

IDENTIDAD Y TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA EN MÉXICO

ADRIÁN GIMATE-WELSH

1. EL TERREMOTO ELECTORAL¹

Dado el ambiente poselectoral en el que se han visto inmersos los partidos políticos después de las elecciones del 2 de julio en México y las expresiones contrastantes de sectores de la sociedad en torno a los resultados de las votaciones, me interesa averiguar cuál fue el proceso discursivo que tuvo lugar en la contienda política en la que se vio inmerso el país entero. Para ello me propongo llevar a cabo el análisis del discurso político de los que fueron los tres candidatos principales a la Presidencia de la República así como de los distintos actores sociales que contribuyeron al debate ideológico de este período.

Como consecuencia del triunfo electoral de Vicente Fox del Partido Acción Nacional (PAN), de la derrota del Partido Revolucionario Institucional (PRI) después de 71 años de gobierno y del fracaso electoral de Cuauhtémoc Cárdenas del Partido de la Revolución Democrática (PRD), los partidos políticos derrotados en las urnas se interrogan ahora sobre su **identidad** partidaria. En este contexto, los dirigentes del PRI y del PRD se hacen cuestionamientos sobre la reconstrucción o refundación de sus agrupaciones a fin de volver a ganar los espacios perdidos entre los electores y reconquistar el poder, en el caso del PRI, o acceder al gobierno en el caso del PRD.² Algunos actores políticos han manifestado incluso que la refundación de su partido

comprende además el cambio de nombre y de logotipo, como recientemente lo han manifestado algunas figuras políticas tanto del PRI como del PRD.

El análisis del discurso político de los candidatos presidenciales, y de otros actores sociales, tendrá como uno de sus ejes el tema de la **identidad**, no sólo porque es un tópico recurrente del discurso partidario, sino porque en el discurso político uno de los aspectos centrales es la construcción del **imaginario político**, que podemos definir como lo que está presente y lo que está ausente (Ruano-Borbalan 1998: 14), es decir, la identidad política que el candidato desea proyectar en los electores en tanto destinatarios del mensaje puesto en circulación por parte del destinatario.

Esta imagen del otro tiene una función estructurante que sólo se proyecta en la medida que se hace presente la **alteridad** en el discurso, diferente del **otro imaginario** que posibilita la dimensión simbólica. La carencia, en el ámbito de lo imaginario, genera la frustración, espacio de la reivindicación y de las exigencias de naturaleza diversa, desenfrenadas o no.

Lo simbólico, por otra parte, se encuentra vinculado a lo imaginario pero pertenece al orden de los fenómenos que se articulan y estructuran como un lenguaje de un cierto tipo. El orden simbólico, en la medida que denomina a la cosa y le asigna un valor, individualiza y corporiza a la cosa, libera al imaginario de la relación dual antes referida, ausencia y presencia, silencio y palabra, como diría Octavio Paz. En la medida que el orden simbólico apunta a una significación, lo imaginario se hace patente. El **símbolo**, en consecuencia, deviene la **representación** que hace aparecer un sentido secreto, la epifanía de un misterio (Durand 1964:13),³ es un signo, o constelación de signos, que objetiva aspectos de la vida en sus diferentes dimensiones (social, cultural, política, emocional, pasional, etc.) y como tal actúa sobre los objetos y sujetos de su entorno y estos a su vez actúan sobre el signo mismo. Si los símbolos se hacen patentes de manera redundante, como cadenas isotópicas en sus diversos aspectos, estos se integran los unos con los otros alrededor de un tema, lo que les adjudica un poder simbólico complementario.

Cabe remarcar que estas interacciones devienen el *Umwelt*, entorno que, más allá de las sensaciones, es percibido en su estructura organizativa. La percepción de la estructura contiene, además, algo de lo percibido; es un cálculo de probabilidades sobre la realidad que da como resultado un acierto o una equivocación, como podemos constatarlo en el discurso de toda contienda electoral. Los políticos, como los héroes de la Quebrada en Acapulco, tienen que hacer cálculos constantes sobre los movimientos del océano social. Por supuesto, en ambos casos existe una experiencia, un conocimiento práctico, un hábito, *primeridades, segundidades y terceridades* de sentido: los elementos *primans, secondans y tertians* del fanerón en tanto red de relaciones

formales o combinación de naturaleza topológica (Marty 1995:101-110). Los objetos dentro de este *Umwelt* funcionan como signos de unos con otros y de lo que es deseable o indeseable dentro de un mundo objetivado. Este funcionamiento no es otra cosa que procesos de cognición que se llevan a cabo en los sujetos.

