

COMPOLCORP
Consultores de Comunicación





Nº 2.

Análisis de storytelling y de creación de perfiles narrativos en el debate presidencial de segunda vuelta en el marco de las elecciones generales 2021 en Ecuador

Por José Oviedo



Perfil



José Oviedo

Consultor de Discurso y Storytelling

José es un experto en Literatura con más de 5 años de experiencia. Es licenciado en Comunicación con mención en Literatura por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y máster en Lingüística por la Universidad Federal de Kazán en Rusia.

Ha publicado textos de ficción y traducciones, además de haber trabajado como intérprete y traductor de los idiomas español, inglés y ruso. Estas experiencias, más sus estudios sobre narrativa y Literatura, le han dado la capacidad de crear historias cortas y efectivas.



Resumen

Siguiendo lo propuesto en el primer paper de ComPolCorp, *Análisis de storytelling y de creación de perfiles narrativos en los debates de la carrera presidencial ecuatoriana del 9 y 17 de enero del 2021*, este documento analiza la construcción de perfiles narrativos y de *storytelling*

de los candidatos a la presidencia del Ecuador dentro del marco del debate de segunda vuelta. Además de hacer un análisis del uso de los debates como acontecimientos narrativos y cómo estos generan vacíos narrativos específicos en los espectadores ecuatorianos.



Palabras clave

Storytelling, perfil narrativo, debate, Ecuador, viralidad, *framing*.



“...un antihéroe que tiene el dilema del héroe clásico, es decir, está dividido entre su conciencia (problema personal) y las circunstancias (problema social)...”

Creemos que primero debemos escribir sobre el rol que juega un debate desde una perspectiva narrativa, específicamente en la trama. Los debates, los juicios, las reuniones, etc., forman parte de aquellos acontecimientos narrativos que usualmente se usan como el clímax de una historia en, por ejemplo, un filme de intriga política. Podemos dividir estas películas entre las que tienen un aire de pesimismo frente a la idea misma de la política (*Su Excelencia* de Cantinflas, *The Candidate* de Michael Ritchie) y las que tienen un acercamiento más esperanzador a la política (*Mr. Smith goes to Washington* de Frank Capra). Consideramos necesario escribir sobre esto ya que enmarcan las expectativas con las que el espectador ecuatoriano interpreta tramas políticas: espera ver al candi-

dato “verdadero”, a la persona real, en forma de discurso en un debate, y además interpreta desde el pesimismo que permea a la idea misma de política en el país.

La expectativa de todo intérprete de una historia política es que espera que el personaje-político demuestre ser una persona excepcional. Usualmente, este tipo de personaje se nos presenta como un antihéroe que tiene el dilema del héroe clásico, es decir, está dividido entre su conciencia (problema personal) y las circunstancias (problema social); el héroe pretende resolver el problema social, mientras que el antihéroe pretende resolver su problema personal. Entonces, podemos decir que estamos acostumbrados a ver historias en las que el político-personaje quiere desprenderse de sus problemas personales, pero no lo logra y, a pesar de que ha “perdido” una batalla política, ha ganado la empatía del público; el caso de *Su excelencia* es un hito en Latinoamérica: el personaje principal renuncia a su cargo político después de un discurso ejemplar y se va con su amor. La catarsis se produce cuando el político “pierde” su batalla política, pero gana su batalla personal ya que ha demostrado ser una gran persona a pesar de ser un político.

Aquí hay una dicotomía entre la ficción y la realidad. Un intérprete universal busca a un personaje-político que se muestre también humano y así generar



