

# Estrategia de Campaña en el referéndum contra el TLC: Una propuesta desde la teoría freudiana.

**Marco Baltodano Solórzano, Noel Guevara Passot**

Escuela de Psicología, Universidad de Costa Rica  
San José, Costa Rica  
[marcobalto@gmail.com](mailto:marcobalto@gmail.com) [noel\\_guevara@hotmail.com](mailto:noel_guevara@hotmail.com)

## Introducción:

### - Análisis de coyuntura socio-política

Un año después de la aprobación del *Tratado de Libre Comercio* EEUU-CA-RD, por medio de un referéndum de dudosa legitimidad, nos viene a la memoria el debate y la lucha entre los sectores sociales, empresariales y gubernamentales por ganar el respaldo de la población votante (y algunos no votantes) el cual fue todo un conflicto en el cual cada parte busca sacar sus mejores cartas para defender los intereses que representan.

Estos mal llamados '*tratados de libre comercio*' (TLC) y acuerdos sobre inversiones bilaterales y regionales son herramientas de las oligarquías internacionales para lograr consolidar sus intereses en una región determinada, esto bajo la cruzada de EEUU por imponer el neoliberalismo económico en los países que no son potencias económicas (desde una lógica individualista y deshumanizante), en contraposición a una economía controlada y benefactora para la totalidad de la población de un país.

Lo peor de este tipo de acuerdos es que privan a los países "en vías de desarrollo" de su capacidad de dirigir la economía nacional y proteger a sus ciudadanos más necesitados. Al ir más allá de las disposiciones negociadas a nivel de las oligarquías internacionales y nacionales de cada país, imponen reglas de mayor alcance y difícil marcha atrás que desmantelan de manera sistemática las políticas nacionales de promoción del desarrollo.

Las reglas sobre liberalización de servicios contenidas en los TLC amenazan con dejar fuera de juego a las empresas locales y estatales, eliminar la competencia y aumentar el poder de monopolio de las grandes compañías. Estas nuevas reglas suponen también una posible amenaza para el acceso de las personas pobres a los servicios esenciales. En algunos TLC con EEUU, los países en desarrollo se comprometen a permitir la entrada en los servicios públicos de inversores extranjeros si abren el sector a las empresas privadas nacionales. Los sectores de servicios más importantes que se podrían ver perjudicados con la entrada en vigencia del TLC son la Caja Costarricense de Seguro Social y el ICE, los cuales van a tener que competir con empresas privadas y, al mismo tiempo, darles concesiones de servicios que estas entidades de bien social daban en un pasado. En el caso de la CCSS, el capítulo de propiedad intelectual va a forzar a esta instancia a adquirir medicamentos a precios mucho más altos, limitando su presupuesto y su capacidad de dar sus servicios a gran cantidad de personas. (ANEP, 2007)

En nuestro caso, nuestra posición ante este proyecto de ley es, por lo tanto, en contra de su implementación, a pesar de haber sido aprobado en un referéndum cargado de estrategias antidemocráticas por parte de "los del sí", razón por la cual en media campaña de referéndum elaboramos un plan de acción en apoyo a la campaña del "no" al TLC.

La lucha contra el TLC en Costa Rica empezó en el año 2004, cuando los transportistas, estudiantes, y otros sectores sociales se lanzaron a las calles con una posición en contra de la concesión privada a la revisión técnica vehicular y el TLC.

Este tipo de acciones se siguieron dando en los siguientes dos años, cada vez con más intensidad, y con la llegada al poder de Oscar Arias (gracias a una resolución inconstitucional de la Sala IV, una campaña multimillonaria y un fraude mediático) este descontento hacia el gobierno y sus políticas ha ido en aumento.

En el año 2007, el segundo año de este gobierno con Arias en el poder, las políticas favorecientes a los grupos empresariales exportadores y transnacionales han hecho enojar gran cantidad de sectores sociales, políticos, trabajadores, intelectuales y populares, lo cual se focalizó en la gran marcha del 26 de febrero, la cual tuvo una importante resonancia a nivel nacional e internacional. De esta manera, toda la presión de los grupos sociales forzó al gobierno a sacar el proyecto de ley de la corriente legislativa para someterlo a votación popular. Dicho proceso se vio manchado por la parcialidad del gobierno y su colaboración con los grupos de poder económico.

Las intenciones del gobierno, al convocar a este referéndum, parecen ser las de aprovecharse de la falta de información en gran parte de la población y engañar a las personas con promesas falsas, como se hizo en las elecciones del 2006, en las que Oscar Arias ganó por el apoyo de los sectores con menor escolaridad. Esta estrategia tuvo el propósito de hacer conocer a esta población de una forma en que capte su atención sobre una de las mayores amenazas de este TLC, y despertar emociones que promuevan la solidaridad con los movimientos sociales que defienden el bienestar de las mayorías del país.

