartlett, F. (2002). *La Propaganda Política*. Ediciones Ridendo Castigat Moren, Brasil

Bernabé, M. (2012). Pluriculturalidad, multiculturalidad e interculturalidad, conocimientos necesarios para la labor docente. *Revista Educativa Hekademos*. Vol. 11. Valencia, España

Berelson. B. (1952). *Content analysis in communications research*. Editorial The Free Press. Nueva York

Bobbio, N. (1996). *El filósofo y la política*. Fondo de Cultura Económica. Primera edición. México

Borja, R. (1978). El Ecuador y el proceso de constitucionalización. *Nueva Sociedad*. N° 34. P.p. 97-100. Quito, Ecuador

Borja, R. (2007). *Sociedad, Cultura y Derecho*. Editorial Ariel. Quito, Ecuador.

Bouza, L. (1999) *Manual de Ciencias Políticas. El Poder y los Sistemas Políticos*. Segunda Edición. Barcelona, España

Brigada Médica Ab. Jaime Hurtado González. (2009). *Biografía del abogado Jaime Hurtado González*. Recuperado el 28 de febrero de 2015 de

<http://brigadamedicajaimhurtado.blogspot.com/2009/11/biografia-del-abogado-jaime-hurtado.html>

Camps, V. (2001). *Introducción a la filosofía política*. De la primera edición para España y América. Editorial Crítica, S.L. Barcelona, España

Carpio, O. & Mateos, Z. (2006). *Comunicación política en campañas electorales*. Ágora Democrática. Primera Edición. Imprenta Miraflores E.I.R.L.

Cisneros, I. (2002). Génesis de la política absoluta. *Estudios Sociológicos*. Vol. XX. Núm. 3. Pp. 625-639. México

Correa, R. (2013). *Ecuador: de Banana Republic a la No República*. Primera edición. Editora Géminis. Colombia

Consejo Nacional Electoral. (2014). *Atlas Electoral del Ecuador 2009-2014*. Primera edición. Impresión El Telégrafo. Quito

Consejo Nacional Electoral. (05/03/2009). *Codificación de la declaratoria a elecciones generales 2009*. Registro Oficial 542. Recuperado el 05 de enero de 2015 de:[http://www.apuntesjuridicos.com.ec/download/noticias/1405\\_DOC\\_Convocatoria\\_aElecciones.pdf](http://www.apuntesjuridicos.com.ec/download/noticias/1405_DOC_Convocatoria_aElecciones.pdf)

Dahl, R. (1987). *Un Prefacio a la Teoría Democrática*. Apéndice del capítulo 3. Ediciones Gernika. México

Domenach, J. (1950). *La propaganda política*. Traducida de la segunda edición 1955. Talleres Gráficos Celina. Buenos Aires, Argentina

Eagleton, T. (2005). *Ideología*. De la traducción de Jorge Vigil Rubio. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, España

El Comercio. (03/ 07/ 2014). *Cuatro agrupaciones políticas pierden se personería jurídica*. Recuperado el 05 de enero de 2015 de:<http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/ecuador-politica-partidos-prian-pre.html>

El Universo. (27/ 11/ 2006). *Elecciones electorales 2006 segunda vuelta*. Recuperado el 23 de febrero de 2015 de:

<http://www.eluniverso.com/2006/11/26/0001/1168/05D6C04CF6D94D539673DB59B00AFCBA.html>

El Universo. (15/ 03/2007). *MPD caminó en apoyo a la consulta en Guayaquil, Quito y Cuenca*. Recuperado el 05 de enero de 2015 de: <http://www.eluniverso.com/2007/03/15/0001/8/18F2F68BAC80437E84955D810276A96B.html>

El Universo. (02/ 10/ 2007). *País tendrá mayoría absoluta en la Asamblea con 72 escaños*. Recuperado el 23 de febrero de 2015 de: <http://www.eluniverso.com/2007/10/02/0001/8/16B46D3BE2BF4590A0ECE7706D436BE4.html>

