

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 Bolivar 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

## VISION GENERAL DEL DISCURSO DE ABDALA

## 1.- CARACTERISTICAS GENERALES.-

## 1.1.- tipo y contexto general.-

El Discurso de Abdalá Bucaram es de tipo retórico, concebido políticamente para una campaña y para una carrera política. Como retórico tiene la intención de conmover los ánimos de los perceptores para obtener de ellos la aceptación de un conjunto de argumentos (ofertas, ideas, estilo, del candidato) y la realización de una acción: el voto.

En la campaña de 1988, Abdalá disputa la Presidencia de la República de Ecuador como un paso más de su carrera política iniciada 10 años atrás, pero con antecedentes formativos y de activista desde la niñez, él mismo nos dirá:

"... yo avisoro a un niño de 7 años que vela cómo a su madre la golpeaba la fuerza pública y la pateaba, buscando a mi tío Assad o a mi padre Jacobo (...) y recuerdo a ese niño de 7 años que era Abdalá que ponía el cuerpito para que no le golpeen a su madre (...) nunca me mataron."  
(1-42.8).

## 1.2.- Discurso retórico.-

De un Discurso Retórico, la dimensión verbal es la fundamental, pero encuentra un importante apoyo en gestos y escenas. Nuestro personaje adecúa plenamente sus actos de habla a éste concepto y lo difunde con técnicas de actualidad: helicópteros, multitudes, videos, para explotar la emotividad, para persuadir. Apela a experiencias personales decisivas como refuerzo escénico y como mensaje principal. Un ejemplo: el manejo del sufrimiento en el exilio:

"(...) ustedes no tiene idea de lo que ha sucedido conmigo (...) tratos vejatorios a un hombre de mi trayectoria (...) para tratar de obligarle a firmar una serie de documentos. (...) Pero este Pueblo no es tonto. Este pueblo es inteligente e intuitivo. Y este pueblo sabe que la gran oligarquía le quiere presentar dos disyuntivas: Borja o Sixto. Y yo digo (...) el compañero Roldós (...) es el Abdalá de ahora." (37-6).

Deja en claro la intención de conmover a su público e imponer consignas de interpretación (ESTE PUEBLO INTELIGENTE SABE QUE SOY COMO ROLDOS) que lo presentan como protagonista privilegiado de la historia y como única vía de salvación de su electorado: los pobres.

## 1.3- Estrategia de fondo.-

Sin embargo, detrás de la emotividad y del pedido del voto, aparte de lo literal y de lo histriónico de su Discurso, y con la combinación de todos estos elementos ¿qué es lo que transmite Abdalá? ¿cuáles son sus estrategias discursivas de fondo? ¿en qué medida éstas son conciente o inconcientemente manejadas?



Nos transmite muchas cosas: En su Discurso existen mensajes manifiestos y latentes; existen prédicas respecto de sujetos y hechos; temas manejados con diferentes niveles de referencialidad y distorsión; encontramos los estereotipos de imagen por doquier; y el sentido del mensaje nos viene dado por las relaciones de armonía y oposición entre temas y sujetos.

Esta diversidad de elementos no se enuncian de manera caótica, a pesar de que algún marco cultural o idiosincrático del Ecuador así lo aprecie. El orden o la onda en que Abdalá se expresa puede reconocerse y explicarse, tiene una ESTRATEGIA DISCURSIVA DE FONDO, que es lo fundamental del mensaje, lo que transmite voluntaria e involuntariamente.

#### 1.4.- Síntesis del mensaje.-

Como núcleo de la estrategia de fondo encontramos a un personaje batallador, Abdalá, quien es la síntesis del mensaje, materializado como una imagen compuesta por palabras y obras, con la que intenta convencer que es un líder que el pueblo quiere y necesita.

#### 1.5.- Construcción y desarrollo de imagen.-

El personaje configura las situaciones, los elementos de la escena y los vivifica con su retórica. Abdala primero nos cuenta su vida, antes que los planes de gobierno o políticas monetarias. Esa biografía de sufrimientos es el principal mensaje manifiesto, en su torno se pinta a otras

gentes y a ciertos ambientes, se conduce sugestivamente a la interpretación de lo latente: que su regreso es para reivindicar derechos conculcados a sus compatriotas.