#### **- Análisis desde la perspectiva psicoanalítica**

Nosotros, como psicólogos, nos esforzamos por elaborar una estrategia de campaña desde un análisis de la teoría freudiana y del psicoanálisis. La perspectiva freudiana se enfoca más que todo en el estudio de las pulsiones y los complejos dentro de lo emocional. Lo emocional en muchos casos de la historia de la humanidad ha sobrepasado el poder de la lógica y la razón, haciendo que los humanos se dejen llevar por un ideal o ideología que le remita a estadios emocionales primarios, como el amor y/o el odio.

Por lo tanto vamos a trabajar conceptos, los cuales son:

*Pulsiones de vida:* Categoría de pulsiones que tienden a buscar la autoconservación y la existencia de la persona. El fin de esta pulsión es de establecer unidades afectivas cada vez mayores entre seres humanos. Tiende a producir y mantener la cohesión de las partes de la sustancia viva (Laplanche; Pontalis, 2004).

*Pulsión de muerte:* Es antagónica a la pulsión de vida. Esta lleva a la destrucción de las unidades vitales, a la nivelación radical de las tensiones y al retorno al estado inorgánico, que se considera como el estado de reposo absoluto.

Esta y la pulsión de vida se oponen como dos grandes principios que actuarían ya en el mundo físico, mediante la atracción-repulsión y se hallan sobre todo en la base de los fenómenos vitales.

*Complejo de Edipo:* Complejo en el que el niño pequeño, por ser la madre su fuente principal de vida, la desea, enamorándose de ella. Por lo tanto, experimenta un odio hacia el padre, quién tiene la posición afectiva que el niño desea tener con la madre. Sin embargo, aparece el miedo a la castración, ya que el padre es más fuerte que el niño y lo puede vencer fácilmente, por lo que el niño termina identificándose con el padre, viendo a este como un ideal al cual seguir. El padre es por lo tanto quién aplica las leyes, ordena, guía y lleva al niño por un cierto camino. En el caso de una sociedad, el padre de esta puede ser representado por el Estado, el cual tiene el poder y aplica las leyes para mantener el orden y los hijos serían los individuos o sectores de la sociedad. El Estado debe por lo tanto cumplir la

misión de establecer un ideal del Yo, que correspondería al de cada individuo de esta sociedad. El gobernador y líder es quien en sus facultades y personalidad representa a todo el pueblo.

*Ideal del Yo:* Instancia psíquica de la personalidad que constituye en un modelo al que modelo trata de adecuarse. Mientras que el súper-yo corresponde a la autoridad, el ideal del yo corresponde a la manera en que el sujeto debe comportarse para responder a los que espera la autoridad (Laplanche; Pontalis, 2004).

*Libido:* Deseo sexual; impulso o energía vital. Forma hipotética de la energía mental que fluye hacia los procesos, estructuras y objetos psíquicos. Se ha propuesto que la fuente de la libido es el cuerpo o el ello; y que ella existe en relación con las zonas erógenas específicas o estructuras psíquicas libidinizadas. (Appignanesi, 2002).

*Trasgresión:* Cuando el padre no es igualitario con todos los hijos, se rompe la figura que este imponía, ya que deja de representar un ideal del Yo para los hijos desfavorecidos. De esta forma, se manifiesta en estos desfavorecidos un sentimiento de rechazo al padre, que llevaría a la rebelión en los casos más extremos.

En Costa Rica se está dando un gran descontento contra los grupos de poder por parte de importantes sectores de la población. Esto por la implementación de políticas públicas que favorecen solamente a los grandes empresarios del país y del exterior. Desde la perspectiva psicoanalítica, se podría ver como que el Gobierno-Padre está favoreciendo únicamente a unos pocos hijos y dejando de lado a todos los demás. Esta desigualdad crea en gran parte de los miembros de la sociedad una ruptura con la figura paterna que es lo que lleva a la unificación de los desfavorecidos para la trasgresión y de esta forma derrocar al padre y sustituirlo. El descontento de los hijos fue en gran parte incrementado por el abuso cometido por el padre hacia la madre-bienestar. La figura de la madre o del amor que esta da lo encontramos en las ventajas de la vida en sociedad, como lo serían la salud, la vivienda y alimentación.

