

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
DIPLOMA DE POSTGRADO
"ANALISIS Y MOTIVACION DE LA DECISION POLITICA"

TESIS:

ABDALA BUCARAM: EL DISCURSO
RASGOS DE LA ESTRATEGIA ELECTORAL EN 1988

VOLUMEN I: ANALISIS Y DOCUMENTOS AUXILIARES

ALUMNO: SANTIAGO VERGARA ALMEIDA
DIRECTOR: Dr. LAUTARO OJEDA SEGOVIA
COORDINADOR: Dr. JULIO ECHEVERRIA
DIRECTORA FLACSO: Dra. AMPARO MENENDEZ CARRION

QUITO, JUNIO DE 1989

V O L U M E N I

TESIS:

ABDALA BUCARAM; EL DISCURSO
RASGOS DE LA ESTRATEGIA ELECTORAL EN 1988.

INDICE ANALITICO:

	SECCION:	PAG.:
	PRIMERA PARTE.-	
AGRADECIMIENTOS		1
INTRODUCCION.		2
Capitulo 1.- MARCO TEORICO		5
I.- SUPUESTOS TEORICOS BASICOS		5
1.- Discurso		5
2.- Estrategia Electoral		7
3.- La coyuntura, vínculo entre Discurso y Estrategia		8
II.- PRINCIPIOS METODOLOGICOS		11
1.- Selección y obtención del Discurso		11
1.1.- Periodos de cobertura		12
1.2.- Rescate de la opinión del candidato		13
1.3.- Rasgos de la publicidad y promoción		13
2.- Operacionalización de la categoría Discurso y construcción de la categoría Estrategia		14
III.- TECNICAS		
1.- Registro Documental		15
2.- Indice de ideas		16
3.- Ventajas del indice de ideas		17
4.- Convenciones		17
5.- Reconocimiento		18
Capitulo 2.- CRONOLOGIA		
I.- TRAYECTORIA POLITICA DE ABDALA BUCARAM		19
1.- Abdalá Cefepista		19
2.- Abdalá Intendente		20
3.- Crisis de CFP		
4.- Abdalá y el PRE hasta Agosto de 1984		26
5.- La política nacional cuando Abdalá Alcalde		28
6.- Abdalá al autoexilio		34
7.- Abdalá 1986, factor de golpe de Estado		37
8.- Abdalá preso en Panamá		38
9.- 1987: en perspectiva eleccionaria de 1988		41
10.- 1987: Perspectivas elecciones 1988		

II.- CONTEXTO ELECTORAL: ACTORES Y RELACIONES	44
1.- a Julio de 1987	44
2.- Bucaram precandidato presidencial	45
3.- Inscripción de candidatos presidenciales	48
4.- Rasgos generales de la campaña	50
5.- Síntesis del Discurso y Estrategia de 10 candidatos presidenciales	55
6.- Resultados de los comicios	59
III.- METODOLOGIA DEL PRESENTE CAPITULO	60

SEGUNDA PARTE.-

Capítulo 3.- VISION GENERAL DEL DISCURSO DE ABDALA	62
1.- CARACTERISTICAS GENERALES	62
1.1.- Tipo y contexto general	62
1.2.- Discurso retórico	63
1.3.- Estrategia de fondo	63
1.4.- Síntesis del mensaje	64
1.5.- Construcción y desarrollo de imagen	64
1.6.- Estrategias de fondo y de superficie	65
1.7.- Muestra de lo no dicho	66
2.- MENSAJE SEGUN MEDIOS	67
3.- EL MENSAJE AUDIOVISUAL	70
4.- DESTINATARIOS Y RETORICA	72
4.1.- Segmentación del mensaje	74
4.2.- Muestra de destinatarios	75
5.- ESTRATEGIA POLITICA DE ABDALA	76
5.1.- Estrategias discursiva y electoral	76
5.1.- Lo electoral desde lo discursivo	77
5.2.- Los objetivos estratégicos	78
5.3.- Identificarse con el pueblo	79
5.4.- Revivir la esperanza	81
5.5.- Liderar la Fuerza de los Pobres	82
5.6.- Encarnar al Presidente de la Justicia	84
5.7.- Capitalizar la religiosidad popular	86
5.8.- Ofertar cordura	88
5.9.- Liderar la centro izquierda	89
6.- LA IMAGEN DE ABDALA, SEGUN LAS TACTICAS	91
6.1.- Por las tácticas de promoción	92
1.a.- Efectivo y cumplidor	
1.b.- El joven de 36 años	
1.c.- El sucesor de Roldós	
1.d.- El duro y carifoso	
1.e.- El Bolívar de este siglo	

6.2.- Por las tácticas en contra del adversario	93
2.a.- El reverso de la medalla	
2.b.- Que las mayorías no gobiernen	
2.c.- Autoritario, dogmático, absolutista	
2.d.- Audaz y cínico	
2.e.- El masoquista altruista	
6.3.- La capitalización del exilio	
7.- UTILIDAD DE ESTE ANALISIS	96
Capítulo 4.- EL DISCURSO EN MEDIOS AUDIOVISUALES	97
1.- LO VISUAL COMPLEMENTO DE LA PALABRA	97
2.- VIDEO "AGRADEZCO AL DIOS ETERNO"	98
2.1.- Primera estrofa	98
2.1.1.- Mensaje verbal	
2.1.2.- Mensaje visual	
2.2.- Los estribillos de la canción	100
2.2.1.- Mensaje verbal	
2.2.2.- Mensaje visual	
* 2.2.3.- Connotaciones	102
2.2.4.- Connotaciones del cuarto estribillo	105
2.3.- Segunda estrofa	108
2.3.1.- Mensaje Verbal	
2.3.2.- Mensaje visual	
2.4.- Tercera estrofa	110
2.4.1.- Mensaje verbal	
2.4.2.- Mensaje visual	
2.5.- Cuarta estrofa	113
2.5.1.- Mensaje verbal	
2.5.2.- Mensaje visual	
3.- VIDEO-CANCION: "POR ESO ES QUE ME LLAMAN LOCO"	116
3.1.- Primeras estrofas	116
3.1.1.- Mensaje verbal	
3.1.2.- Mensaje visual	
3.2.- Primer estribillo	118
3.2.1.- Mensaje verbal	
3.2.2.- Mensaje visual	
3.3.- Segunda estrofa	120
3.3.1.- Mensaje verbal	
3.3.2.- Mensaje visual	
3.4.- Segundo estribillo	122
3.4.1.- Mensaje visual	
3.5.- Tercera estrofa	123
3.5.1.- Mensaje verbal	
3.5.2.- Mensaje visual	
3.6.- Tercer estribillo	125
3.6.1.- Mensaje visual	
4.- EVALUACION DE LA PUBLICIDAD EN T.V	128

Capitulo 5.- DESTINATARIOS DEL DISCURSO	130
1.- SEGMENTACION DEL MENSAJE.- DIFICULTADES	130
1.1.- Polarización en torno a los pobres	131
1.2.- Contradicciones	132
2.- LOS SECTORES MARGINADOS	133
2.1.- Reivindicación y castigo	133
2.2.- Factores motivacionales, ejemplos	135
3.- INDIGENAS E INDIGENISTAS	137
3.1.- Ofertas al indio ecuatoriano	138
3.2.- Las razones filosóficas: a los demás	141
3.3.- La emotividad como refuerzo	143
4.- LOS SOCIALDEMOCRATAS	144
4.1.- Abdalacismo Socialdemócrata	145
4.2.- Complacencia a aliados potenciales	146
5.- VARIACIONES DE INTERPELACION	147
5.1.- El empresario honesto	148
5.2.- Conciliaciones y contradicciones	149
5.3.- Los militares	150
Capitulo 6.- TACTICAS POLITICAS	153
1.- DELIMITACION DEL CAPITULO	153
2.- TACTICAS DE PROMOCION DE IMAGEN	155
2.1.- Abdalá es efectivo	
2.2.- El más joven Presidente	157
2.3.- "Abdalá del 88 es el Roldós del 78"	158
2.4.- Complacencia popular	161
Equema de identificación Pueblo-candidato	163
2.5.- Autovaloración positiva	164
2.5.1.- Comparación con personajes	166
3.- TACTICAS DE ATAQUE AL ADVERSARIO	167
3.1.- "Borja tiene miedo al debate"	
3.2.- "Borja Dictadura legalizada"	172
3.3.- "Borja ateo y materialista"	173
3.4.- "Borja es continuismo"	175
3.5.- "Capitalizar el exilio a su favor"	177
* 3.5.1.- Mejora estratégica: El pacto Abdalá-Febres Cordero	180
3.5.2.- La táctica de contrarréplica	182
3.6.- Conclusión	188