empatía. Tenemos que añadir que, en el contexto ecuatoriano, la expectativa es aún menor, ya que el intérprete quisiera al menos ver a dos políticos reales dialogar y mostrar sus ideas, pero usualmente se le presentan dos personas insultándose mutuamente de maneras muy creativas. La expectativa es bajísima, y no solo en este debate sino en todos a los que hemos tenido acceso, desde el primer velasquismo. Sabemos que en la vida “real” el tipo de catarsis que describimos en el anterior párrafo no se da, ya que la gran mayoría de los políticos deciden seguir siéndolo (son excepcionales aquellos que entregan el poder sin problemas, Cincinato es el ejemplo por antonomasia y consideramos también que es la base de la expectativa que tienen los intérpretes). El intérprete se choca contra la idea de que el político no es para nada como su expectativa. La ilusión del político-personaje como alguien superior se esfuma inmediatamente. Tenemos la idea que el político-personaje es superior al espectador porque “se supone” que el trabajo de un político “debería” ser solo entrega y honestidad. En consecuencia, podemos asegurar que, el mayor acontecimiento narrativo de cualquier candidato es un debate, puesto que este debe ser su momento para demostrar la congruencia entre el político-personaje y la persona real. Esta es la mejor manera de generar empatía.

Nos permitimos hacer un pequeño paréntesis para escribir un poco sobre el excandidato Yaku Pérez quien, por su misma derrota electoral, tiene la oportunidad de hacer empatar aún más su imagen de político-personaje y la de la persona real y así mejorar su *storytelling*. Pérez desde un aspecto narrativo, puede abrirse y mostrarse como un no-político a pesar de serlo, es decir, puede contar su secuela narrativa, una segunda oportunidad para demostrar su excepcionalidad. La idea misma de unas posibles nuevas elecciones, en las que ya no estén los candidatos Guillermo Lasso ni Andrés Arauz, es una idea muy estimulante desde el punto de vista narrativo, ya que se presentaría como el final abierto perfecto para empezar una posible segunda parte.

“La expectativa es bajísima, y no solo en este debate sino en todos a los que hemos tenido acceso, desde el primer velasquismo...”



Con la idea de debate clara, desde su aspecto narrativo, podemos continuar. El modelo del debate del Consejo Nacional Electoral (CNE) buscaba dar a los candidatos una oportunidad de presentar los principales puntos de su campaña, para después compararlos en una discusión que el CNE llamó “diálogo político” (que eventualmente se volvería un eufemismo para “insultos mutuos”). Este mismo formato, en el que los candidatos apenas tenían un minuto y treinta segundos para expresar sus ideas, se prestó para la explotación de métodos de comunicación caracterizados por su brevedad, facilidad de memorización y distribución; en pocas palabras, métodos que se prestan para la “viralidad”.

Tomando esto en cuenta -pocos segundos para expresar ideas complejas

y la expectativa pesimista del intérprete ecuatoriano-, se nos presentaron dos candidatos que han decidido cambiar sus planes de comunicación en la segunda vuelta, poniendo a prueba los perfiles narrativos que incluimos en nuestro primer documento *Análisis de storytelling y de creación de perfiles narrativos en los debates de la carrera presidencial ecuatoriana del 9 y 17 de enero del 2021*. Entonces, podemos analizar si estos perfiles siguen siendo congruentes y así saber si están basados en su personalidad, en su persona real, o son solo construcciones retóricas prefabricadas por asesores que buscan hacer quedar mal al otro.

Para empezar con el análisis de los perfiles de los candidatos debemos señalar la manera como se dirigieron mutuamente: el candidato Lasso tuteó al candidato Arauz, inclusive se dirigió a él varias veces por su nombre; mientras que el candidato Arauz se dirigió al candidato Lasso siempre con un “usted” o como “Señor Lasso” (a veces con tono irónico). Este hecho es significativo porque genera una jerarquía que los intérpretes ya conocen: Arauz-personaje es un subalterno de Rafael Correa por su inexperiencia; de Guillermo Lasso, por su edad.

“...el candidato Lasso tuteó al candidato Arauz, inclusive se dirigió a él varias veces por su nombre; mientras que el candidato Arauz se dirigió al candidato Lasso siempre con un «usted» o como «Señor Lasso»...”



Mientras que Lasso-personaje es experimentado, un líder. Asumiríamos que lo mejor sería mostrarse como un líder y no como un subalterno, pero no siempre es así; a veces respetar jerarquías es también la característica de un héroe. Dio-

medes es un ejemplo claro de esto, ya que aceptó los mandatos de Agamenón a pesar de estar en desacuerdo. De todos modos, escribiremos sobre aquello más adelante.