Escobar, J. & Bonilla, F. (S.F). Grupos Focales: Una guía conceptual y metodológica. Universidad del Bosque. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*. Vol. 9, N° 1, pp. 51-67

Escobar, I.; Ramírez, O.; Torres, I.; Villafuerte, G.; Vologné, G. (s.f). *La transición a la democracia en el Ecuador: una mirada histórico-política a un proceso de revalorización democrática*. Recuperado el 30 de noviembre de 2014 de: <http://www.afese.com/img/revistas/revista53/transdemo.pdf>

Espinoza, O. (2009). Reflexiones sobre el concepto de “política”, políticas públicas y política educacional. *Archivos Analíticos de Política Educativas*. Vol. 17, pp. 1-13. Estados Unidos

Freidenberg, F. & Manuel, A. (2001). *Los dueños del poder. Los partidos políticos en Ecuador (1978-2000)*. FLACSO. Primera edición. Imprenta Rispergraf. Quito, Ecuador

García, G. (1986). *La aventura de Miguel Littín clandestino en Chile*. Primera edición. Editorial La Oveja Negra. Bogotá

González de Zárate, J. (S.F). *Métodos Iconográficos*. Recuperado el 23 de febrero de 2015 de: [http://ocw.um.es/gat/contenidos/alfredoramon/AplicacionTIC2012/5/ficheros/Articulo\\_2\\_paradig.pdf](http://ocw.um.es/gat/contenidos/alfredoramon/AplicacionTIC2012/5/ficheros/Articulo_2_paradig.pdf)

- Holsti, O. (1969). *Constant analysis for the social sciences and humaniries*. Editorial Addison-Wesley. Reading, Massachusetts
- Huerta, J. (2005). *Los grupos focales*. Recuperado el 23 de febrero de 2015 de [http://academic.uprm.edu/jhuerta/HTMLobj-94/Grupo\\_Focal.pdf](http://academic.uprm.edu/jhuerta/HTMLobj-94/Grupo_Focal.pdf)
- Jara, V. (2013). *La Psicología del Color*. Recuperado el 23 de febrero de 2015 de <http://www.arq.una.py/V1/uploads/2013/03/la-psicologia-del-color.pdf>
- Larraín, H. (1988). *Ideología y democracia en Chile*. Editorial Andante. Santiago de Chile
- López, A. & Cubillo, P. (2009). Análisis del Referéndum Constitucional 2008 en Ecuador. FLACSO. *Íconos*. Revista de Ciencias Sociales. N° 33, pp. 13-20. Quito
- Macías, D. (2014). *Qué significa el color turquesa*. Recuperado el 23 de febrero de 2015 de: <http://psicologiadelcolor.net/que-significa-el-color-azul-turquesa/>
- Matas, J. (1999) *Manual de Ciencias Políticas. El Poder y los Sistemas Políticos*. Segunda edición. Barcelona, España
- Manual del Movimiento Popular Democrático. (2010). *Declaración de principios, programa de gobierno, estatutos*. Aprobado por el Consejo Nacional del MPD y registrado en el Consejo Nacional Electoral. Quito
- Manual del Partido Comunista Marxista Leninista del Ecuador. (2006). *La Propaganda Revolucionaria*. Comisión Nacional de Propaganda del PCMLE. Colección 40 aniversario. Quito
- Mariñez, F. (2001). *Ciencias políticas: nuevos contextos, nuevos desafíos*. Primera Edición. Editorial Limusa, S.A. México
- Martínez, J. (2006). *Teorías de la Comunicación*. Universidad Católica Andrés Bello. Guayana, Venezuela
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. De todas las ediciones en castellano. Editorial Paídos. Buenos Aires

Mendizábal, I. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Ediciones Abya Ayala. Quito

Mouffe, Ch. (2007). *En torno a lo político*. Primera edición. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires

Movimiento Popular Democrático. (S.F). *Nuestros primeros pasos*. Recuperado el 05 de enero de 2015 de:

[http://www.mpd15.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10&Itemid=146](http://www.mpd15.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=146)

Movimiento Popular Democrático. (S.F). *Solidaridad con Mery Zamora*. Recuperado el 28 de febrero de 2015 de:

[http://www.mpd15.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=378:solidaridad-mery-zamora&catid=11&Itemid=174](http://www.mpd15.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=378:solidaridad-mery-zamora&catid=11&Itemid=174)

Muriel, M. & Rota, G. (1980). *Comunicación institucional: enfoque social de relaciones públicas*. Col. Intiyán # 12. Editorial Ciespal. Quito

Nociones Básica del Diseño. (S.F). *Teoría del Color*. Recuperado el 23 de febrero de 2015 de:<http://repositorial.cuaed.unam.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/1901/1/teoria-del-color.pdf>

Núñez, J. (2014). *Psicología de los colores: El color naranja*. Recuperado el 23 de febrero de 2015 de: <http://aprendizajeyvida.com/2014/04/28/el-color-naranja/>

Ogaz, L. (2002). *La Comunicación*. Una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno. Quito, Ecuador

O'Donnell, G. & Schmitter, P. (1998). *Transiciones desde un gobierno autoritario*. Imprenta Paidós. Buenos Aires

Piñuel, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*. Vol. IV, pp. 1- 42. Madrid

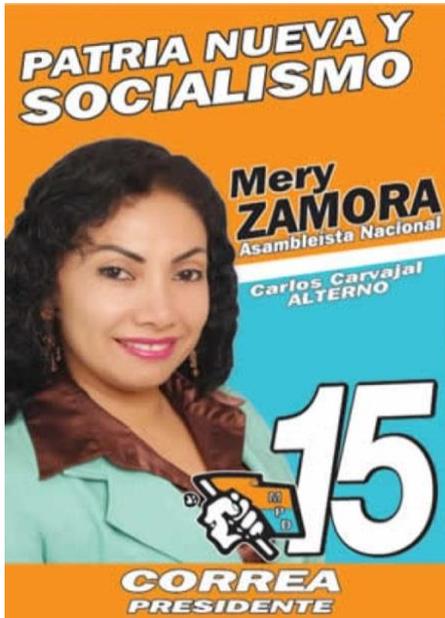
Rodríguez, M. (2005). *Introducción general a los estudios iconográficos y a su metodología*. Recuperado el 23 de febrero de 2015 de: <http://pendientedemigracion.ucm.es/centros/cont/descargas/documento4795.pdf>

- Saltos, N. & Vásquez L. (2009). *Ecuador su realidad 2009-2010*. Fundación de Investigación y Promoción Social José Peralta. Quito, Ecuador
- Sánchez, F. (2008). *¿Democracia no lograda o democracia malograda? Un análisis del sistema político del Ecuador: 1979-2002*. FLACSO. Primera edición. Imprenta Crearimagen. Quito, Ecuador
- Sánchez, L. (2011). Elementos para el análisis del discurso político en el escenario internacional. *Revista Internacional de Pensamiento Político. I Época*. Vol. 6, pp. 419-433. Argentina
- Sartori, G. (1999). *Elementos de la teoría política*. Alianza Editorial, S.A. Madrid, España
- Sartori, G. (1965). *Aspectos de la Democracia*. Editorial Limusa. Weley, México
- Saeed, J. (2003). *Semántica y Pragmática*. Segunda edición. Blackwell Publishing. Oxford
- Silva, A. (1993). Hacia una democracia participativa. Primera parte. La teoría elitista de la democracia. *Revista de Derecho*. Vol. IV, pp. 145-155
- Silva, A. (1997). Hacia una democracia participativa. II Parte. La teoría participacionista de la democracia. *Revista de Derecho*. Vol. VIII, pp. 113-122
- Tinoco, A. (2008). Movimientos Sociales, Movimientos Políticos y Partidos Políticos. Universidad de Zulia. *Sinergies*. N°4, pp. 243-259. Venezuela
- Todo Marketing Político. (2012). *Los Principios Propagandísticos de Joseph Goebbels*. Recuperado el 25 de enero de 2015 de: <http://www.todomarketingpolitico.net/2010/04/11-principios-de-la-propaganda-moderna.html>
- Villamizar, D. (1990). *Ecuador: 1960-1990. Insurgencia, democracia y dictadura*. Editorial El Conejo. Quito
- Welp, Y. (2009). El referéndum contra el status quo. Análisis de Ecuador, Venezuela, Perú y Bolivia. *Diálogos Latinoamericanos*. N° 16. P.p. 126-155. Dinamarca