Arranca con su relato, de una situación de persecución por haber luchado en favor del pueblo, al paso evoca sus virtudes morales y religiosas, participa a su interlocutores de las angustias del destierro y lo hace cuando vuelve de manera espectacular, desde el cielo. Las multitudes lo reciben cual Mesías, que venció y vencerá imposibles, por su fuerza de voluntad, conocida de antes y categóricamente enunciada "Yo he querido venir a mi Patria, porque yo tengo derecho y porque yo te amo Ecuador. Yo te amo Ecuador." (17-1).

#### 1.6.- Estrategias de fondo y de superficie.-

Lo esencial y lo superficial de las estrategias discursivas son coherentes y complementarias: El Yo (síntesis del fondo) está presente con redundancia, confirma cual es el núcleo del mensaje. Los ambientes y situaciones son una cadena de hipérboles (recurso de superficie) que destacan el activismo del personaje central y deja implícita (otro mensaje latente) la lealtad o sumisión de sus seguidores. (los otros personajes del relato, incluidos en el nosotros: los que luchamos juntos: nosotros contra ellos).

#### Ejemplo:

"Recuerdo los baldes de agua que nos tiraban (...) recuerdo la cantidad de afiliaciones que nos rompían (...) recuerdo la dura lucha en el Gobierno de Osvaldo Hurtado (...) Luego recuerdo la dura lucha para llegar a la alcaldía (...) Y luego

recuerdo la dura lucha para hacer una buena alcaldía. Recuerdo a mis compañeros caídos (...) Recuerdo el duro momento del destierro (...) todos los políticos ecuatorianos, los serios (...) saben del duro sacrificio que tuve que correr para salvar inclusive mi propia vida. Y recuerdo que no había ninguna esperanza ni para volver." (3-12).

Las predicaciones del Yo (otra dimensión de fondo) subrayan LOS RECUERDOS DUROS, denotan la reciedumbre del sujeto, evocan un pasado y llevan fácilmente a interpretar lo latente: El redentor ha llegado. Vuelve a nosotros. (Ahora el nosotros son todos los interlocutores)

#### 1.7.- Muestra de lo no dicho.-

Fruto de una revisión del conjunto de anexos de esta tesis, podemos afirmar que son dos los temas que el Discurso de Abdalá no aborda expresamente, aun cuando son necesarios para la adecuada comprensión y desarrollo de un eventual programa de gobierno, constituyen la muestra principal de LO NO DICHO y tienen que ver lo.- con las políticas concretas para frenar a la oligarquía y fiscalizar a su gobierno; y 2o.- con los mecanismos de financiamiento del conjunto de ofertas: maternidad gratuita, banco del zapato, desayuno escolar, reflotar al IEES, etc..

Las omisiones respecto del primer punto son una prueba indirecta de la existencia, trascendencia y cumplimiento del Pacto Abdalá-Febres Cordero. Las segundas son una sencilla constatación del carácter demagógico del Discurso y de las características fundamentales de su ESTRATEGIA ELECTORAL.

## 2.- MENSAJE SEGUN MEDIOS.-

En los diferentes medios de comunicación, la coherencia del mensaje de Abdalá es la misma, resalta la oferta electoral y el carácter preminente del personaje como dueño de las soluciones a los problemas populares. Se aplican además, las mismas estrategias electorales perfiladas en toda la campaña y son los mismos contenidos de su producción discursiva de 1988, los que se difunden en diversa presentación. Es decir, no hay diferencia sustancial en LO QUE DICE a través de uno y otro medio, tampoco en el tipo de mecanismos de persuasión al votante ni en la importancia otorgada al marco emotivo de su interlocutor tipo.

Estas apreciaciones generales sobre el Discurso de Abdalá han sido obtenidas de la dimensión verbal. La muestra, objeto del análisis, es una transcripción de 80 documentos provenientes de 3 diferentes medios: televisión, radio y prensa.