Guillermo Lasso

Recordemos los perfiles narrativos que creamos en el informe del primer debate y veamos si han seguido con las características que describen a los personajes tipo escogidos. Escribimos que el perfil narrativo del candidato Lasso responde al personaje del hombre desabrido y aburrido que, desesperado, intenta hacer algo que nunca hubiera pensado. Nos atrevemos a decir que dimos en el clavo. En la segunda vuelta, el candidato Lasso cambió completamente: zapatos rojos, bailes, *tik toks*, reuniones con grupos con los que antes no se hubiera reunido... quizá exageramos, pero consideramos que haber ido sin corbata al debate es parte de este juego. Es exactamente lo que hiciera un personaje que está desesperado: se ha cansado de ser el “desabrido” y ahora hace chistes y bailes. El problema está en que cambiar una de las características de un personaje a mitad de la trama genera desconfianza en el intérprete. Decisiones como estas separan al candidato-personaje de la persona real, un error en el *storytelling*, ya que evidente-

mente va en contra de la idea de integridad narrativa.

Por otro lado, al comienzo del debate, el candidato Lasso se presentó vehemente, listo para el ataque, inclusive irrespetó los tiempos en las primeras preguntas con el afán de lanzar las frases prefabricadas más contundentes del debate (“Andrés, no mientas otra vez” y “eres un joven con ideas viejas”); completamente diferente al hombre serio y reservado que se había presentado, no solo en la primera vuelta, sino en más de diez años de campaña. Desde el primer momento se vio la radical diferencia entre ambos perfiles narrativos de Guillermo Lasso. El reto de su equipo de comunicación sería presentar estas acciones, no como desesperados intentos del “desabrido” personaje Lasso para caer bien, sino como frases pensadas por el mismo candidato.

Otro aspecto que podría ser considerado un detalle significativo en la imagen del candidato Lasso fue la sonrisa, entre fingida e irónica, con la que vio



permanentemente al candidato Arauz. Guillermo Lasso fue bastante beligerante y hasta mordaz en algunas de sus respuestas, una de las características de su contrincante “verdadero”, es decir, Rafael Correa; recordemos la mirada que este lanzó al entonces presidente colombiano Álvaro Uribe después del ataque en Angostura, o de su actitud durante cualquier Enlace Ciudadano de los sábados. Es esta ambigüedad la que crea problemas en la construcción del *storytelling* del personaje-Lasso.

No es una frase, pero consideramos necesario resaltar el zapatito rojo que el candidato Lasso puso en su podio. Un recuerdo de que él no podía olvidarse de ser el “nuevo” personaje-candidato.

Entonces, podemos resumir la historia que nos contó en estos términos: “Yo, Guillermo Lasso, he cambiado y necesito recordármelo. Vengo a decir las cosas directamente porque ya estoy cansado de tanta mentira del gobierno de Andrés-Correa.”

Analícemos algunas frases que consideramos clave para nuestro resumen:

He leído lo que has escrito

Uno de los debates que más polémica han causado en la historia contemporánea nacional es el ocurrido entre León Febres Cordero y Rodrigo Borja

en 1984, nos atrevemos a decir que el candidato Lasso lo vio atentamente. Febres Cordero tenía, en aquella ocasión, listas las publicaciones escritas por Borja para descalificarlo. Exactamente lo mismo que hizo Guillermo Lasso en este debate.

Vengo de clase media

Es un intento para alejarse de la idea de que él forma parte de la élite, para además mostrar que el candidato Arauz sí lo es, ya que estudió en un colegio caro y la universidad la cursó en el extranjero.

“...Guillermo Lasso fue bastante beligerante y hasta mordaz en algunas de sus respuestas, una de las características de su contrincante “verdadero”, es decir, Rafael Correa...”



¿Con cuál Andrés Arauz estoy hablando?

Despersonaliza al contrincante para mostrar un supuesto cambio de principios.