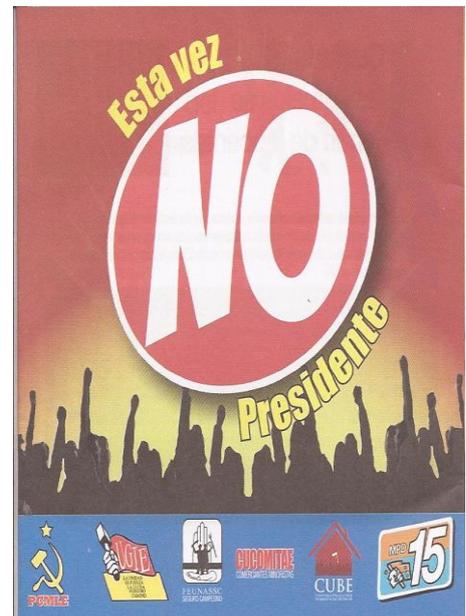
Woodfin, R. & Judy, G. (2006). *Aristóteles para principiantes*. Primera edición. Era Naciente SRL. Bueno Aires, Argentina

**ANEXOS**

## 1. Material analizado del discurso propagandístico del MPD



Afiche Mery Zamora



Afiche Campaña 2011



Hoja volante emitida en el 2013

La p

# Derrotamos a Correa Hoy con las firmas, febrero en las elecciones



**Dirigentes y militantes del MPD paramos el carro a las irregularidades impulsadas por el CNE de Correa.**

Por más señas que hoy, la "Unidad Plurinacional" y Correa que pretenden algunas irregularidades en el CNE, no puede hacer y obtener una victoria importante en el mes de febrero en las elecciones generales del 2013. El CNE, al ser un organismo que depende del gobierno de Correa, no puede ser imparcial y justo. Por eso, el MPD y Pachacuti, se oponen a las irregularidades que el CNE de Correa quiere imponer en el mes de febrero en las elecciones generales del 2013. El CNE, al ser un organismo que depende del gobierno de Correa, no puede ser imparcial y justo. Por eso, el MPD y Pachacuti, se oponen a las irregularidades que el CNE de Correa quiere imponer en el mes de febrero en las elecciones generales del 2013.

**La lucha del pueblo no se detiene**

El gobierno de Correa y el CNE, para el mes de febrero en las elecciones generales del 2013, pretenden imponer algunas irregularidades en el CNE, para el mes de febrero en las elecciones generales del 2013. El CNE, al ser un organismo que depende del gobierno de Correa, no puede ser imparcial y justo. Por eso, el MPD y Pachacuti, se oponen a las irregularidades que el CNE de Correa quiere imponer en el mes de febrero en las elecciones generales del 2013.

**Con la unidad vamos pa'lante**

El gobierno de Correa y el CNE, para el mes de febrero en las elecciones generales del 2013, pretenden imponer algunas irregularidades en el CNE, para el mes de febrero en las elecciones generales del 2013. El CNE, al ser un organismo que depende del gobierno de Correa, no puede ser imparcial y justo. Por eso, el MPD y Pachacuti, se oponen a las irregularidades que el CNE de Correa quiere imponer en el mes de febrero en las elecciones generales del 2013.