La muestra se compone de 19 audiovisuales, 17 audios y 44 recortes de prensa. Las fechas de origen del material abarcan el mes de Abril de 1988 y la la. semana de Mayo, que fue la última de campaña. Para los audiovisuales el lugar de origen es Guayaquil y la fuente Canal 10; para los audios el origen es Quito y la fuente la cadena radial CAMORAD; es el Comercio la fuente, en el caso del material de prensa, a más de algunas revistas con diferente lugar de origen. El contenido de todos los materiales es de la autoría de Abdalá Bucaram, líder del PRE.

Una revisión de las ofertas electorales, difundidas por todos los medios de comunicación social, nos conduce a tocar la oferta de la "Maternidad Gratuita", que está en prensa (63), radio (23) y televisión (16). El candidato ratifica directamente su propuesta a lo largo de programas de opinión (1-28.1) y propagandas.

Sobre este caso, descubrimos que el mensaje retórico tiene un desarrollo redundante, respecto de la oferta, se difunde permanentemente en los diferentes medios, a fin de asegurar el convencimiento y la predisposición al voto, por parte de los destinatarios, en ocasiones se explica el tema con variaciones para mejorar la comprensión.

En el ámbito de las diferencias, la oferta de "maternidad gratuita" emplea narradores, que presentan sus vivencias y opiniones respecto de las penurias en las casas de salud, por el exceso de partos y escasez de camas. Estos narradores ayudan a leer el contenido principal y orientan sobre que hacer con lo que han percibido los receptores; pero además ayudan en la decodificación de elementos subyacentes, a través de la comparación de todas las ofertas de interés popular, para que sean consideradas un auténtico, completo, eficaz y necesario PLAN DE GOBIERNO.

Se advierte sin embargo, variantes en algunas estrategias de superficie, por ejemplo en la expresión de la oferta en prensa y radio se dice: "Para que nunca más dos mujeres sigan PARIENDO en la misma cama" (23-1); en televisión en cambio se expresa: "Para que la mujer del pueblo reciba una atención humana y un trato digno en el MOMENTO DE

SER MADRE ..." (16-1); en el programa en vivo y por televisión, el candidato combina ambas fómulas:

"Yo (...) digo que 2 mujeres no pueden seguir PARIENDO en la misma cama; el Dr. Borja dice que no, que es una locura de Abdalá. La madre ecuatoriana no tiene derecho de TRAER EL FRUTO DE SU AMOR con respeto y dignidad, eso es lo que piensa, ..." (1-28.1).

Se constata que en el medio televisivo con materiales pregrabados, el verbo "PARIR" no se pronuncia en momento alguno, lo que sí ocurre en la radio. Las frases utilizadas en los 2 medios juegan con tipos distintos de intención, aunque el mensaje sea el mismo. Parece destacarse la existencia de dos lugares sociales, evocados simultáneamente para persuadir a públicos diversos: al culto y que dispone de televisión a color se le destacan valores como maternidad, dignidad, solidaridad y justicia; al pobre dueño únicamente de un transistor, se le recuerdan experiencias vivenciales: "el parto sucio y doloroso de tu madre, hermana, mujer o hija".

El candidato muy hábilmente evoca ambos lugares sociales, pues todos los públicos le son electoralmente necesarios: el voto solidario de unos y el voto necesitado de otros.

La factibilidad o no de sus ofertas, no es tema sobre el cual abunde en datos ni consideraciones, ahí radica la esencia de su Estrategia Electoral, en la demagogia con que dirige la interpretación del destinatario:

" ... él si ha elaborado planes que se pueden realizar" (10-4), "ha prometido y lo va a cumplir" (10-5). "¡Palabra de Abdalá!" (48).

Este carácter demagógico de las ofertas se transmite también, por todos los medios.

### 3.- EL MENSAJE AUDIOVISUAL.-

El objeto central de este trabajo es el análisis de las implicaciones estratégico electorales inmersas en la dimensión verbal del Discurso. Pero, puesto que la producción audiovisual de Bucaram, contiene otros códigos y técnicas, nos crea inquietudes:

¿existe alguna táctica política

inmersa exclusivamente en lo audiovisual?

En lo audiovisual, ¿la palabra tiene especial importancia

para la lectura y comprensión de las imágenes?