Si la dimensión **interactiva** ocurre entre seres biológicos, como es el caso de los actores políticos, susceptibles de sensaciones, emociones y expectativas, el proceso de comunicación deviene entonces un proceso de significación que se instala en la dimensión de la cognición y lo significado se vuelve un nexo entre los objetos. Los individuos vistos como objetos devienen sujetos en el momento en que se establece la dimensión interacción socioverbal.

Desde esta perspectiva, como veremos más adelante, uno de los ejes aglutinantes de carácter simbólico es el tema de la **transición democrática**. A manera de ejemplo inmediato, recordemos que la redundancia gestual de Vicente Fox constituyó un importante instrumento de poder simbólico que posibilitó la capacidad de canalizar las diferentes voces de inconformidad. Me refiero a la **V de la victoria**, símbolo que traspasó las clases sociales, a los actores políticos de procedencia partidaria distinta (del PRI y del PRD), intelectuales y empresarios de diversas inclinaciones ideológicas. Pero me parece que no habrá que ver los fanerones gestuales sólo en su singularidad, sino en el esquema de su montaje, en su red de relaciones icónicas, indiciales y simbólicas.

De igual manera, la expresión verbal "YA", apoyada por el movimiento corporal del famoso "martes negro", día en el que se reúnen Vicente Fox, Francisco Labastida y Cuauhtémoc Cárdenas en casa de este último, deviene un objeto aglutinante de sentido, deviene la totalidad de sensaciones que su percepción produce (*qualities of feeling* en términos de Peirce). Así, lo que en un principio exhibía rasgos negativos de intolerancia, se vuelve un referente de significación que se valora de manera positiva. El sintagma "ya, ya, ya..." deviene una alegoría⁴ y un símbolo; es una representación de una constelación de significación; es la corporización simbólica de lo indecible, del imaginario de los electores; es un *renvoi*, un reenvío a un sentido que está en la mente de los electores mexicanos; un *aliquid stat pro aliquo*: "democracia ya",⁵ "transición democrática ya", "alternancia ya", "fin al PRI-gobierno ya"; es un sinsigno icónico indicial en la medida que remite a sensaciones y emociones, a una imagen del México poselectoral y un indicio del cambio que ya está en puerta, de que los mexicanos se hallan en la antesala de la transición democrática. En otros términos, la secuencia "ya, ya, ya..." evoca o materializa un cualisigno o relación triádica de tres primas donde una de ellas deviene el interpretante que une al objeto con el signo. Es la relación semiótica:

Objeto	Signo	Interpretante
•	•	•

Pero aparecen muchos más recursos alegóricos en el discurso, sobre todo en las secuencias donde los recursos de amplificación —*expolitio*— son constantes.

2. UN NUEVO MUNDO POSIBLE

Desde la perspectiva que hemos delineado, es más factible la homologación del locutor con el alocutario si se comparte la misma gramática; es más viable construir una lógica del sentido común, una lógica de los mundos posibles, una nueva verosimilitud —el *tó eikós* aristotélico—, una nueva posibilidad política, una nueva realidad, una nueva convención, un nuevo contrato político, un “nuevo pacto político”, como sostiene Vicente Fox y argumenta el ahora embajador en Bélgica Muñoz Ledo.

El discurso simula ser una verdad objetiva que busca ser reconocida y admitida como tal. Se construye pues un territorio intermedio entre el saber y un no saber, los mundos posibles. Así pues, el discurso de cualquiera de los candidatos a la presidencia es verosímil en tanto tiene sentido para el ciudadano elector. Más adelante veremos cuáles son los referentes de sentido que apoyan la verosimilitud de los discursos de los políticos. De modo que los procesos de verosimilitud discursiva son efectos de parecerse, son procesos de homologación discursiva, son procesos de construcción de identidades.

3. LA IDENTIDAD

El tema de la identidad es una problemática cultural, jurídica y política. En términos de Lévi-Strauss, es el “carrefour” de diversas disciplinas (Lévi-Strauss 1977: 14). A las políticas unificadoras o uniformadoras se enfrentan los movimientos de los pueblos en su deseo de reafirmar su singularidad, su identidad, como vemos ahora con el movimiento zapatista; la identidad universal del hombre se opone a la individualización. ¿Qué es pues la identidad? Sin duda, un concepto complejo y paradójico. La noción apunta a lo idéntico y a lo diferente. Es un concepto contradictorio, diríamos desde la semiótica greimasiana: el ser y su negación: el no ser. Son fuerzas que nos instalan en la heterogeneidad y la homogeneidad, la dispersión y la compacidad.