Capitulo 7.- ALGUNOS VALORES FILOSOFICOS	191
1.- CONSIDERACIONES SOBRE SU OFERTA	
2.- VALORES RELEVANTES	194
2.1.- Solidaridad social: expresi3n de simplismo	194
2.2.- Reflexiones sobre moralidad y religiosidad	196
2.3.- Moralidad	
2.4.- Religiosidad	

Capitulo 8.- CONCLUSIONES	200
---------------------------	-----

TERCERA PARTE.-

Auxiliar 1.- Fichas de Registro Documental, ordenamiento seg3n tipo de documento.	215
Auxiliar 2.- Fichas de Registro Documental, ordenamiento alfab3tico.	219
Auxiliar 3.- Indice de Ideas, seg3n anexos 1 al 47.	223
Bibliografia.-	283

ALGUNOS VALORES FILOSOFICOS.-

1.- CONSIDERACIONES SOBRE SU OFERTA.-

Abdalá ofrece el oro y el moro, por cuanto no sólo hace propuestas de gobierno, planes visionarios y soluciones justicieras, también ofrece razones filosóficas, ideología, valores. En el presente capítulo reseñamos algunos de estos últimos.

Si concebimos al poder político como un mandato social que conlleva la obligación de servir a la comunidad (a través de buscar mecanismos que satisfagan necesidades sociales, armonicen aspiraciones e intereses contrapuestos, y en general, garanticen el desarrollo integral del hombre como ente individual y colectivo) o si lo concebimos como la defensa institucionalizada de intereses económicos o vanidades personales, debemos asumir también, que la obtención y mantenimiento democrático del poder implica la necesidad de generar credibilidad. ¿Cómo hacerlo?.

Existen dos fórmulas posibles: decirle al pueblo lo que realmente se puede hacer por él o decirle lo que le

gustarla oír. Optar por una u otra marca los límites de lo factible y lo demagógico.

Abdalá Bucaram, aparenta no reparar en el análisis de lo posible o probable, los carriles de su locuacidad son múltiples: parte de supuestas buenas intenciones; apela a valores superiores, divinos; propone casi una teocracia militarista; pacta con el poder terrenal y enuncia ofertas que calzan en las expectativas populares; refuerza y protege, con su Discurso, la imagen de un hombre sensible, intuitivo, comprensivo, no influenciado por los malos ni por "analistas de cerebros" ni por asesores enciclopedistas y tontos.

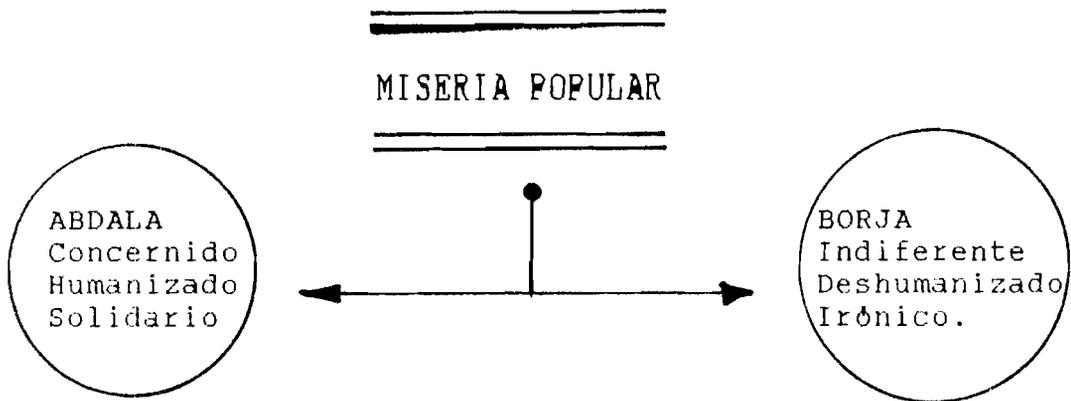
Su oferta tiene un objetivo central: captar votos. Su estilo cuaja entre sus destinatarios principales, los pobres, y por lo tanto es válido. El pueblo se interesa en el fin no en los medios, sin ser maquiavélico; le importa la solución de sus problemas no los mecanismos.

Caben interrogantes: ¿Se puede responsablemente, efectuar ofertas difíciles de cumplir? Ofertas que sin duda responden a superiores y loables intereses humanistas -como posibilitar que toda madre traiga al mundo "el fruto de su amor, con respeto y dignidad" (1-28.1); como querer "vestir los pies desnudos de un bebé" (1-28.6)-; Ofertas que pueden ser intenciones de elemental caridad cristiana para algunos o cosas que dejan pasar "haciendo de tripas corazón" para otros. ¿Se puede conscientemente formularlas, si la posibilidad de cumplirlas objetivamente no radica en la intencionalidad, sino en la viabilidad fáctica?.

Y sin embargo, el éxito de Bucaram se fundó en "decirle al pueblo lo que quiere oír"; en la utilización de argumentos emotivos para caracterizar la condición humana; en las tácticas persuasivas que enternecen (10/16/23/63); que reivindicán (52/55); que levantan un cúmulo de reacciones ante el laceramiento social que denuncia; incita reacciones de indignación a unos; provoca vergüenza y lástima en otros, solidaridad y humanismo en casi todos.

El complemento fundamental de éstos recursos fue el que su promesa tuvo un factor retributivo más allá de la mera relación voto-obra (1-46.8/ 4-3.8); votar por Abdalá implicaba también -desde la perspectiva de un pueblo engañado y olvidado- recuperar la esperanza, el afecto y la consideración (1-26.3); encontrar alguien que se concierna por la angustia social y la indigna condición humana de los pobres de la Patria, evitar seguir rezando "el Padre Nuestro de Gabriela Mistral" (46-1.10) : "Padre Nuestro que estás en cielo, por qué te has olvidado de mi ..."

Abdalá como presidente, prometió repartir amor a los más necesitados" (2-3), ser la respuesta a sus plegarias, perseguía una intensa compenetración entre él y su pueblo, basándola en sentimientos compartidos y reciprocos. A la par, intentó convertir a Borja en un hombre deshumanizado, indiferente e irónico ante la miseria popular; será en Borja en quien recaigan los antivalores de los valores que Abdalá maneja y dice encarnar. El objetivo: establecer un permanente contraste con su adversario, ante los referentes de valorización social que promueve.



2.- VALORES RELEVANTES.-

En éste acápite, el objeto a tratar es:

a.- La solidaridad social como valor presente en el Discurso y Estrategia; y como expresión del simplismo en la oferta y planteamientos de gobierno.

b.- La Moralidad y Religiosidad como valores promovidos por el Discurso.

2.1.- Solidaridad Social: expresión de simplismo.-

Los tecnicismos sobre el empobrecimiento material de los pueblos, no son temas que inciten al análisis al ciudadano corriente, el que conforma las grandes mayorías sociales, el que se orienta con un sentido pragmático de la vida: "Los sueldos no alcanzan, y las cosas suben de precio, cada vez se compra menos con lo que se gana, ya no comemos carne, el arroz está carísimo".

Bucaram conoce el sentido pragmático de la vida del pueblo en general, por lo cual rehuye deliberadamente el tratamiento técnico de problemas. Es frecuente observar que cualquier cuestionamiento que se le hace tiende a obtener respuestas directas, respecto de problemas económicos por

ejemplo, lo responde volcando la atención de su interlocutor hacia los campos que él domina. Afirmará que los políticos se zambullen en una retórica interminable hablando de problemas económicos, pero que nunca hablan de la mujer (1-3.10), ni pronuncian la palabra "pueblo" en su programación de gobierno (21-1.3); añadirá que programación "es amar más al niño que al dolar", y no "al estilo oligárquico, engordando cuentas en Suiza." (40-8.11).

En el Discurso de Abdalá, la pobreza tiene su explicación en la deshumanización de los políticos, en su desinterés y egoísmo respecto de los problemas populares, en el hecho de que se pasan el tiempo hablando mientras dos mujeres pobres paren en la misma cama de un hospital (10).