4 | Octubre 2012

lena

# Derrotamos a Correa Hoy con las firmas, febrero en las elecciones

**¡¡ESTAMOS CALIFICADOS!!  
TRIUNFO DE LA DEMOCRACIA**

- Derrotamos todas las maniobras fraudulentas que buscaban evitar nuestra participación electoral.
- Agradecemos a los pueblos, a los jóvenes, a los que con su firma en este mes sumaron más de 200 mil nuevas afiliaciones y adherentes para el MPD y Pachacuti.
- La Unidad Plurinacional de las Izquierdas continuará la lucha para transformar el Ecuador, llevando a la Presidencia al compañero Alberto Acosta.
- La unidad triunfará en las elecciones del 2013. La prepotencia, el autoritarismo y la corrupción del correísmo serán derrotados.

**Movimiento Popular Democrático**



**Somos unidad, somos alegría  
Somos la esperanza de una nueva vida**

**UNIDAD PLURINACIONAL DE LAS IZQUIERDAS**

15

10 de octubre 2012 | 3

Periódico Patria Nueva

## ¿QUÉ ES LA PATRIA NUEVA Y EL SOCIALISMO?

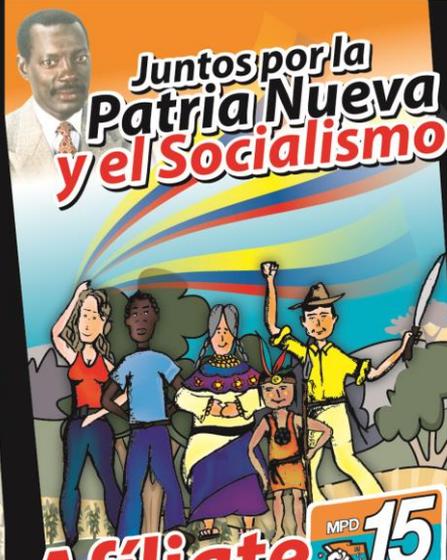
- Es construir el país que queremos, donde haya educación, salud, trabajo, salarios dignos, recreación, progreso social y desarrollo.
- Es acabar con el atraso, la dependencia e impulsar el conocimiento científico.
- Es romper las cadenas de dominación y acabar con el sometimiento del Ecuador hacia las potencias mundiales.
- Es terminar con imposiciones de organismos internacionales (F.M.I., el Banco Mundial, etc.) y definir nuestro propio camino y destino.
- El Socialismo es la sociedad de los trabajadores para los trabajadores, donde la riqueza se distribuye de manera justa y equitativa, donde el capitalismo queda atrás y la oligarquía es removida del poder.
- El Socialismo es alcanzar un país industrializado, en el que se aproveche los recursos naturales, en el que la propiedad sea de todos y no de unos pocos.

**Afiliate MPD 15**

Para mayor información comunícale a:  
2526-111 / 2530580 [www.mpd15.org.ec](http://www.mpd15.org.ec)  
Manuel Larrea N14-70 y Ríofrío (Guato-Ecuador)

O en las oficinas del MPD en cada una de las localidades del país.

## Juntos por la Patria Nueva y el Socialismo



**Afiliate MPD 15**

Hoja volante de la campaña "Afiliate"