La identificación de sí se inscribe a su vez en las interacciones sociales y culturales cotidianas, en las que se adoptan o rechazan puntos de vista de otros. Es pues un proceso activo y conflictivo en el que intervienen dimensiones sociales (modelos o referentes de sentido), dimensiones psicológicas (ideal de sí) conscientes e inconscientes. Cada uno percibe su identidad en la adopción del punto de vista de los otros y del grupo al que pertenece; es el resultado de la socialización, no una conciencia a priori; es entonces un proceso de interiorización de lo social que se proyecta de manera colectiva y a menudo vemos en el discurso político en enunciados como “Será un ¡gabinetazo!...”; es el todo por la parte; “118 millones con los que formaré un gran equipo” (*La Jornada* 7/11/00: 7) es la proyección foxista sobre la colectividad. La comunidad mexicana se personifica pero a la vez se le atribuyen propiedades de individualidad humana: unidad, cohesión, continuidad corporal y espacial, pues los 118 millones incluyen a los mexicanos norteamericanos; es continuidad y ruptura pues “las almas tibias que nunca alcanzarán la grandeza ni llegarán lejos” no caben en la cruzada mesiánica de Vicente Fox por México (*La Jornada* 7/11/00: 7).

Hay una identificación y una adhesión a las entidades sobrenaturales; se evalúa y asigna un valor al grupo de pertenencia “las almas no tibias” y se devalúa el antigupo “las almas tibias”. Esta es la tendencia que apreciamos en las entidades corporativas, partidarias o eclesiásticas, en las que el espíritu de cuerpo aparece como fundamental. Así pues, la afirmación de la identidad no es tanto la manifestación o el reflejo de la unidad cultural de un grupo sino los medios por los que el grupo tiende a construir la identidad. Dicho en otros términos, la identidad no es algo abstracto sino los procesos de identificación y de distinción que permiten a un grupo establecer su cohesión y definir su posición frente a los otros. Es, en última instancia, una relación interaccional y por tanto un proceso textual, un proceso semiótico.

Con seguridad muchos de nosotros nos hemos preguntado, en el pasado proceso electoral, cómo puede un partido político seducir a los electores si en su interior hay una crisis de identidad o si esta se presenta de manera difusa o contradictoria. Por ejemplo, ¿cómo conciliar un discurso del llamado “nuevo PRI” cuando existen indicios y prácticas recurrentes que dibujan al viejo PRI? ¿Cómo conciliar lo que han sido posiciones ideológicas del PAN en sus gestiones de gobierno en varios estados de la república con los compromisos de campaña de Vicente Fox, cuando en la práctica política y en la producción discursiva del PAN emergen marcas de contradicción?

Claro, dirán los nuevos rapsodas⁶ de Ergóteles de Hímera, el nuevo héroe olímpico nos conducirá de la catástrofe a la prosperidad posmoderna, el Tyche⁷ del Anáhuac. ¿Cuál es la verdadera identidad del PRD, si algunas de