Los motivadores e inspiradores de Abdalá son "los necesitados" (40-6.2), dice: "evitar que nuestros indios coman alfalfa" (1-8.7); sus intereses prioritarios son "el hombre que necesita comer para vivir" (1-28.16) y "el hombre que necesita capital para comer y vivir" (1-28.16).

En el Discurso se evidencia el tratamiento displicente a las teorías y a los teóricos, pues los alude como portadores de un "enciclopedismo tonto que todo lo dice y nada lo puede". Añadirá que lo importante es la "credibilidad en el hombre", en sus ejecutorias, en su voluntad, seriedad y honestidad. (1-5.3); Concluye que las circunstancias sociales generadoras de hambre y miseria no desaparecen con teóricas interminables. (1-28.18)

Abdalá se autoproclama la puerta de escape (1-46.6), "el abanderado de los pobres de la Patria"

(4-3.7), los menesterosos, los explotados, los olvidados de siempre. Es solidario con ellos y por tanto los reivindicará y redimirá de la miseria. (6-11).

2.2.- Reflexiones sobre moralidad y religiosidad.-

La perspectiva de Bucaram para la solución de problemas nacionales y para el cumplimiento de sus ofertas políticas tiene dos ejes argumentativos:

a.- La moralización en la actividad de sectores públicos, y

b.- La priorización del hombre en los intereses comunitarios, convirtiéndolo en el principal elemento de la acción Estatal.

Moralizar la gestión pública y priorizar al hombre como finalidad del Estado, son temas que Abdalá estima fundamentales dentro del esquema de valoración social y política de los ecuatorianos.

En nuestra Historia resulta evidente la inmoralidad administrativa (*1); y más aún la marginación -deliberada o no- del proceso de desarrollo, a que se ha sometido a las grandes mayorías, dando lugar al apareamiento de una

(*1).- Un ejemplo reciente de corrupción en las esferas de la Administración Pública, se evidencia durante el Gobierno Reconstructor. El ex presidente Febres-Cordero permitió que las arcas del Estado se conviertan en el "bolsillo personal" de algunos funcionarios, toleró que la investidura del poder político se utilice como mecanismo de presión e influencia para favorecer fines o intereses personalísimos, socapó y protegió actitudes de evidente delictuosidad y abuso. Su antiguo aliado y vicepresidente de la República Dr. Blasco Peñaherrera, lo ratifica en su libro "Viernes Negro", cuyo contenido en mi parecer, pretende subsanar las secuelas de responsabilidad originadas en la complicidad por omisión.

nueva categoría social: la de los olvidados.

Sin embargo de ello, Abdalá deja un vacío sobre los medios para cristalizar la Moral Pública: ¿Cómo hacerlo? ¿Cuáles son los mecanismos de moralización y de priorización del hombre en la gestión de gobierno?

Creemos que Abdalá rehuye deliberadamente dar respuestas categóricas sobre esto y otros temas que no maneja en profundidad o que desconoce, porque al igual que a todo político, ello le causaría una pérdida de autoridad y confiabilidad ante su electorado.

Los políticos suelen proyectar -sin perjuicio de que en efecto lo sean- la imagen de eruditos y estadistas con el propósito de adquirir autoridad. Abdalá también lo intentó (1-42.5), sin cometer el error de hablar de lo que desconoce; será él quien en programas de opinión, encause las temáticas, dirija la atención de su interlocutor hacia terrenos en los que su manejo del lenguaje y su proyección de valores, se constituyen en una innegable ventaja a su favor.

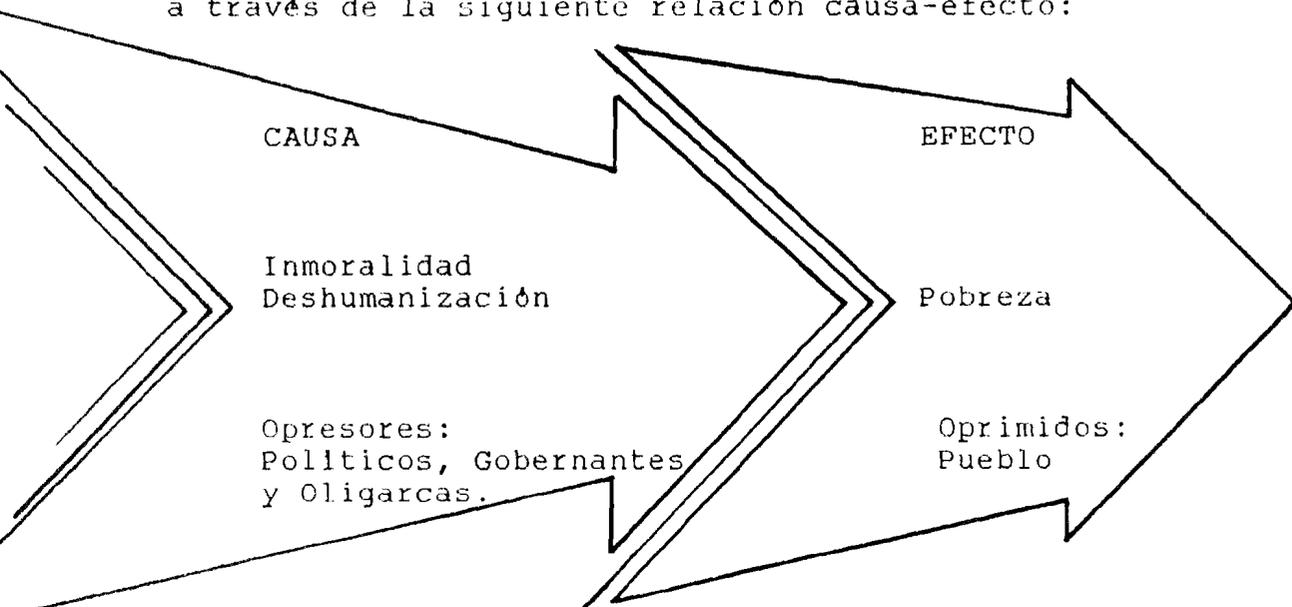
La legitimación de su estatus político ante el elector, opera através de dos valores: moralidad y religiosidad, los mismos que presume encarnar.

2.3.- Moralidad.-

Abdalá destaca ser un moralista (1-3.13), estima que "por suerte el no tiene amigos inmorales" (1-32.5), sostiene que "el presidente debe ser un hombre moral" (1-36.1); dirá que "su mayor orgullo cuando haya dejado la presidencia", será que se lo califique de moral (1-42.14).

Está dispuesto a moralizar al país, asumiendo cualquier riesgo (44-9) (*2).

Abdalá explica fenómenos sociales como la pobreza, a través de la siguiente relación causa-efecto:



En efecto, el candidato es muy persistente en la tesis de que la moralidad es un factor primordial en la marcha económica del país (1-3.12/1-10.11/1-28.15); dirá que "de moralidad no hablan los tecnócratas" (21-2.2), considera que castigando a los inmorales y persiguiéndolos, aumentará la productividad económica y erradicará la pobreza (71).

2.4.- Religiosidad.-

Abdalá se manifiesta como un católico convencido, tanto para garantizar la perduración del Catolicismo, como para imprimir presupuestos de su accionar en la eventual gestión presidencial; pretende ejercer un liderazgo mesiánico que encuentra en sí mismo la fuente de soluciones, apela a una "especie de mandato divino" que le ha sido confiado: "un día soñé con la Virgen que me dijo ya eres

libre, regresa junto a tu pueblo y sálvalos de la miseria (...)" (6-11/22-11).

Su declaratoria pública de profunda fe cristiana, humilde y temeroso de Dios es la antítesis de su contendor: "No entregues tu país al no creyente materialista" (49) es el mismo diablo (5-1).

Explota el sentimiento cristiano del pueblo ecuatoriano, invade el campo de creencias y temores sagrados, juega con la fatalidad inherente a la retribución o al castigo sobrenatural, sobre éste punto sus mensajes latentes son:

Abdalá está junto a Dios porque conoce el amor, la ternura, la moral, la verdad. Dios está junto a Abdalá porque es amor, ternura, moral y verdad. Los verdaderos cristianos están con Abdalá porque acercándosele, se acercan a Dios (1-10.12). Abdala es un católico, humilde hijo del Señor a quien venera y da gracias. Y al mismo tiempo es poderoso castigador de infieles e inmorales, dispensador de mercedes, taumaturgo; "vencerá al mismo diablo pues nuestra gente es cristiana" (5-11).