## 2. Cuadro de resultados del trabajo realizado con los grupos focales

Categorías de análisis	Opinión de los participantes
	<p><b>-¿Conocen o esta persona?</b>  <i>G. jóvenes:</i> todos respondieron que la conocen.  <i>G. adultos:</i> sólo cuatro la conocen.</p> <p><b>-¿Saben el nombre de ella?</b>  <i>G. jóvenes:</i> sólo tres saben el nombre.  <i>G. adultos:</i> sólo cuatro saben el nombre.</p> <p><b>-¿Cuál es la opinión que tienen de esta persona?</b>  <i>G. jóvenes:</i> que es ridícula, que siempre quiere sobresalir, que no es académicamente preparada, que es extravagante, que es un demonio (estereotipo que transiten los medios) y sólo una persona piensa que es revolucionaria.  <i>G. adulto:</i> el 60% piensa que es problemática y conflictiva.</p> <p><b>-¿Qué les transmite esta imagen?</b>  <i>G. jóvenes:</i> el 100% no confía y les transmite falsedad.  <i>G. adulto:</i> a cinco participantes les transmite hipocresía, sólo a dos les agrada la sonrisa.</p>
	<p><b>-¿Conocen a esta persona?</b>  <i>G. jóvenes:</i> cuatro personas lo conocen  <i>G. adultos:</i> cinco lo conocen.</p> <p><b>-¿Saben el nombre de l?</b>  <i>G. jóvenes:</i> sólo tres saben en apellido.  <i>G. adultos:</i> cinco saben el nombre.</p> <p><b>-¿Con qué asocian a este personaje?</b>  <i>G. jóvenes:</i> FARC-1; Revolución-3; Política-1.  <i>G. adultos:</i> Política-MPD-5.</p> <p><b>¿Qué saben de este personaje?</b>  <i>G. jóvenes:</i> tres personas piensan que es un político.  <i>G. adultos:</i> que era un político y que fue asesinado cuando era diputado por el MPD a las afuera del Congreso nacional-5 personas opinan estos.</p>



**-¿Reconocen a alguien de la foto?**

*G. jóvenes:* cuatro personas reconocen a alguien.

*G. adultos:* una persona reconoce a alguien.

**-¿A qué personaje reconocen?**

*G. jóvenes:* Natasha Rojas- 4.

*G. adultos:* Natasha Rojas- 1.

**-¿Qué piensan que están haciendo éstos personajes?**

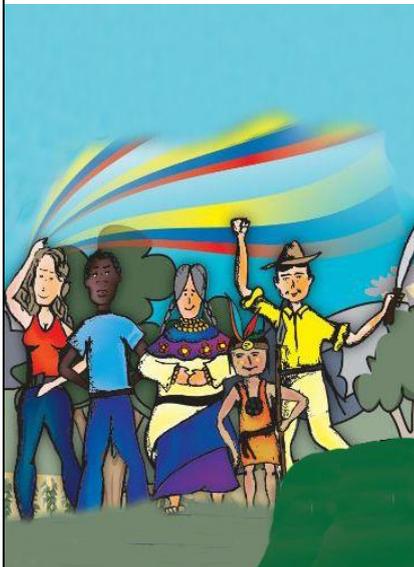
*G. jóvenes:* campaña-10.

*G. adultos:* campaña-5; protesta-1.

**-¿Qué transmite los personajes?**

*G. jóvenes:* amistad, alegría, unión-8; populismo-2.

*G. adultos:* amabilidad, confianza, amistad-7.



**-¿Con qué palabra identifican esta imagen?**

*G. Jóvenes:* integración-1; identidad-1; unión-1; diversidad-2; equidad-1; multiculturalidad-1; cultura-2; mi país-1.

*G. adultos:* diversidad, unión, cultura-7.

**-¿Se sienten incluidos en esta imagen?**

*G. jóvenes:* incluidos-3.

*G. adultos:* se sienten incluidos-7.

**-¿Les gusta esta imagen?**

*G. jóvenes:* a ninguno le gusta la caricatura, falta de estética.

*G. adultos:* a todo el grupo le gusta la caricatura.