Rafael, digo Andrés, perdón...

En este caso, más que despersonalizar al contrincante, lo ata a la idea de su mentor para así mostrarlo como un subalterno. Por otro lado, fue evidente que fue una frase prefabricada, que esperaba el momento perfecto para usarla.

Tu jefe político, tu padre político, tu partida de nacimiento política (son Correa)

En el aspecto retórico del debate, el principal objetivo del candidato Lasso fue esposar a su contrincante a su mentor y, en consecuencia, a sus años de gobierno con énfasis en sus errores. Desde lo narrativo esto es un desacierto, ya que el intérprete puede atar al gobierno de su mentor con sus aspectos positivos. Eso es cuestión del intérprete, no del candidato; especialmente tomando en cuenta que más del treinta por ciento de los electores votaron por Andrés Arauz.

Has gobernado diez años. El gobierno de Arauz.

El mismo objetivo de la anterior frase.

Eres un joven con ideas viejas

Otro intento de enfatizar la idea de que el candidato Arauz es un subalterno.

Dices cosas que te mandan a decir

De nuevo, el candidato Lasso quiso demostrar la calidad de subalterno de su contrincante.

#AndrésNoMientasOtraVez

Viralizar un *soundbite* no podía faltar en el plan de comunicación del nuevo candidato Lasso. La repitió tanto que su rima ha quedado para los anales de Twitter. Desde la perspectiva de la viralidad, podemos decir que esto generará recordar el *soundbite*, pero no quién lo dijo.



Andrés Arauz

En el informe del anterior debate habíamos descrito al personaje-Arauz como un Frankenstein narrativo, una mezcla sin ton ni son de propuestas de campaña, personajes y tramas tipo. Parece ser que se enfocaron en la trama del cambio generacional: la del estudiante que acepta los preceptos de sus maestros, pero que a la vez resiente de sus errores, entonces decide superarlos al enmendar aquellos que considera ya ajenos. Andrés Arauz acepta la jerarquía a la que pertenece, pero tampoco se vanagloria de ella, simplemente pretende ignorarla en una suerte de acto ver-

“Andrés Arauz acepta la jerarquía a la que pertenece, pero tampoco se vanagloria de ella, simplemente pretende ignorarla en una suerte de acto vergonzante...”

gonzante. Desde un aspecto narrativo esto NO es un error, es la explicitación del problema que el personaje debe resolver y que generará una nueva trama que parece ser el objetivo ulterior de la campaña: crear las condiciones para que la trama continúe desarrollándose en la presidencia.

Podemos resumir su *storytelling* en los siguientes términos:

“Yo, Andrés Arauz, formo parte de un grupo que sabe cómo hacerlo y demostraré, cuando ocurra el cambio generacional, que los miedos del Sr. Lasso no tienen fundamento”.

Algunas frases claves fueron:

Sabemos cómo hacerlo

El candidato forma parte de un grupo más grande -en el que por supuesto está su mentor- que funciona como garantía para sus aseveraciones. Desde un aspecto narrativo, este es el hogar que le ha enseñado al héroe lo que sabe y del que debe salir -y hasta eventualmente negar- para buscar su aventura.

Protocolo de Nagoya

El candidato Arauz juega al personaje del estudiante sabelotodo. Trajo a



colación un tema ajeno al debate para descalificar a su contrincante, mas no a sus ideas. La falacia del espantapájaros.

El cambio generacional

El personaje-estudiante muestra las primeras intenciones de separarse de la sombra de su maestro para transformarse en héroe eventualmente (si es electo).

¿Su banco o el país?

Falacia del falso dilema que evidentemente buscaba atar al contrincante con la idea de banquero, que tiene ciertos aspectos negativos para los electores más inclinados a votar por el candidato Arauz.

Traición

Palabras mayores, desde un aspecto narrativo. En el último círculo del infierno, en *La Divina Comedia*, se encuentra Judas como símbolo de la traición. La tradición judeo-cristiana es una de las principales bases para que los espectadores ecuatorianos llenen los vacíos narrativos que se les presentan, por esto es tan efectivo el uso de palabras como estas.