Creemos que el uso de la imagen (visual) en el caso que nos ocupa, está centrado en el perceptor; la selección y combinación de los elementos tienen por finalidad impactar, atraer, fascinar. Entonces su función es redundar en el significado del mensaje verbal, que por sí sólo podría ser interpretado, pero que en lo audiovisual cumple una función de anclaje y nos dice cómo leer la imagen; de lo contrario ésta lo superaría en significados, lo desbordaría y dispersaría su capacidad de representar, apelar y conmover en el sentido deseado (\*1). Creemos también que lo audiovisual ejecuta con mucha más claridad y fluidez los mecanismos de persuasión característicos del Discurso Retórico de Abdalá.

---

(\*1) Daniel Prieto, "Análisis de mensajes", uso apelativo de la imagen, lenguaje verbal-icónico.

Para nuestro ensayo de análisis del mensaje audiovisual (Capítulo IV), hemos escogido los videos "Agradezco al Dios Eterno" (5) y "Por eso es que me llaman loco" (6) por cuanto son una muestra representativa del conjunto de mensajes verbal-icónicos difundidos durante la campaña electoral. Ambos son ejemplos claros de la utilización de imágenes conmovedoras que refuerzan lo dicho en el Discurso y que por si solas (si se mirara el video sin audio, por ejemplo) podrían desbordarlo o transformarlo en un extraño ritual. Mediante la palabra, Bucaram marca el sentido, plasma su agradecimiento al país por el respaldo electoral obtenido en la 1a. vuelta. Luego infiere que el resultado de la votación se debe a las relaciones de armonía, fundada en valores religiosos, que existe entre él y el pueblo, lo que alimenta "la Fuerza de los Pobres", la misma que está en franca oposición a los antivalores con que caracteriza a su adversario: materialismo y ateísmo.

En el mensaje verbal se refiere a que "venceremos al mismo diablo" (5-1); en el visual una caricatura de Borja con cornamentas en las sienes, como Satanás rayos y truenos fortalecen el argumento y lo ambientan, lo tornan diabólico.

En el 2o. video-canción el mensaje verbal narra las razones por las que Abdalá es llamado loco. El mensaje visual evidencia el sufrimiento: la tortura soportada (que según él fue colgarlo de los pulgares); se muestran las muñecas sangrantes y el torso desnudo; se insinúa el dolor en el rostro del Redentor. Así, éstas imágenes adquieren la categoría de pruebas documentales sobre la autenticidad del



sufrimiento. Pero la argumentación va más allá, implícitamente se dice: éstas torturas no son porque si, no son soportadas por un loco, hay una causa noble que nos ayuda a resistir son "los malos" los que hacen sufrir a todos.

Esta complementación de las dimensiones verbal y visual, la encontramos también en la muestra de afiches publicitarios que Abdalá utilizó durante la campaña (48 al 80). La dimensión verbal contiene la denuncia de un mal social y la solución plasmada en una oferta electoral. La imagen por su parte, ilustra precisamente a la situación social que se denuncia.

Por ejemplo lo literal se refiere a la necesidad de "congelar las tarifas de luz y agua" (54) para que los bolsillos populares puedan gozar de estos servicios básicos; la imagen contiene un foco y un grifo que objetivizan la necesidad social.

#### 4.- DESTINATARIOS Y RETORICA.-

Todo mensaje tiene un destinatario. En política los destinatarios se escogen en función de los grupos o segmentos sobre los que el emisor pretende influir. El Discurso configura las inclusiones y las exclusiones, los que quedan dentro y fuera de su ámbito de interpelación.

Abdalá tiene varios destinatarios positivamente aludidos, el principal es el pueblo olvidado y marginado, el conjunto de electores que por sobre cualquier consideración, "siempre serán pueblo" (1-14.1), el conjunto de beneficiarios de su presencia en política y la razón de su lucha.

Las exclusiones se advierten con facilidad, el antipueblo, la oligarquía orgullosa y responsable del olvido y marginación del verdadero pueblo.