sus más notables figuras son actores políticos reciclados de otros lares partidarios? ¿Es el PRD un partido de izquierda, de centroizquierda o de centro-derecha? ¿Cuál es el verdadero perfil político del PRD, si en su seno conviven nacionalistas revolucionarios “ex priístas”, ex comunistas, ex troskistas, ex panistas y marxistas de todas las tendencias? ¿Cómo integrar de manera orgánica el nacionalismo revolucionario con el marxismo? Destacados perredistas, entre ellos Cuauhtémoc Cárdenas, Andrés Manuel López Obrador y Rosario Robles, se han planteado la refundación del PRD ante la crisis que vive su partido (*Proceso* nº 1253, 5/11/00). ¿Cuál es, pues, la verdadera identidad del Partido de la Revolución Democrática? ¿Cuál es el verdadero perfil político de los partidos, incluidos los pequeños que se prenden del presupuesto de la Federación? ¿Cuáles son los contornos ideológicos que los definen? ¿Es necesario redefinir la identidad partidaria una vez en el poder, como ahora se lo preguntan figuras políticas del PAN?⁸ Ocurre que la derrota del PRI el 2 de julio no fue sólo del partido en el poder: fue una derrota del PRD y del PAN, dice Alain Touraine (*La Jornada* 6/11/00), pues el terremoto electoral afectó a todo el sistema político mexicano, el presidencialismo, que se ve afectado en su conjunto. No es casual entonces que los dirigentes panistas igualmente se cuestionen el futuro de su partido y el tipo de relación que tendrán con el nuevo presidente Vicente Fox. Ganó Fox y ganó el PAN, pero también ganó la Asociación Amigos de Fox, un sujeto con identidad social, política y económica; un sujeto que se vuelve un interlocutor en la dimensión interaccional. Vicente Fox lo dijo de manera expresa: “El Partido Acción Nacional me formó y ahora tiene que dejarme ir”. Los panistas deben definir ahora su relación con el Ejecutivo. Existe pues una crisis profunda en los partidos políticos mexicanos, tendrán que re-fundarse para surgir de las cenizas, como el Ave Fénix, a una nueva vida.

Desde otra perspectiva, ¿cómo acercarse a la representación que un individuo se hace de su pertenencia a un grupo o a una ideología? O bien, ¿cómo se da el pasaje de la individualización a la universalización y viceversa, y de lo concreto e individual a lo abstracto y general?

Debemos centrarnos en la búsqueda de una identidad fundada en estructuras profundas que son las que la moldean al sujeto desde la **dimensión relacional**. Desde esta óptica, la temática del *otro* aparece como elemento constituyente de la identidad, como vemos en la construcción del discurso político. Es desde esta perspectiva que nos enfrentaremos al discurso de los candidatos presidenciables.

A manera de hipótesis, me parece que son dos los perfiles ideológicos que se proyectan en el ámbito político mexicano, como algunos analistas ya lo han sugerido en los medios impresos: uno que se instala en la *tradición* y

el otro en la *modernidad*. En consecuencia y desde el campo de estudio de la significación, la semiótica, postulo que la producción del sentido en los discursos de los políticos mexicanos se orienta hacia “dos objetos semióticos”, dos referentes de sentido, que tienen un carácter mnemónico, una suerte de faro que guía las señales emitidas hacia otras percepciones ya dotadas de sentido histórico. Estos objetos semióticos los podemos ver en los comportamientos discursivos y no discursivos de los individuos o de los grupos.

El individuo, al igual que el grupo, deviene un objeto semiótico que en determinadas circunstancias puede ser visto como una constelación de significación **sustituyente**, esto es, puede constituirse en la premisa de una semiótica indicial que se funda en un saber de carácter histórico, discursivo o sémico, visual, corporal, gestual, de vestimenta, etc. o en una representación simbólica.

En este proceso de producción, circulación y recepción de mensajes, algunos objetos semióticos o referentes funcionan como objetos estructurantes de la significación, dan sentido al (los) discurso(s), por ejemplo, la noción de **transición**, tan traída y llevada en el pasado proceso electoral mexicano por los actores políticos, así como por los estudiosos de la política mexicana, como José Woldenberg y César Cansino.⁹ En este contexto aparecen artículos periodísticos como el de Luis Linares Zapata “Elección de Estado o transición” (*La Jornada* 14/6/00) en el que se relata y enumera lo que Linares Zapata llamó los cuatro componentes básicos de la elección de Estado: la inequidad de los medios electrónicos, la campaña a favor del candidato oficial desde el Gobierno federal, la inducción del voto y la compra de conciencias, sobre todo en los estados del centro y del sureste del país. El referente de sentido está dado por las declaraciones del propio candidato presidencial Vicente Fox quien acusa al presidente Zedillo de “pretender efectuar una elección de Estado” (*La Jornada* 12/6/00), pero el verdadero referente lo constituye, sobre todo, la memoria colectiva de los acontecimientos de las elecciones de los últimos años tanto en el ámbito nacional como regional.

Memoria, no como información que se conserva, sino como referente que activa nuevas asociaciones de significación, como una especie de *link*, como un hipertexto en crecimiento y de mayor complejidad. Estos referentes funcionan como verdaderas fuerzas atrayentes que organizan los sentidos de los discursos. Este tipo de procesos, que en lingüística conocemos como pertinencia abstractiva, permite a los sujetos unir los diversos objetos semióticos en un conjunto jerárquico de significación, y en función de ello establecer apreciaciones favorables o desfavorables.