^^^

(*2).- Conceptos como "robar o ladrón" están asociados a las primeras valoraciones negativas aprendidas por los hombres y que el Conjunto Social reprueba. Resulta paradójico sin embargo el que Abdalá emprenda en esta táctica, dado que entre las causas de su autoexilio en Panamá, fue precisamente la acusación -todavía en curso- que se le hiciera de apropiarse de fondos de la Municipalidad Guayaquileña; el Discurso deja un mensaje latente: la apropiación indebida es inmoral cuando lo hacen ellos, cuando lo hago yo ... (?) (1- 3.12)

CONCLUSIONES GENERALES.-

El libro Análisis de Mensajes, de Daniel Prieto, ha sido particularmente útil en el empeño por descubrir "lo deseado", luego del análisis del sentido de "lo dicho". Un acercamiento a las estrategias discursivas del candidato (conjunto de elementos retóricos que utiliza el emisor para persuadir a los destinatarios del mensaje), facilita la determinación de los objetivos prácticos que persigue, con los cuales se hace posible configurar la estrategia electoral (conjunto de movimientos tácticos implementados para ganar la elección).

El enfoque empírico empleado en éste trabajo se justifica dada la carencia de microteorías aplicables; y por la imposibilidad de obtener testimonios (como autoevaluaciones en confianza), del IRE y de Abdalá, sobre el Discurso y la Estrategia. Esta segunda dificultad se suplió en alguna medida efectuando una cronología sobre pasajes destacados de la trayectoria política de Abdalá Bucaram (Capítulo

2), para lograr la perspectiva necesaria y comprender mejor lo actuado por el candidato en el contexto electoral de 1988.

Las reflexiones que se efectúan sobre la coyuntura son estrictamente puntuales y su función es aclarar los "porques" del discurso y de la estrategia en su contexto de significación inmediato, no se profundiza en un análisis sobre elementos de la coyuntura global, (los problemas derivados de la crisis económica por ejemplo, que podrían dar otro tipo de fundamentos a algunas tácticas electorales y mecanismos persuasivos).

Al reconstruir la estrategia a partir del Discurso y explicarla en función de una racionalidad, se adquiere una óptica especial para la lectura de los otros mensajes y se posibilita también la reconstrucción de la coyuntura.

En el ejercicio de tesis, no se analizan en detalle las reacciones por parte del adversario ni el comportamiento que adopta el votante, por el influjo del discurso o como consecuencia de la estrategia que imprime el candidato del PRE. No obstante, el análisis sí refiere a ciertos ajustes, hechos por el emisor principal, Abdala, luego de procesar reacciones de los rivales y de la opinión pública.

En el orden metodológico, esta tesis demuestra la utilidad de elaborar un índice de ideas (Auxiliar 3), para leer la materia prima de múltiples maneras y como mecanismo para obtener un conjunto de indicadores que hacen del Discurso una categoría concreta de análisis.

La categoría Discurso posibilita la utilización

comparativa de los mensajes, dada la riqueza de contenido y ámbito múltiples que son abordados.

A partir de la categoría Discurso hemos hecho una selección de variables de análisis, por la facilidad de su manejo y en respuesta a un interés personal: el político-electoral.

Operacionalizado así el análisis del Discurso, hemos reconstruido, a partir de éste, la Estrategia Electoral y en consiguiente, la hemos considerado también, una categoría de análisis estable y repetible.

De ninguna manera se intenta hacer de este ensayo, un modelo o propuesta metodológica para abordar el análisis del Discurso y la Estrategia, pero, sin perjuicio de la validez de otras metodologías para lograr el objetivo planteado, la que aquí se adopta, contiene un conjunto de procedimientos y recomendaciones.

CONCLUSIONES PARTICULARES.

1.- Reconstrucción de la Estrategia Electoral a partir del análisis del Discurso.

Este ejercicio de tesis demuestra la pertinencia de reconstruir, a partir del análisis de la dimensión verbal de un discurso retórico, la estrategia electoral; en éste caso la que diseñó Bucaram en su intento por captar la primera magistratura del Ecuador en las elecciones de Mayo de 1988.

En efecto, lo dicho o lo textual fue la base en la determinación de las estrategias y los objetivos consecuentes; sin embargo, es importante destacar la relevancia que adquieren otras dimensiones del Discurso para definir mejor dichas estrategias y objetivos.

Tal por ejemplo, la compaginación de mensaje verbal y visual en la producción televisiva (Capítulo 4); en la que, los enunciados son susceptibles de comprenderse por sí solos, pero las imágenes, a la vez que los enriquecen, complementan la función de delimitar el ámbito de comprensión del receptor.

Esto se corrobora en el hecho de que la publicidad de Bucaram, en televisión y radio, contiene en lo sustancial, el mismo mensaje verbal-retórico, a pesar de que en el primer medio el mensaje sea a no dudarlo más impactante.

1.1.- Tácticas electorales.-

Las tácticas se sintetizan en dos grandes grupos: promover su imagen y desprestigiar a su adversario.

El candidato promueve su imagen a través de resaltar lo positivo en su desempeño como Intendente y Alcalde de Guayaquil; destaca su juventud y la caracteriza con experiencia surgida al embate del sufrimiento; se presenta ante el electorado como el sucesor de Roldós, a efecto de capitalizar la simpatía que el ex-presidente pudo haber generado en vida; se precia de ser complaciente con el pueblo y hace gala de "decir lo que el pueblo quiere oír", (por esto

consideramos que es en la actualidad, el más desatacado y sincero exponente de la demagogia política en el Ecuador); no desaprovecha oportunidad alguna para autovalorarse y compararse con personajes históricos.

Desprestigia a su adversario calificándolo de incapaz y cobarde, fundado principalmente en la negativa de éste a aceptar el debate; lo tilda de absolutista por querer concentrar todos los poderes del Estado y lo acusa de pretender entregar nuestro país al dominio de "jerarcas internacionales"; tacha a Borja de ateo y materialista y sostiene que representa el continuismo del régimen de Febres-Cordero.

1.2.- Objetivos estratégicos.-

En el transcurso de la campaña presidencial, la estrategia electoral de Bucaram, adquiere lógica, dado el manejo de los siguientes objetivos:

a) lograr que se lo identifique como un miembro auténtico del pueblo marginado, para de éste modo obtener su lealtad;

b) generar esperanzas en el elector ofertándole gratuidad, pero por sobre todo, afecto y comprensión;

c) erigirse en la bandera de lucha del pueblo olvidado para acortar las distancia entre ricos y pobres;

d) encarnar la justicia a través de ofertar reivindicación a los menesterosos, amenazando con castigos a los responsables (siempre anónimos), del sufrimiento popular;

e) caracterizar la contienda electoral como la lucha entre cristianismo y ateísmo, "un hijo de Dios contra un hijo del diablo".

Otros dos objetivos estratégicos, surgen como consecuencia de determinadas condiciones que se dieron en el transcurso de la campaña; sirven como ejemplo de la forma en que la coyuntura se convierte en causa inmediata del Discurso y la Estrategia Electoral:

f) Bucaram intentó captar el voto de la derecha política y económica ecuatoriana, porque los resultados de la primera vuelta obligaban a éste segmento electoral a redefinir sus preferencias. El candidato del PRE diseñó un Discurso en tal sentido: dijo que su adversario es partidario de nacionalizaciones y estatizaciones, y manejó con propósitos electorales el rumor de que un gobierno de Borja "nos quitaría todo a todos".

g) Durante la campaña en la segunda vuelta electoral, los adversarios de Bucaram le pusieron el remoquete de "loco" y lo utilizaron publicitariamente (después efectuaron una importante variación en cuanto al término y empezaron a llamarle "desequilibrado"). En este antecedente se funda Abdalá para rediseñar su Discurso e implementar con fuerza la táctica de contrataque, identificada como "los ricos lo llaman loco, los pobres el Presidente" o loco por "llorar junto al pueblo".

Con esta variación además, maneja el objetivo tendiente a polarizar las reacciones del elector: Abdalá el cuerdo junto a los pobres, contra los ricos y el oligarca

Borja.

Por último, el objetivo mas importante de la estrategia de Bucaram fue la capitalización del autoexilio:

h) Durante toda la campaña, el sufrimiento y penurias que dice haber afrontado en su autoexilio, se constituyen en argumento para destacar su condición de mártir, con lo que intenta despertar la simpatía del pueblo.