Otros destinatarios de su mensaje son los "aliados potenciales", aquellos sectores imprescindibles para los políticos exitosos, en concreto determinados sectores que concentran el poder económico o el control de los medios de comunicación; grupos que aunque la retórica los tipifique como "los malos de la película" son particularmente útiles a los candidatos y sus aspiraciones de poder, puesto que no actúan dentro de límites partidistas sino al calor de "las fuerzas vivas", negocian también lo político al por mayor y esperan que el candidato efectivamente los respalde, defiendan alguna consigna que les es propia o que por lo menos les garantice una convivencia pacífica, son los que en público hablan con eufemismos y que los decodifican fácilmente cuando reciben uno como respuesta, por ejemplo, "que se mantendrán estables las reglas de juego" o cuando se da a entender que estatización no es socialdemocracia, pues tenemos que aprender a vivir en el sistema. (1-20.6).

Otros de los no aludidos son los que llamamos "aliados intocables", los miembros del Gobierno de Febres la contraparte del pacto; el discurso simplemente no se refiere a ellos. Las esporádicas alusiones a éstos son tácticas de despiste, alardes de fiereza, de "tigres de papel contra leoncitos de felpa." Ejs.: Febres Cordero tiene un manejo turbio, inmoral, no lo compare con Bucaram. Las medidas de Febres pecaminosamente sirven sólo a unos pocos. (1-30.6.7)

Los militares, "los aliados congraciados", contra quienes Bucaram arremetió en años anteriores, reciben satisfacciones en el Discurso de campaña de 1988, los llama "los gallardos oficiales, mis hermanos de uniforme".

Los socialdemócratas, como segmento del electorado, son también un destinatario explícito en el Discurso de Bucaram, en su intento por imprimir coherencia ideológica de centro izquierda a su mensaje.

La mujer como destinatario específico del mensaje, tiene alto nivel de referencialidad y alusión, (luego que las feministas ecuatorianas rechazaron públicamente las expresiones que consideraron grotescas y denigrantes, sobre lo sexual) ; la Virgen María es la mandante de Bucaram (22-11), a las madres les oferta el derecho de ser "coparticipes con Dios en el sublime milagro de la creación" (16-3) y se consigna que la mujer ecuatoriana debe ser respetada en su casa y en su trabajo (68).

#### 4.1.- Segmentación del mensaje.-

El emisor de un discurso retórico busca persuadir y motivar una acción. En su intento sin embargo, puede contraponer los intereses de los destinatarios que aludidos o no, no pierden su calidad de receptores.

En política lo anterior se constituye en una dificultad que exige diseñar el mensaje en función de las expectativas del público o receptor al que se pretende aludir, y en consideración a las situaciones y al ambiente en que el Discurso se inscribe.

Abdalá enfrentó dificultades de segmentación del mensaje e incurrió en algunas contradicciones. En términos generales sin embargo, son notables los recursos de habla de que dispone para decir y desdecirse, para rectificar e intentar aclarar, siempre sobre la marcha y sin dar en ningún momento la sensación de duda o inseguridad.

Las salidas poéticas en favor de la mujer, justamente son una respuesta a la protesta indignada que Abdalá recibió del grupo de Mujeres por la Democracia. El clisé del "empresario honesto" es otra salida para enmendar los ataques generalizados contra los oligarcas. También tenemos el caso de las declaraciones en contra de todos los medios de comunicación. En éste caso la idea inicialmente transmitida fue: en Ecuador no hay libertad de prensa, hay libertad de empresa (...) ¡Claro! Con ciertas excepciones. (Se refería al canal 10, porque es ése preciso momento estaba usufructuando de un espacio de casi tres horas, que además de "libre", era gratuito.) (1-42.2.3).

#### 4.2.- Muestra de destinatarios.-

En el capítulo V, registramos y hacemos referencia a los siguientes destinatarios del mensaje de Abdalá: los sectores marginados, los indios, los indigenistas, la centro izquierda, (y en particular los social demócratas) los empresarios "honestos" y los militares.