Nuestra tarea en este estudio será, por tanto, averiguar cuáles son los nexos semióticos, las semiosis sustituyentes, que se han dado en el pasado proceso electoral a fin de mostrar cuáles fueron las redes de significación que

construyeron los candidatos presidenciales. Sin duda, a mayor número de redes abstractivas, mayor poder de seducción electoral; y a mayor número de constelaciones de sentido construidas, mayor número de grupos de referencia atraídos, proceso de seducción electoral basado en la identidad relacional. Esta es, me parece, la finalidad de Fox en su programa radiofónico de los sábados *Fox contigo*.

Cada uno de los partidos políticos y sus miembros, así como los diversos actores sociales se mueven como fuerzas atrayentes o de repulsa de ciertos objetos semióticos que se presentan como constelaciones de sentido que los sujetos interpretan y reinterpretan de acuerdo con su gramática cultural: una gramática que apunta a la mono-identidad tradicional o feudal, una identidad cerrada, rígida; y la otra que mira hacia la poli-identidad moderna o abierta, pero a la vez difusa.

Recordemos los llamados de Vicente Fox a los sectores de la izquierda, a los de la derecha y del centro, a las instituciones como la Iglesia, a los banqueros, a los sectores empresariales, a los pequeños comerciantes y los pequeños, los changarros y a las generaciones de los jóvenes tanto de las universidades autónomas como de las privadas.

El discurso de Fox centró su producción discursiva precisamente alrededor del objeto semiótico de la poli-identidad ya que en cierto momento de su producción discursiva privilegió, por un lado, sus grupos de pertenencia como el Partido Acción Nacional, los grupos económicos poderosos nacionales e internacionales, los grupos religiosos, las clases medias y los jóvenes de las universidades privadas; pero, por otro, se instaló en la dimensión prospectiva de la anticipación y de la aspiración al buscar su inserción y por tanto su identificación en el espacio de otros objetos semióticos en los que deseaba integrarse los del centroizquierda. Cuauhtémoc Cárdenas y Francisco Labastida, por el contrario, perdieron presencia en sus propios grupos de pertenencia. Recordemos las acras críticas de quien fuera compañero de Cárdenas en la lucha de la Corriente Democrática en el interior del PRI, Porfirio Muñoz Ledo; y la erosión priísta generada por las pugnas internas en la elección del candidato presidencial.

En este proceso de interacción cotidiana con los grupos políticos y sociales Vicente Fox progresivamente adopta los puntos de vista de los grupos antagonicos. Una muestra de todo este proceso la tenemos en los acuerdos que suscribió con los grupos políticos y con algunos de los intelectuales mexicanos. Si en cierto momento la identidad que se había construido exhibía los rasgos de la homogeneidad, de la compacidad y la cerrazón, progresivamente se mueve hacia la dispersión y la heterogeneidad de modo que pueda establecer relaciones de identidad con otros grupos cuyos referentes del sen-

tido le eran ajenos o distantes. Podríamos decir que una identidad monolingüe se ve sustituida por una identidad multilingüe.

4. RELACIÓN DE LOS CANDIDATOS ENTRE SÍ Y CON LA SOCIEDAD

Partiendo de la noción de identidad como una dimensión de la interacción, el discurso político aparece como una mirada retrospectiva y prospectiva en el contexto sociocultural. ¿Cuál fue, nos preguntamos ahora, la mirada que los partidos políticos, y en particular los candidatos presidenciales, asumieron en la campaña electoral de la primera mitad del año 2000?

Podemos decir que los partidos políticos tienden a ser monolingües, dicotómicos, es decir, se presentan como estructuras polémicas, contradictorias o antagonicas:

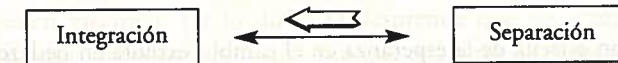


Figura 1

Sin embargo, su necesidad electoral o de búsqueda de consensos los incentiva a realizar desplazamientos con miras al acercamiento ideológico.



Figura 2

Al alejarse de una visión monológica o monogramática, se posibilita la dimensión dialógica. El movimiento del monolingüismo al bilingüismo se da en contexto de búsqueda de consensos.