Bucaram pretendió que se le considere como un "predestinado" para gobernar el Ecuador, reivindicó su condición de "gran ausente" y tuvo la desfachatada intención de atribuir su regreso a un mandato sobrenatural y/o a un sueño con la Virgen María.

La capitalización del autoexilio y de la imagen de perseguido político fue la clave del éxito de Abdalá Bucaram. Le dio resultado una vez ¿lo volverá a repetir?.

2.- La Estrategia Electoral en la perspectiva del candidato.-

Es posible reconstruir la estrategia electoral a partir del Discurso de campaña y es pertinente el planteamiento teórico que se formuló para abordar el análisis. (Capítulo 1.1)

Una vez analizado el tema Estrategia, se comprueba que en la perspectiva del actor político Abdalá Bucaram, los grandes rasgos de su Estrategia Electoral estuvieron pensados y diseñados de antemano, a-priori. El ejemplo más notorio es la manera en que se capitalizó el autoexilio. (se lo

hizo incluso antes de ser candidato.)

Pese a que existen opiniones que conciben al Discurso de Bucaram como incoherente e incluso "paranoide", con éste ensayo descubrimos que la relación entre "lo dicho" y "lo deseado", es de gran complementariedad, por lo que advertimos además, la existencia de una racionalidad político electoral concreta.

Aunque se constatan contradicciones en el Discurso, no se deben a incoherencias del emisor, sino más bien, a la dificultad de segmentación del mensaje persuasivo, dados los intereses y aspiraciones múltiples que confluyen a la vez en la sociedad (Capítulo 5).

El lector coincidirá con nosotros en que es físicamente imposible, para un emisor de mensajes retóricos con fines políticos, complacer simultáneamente a intereses contrapuestos.

En campaña electoral, desde el punto de vista del actor principal, el Discurso y la Estrategia mantienen un nivel recíproco de interrelación y reformulación; es decir, entre los objetivos que se concretan en una estrategia electoral, los que se viabilizan con el Discurso, pueden exigir variaciones, por el efecto de "lo dicho" (entre otras causas). Y lo dicho a su vez, puede variar en razón de los nuevos propósitos de la estrategia.

Discurso y Estrategia son dos entidades que en el contexto de campaña, están constantemente influidas por la perspectiva del actor político y sus finalidades, por las acciones del el adversario y por las reacciones y comporta-

miento del elector, todo lo cual determina que estén expuestas a una permanente revisión; sea para ratificar su validez o utilidad, o para imprimir los cambios necesarios en la consecución de objetivos.

3.- La emotividad como argumento principal.-

El Discurso político en campaña busca persuadir a los votantes y a grupos de influencia, instándolos a votar por un candidato o a admitirlo. Los mecanismos de persuasión que forman parte del carácter retórico del mensaje, cumplen la función de conmover los ánimos del destinatario en atención a los objetivos del emisor.

En 1988, el Discurso de Bucaram tuvo en la emotividad el eje, esencial, de persuasión al elector. Apela a consideraciones sentimentales para validar planteamientos; Abdalá gusta más referirse a "la situación del niño o de la mujer, que al dólar o a la programación de gobierno; sustenta sus ofertas electorales en el sufrimiento de los olvidados y no en la viabilidad fáctica de las mismas.

El contenido sustancial del Discurso es el candidato Addalá Bucaram; la retórica lo caracteriza como un personaje capaz de constituirse en la alternativa presidencial que el país necesita.

Bucaram es la síntesis de un mensaje emotivo y su estrategia busca establecer lazos de afectividad candidato-pueblo, estimulándolos con su autovaloración personal para enfrentar los riesgos y obtener soluciones: "Abdalá es el

padre que regresa del autoexilio para reivindicar los derechos conculcados a sus hijos y redimirlos de la miseria, aun a riesgo de que su vida peligre."

Este mensaje esta manifiesto y latente en toda su producción discursiva.

El candidato deliberadamente privilegia la reacción emotiva del votante, asi lo demuestran los mecanismos de persuasión del Discurso y las tácticas electorales que se utilizan (Capitulo 6); por ejemplo, Abdalá manipula los temores populares derivados de la irreverencia religiosa, tilda a su contrincante de ateo y se autocalifica de profundo creyente, se oferta como "un presidente que si podrá arrodillarse a rezar".

En el Discurso, los problemas de las grandes mayorías tienen en la inmoralidad y la deshumanización, su causa principal.

La oferta de reivindicación a los sectores marginados encuentra fundamento en su personal "nobleza de espíritu y gran afecto por los pobres de la Patria"; la oferta se concreta en gratuidad y en amenazas de persecución y castigo a los causantes de la miseria social.

Los enemigos populares se definen de manera abstracta: oligarcas, "pingüinos que tienen su batman". En realidad son un simple recurso retórico que Abdalá utiliza para persuadir a los marginados y facilitarles la comprensión del origen de sus males; por otra parte, le son útiles al candidato para ubicarse junto a los pobres en el espectro social: "Abdalá: "soy pueblo como tú".

4.- Sentido de la utilización de valores.-

El análisis del Discurso hace posible lograr una visión de los valores que privilegia el que habla.

Los valores más destacados en el Discurso de Bucaram son: solidaridad social, moralidad y religiosidad. (Capítulo 7). La alusión a éstos valores sin embargo, no significa forzosamente, que su logro se constituya en meta finalista del proyecto político de Abdalá

En lo que a éste análisis respecta, se concluye, (aún asumiendo el riesgo de despersonalizar al candidato) que es factible interpretarlos como un recurso más, del que hace uso, con el consabido propósito de persuadir y aumentar el caudal de votos. El emisor, maneja el presupuesto de que los valores que destaca se comparten socialmente.

Por ejemplo, las continuas manifestaciones de religiosidad de Abdalá, si bien podrían ser expresión de sus creencias, el contexto en las que se efectúan y la función que cumplen, obligan a interpretarlas como un mecanismo persuasivo aplicado sobre un pueblo mayoritariamente católico.

Las referencias a situaciones de olvido y abandono en que algunos sectores sociales de nuestro país se encuentran, pueden denotar una auténtica preocupación del candidato respecto del tema; sin embargo, se utilizan en unos casos, como una manera de evadir las fundamentaciones de la oferta electoral, apelando al sufrimiento del marginado para ello. En otros casos las referencias a la desigualdad so-

cial, son un mecanismo para radicar en la "deshumanización" del adversario y demostrar el propio concernimiento sobre el tema.

El Discurso y la Estrategia, estuvieron calculados para cumplir la función de llevar a la Presidencia de la República a Bucaram, fueron medios importantes para intentar la captación del poder.

El pueblo su situación y sus necesidades, son los elementos sobre los que la estrategia opera, y de los cuales la retórica hace uso para legitimar política y socialmente el objetivo central: ganar la elección.

5.- La locuacidad irresponsable.-

De las referencias sobre la trayectoria política de Abdalá (Capítulo 2), es posible concluir que la locuacidad irresponsable es una importante característica en su discurso. Las consecuencias que genera para Abdalá son significativas cualitativa y cuantitativamente, (aunque se le aplique aquello de "genio y figura...") Algunos episodios que dan cuenta de dicha locuacidad estuvieron también presentes en la campaña de 1988.

Por ejemplo, cuando siendo Intendente prohibía la proyección de películas pornográficas en las salas de cine de Guayaquil, argumentaba en este sentido: (*1) "Si Usted va a ver la Luna (...) encontrará que algunas personas estarán

(*1) NUEVA, "Sexo, Biblia y Paredón", Sep-1980, pág.30.

con su miembro en posición erecta". Cuando estaba de candidato al Cabildo Porteño, manifestó su disposición a "cometer hasta arbitrariedades por Guayaquil" (*2).

En su desempeño como Alcalde también incurre en algunos excesos de vehemencia verbal; al entonces Presidente de la República Oswaldo Hurtado lo acusó de ser "enemigo y odiar a Guayaquil" (Comercio 20-Abr-84); se refirió a la derecha política ecuatoriana como "la esperma derretida en la gran llama de la pasión democrática de un pueblo" (*3). En las declaraciones concedidas al diario La Prensa de la ciudad de Nueva York, acusó al gobierno de Febres-Cordero de "dirigir el crimen en el país", sostuvo que "las FFAA están al servicio de la oligarquía y sirven solo para desfilar"; se refirió a los EEUU como "la inspiración de la obra "Los Miserables"" (*4).