El cuco de Maduro

Los miedos del otro candidato son infundados. Ecuador es diferente. Yo soy diferente. El candidato quiere dejar claro, independientemente de su resultado, que tiene ideas parecidas, pero diferentes. Hecho que se complementa con la siguiente frase.

Ecuador busca su propio camino

Busca derribar la idea de que Ecuador se volverá Venezuela, tan usada en la campaña del candidato Lasso. Se busca destruir el mandala creado por la campaña del candidato Lasso: Arauz es Correa-Ecuador, Correa-Ecuador es Maduro-Venezuela. En consecuencia, Arauz-Ecuador es Maduro-Venezuela. De nuevo el personaje-estudiante quiere desmarcarse de su mentor.

Salado, salado, salado

Un ataque directo al candidato Lasso. Buscaba generar el mismo efecto del #AndrésNoMientasOtraVez, pero sin resultados tan efectivos, al menos en viralidad.

El billete

Un objeto que usó para demostrar que va a dar billetes “reales” para cum-




plir con una de las propuestas de campaña. Este objeto fue un error narrativo ya que fue usado en su contra.

Debemos, si hablamos sobre objetos, escribir sobre cómo el candidato Arauz usó una copia de la Constitución ecuatoriana para mostrar que allí están las respuestas a las preguntas. Un acto bastante simbólico: no solo por el hecho de que tanto Nicolás Maduro como Hugo Chávez lo han hecho, sino por la idea, tan romana, de que nadie está por encima de la Ley. Es un símbolo poderoso tanto para su contrincante, como para él mismo.

Hazte cargo/Hágase cargo

Hemos decidido poner esta frase al final ya que ambos candidatos la usaron. Este es un perfecto ejemplo de cómo se “cae” dentro del *framing* de otro. El candidato Arauz usó esta frase para “picar” a su contrincante y lo logró. En lugar de continuar con el desarrollo de sus propias ideas, el candidato Lasso decidió seguir el juego del candidato Arauz. Guillermo Lasso cayó en el *framing* de Andrés Arauz. Punto para él.

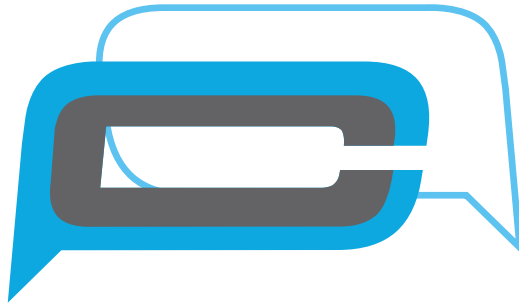
Conclusiones

- Los asesores fueron las estrellas de este debate con sus *hashtags* y sus *soundbites* virales (porque además así miden su “éxito”), mas no los candidatos que se perdieron entre su mar de recomendaciones.
- Dadas las insuficiencias del método del debate, ambos candidatos se enfocaron en imponer frases fáciles de recordar. Es decir, el objetivo principal pareció ser generar viralidad, agitar el avispero, no generar debate o diálogo político.
- Si tenemos que medir quien ganó el debate, en la lógica de sobre quién se ha hablado más (quién ha sido más viral), podemos decir que el ganador ha sido el candidato Lasso. Pero, si lo medimos desde la congruencia entre expectativa de los intérpretes y el personaje presentado, podemos argumentar que el ganador fue el candidato Arauz.
- Ha sido más importante lo que no han dicho. Se olvidaron de todo lo que hicieron en primera vuelta. Es evidente que han cambiado a su equipo de comunicación y que no hay congruencia en la construcción de personajes. 



Referencias

- Dangel, S. (2018). *Storytelling práctico para mejorar tu comunicación. 170 historias para triunfar en tus inversiones*. Amat Editorial.
- Morris, R. (2017). *El gran ausente: biografía de velasco Ibarra*. Paradiso Editores.



COMPOLCORP
Consultores de Comunicación

www.compolcorp.com