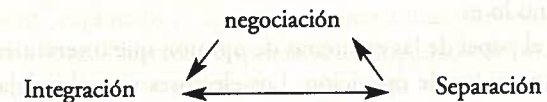


Figura 3

Al aparecer la negociación como un elemento aglutinante, adquiere prioridad el punto de vista dinámico, la mirada prospectiva que tiene como referente las miradas retrospectivas, según pudimos observar en las negociaciones de los partidos de oposición al partido que gobernó el país durante los últimos 71 años, el PRI.

Pero al final prevalecen los puntos de vista monogramáticos y lo que aparecía como una gran alianza de partidos de oposición al partido oficial deviene un fracaso. Los partidos que potencialmente formarían un bloque político no llegan a un acuerdo y retornan a su naturaleza monolingüe, a saber:

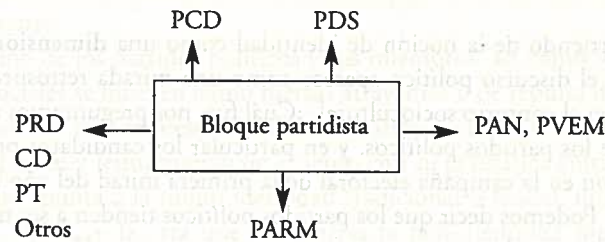


Figura 4

La gran estrella de la esperanza en el cambio explota en pedazos. Algunas de las piezas se ven atraídas por otras constituyendo nuevas masas en el firmamento electoral. El género debate, o dialéctico, por lo menos da como resultado el género del diálogo que algunos interlocutores partidistas continuaron: los panistas establecen identidades con los ecologistas y los perredistas con los partidos del Trabajo y Convergencia Democrática, entre otros.

Los partidos Acción Nacional y de la Revolución Democrática se hallan de entrada en una paradoja. El diálogo que sostienen entre sí elimina la participación de terceras partes en el establecimiento de la realidad del referente. Y puesto que los interlocutores no llegan a un consenso respecto de la proposición de esa realidad, los participantes del debate tienen que apelar a las terceras partes que habían sido eliminadas del diálogo, pero que siempre habían estado presentes: los espectadores de la comedia o drama político que son llamados a dar testimonio o a sancionar si una réplica es un argumento válido del diálogo o no lo es.

Este fue el papel de las encuestas de opinión que intervinieron en el debate entre los partidos de oposición. Los electores virtuales dejaron de estar ausentes. Como actores políticos reales asumieron el papel de verdaderos interlocutores con los candidatos presidenciales. El debate entre el PAN y el PRD se convierte en una *metalepsis*: aparece en escena el sujeto colectivo, la guerra de las cifras, los votantes virtuales. Este sujeto deja de ser un simple espectador y asume la posición de auténtico interlocutor del diálogo partidario. El PRI, por su parte, se mantiene anclado en su monolingüismo, en su identidad tradicional fundada en valores que ha venido manejando en muchos años previos, en su género discursivo basado en arquetipos, en figuras discursivas

vacias vacías de sentido y en un discurso ambivalente en muchos sentidos, como veremos en el apartado correspondiente al discurso de Francisco Labastida Ochoa.

5. MANEJO Y CONTROL DE LOS SISTEMAS SIMBÓLICOS EN EL PASADO PROCESO ELECTORAL

De acuerdo con los comentarios que hemos venido formulando en párrafos anteriores, la idea de interacción nos instala en una teoría de la comunicación social que trasciende los modelos unidireccionales de la comunicación y nos instala en la noción de proceso socioverbal. En consecuencia, estudiaremos este proceso examinándolo en el contexto del manejo y control de los sistemas simbólicos en los que los candidatos presidenciales buscan tener presencia electoral. De lo dicho se desprende que los actores políticos —los candidatos presidenciales— tuvieron que ocuparse de al menos tres fases de control simbólico: a) la creación de símbolos, b) la conservación de símbolos y c) la destrucción de símbolos opositores.

Con respecto a la creación de símbolos, este proceso se llevó a cabo en los pequeños o grandes grupos de especialización, de signo religioso o político, en las instituciones (religiosas, partidistas o militares) o en la creación o puesta en escena de signos verbales o no verbales.