Durante la campaña de 1988, el contexto en el que se inscribe nuestro análisis, éste rasgo vuelve a manifestarse de manera contundente en la entrevista concedida al diario español El País (39). El carácter grotesco de las expresiones que allí se vierten es notorio: Abdalá sostiene tener "huevos mas grandes que los de Febres-Cordero", pero rectifica y dice que "Febres-Cordero no tiene huevos"; afirma que su contendor es "un hombre tibio que tiene el esperma

(*2) VISTAZO, "Abdalá visto por si mismo", Ago-1983.

(*3) NUEVA, ";Ahora!", May-1984, pág: 21.

(*4) VISTAZO, "Las palabras que colmaron la medida", Sep-1985, pág. 6.

aguado" y termina diciendo que la lid electoral es una pelea "huevo a huevo".

Sobre el conjunto de actos de habla que hemos anotado, este análisis concluye en que son parte del estilo de Bucaram y pueden servir para definir elementos de su personalidad.

El tratamiento del tema sexual en el Discurso, aunque podría ser una expresión de machismo, utilizado con determinados propósitos electorales (basado en sondeos de opinión sobre rasgos del Presidente ideal) es un aspecto que se esclarecería mejor a través de un análisis psicológico de la personalidad de Abdalá Bucaram.

6.- Sobre el Pacto Febres Cordero-Bucaram.-

Se aclaró cuando pertinente, que el capítulo relacionado con la trayectoria política de Bucaram y el Contexto Electoral, actores y relaciones, se efectuó con posterioridad a los análisis sobre el Discurso y la Estrategia Electoral.

En esta conclusión, es importante recordarlo por la siguiente razón: establecimos la existencia del pacto León-Abdalá a partir del análisis de los mensajes latentes y no dichos en el Discurso y por la complementariedad de ciertas tácticas. (Capítulo 6); posteriormente, para completar la presentación formal de nuestra tarea, incluimos el capítulo con las referencias de las noticias que dan cuenta

de la confusión que existía en algunos círculos de opinión respecto del caudal de información relativa al "Gran Pacto" (Capítulo 2). Por ésta otra vía de estudio, también podría establecerse pruebas de tal hecho histórico.

A nivel conclusivo, es pertinente armonizar la información obtenida del análisis del Discurso, con la que se logró a través de la reconstrucción del contexto; el objeto ha sido confirmar por ambas vías la existencia del pacto. Pero, lo que es más importante: demostrar la validez de nuestros estudios de contenido.

^^^

COMPENDIO
DE FICHAS DE REGISTRO DOCUMENTAL
A PARTIR DE DOCUMENTOS ANEXOS

TESIS SOBRE EL DISCURSO DE ABDALA BUCARAM.

I.- CLAVE.-

- 1.- Número de la ficha de registro documental. (FRD).
- 2.- Tipo original del documento registrado.
- 3.- Nivel bibliográfico del registro: P = parte / T = todo.
- 4.- Fuente inmediata del documento.
- 5.- Autor, entrevistador, reportero, responsable de la publicación, etc..
- 6.- Fecha en la cual se realiza el registro documental.
- 7.- Lugar desde el cual se emite el mensaje.
- 8.- Extensión del documento, en páginas A4.
- 9.- Título original o (asignado) al documento.
- 10.- NOTAS: Todos los anexos son transcripciones del mensaje verbal del video (1); del audio (2); del impreso (3) o copia del gráfico (4).
- 11.- Página de ubicación en el volumen de anexos. (II).

II.- DETALLE DE LAS FICHAS EN ORDEN NUMERICO.-

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	VOLUMEN
FRD TIPO DE		NIVEL	FUENTE	AUTOR/	FECHA	LUGAR	EXT.	TITULO	NOTAS	II
No. DOCUMENTO		BIBL.		O AFIN	ORIGEN	ORIGEN	PGS.			
1	VIDEO/OPINION	P	CANAL 10	JIMMY JAIRALA	01-May-88	GUAYQ.	80	FRENTE AL PAIS	3	Pag. 1
2	VIDEO/ENTREVISTA	P	CANAL 10	NOTI 10	05-May-88	GUAYQ.	3	(CIERRE DE CAMPANIA)	3	Pag. 81
3	VIDEO/ENTREVISTA	P	CANAL 10	CARLOS VERA	08-May-88	GUAYQ.	24	(EVALUACION DE RESULTADOS 2o. VUELTA)	3	Pag. 84
4	VIDEO/CONTRATADO	P	CANAL 10	PRE	01-May-88	GUAYQ.	8	(MINISTERIO INDIGENA Y LLAMADO AL VOTO)	3	Pag. 108
5	VIDEO/SPOT	P	CANAL 8	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	4	AGRADEZCO AL DIOS ETERNO	3	Pag. 116
6	VIDEO/CANCION	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	4	(POR ESO ME LLAMAN LOCO)	3	Pag. 120
7	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(REBAJAR PRECIOS DE ALIMENTOS ...)	3	Pag. 124
8	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(S/. 25.000 DE SUELDO BASICO)	3	Pag. 126
9	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(CONGELAR TARIFAS DE LUZ Y AGUA)	3	Pag. 128
10	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(MATERNIDAD GRATUITA)	3	Pag. 130
11	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(RODRIGO BORJA TIENE MIEDO AL DEBATE)	3	Pag. 132
12	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	3	(EL DEBATE A DISTANCIA)	3	Pag. 134
13	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	3	(EL DEBATE A DISTANCIA.- VERSION 2)	3	Pag. 137
14	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(EDUCACION GRATUITA)	3	Pag. 140
15	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(ABDALA LLEGO AL CORAZON DEL PUEBLO...)	3	Pag. 142
16	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	1	(MATERNIDAD GRATUITA)	3	Pag. 144
17	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	1	(MINISTERIO INDIGENA)	3	Pag. 145
18	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	1	(BORJA ENEMIGO DE LOS CATOLICOS)	3	Pag. 146
19	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	1	(AHORA TODOS CON LA 10)	3	Pag. 147
20	AUDIO/CONTRATADO	P	CAMORAD	PRE	10-Mar-88	QUITO	13	(5 TEMAS DE CAMPANIA)	2	Pag. 148
21	AUDIO/CONTRATADO	P	NOTI HOY	PRE	05-May-88	QUITO	11	(PROGRAMACION GOBIERNO Y TELEFONAZOS...)	2	Pag. 161
22	AUDIO/CANCION	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	3	(POR ESO ME LLAMAN LOCO)	2	Pag. 172
23	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	1	(MATERNIDAD GRATUITA)	2	Pag. 175
24	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	1	(MINISTERIO INDIGENA)	2	Pag. 176
25	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(CONTROL DE PRECIOS)	2	Pag. 177
26	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	1	(DEMOCRATIZACION DEL CREDITO)	2	Pag. 178
27	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	1	(REFLOTAR AL IESS)	2	Pag. 179
28	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(CONGELAR TARIFAS DE LUZ Y AGUA)	2	Pag. 180
29	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	2	(ABDALA LLEGO AL CORAZON DEL PUEBLO...)	2	Pag. 181
30	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	2	(SUELDO DE 25.000 SUCRES)	2	Pag. 183