La razón radica en la facilidad con que se los ha identificado en la muestra documental estudiada y en la importancia que a nuestro juicio mantienen en el Discurso, en

tanto son los sujetos pasivos más aludidos, considerados aliados permanentes, ocasionales o potenciales. En torno a estos receptores se aplica el mayor número de mecanismos de persuasión instándolos a votar por Bucaram o a creer en sus actos de habla y apoyarlo. (caso militares).

#### 5.- ESTRATEGIA POLITICA DE ABDALA.-

##### 5.1.- Estrategias discursiva y electoral.-

Estrategia Política es el conjunto de pasos que se implementan racionalmente con el objeto de alcanzar o mantener objetivos materiales y evaluables. La estrategia es promovida por grupos o individuos, que están en situaciones de contraposición de intereses y/o discrepancia de opiniones, compiten por la realización de dichos intereses y por las posibilidades de usufructuarlos de manera estable, compiten por el poder.

En tal virtud, la estrategia de Bucaram se puede analizar desde 2 perspectivas, de corto y largo plazos. A la primera la entendemos como Estrategia Electoral, uno de cuyos rasgos es la motivación del voto en el elector y la negociación con grupos de influencia capaces de incidir en sus aspiraciones de poder.

Dado que una parte de la estrategia política se cristaliza con la PALABRA, podemos establecer que las propuestas tendientes a persuadir y motivar al elector, cuentan con una lógica especial denominada Estrategia Discursiva. Sus rasgos generales se evidencian en los eslo-

ganes de campaña:

ABDALA: "LA FUERZA DE LOS POBRES"

"PRESIDENTE DE LA JUSTICIA"

"TE OFREZCO LO QUE TÙ NECESITAS"

"PORQUE SOY PUEBLO COMO TÙ"

"PALABRA DE ABDALA"

"PRESIDENTE DE TODOS"

Los grupos de influencia, a los que la Estrategia Discursiva concede atención expresa son, a grandes rasgos, los aliados potenciales y necesarios. La empresa privada en el primer caso, y los militares y el Gobierno de Febres Cordero en el segundo; el "empresario honesto", "sus hermanos de uniforme" y los que a través del "pacto" le permitieron regresar al país.

Los movimientos tendientes a la consecución de otros resultados, además de la persuasión, y no ejecutados exclusivamente con actos de habla, son las tácticas políticas propiamente dichas, de las cuales nos ocupamos en el capítulo VI. Dichas tácticas adquieren racionalidad en función de los denominados objetivos estratégicos.

#### 5.2.- Lo electoral desde lo discursivo.-

El Discurso Político, retórico en esencia, busca persuadir y su palabra está calculada en función de un efecto. Los diferentes recursos de persuasión y el conjunto de efectos que se puede inferir que el emisor busca, permiten reconstruir teóricamente la Estrategia Político Electoral.

El análisis de estrategias discursivas de fondo, lo manifiesto y lo latente en el mensaje por ejemplo, permite determinar el sentido de lo dicho al elector y a los grupos de influencia; las formas con que el mensaje se refiere a ellos, dan algunas pautas. Incluso, "lo no dicho" es un mensaje que puede explicarse por una racionalidad política y por lo tanto responder al diseño (preestablecido) de una estrategia político electoral.

De lo dicho pueden deducirse los objetivos estratégicos y las tácticas que se realizan en su torno.

### 5.3.- Los objetivos estratégicos.-

Al referirnos a los objetivos estratégicos, aludimos a los efectos deseados y a las situaciones de poder, alcanzables por la implementación de mecanismos tácticos, son elementos de racionalidad política que explican ciertas acciones y condicionan la palabra.

Dada nuestra proposición de reconstruir la Estrategia a partir del Discurso, referimos los siguientes objetivos estratégicos:

- \* identificar la imagen del candidato Abdalá con la idisincracia y perfil socioeconómico de la mayoría del pueblo;

- \* revivir la esperanza del electorado en los políticos; liderar las expectativas y potencial de movilización del pueblo-elector-pobre;

- \* encarnar como candidato a un ideal Presidente de la Justicia;

\* aprovechar ciertas manifestaciones de religiosidad popular, para conseguir aceptación y confianza como candidato;

\* ofertar cordura, para neutralizar ataques de los adversarios;

\* liderar una supuesta corriente político ideológica ecuatoriana denominada centroizquierda.