Los símbolos creados o vueltos a la escena política son reforzados mediante controles formales o informales, individuales o colectivos. El lenguaje no verbal entra en la escena política. El movimiento gestual en la V de la victoria, aunado al enunciado “Ya ganamos”, aparece insistentemente en el discurso de Vicente Fox. Dichos símbolos igualmente surgen en Cuauhtémoc Cárdenas y Francisco Labastida, pero su fuerza elocutiva es más patente en el candidato ranchero, imagen del mexicano bronco del norte, símbolo del charro ampliamente explotado en las películas mexicanas, símbolo encarnado en Pedro Infante y Jorge Negrete, ya que se ve acompañada de otras constelaciones de sentido. Aparece la enseñanza ciceroniana del “paralelismo existente entre la ciencia de cultivar el campo y la de laborar el ánimo” (Gaos 1993: 43). El sobreempleo de los símbolos conduce a su agotamiento —se osifican o sufren esclerosis, como diría Umberto Eco— según ha podido constatarse en el discurso oficial del PRI. ¿Cómo se construyen estos nuevos símbolos y valores? Los creadores de imagen se refieren al producto en venta: sus características técnicas (las habilidades empresariales con relación a Fox), el espíritu de juventud, el éxito en el dominio público; un discurso que opone lo bueno y lo malo, lo fuerte y lo débil: los niveles de denotación se minimizan y se in-

crementan los niveles de la connotación, esto es, los objetos de sentido que funcionan como faros de atracción.

Manejo de los sistemas simbólicos

	Grupos de presión	Valores y metas	Roles y habilidades controlados	Sistemas simbólicos	Productos controlados
Líderes	Funcionarios Públicos Ejecutivos, Destacados Líderes Simbólicos	Éxito personal y colectivo Maestría simbólica, autoridad moral	Competencia, performance, control personal y financiero	Estilo político, comportamiento, finanzas, ciencia y artes	Paradigmas simbólicos, liderazgo, actividades económicas, gubernamentales, cultura
Profesionales Intelectuales Artistas	Profesionistas, Académicos, Asociaciones Artistas Comunicadores	Ética profesional, excelencia de servicio Estilo, belleza, funcionalidad Noticia	Habilidad, experiencia, calidad, enseñanza, producción Difusión	Salud, deónticos, informática Sistemas visuales y gráficos Prensa escrita Radio y TV	Actividades profesionales, científicas Cine, teatro, literatura, ensayo Comportamiento político y moral
Oficios, campo y comercio	Artesanos Campesinos Comerciantes	Habilidades Amor a la tierra Mercado de trabajo	Práctica artesanal Cultivo Competencia, entrenamiento	Objetos simbólicos Símbolos del campo Libre mercado	Calidad y belleza Producción, consumo y exportación Productos de consumo

Figura 5

La figura 5 nos ofrece una síntesis de los sistemas simbólicos que estuvieron a disposición de los candidatos presidenciales. Su presencia o incidencia en ellos determinó, en gran medida, el éxito electoral, aunque no de manera exclusiva.