	<p><b>-¿Qué les transmite esta imagen?</b></p> <p><i>G. jóvenes:</i> Rebeldía, rechazo, anarquía-10.  <i>G. adultos:</i> Voz del pueblo, protesta, transformación-7.</p>
	<p><b>-¿Conoce alguno de estos símbolos?</b></p> <p><i>G. jóvenes:</i> todos conocen mínimo uno.  <i>G. adultos:</i> todos conocen mínimo uno.</p> <p><b>-¿Cuáles de los símbolos reconoce?</b></p> <p><i>G. jóvenes:</i> símbolo MPD-10  <i>G. adultos:</i> símbolo MPD-7; símbolo UGTE y PCMLE-1.</p>
	<p><b>-¿Qué les transmite esta símbolo?</b></p> <p><i>G. jóvenes:</i> Fuerza, lucha, victoria-10.  <i>G. adultos:</i> Victoria, fuerza, triunfo-7</p> <p><b>-¿Les gusta el símbolo?</b></p> <p><i>G. jóvenes:</i> a todos les gusta.  <i>G. adultos:</i> a todos les gusta.</p>
	<p><b>-¿Con qué relacionan este número?</b></p> <p><i>G. jóvenes:</i> con un partido político-MPD-10  <i>G. adultos:</i> con un partido político-MPD-7; además, un participante lo relacionó con el pago de la quincena.</p>

	<p><b>-¿Qué les transmiten éstos colores?</b>  <i>G. jóvenes:</i> naranja-fuerza; turquesa-paz, tranquilidad.  <i>G. adultos:</i> naranja-energía; turquesa-tranquilidad.</p> <p><b>-¿Les gusta la combinación?</b>  <i>G. jóvenes:</i> a ninguno le gusta  <i>G. adultos:</i> a ninguno le gusta</p> <p><b>-¿Con qué relaciona éstos colores?</b>  <i>G. jóvenes:</i> naranja- fuego; turquesa-cielo, mar.  <i>G. adultos:</i> naranja-sol, atardecer; turquesa-cielo.</p>
	<p><b>-¿Qué les transmiten éstos colores?</b>  <i>G. jóvenes:</i> rojo-fuerza; amarillo-esperanza; celeste-mar.  <i>G. adultos:</i> serenidad, tranquilidad, energía, vitalidad.</p> <p><b>-¿Con qué relaciona esta imagen?</b>  <i>G. jóvenes:</i> amanecer, atardecer en la playa.  <i>G. adultos:</i> atardecer y con la bandera del Ecuador.</p>

	<p><b>-¿Han escuchado esta frase?</b>  <i>G. jóvenes:</i> los diez participantes ha escuchado esta frase.  <i>G. adultos:</i> los siete participantes ha escuchado esta frase.</p> <p><b>-¿Con qué o quién asocian esta frase?</b>  <i>G. jóvenes:</i> política.  <i>G. adultos:</i> Con un partido político.</p>
	<p><b>-¿Qué opinan sobre esta frase?</b>  <i>G. jóvenes:</i> que es una utopía; no es convincente.  <i>G. adultos:</i> No convence, el @ confunde.</p> <p><b>-¿Les llama la atención la propuesta?</b>  <i>G. jóvenes:</i> a tres de los participantes sí, a los siete restantes no.  <i>G. adultos:</i> A cinco de los participantes no, a los dos restantes sí.</p>
  	<p><b>-¿Les convence esta frase para que se afilien a algo?</b>  <i>G. jóvenes:</i> No, es muy general.  <i>G. adultos:</i> a nadie de este grupo le convence la frase.</p> <p><b>-¿Qué les llama la atención de la frase?</b>  <i>G. jóvenes:</i> la palabra Patria le llama de atención a una sólo persona.  <i>G. adultos:</i> nada.</p>
	<p><b>-¿Con una palabra defina esta frase?</b>  <i>G. jóvenes:</i> voz del pueblo, condición.  <i>G. adultos:</i> Disconformidad, golpe de Estado, miedo.</p> <p><b>-¿Con qué relaciona esta frase?</b>  <i>G. jóvenes:</i> Partido Social Cristiano, PRE  <i>G. adultos:</i> con la oposición política.</p>

### 3. Material fotográfico del trabajo con los grupos focales