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	VOLUMEN
FRD TIPO DE		NIVEL FUENTE		AUTOR/	FECHA	LUGAR	EXT.	TITULO	NOTAS	II
No. DOCUMENTO		BIBL.		O AFIN	ORIGEN	ORIGEN	PGS.			
31	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	2	(POR QUE NO VOTAR POR BORJA)	2	Pag. 185
32	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(ASI PIENSA EL INDIO ECUATORIANO)	2	Pag. 187
33	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	2	(LOS SERVIDORES PUBLICOS POR ABDALA)	2	Pag. 189
34	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	2	(LOS COMPLEJOS DE BORJA)	2	Pag. 191
35	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(CARADAS DE BORJA)	2	Pag. 193
36	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	2	(EL MUERTO SE CAYO, NO LO BOTARON)	2	Pag. 194
37	PRENSA/ENTREVISTA	T	VISTAZO	D.ARGUELLO	07-Aug-87	GUAYQ.	6	(BORJA DEL 78 ES EL MISMO...)	1	Pag. 196
38	PRENSA/ENTREVISTA	T	LA OTRA	LA OTRA	04-Feb-88	GUAYQ.	6	(ABDALA LUEGO DE LA PRIMERA VUELTA)	1	Pag. 202
39	PRENSA/ENTREVISTA	T	EL UNIVERSO	DIARIO EL PAIS	08-Feb-88	GUAYQ.	4	SOY EL GRITO DE AGONIA DEL POPULISMO	1	Pag. 208
40	PRENSA/ENTREVISTA	T	EL COMERCIO	EL COMERCIO	13-Mar-88	QUITO	12	NO SOY FASCISTA, SOY SOCIAL DEMOCRATA	1	Pag. 212
41	PRENSA/NOTA	T	NUEVA	NUEVA	ABRIL-88	QUITO	1	ABDALA ENTRE COMILLAS	1	Pag. 224
42	PRENSA/NOTA	T	HOY	ANONIMO	30-Apr-88	QUITO	2	(TELEFONAZOS QUITO-PANAMA)	1	Pag. 232
43	PRENSA/NOTA	T	EL COMERCIO	EL COMERCIO	03-May-88	QUITO	1	BUCARAM: SU REGRESO AL PAIS	1	Pag. 259
44	PRENSA/NOTA	T	EL COMERCIO	ABDALA	04-May-88	QUITO	1	LAS FRASES DE BUCARAM	1	Pag. 261
45	PRENSA/NOTA	T	EL COMERCIO	ABDALA	04-May-88	QUITO	1	(DISCURSOS DE ABDALA EN EL ORO)	1	Pag. 264
46	PRENSA/NOTA	T	EL COMERCIO	ABDALA	05-May-88	QUITO	1	(EL DISCURSO DE BUCARAM)	1	Pag. 265
47	PRENSA/NOTA	T	HOY	CARLOS VERA	09-May-88	GUAYQ.	1	BUCARAM SATISFECHO POR RESPALDO RECIBIDO	1	Pag. 268
48	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	PALABRA DE ABDALA	4	Pag. 270
49	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	NO (...) AL NO CREYENTE MATERIALISTA	4	Pag. 271
50	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	25.000 O MAS DE SUELDO BASICO	4	Pag. 272
51	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CONTROLAR PRECIOS DE PRODUCTOS ...	4	Pag. 273
52	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	LOS POBRES AL PODER	4	Pag. 274
53	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	DEMOCRATIZACION EL CREDITO	4	Pag. 275
54	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CONGELAR LAS TARIFAS DE AGUA Y LUZ	4	Pag. 276
55	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	MINISTERIO INDIGENA	4	Pag. 277
56	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	NO A LA CONCENTRACION TOTAL DE PODERES...	4	Pag. 278
57	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	QUE LOS NIÑOS NO TENGAN LOS PIES DESNUDOS	4	Pag. 279
58	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	MINISTERIO INDIGENA	4	Pag. 280
59	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	REFLOTAR EL IESE Y SACARLO DE LA QUIEBRA	4	Pag. 281
60	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	...PRESUPUESTO UNIVERSITARIO HASTA EL ULTIMO SUCRE	4	Pag. 282

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	VOLUMEN
FRD	TIPO DE	NIVEL	FUENTE	AUTOR/ O AFIN	FECHA	LUGAR	EXT.	TITULO	NOTAS	II
No.	DOCUMENTO	BIBL.			ORIGEN	ORIGEN	PGS.			
61	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CONTROLAR PRECIOS DE PRODUCTOS ...	4	Pag. 283
62	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	...SEGURO SOCIAL PARA TODA LA FAMILIA	4	Pag. 284
63	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(MATERNIDAD GRATUITA)	4	Pag. 285
64	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(NO AL HAMBRE Y A LA DESNUDEZ)	4	Pag. 286
65	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	EDUCACION GRATUITA	4	Pag. 287
66	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(PARA COMER, NO LUSTRAR ZAPATOS AJENOS)	4	Pag. 288
67	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	DEMOCRATIZACION EL CREDITO	4	Pag. 289
68	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	IGUALDAD DE DERECHOS PARA LA MUJER	4	Pag. 290
69	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	DESAYUNO ESCOLAR GRATUITO	4	Pag. 291
70	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CONGELAR LAS TARIFAS DE AGUA Y LUZ	4	Pag. 292
71	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CASTIGAR LOS BOLSILLOS DE LA OLIGRAQUIA	4	Pag. 293
72	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	S/. 25.000 O MAS DE SUELDO BASICO	4	Pag. 294
73	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	JUVENTUD: ABRAMOS JUNTOS UNA PUERTA A LA ESPERANZA	4	Pag. 295
74	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	MAESTROS: HACIA UNA NUEVA EDUCACION	4	Pag. 296
75	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	ESTABILIDAD PARA EL TRABAJADOR PUBLICO	4	Pag. 297
76	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	SIEMBRA PARA TUS HIJOS Y COSECHA PARA TODOS	4	Pag. 298
77	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	ELIMINAR SOBREEXPLOTACION DE LA FUERZA DE TRABAJO	4	Pag. 299
78	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	MUJER: COMPANIERA CUMPLE TU DESTINO	4	Pag. 300
79	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CRONOLOGIA DEL PANICO DE BORJA	4	Pag. 301
80	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	PORQUE YO TE AMO ECUADOR	4	Pag. 302

^^^

COMPENDIO
DE FICHAS DE REGISTRO DOCUMENTAL
A PARTIR DE DOCUMENTOS ANEXOS

TESIS SOBRE EL DISCURSO DE ABDALA BUCARAM.

I.- CLAVE.-

- 1.- Número de la ficha de registro documental. (FRD).
- 2.- Tipo original del documento registrado.
- 3.- Nivel bibliográfico del registro: P = parte / T = todo.
- 4.- Fuente inmediata del documento.
- 5.- Autor, entrevistador, reportero, responsable de la publicación, etc..
- 6.- Fecha en la cual se realiza el registro documental.
- 7.- Lugar desde el cual se emite el mensaje.
- 8.- Extensión del documento, en páginas A4.
- 9.- Título original o (asignado) al documento.
- 10.- NOTAS: Todos los anexos son transcripciones del mensaje verbal del video (1); del audio (2); del impreso (3) o copia del gráfico (4).
- 11.- Página de ubicación en el volumen de anexos. (II).

III.- DETALLE DE LAS FICHAS EN ORDEN ALFABETICO DEL TITULO.-

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
No.	TIPO	NIVEL		AUTOR /	ORIGEN	ORIGEN	PGS.			
FRD	DE DOCUMENTO	BIBL.	FUENTE	O AFIN	FECHA	LUGAR	EXT.	TITULO	NOTAS	VOLUMEN
										II
50	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	25.000 O MAS DE SUELDO BASICO	4	Pag. 272
20	AUDIO/CONTRATADO	P	CAMORAD	PRE	10-Mar-88	QUITO	13	(5 TEMAS DE CAMPANIA)	2	Pag. 148
41	PRENSA/NOTA	T	NUEVA	NUEVA	ABRIL-88	QUITO	1	ABDALA ENTRE COMILLAS	1	Pag. 224
29	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	2	(ABDALA LLEGO AL CORAZON DEL PUEBLO...)	2	Pag. 181
15	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(ABDALA LLEGO AL CORAZON DEL PUEBLO...)	3	Pag. 142
38	PRENSA/ENTREVISTA	T	LA OTRA	LA OTRA	04-Feb-88	GUAYQ.	6	(ABDALA LUEGO DE LA PRIMERA VUELTA)	1	Pag. 202
5	VIDEO/SPOT	P	CANAL 8	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	4	AGRADEZCO AL DIOS ETERNO	3	Pag. 116
19	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	1	(AHORA TODOS CON LA 10)	3	Pag. 147
32	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(ASI PIENSA EL INDIO ECUATORIANO)	2	Pag. 187
37	PRENSA/ENTREVISTA	T	VISTAZO	D.ARGUELLO	07-Aug-87	GUAYQ.	6	(BORJA DEL 78 ES EL MISMO...)	1	Pag. 196
18	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	1	(BORJA ENEMIGO DE LOS CATOLICOS)	3	Pag. 146
47	PRENSA/NOTA	T	HOY	CARLOS VERA	09-May-88	GUAYQ.	1	BUCARAM SATISFECHO POR RESPALDO RECIBIDO	1	Pag. 268
43	PRENSA/NOTA	T	EL COMERCIO	EL COMERCIO	03-May-88	QUITO	1	BUCARAM: SU REGRESO AL PAIS	1	Pag. 259
35	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(CARADAS DE BORJA)	2	Pag. 193
71	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CASTIGAR LOS BOLSILLOS DE LA OLIGARQUIA	4	Pag. 293
2	VIDEO/ENTREVISTA	P	CANAL 10	NOTI 10	05-May-88	GUAYQ.	3	(CIERRE DE CAMPANIA)	3	Pag. 81
54	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CONGELAR LAS TARIFAS DE AGUA Y LUZ	4	Pag. 276
70	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CONGELAR LAS TARIFAS DE AGUA Y LUZ	4	Pag. 292
28	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(CONGELAR TARIFAS DE LUZ Y AGUA)	2	Pag. 180
9	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(CONGELAR TARIFAS DE LUZ Y AGUA)	3	Pag. 128
25	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(CONTROL DE PRECIOS)	2	Pag. 177
61	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CONTROLAR PRECIOS DE PRODUCTOS ...	4	Pag. 283
51	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CONTROLAR PRECIOS DE PRODUCTOS ...	4	Pag. 273
79	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	CRONOLOGIA DEL PANICO DE BORJA	4	Pag. 301
26	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	1	(DEMOCRATIZACION DEL CREDITO)	2	Pag. 178
53	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	DEMOCRATIZACION EL CREDITO	4	Pag. 275
67	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	DEMOCRATIZACION EL CREDITO	4	Pag. 289
69	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	DESAYUNO ESCOLAR GRATUITO	4	Pag. 291
45	PRENSA/NOTA	T	EL COMERCIO	ABDALA	04-May-88	QUITO	1	(DISCURSOS DE ABDALA EN EL ORO)	1	Pag. 264
65	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	EDUCACION GRATUITA	4	Pag. 287