Como vimos anteriormente, el TLC significa una gran amenaza el acceso a los servicios públicos, la salud, precio y calidad de los alimentos, el empleo, la electricidad, la comunicación, el agua, etc, perjudicando las personas de la clase media y baja, favoreciendo únicamente a la clase alta, ya que estos son los que se pueden dar el lujo de consumir a altos costos. Las ventajas que conlleva el vivir en sociedad se ven desquebrajadas por el modelo económico que se nos quiere imponer con el TLC, por lo tanto se está arremetiendo contra los factores afectivos y las relaciones libidinales con el líder y los otros miembros de la sociedad.

Para elaborar una estrategia de campaña efectiva tuvimos que focalizarnos en el área en que más nos veremos perjudicados afectivamente cuando lleguemos a ser víctimas de la puesta en marcha del TLC. Esta área es, bajo nuestro criterio, la de la salud, o más específicamente, la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), ya que esta representa la protección materna ante la muerte, ante la pérdida más significativa. Por lo tanto esta es símbolo de vida, de maternidad, de amor y de protección. Estas características también nos son familiares en la teoría freudiana, remitiendo al complejo de Edipo, el cual dice que la madre es el objeto de mayor afecto por parte de una persona durante su infancia, y remitiendo a la pulsión de vida, en la cual se busca la autoconservación. Este punto lo continuaremos al desarrollar la estrategia de acción.

De esta manera, el gobierno, o el "padre", está atacando, directa e indirectamente, a la madre que puede representar nuestro sistema de salud y otros servicios públicos, y por lo tanto estás atacando a los hijos, que sería la ciudadanía, a los cuales se les está presionando a seguir el ideal del Yo que está siendo impuesto por las autoridades y los medios de comunicación. Este ideal del Yo lo podemos ver en las personas que están ferviente o desinformadamente apoyando al gobierno y al

sector empresarial, las cuales se siente respaldadas por la figura del padre. Mientras tanto, restante de la población se encuentra con cierta disposición a irse por la trasgresión, la cual se está esparciendo por un sentimiento de defensa hacia la vida y a las garantías sociales, o sea, a la madre, mientras que el ideal del Yo, se está difundiendo por medio de una campaña de miedo y de amenaza que impulsa el padre-gobierno empresarial.

### **Estrategia de Campaña**

Habiendo analizado la situación actual desde una perspectiva sociopolítica y desde la perspectiva freudiana vamos a proseguir con la estrategia y el plan de acción. Fuimos estableciendo a quiénes va dirigida la campaña, la metodología y temas a tratar.

Primero que todo, quisimos establecer los grupos específicos a los que queremos llegar son **los jóvenes y las mujeres**. Las mujeres por la razón de que los hombres, por ser edípicamente más propensos a imitar al padre-gobierno, tendrán ya una posición definida a favor del gobierno por solo el hecho de representar una figura paterna. Mientras que los jóvenes son los miembros de la sociedad que por su energía y disposición, son más propensos a cometer varios tipos de trasgresión, y a la vez su ideal del yo está menos desarrollado que el de las personas mayores.

Los diferentes espacios usamos una publicidad gráfica en la que remitía a la necesidad de **trasgresión hacia el padre**, como a la necesidad de la **protección de la madre**.

En cuanto de la protección de la madre, se buscó crear una campaña grafica cargada de elementos que refieran a la madre cuidadora, que nutre y da vida, la cual hay que defender a toda costa. Una institución que es esencialmente similarmente a las características de una madre la puede representar, cómo mencionamos anteriormente, es la Caja Costarricense de Seguro Social, la cual refiere a todo lo que es el servicio público de la salud. Esta institución nos tiene posicionados en una posición arriba que los Estado Unidos en el ranking de la Organización Mundial de la Salud sobre sistemas de salud de cada país. La CCSS tiene gran efectividad a la hora de atender las necesidades sanitarias de la población, por lo cual se puede considera como una madre que nos cuida y nos cura, y que hay que proteger. Creemos que este es el campo al que más deberíamos apostar. Para este caso uno de los miembros de este grupo creo el siguiente afiche, tomando en cuenta los principios antes mencionados.

Primeramente incorporamos un juego de palabras que hablaran de acciones características de una madre como cuidadora de un niño: Cuidar, curar, salvar y dar salud. Después incorporamos el logo de la institución (CCSS), el cual es una madre con su niño en brazos, y finalmente se incluyó el mensaje sobre oponerse al tratado de libre comercio, puesto en primera persona plural. A este mensaje final se le incorpora el logo del movimiento de oposición, un "NO" con un corazón en el lugar de la "o", y el corazón formado por la bandera nacional.