NOTAS

1. Debo advertir que en este trabajo sólo enuncio las premisas en las que sustentaré el análisis del discurso político de cada uno de los actores de la contienda electoral del año 2000, aunque en algunos párrafos ya muestro algunos aspectos del análisis.
2. Enrique Semo, historiador y analista político, fundador del PRD, dice por ejemplo, que "Fox le arrebató a la izquierda el hecho de ser portador de la transición", *Reforma* 13/8/00, p. 11.
3. *Epiphaneía* (griego): 'aparición'. Según Paul Ricoeur, todo símbolo en su dimensión de significante, exhibe tres dimensiones concretas: 1) lo cósmico: explotar de manera llena las posibilidades de figuración en el contexto del mundo visible que nos rodea, 2) lo onírico: los recuerdos, los gestos, y 3) lo poético, que apela al lenguaje pero al lenguaje que brota como de un manantial: lo concreto y novedoso. La otra parte del símbolo, la parte invisible, constituye el mundo de representaciones indirectas, de signos alegóricos. El significante, lo visible, nos reenvía, por extensión, a una constelación de cualidades, de sentimientos, de recuerdos y vivencias, de costumbres y de hábitos.
4. Desde la retórica, la alegoría es una metáfora continuada. El requisito de la alegoría es que su sentido literal y el figurado no se mezclen de modo incompatible.
5. Enunciado puesto en circulación inicialmente por los perredistas, como bien dijo Carlos Monsiváis la noche del 2 de julio en la mesa de debate sobre los resultados de las elecciones en la que estaban presentes, entre otros, Héctor Aguilar Camín y Enrique Krauze.
6. Como el ex luchador del '68, Joel Ortega, quien en entrevista con Eduardo Ruiz Healy el día 10 de julio de 2000 se une al coro para cantar los epinicios al héroe de la olimpiada electoral del 2 de julio. El texto hace referencia a los intelectuales o luchadores de izquierda que apoyaron a Vicente Fox pensando que era el nuevo héroe olímpico del Anáhuac, es decir, el nuevo tlatoani mexicana (nuevo jefe azteca). Uno de los luchadores de izquierda es precisamente Joel Ortega.
7. Véase *Olimpicas* 11, del poeta tebano Píndaro.
8. Véanse las entrevistas que les fueron hechas a Luis Felipe Bravo Mena, presidente del PAN y a Felipe Calderón Hinojosa, líder panista en la Cámara de Diputados de la LVIII Legislatura, diario *Reforma* 18/9/00.
9. Véanse, por ejemplo, *La mecánica del cambio político en México. Elecciones, partidos y reformas* de Ricardo Becerra, Pedro Salazar, José Woldenberg, México: Ediciones Cal y Arena, 2000, y *La transición mexicana, 1977-2000*, de César Cansino, México: Centro de Estudios de Política Comparada, A.C., 2000.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DURAND, G. (1964) *L'imagination symbolique*. París: PUF.
 GAOS, A. (1993) *Cicerón y la elocuencia*. México: UNAM.
 LÉVI-STRAUSS, C. (1977) *L'identité*. París: PUF.
 MARTY, C. y R. (1995) *La semiótica. 99 respuestas*. Buenos Aires: Edicial.
 RUANO-BORBALAN, J. C. (1998) *L'identité. L'individue, le groupe, la société*. Auxerre Cedex: Sciences Humaines Édition.

ABSTRACT

The purpose in this essay is to indicate the basic concepts for the analysis of the political discourse produced in Mexico during the electoral campaign of the year 2000. These concepts which come from the social sciences, semiotics and discourse analysis are seen as the objects of referential semiosis around which political discourse was produced. Notions such as identity, symbolic imaginary, representation and democratic transition did become the agglutinating axes of signification, objects which organized meaning in the electoral process. In the end, the purpose is to identify the constellation of semiotic objects with the same referential semiotic function that each political actor (Fox, Cardenas and Labastida) was able to project to the electorate and discover the selected links of meaning in each of the political referents.

Adrián Gimata-Welsh es profesor en la Universidad Autónoma Metropolitana de México. Presidente de la Asociación Mexicana de Estudios Semióticos y vicepresidente de la Asociación Internacional de Estudios Semióticos, es miembro fundador de la Federación Latinoamericana de Semiótica. Es investigador nacional nivel III y doctorado en Lingüística y Literatura por El Colegio de México.

E-mail: agw@xanum.uam.mx

“EL PAÍS QUE NOS MERECEMOS”: MITOS IDENTITARIOS EN EL DISCURSO POLÍTICO ARGENTINO

VICTOR ARMONY

Este artículo propone algunos elementos de reflexión en torno a la “argentinidad”, definida como la matriz identitaria en la que se despliega el discurso político y en función de la cual se formulan los proyectos de sociedad en la Argentina. Examinaremos específicamente los mitos relativos al “ser nacional” y al “destino nacional”, para luego analizar el modo en que los discursos de los presidentes Raúl Alfonsín (1983-1989) y Carlos Menem (1989-1999) se han articulado con ellos. Nos interesa, en particular, identificar los cambios y las continuidades en la representación de la nacionalidad luego del fin de la última dictadura militar (1976-1983). Partimos de la hipótesis de que todo Estado moderno, democrático o autoritario, intenta producir una imagen de totalidad social —la “comunidad de ciudadanos” (Schnapper 1994)— y, a la vez, sustentar una visión teleológica que justifique el “interés nacional” y el “bien común”. Este objetivo es, por definición, problemático cuando lo que se busca es construir una ciudadanía inclusiva y pluralista.

El análisis del discurso presidencial argentino que presentamos aquí forma parte de un proyecto de investigación llevado a cabo en la Universidad de Quebec en Montreal cuyos primeros resultados fueron publicados en Canadá (Armony 2000). El corpus de la investigación estuvo constituido por una muestra de 303 discursos de Alfonsín y 310 de Menem (un total de 1.092.410 palabras, equivalente a unas 2800 páginas de texto). El conjunto