1 No. FRD	2 TIPO DE DOCUMENTO	3 NIVEL BIBL.	4 FUENTE	5 AUTOR / O AFIN	6 ORIGEN FECHA	7 ORIGEN LUGAR	8 PGS. EXT.	9 TITULO	10 NOTAS	11 VOLUMEN II
14	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(EDUCACION GRATUITA)	3	Pag. 140
12	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	3	(EL DEBATE A DISTANCIA)	3	Pag. 134
13	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	3	(EL DEBATE A DISTANCIA.- VERSION 2)	3	Pag. 137
46	PRENSA/NOTA	T	EL COMERCIO	ABDALA	05-May-88	QUITO	1	(EL DISCURSO DE BUCARAM)	1	Pag. 265
36	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	2	(EL MUERTO SE CAYO, NO LO BOTARON)	2	Pag. 194
77	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	ELIMINAR SOBREEXPLOTACION DE LA FUERZA DE TRABAJO	4	Pag. 299
75	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	ESTABILIDAD PARA EL TRABAJADOR PUBLICO	4	Pag. 297
3	VIDEO/ENTREVISTA	P	CANAL 10	CARLOS VERA	08-May-88	GUAYQ.	24	(EVALUACION DE RESULTADOS 2o. VUELTA)	3	Pag. 84
1	VIDEO/OPINION	P	CANAL 10	JIMMY JAIRALA	01-May-88	GUAYQ.	80	FRENTE AL PAIS	3	Pag. 1
68	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	IGUALDAD DE DERECHOS PARA LA MUJER	4	Pag. 290
73	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	JUVENTUD: ABRAMOS JUNTOS UNA PUERTA A LA ESPERANZA	4	Pag. 295
44	PRENSA/NOTA	T	EL COMERCIO	ABDALA	04-May-88	QUITO	1	LAS FRASES DE BUCARAM	1	Pag. 261
34	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	QUITO	2	(LOS COMPLEJOS DE BORJA)	2	Pag. 191
52	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	LOS POBRES AL PODER	4	Pag. 274
33	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	2	(LOS SERVIDORES PUBLICOS POR ABDALA)	2	Pag. 189
74	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	MAESTROS: HACIA UNA NUEVA EDUCACION	4	Pag. 296
23	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	1	(MATERNIDAD GRATUITA)	2	Pag. 175
63	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(MATERNIDAD GRATUITA)	4	Pag. 285
10	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(MATERNIDAD GRATUITA)	3	Pag. 130
16	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	1	MATERNIDAD GRATUITA)	3	Pag. 144
58	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	MINISTERIO INDIGENA	4	Pag. 280
55	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	MINISTERIO INDIGENA	4	Pag. 277
4	VIDEO/CONTRATADO	P	CANAL 10	PRE	01-May-88	GUAYQ.	8	(MINISTERIO INDIGENA Y LLAMADO AL VOTO)	3	Pag. 108
24	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	1	(MINISTERIO INDIGENA)	2	Pag. 176
17	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	1	(MINISTERIO INDIGENA)	3	Pag. 145
78	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	MUJER: COMPANIERA CUMPLE TU DESTINO	4	Pag. 300
49	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	NO (...) AL NO CREYENTE MATERIALISTA	4	Pag. 271
56	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	NO A LA CONCENTRACION TOTAL DE PODERES...	4	Pag. 278
64	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(NO AL HAMBRE Y A LA DESNUDEZ)	4	Pag. 286
40	PRENSA/ENTREVISTA	T	EL COMERCIO	EL COMERCIO	13-Mar-88	QUITO	12	NO SOY FASCISTA, SOY SOCIAL DEMOCRATA	1	Pag. 212

1 No. FRD	2 TIPO DE DOCUMENTO	3 NIVEL BIBL.	4 FUENTE	5 AUTOR / O AFIN	6 ORIGEN FECHA	7 ORIGEN LUGAR	8 PGS. EXT.	9 TITULO	10 NOTAS	11 VOLUME N II
48	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	PALABRA DE ABDALA	4	Pag. 270
66	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	(PARA COMER, NO LUSTRAR ZAPATOS AJENOS)	4	Pag. 288
22	AUDIO/CANCION	P	CAMORAD	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	3	(POR ESO ME LLAMAN LOCO)	2	Pag. 172
6	VIDEO/CANCION	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	4	(POR ESO ME LLAMAN LOCO)	3	Pag. 120
31	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	2	(POR QUE NO VOTAR POR BORJA)	2	Pag. 185
80	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	PORQUE YO TE AMO ECUADOR	4	Pag. 302
60	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	PRESUPUESTO UNIVERSITARIO HASTA EL ULTIMO SUCRE	4	Pag. 282
21	AUDIO/CONTRATADO	P	NOTI HOY	PRE	05-May-88	QUITO	11	(PROGRAMACION GOBIERNO Y TELEFONAZOS...)	2	Pag. 161
57	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	QUE LOS NINIOS NO TENGAN LOS PIES DESNUDOS	4	Pag. 279
7	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(REBAJAR PRECIOS DE ALIMENTOS ...)	3	Pag. 124
27	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	1	(REFLOTAR AL IESS)	2	Pag. 179
59	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	REFLOTAR EL IESS Y SACARLO DE LA QUIEBRA	4	Pag. 281
11	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(RODRIGO BORJA TIENE MIEDO AL DEBATE)	3	Pag. 132
8	VIDEO/SPOT	P	CANAL 10	PRE	ABRIL-88	GUAYQ.	2	(S/. 25.000 DE SUELDO BASICO)	3	Pag. 126
72	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	S/. 25.000 O MAS DE SUELDO BASICO	4	Pag. 294
62	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	SEGURO SOCIAL PARA TODA LA FAMILIA	4	Pag. 284
76	PRENSA/PUBLICIDAD	T	EL COMERCIO	PRE	ABRIL-88	QUITO	1	SIEMBRA PARA TUS HIJOS Y COSECHA PARA TODOS	4	Pag. 298
39	PRENSA/ENTREVISTA	T	EL UNIVERSO	DIARIO EL PAIS	08-Feb-88	GUAYQ.	4	SOY EL GRITO DE AGONIA DEL POPULISMO	1	Pag. 208
30	AUDIO/CUNIA	P	CAMORAD	PRE	MAYO-88	QUITO	2	(SUELDO DE 25.000 SUCRES)	2	Pag. 183
42	PRENSA/NOTA	T	HOY	ANONIMO	30-Apr-88	QUITO	2	(TELEFONAZOS QUITO-PANAMA)	1	Pag. 232