Logo de la Caja Costarricense de Seguro

**POR LA QUE NOS CURA  
POR LA QUE NOS CUIDA  
POR LA QUE NOS SALVA  
Y NOS DA SALUD**



**NO al TLC**

Afiche elaborado

Analizando el panorama nacional, identificamos varios escenarios en los que se pueden encontrar actores o públicos meta importante:

1. Universidades.
2. Centros de Salud
3. Comunidades, y lugares de gran tránsito

Es por esto que el grupo que elaboro este material se puso en la tarea de distribuir afiches de gran tamaño, por los dos hospitales más importantes de la capital, el Hospital San Juan de Dios y el Hospital Calderón Guardia, en los cuales se pegaron dichos afiches de forma no autorizada, por los cuales también pasa gran cantidad de tráfico durante el día. También hubo otro artista anónimo que hizo un mural de forma autorizada en la pared de una pulpería de la cercanía del HCG con el mismo diseño del afiche.

También se pegaron dichos afiches en las cercanías a paradas de buses de gran tránsito, las de Guadalupe, y Desamparados (dos de los cantones más poblados del país) en el centro de la capital. También se colocaron en los alrededores del distrito de Pavas, el distrito más poblado de la Capital, catalogado como urbano marginal, y en el Cantón de Curridabat y el de Guadalupe.

También se pegaron al rededor de la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio de la Universidad de Costa Rica, en la cual se pegaron varios, incluido uno en el edificio de la radio universitaria, el cual sale a continuación fotografiado junto al argentino, Premio Nobel de la Paz, Alfonso Pérez Esquivel.



Por falta de presupuesto, la cantidad de afiches fabricados por nuestro grupo fue poca, al rededor de unos 50, pero por otro lado, el diseño se difundió con gran rapidez por el Internet, llegando a gran cantidad de organizaciones, tales como Comités Patrióticos, sindicatos (especialmente el de empleados de la CCSS), y otros grupos de la oposición.

Estos grupos decidieron por su parte utilizar el diseño, dando el espacio para la reproducción de este a escala nacional, llegando a diferentes provincias. El sindicato de empleados de la CCSS, UNDECA, reprodujo afiches de 11 x 17 pulgadas de manera masiva, decenas de miles de afiches y brochures conteniendo dicho diseño, dándole una difusión que nosotros nunca hubiéramos imaginado.

## Conclusiones

Lo que nos deja este trabajo fue un gran sentido de la comunicación de por medio de lo emocional, siempre tomando en cuenta los riesgos que puede haber en esto, por lo que hay que siempre tener una clara ética liberadora a la hora de crear mensajes de este tipo y no crear herramientas de seducción, manipulación y enajenación del público al que se llega.

La comunicación emocional de masas es algo que se está utilizando mucho en la actualidad para fines comerciales enajenantes, y es bien sabido que detrás de estas campañas para vender falsas promesas hay psicólogos viendo de qué manera

modifican la acción de las personas prometiendo una satisfacción del deseo por medio del consumo irracional.

Es por esto cualquier psicología social liberadora debe estar acompañada de una ética social clara para saber para qué y para quienes se actúa.

Para los psicólogos que trabajan en empresas de publicidad no deben sentirse de gran manera culpables, ya que la ética convencional que impulsa la psicología convencional solo toma en cuenta elementos de la terapia individual, la cual no toma en cuenta las relaciones de producción y explotación que mueven a nuestra sociedad actual. De esta forma la ética profesional que se promueve a los psicólogos desde las academias dejan por fuera toda responsabilidad de los procesos psicosociales que afectan a toda una sociedad, siendo una ética profesional inviable.

Para trabajar este tema de la comunicación emocional de masas creemos necesario hacer una distribución popular de estas herramientas a la población en general, especialmente a la que se encuentra en conflicto con los grupos de poder político. Es necesario difundir estas formas de comunicación al pueblo con la educación popular, para de esta manera contrarrestar las falsedades profesadas por los medios de comunicación y hacer que las poblaciones oprimidas directa o indirectamente por las oligarquías y grupos de poder económico y político.

### **Bibliografía:**

Appignanensi, R. (2002). *Freud para principiantes*, Buenos Aires, Argentina: Era Naciente SRL.

Laplanche, J; Pontalis, J (2004). *Diccionario de Psicoanálisis*, Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.

Unidad de formación, información y comunicación de ANEP. *Nuestro futuro por la borda: Cómo socavan el desarrollo los tratados de comercio e inversiones entre países ricos y pobres*, ANEP. Bajado el 11 de Junio del 2007, de <http://www.anep.or.cr/leer.php/1448>

<http://www.anep.or.cr/leer.php/1015>

<http://www.anep.or.cr/leer.php/1562>