#### 5.4.- Identificarse con el pueblo.-

Bajo esta formulación el objetivo estratégico de Bucaram es establecer identificaciones líder-pueblo basándolas en una misma procedencia social, con el propósito de generar (otro objetivo) relaciones sólidas de lealtad, incondicionalidad, humanitarismo y confianza.

La táctica, a través de los diferentes actos de habla, persigue resaltar "lo que tienen en común", "lo que comparten", el pueblo y Abdalá: aspiraciones y vivencias, sufrimientos y angustias. Con habilidad Bucaram capta el sentir de los pobres y marginados, les dice lo que quieren oír, manipula los temas para despertar simpatía e identificación. (Supuestamente, con todo ello cree asegurada la consecución de objetivos.)

La ejecución de lo antes anotado se comprueba cuando dice:

"Abdalá es un hombre del pueblo y por eso ofrece lo que el pueblo necesita" (7-4/8-4/9-4/10-6); "llegó al corazón, a lo profundo, porque viene de la entraña popular" (15-1). "Es un joven que sufre por los obreros" (6-1), por los necesitados y los campesinos (6-5); "lo llaman loco por llorar junto a su pueblo" (6-3).



## CAPITULO 3

Pero también tiene sufrimientos propios que el pueblo los debe constatar (1-42.8/1-42.9/1-42.10/6); de los sufrimientos su vida da cuenta (6-10); todo el sufrimiento es por los pobres y contra la miseria (6-15). Lo cual puede ser entendido como masoquismo altruista.

"Abdalá conoce el dolor, la angustia y los anhelos más profundos de los pobres y los humildes. Ha convivido con ellos, busca apasionadamente las soluciones verdaderas ..." (15-1.2).

El ataque a su adversario se basa en el contraste de todo lo positivo que Bucaram pretende reunir y proyectar en su imagen.

Si Abdalá es pueblo, Borja es oligarquía (11-2.F), "los ricos le dicen loco, los pobres el Presidente" (5-9); Borja es inmovible ante el sufrimiento (1-40.12), "ha nacido en la riqueza" no sabe de eso, en cambio "Abdalá nació pobre y lo sabe" (7-3.2). Abdalá dice cosas positivas, Borja no (1-28.8): Para Borja "la madre ecuatoriana no tiene el derecho de traer el fruto de su amor con respeto y dignidad" (1-28.1); Borja se burla cuando habla de "vestir los pies desnudos de un bebé" (1-28.6). Borja nunca ha vivido lo que el pueblo tiene que vivir a diario, no conoce el dolor popular (11-2.h.) porque es dueño de mansiones (5-3); es un "Borgia" fastuoso y soberbio ante la miseria social (6-8). Mientras Abdalá viene comiendo "un buen caldo de manguera, el plato de los pobres", "Borja estará comiendo quesitos, huevitos, jamoncitos", entre tanto "el pueblo muere de hambre" (46-1.5)

## 5.5.- Revivir la Esperanza.-

Con esta formulación intenta recoger el voto = afecto, comprensión. Este es otro objetivo estratégico.

La desconfianza y escepticismo de la gente hacia los políticos y la frustración popular ante las ofertas incumplidas y problemas insolubles, juntado a la incapacidad de la gente para solucionar sus propios problemas, imponen el objetivo: generar confianza, pues la gente busca en qué y en dónde mantener esperanzas.

Bucaram advirtió las sensaciones de olvido y abandono que grandes sectores populares experimentan; también entendió que el pueblo persiste en su búsqueda por una esperanza con nombre, él la puso el suyo: "sólo hay una esperanza Abdalá" (5-4/1-46.7/1-46.8/4-2.9/4-2.10/1-10.12) ; fue más allá, ofertó afecto y comprensión, atención a las frustraciones y aspiraciones, a las vivencias y sufrimientos de la gente.

Para alcanzar este objetivo estratégico, la táctica convirtió el afecto y la comprensión en necesidades sociales.

El objetivo complementario a generar afecto y comprensión es exigir credibilidad en el hombre, en sus ejecutorias. La táctica, para éste último: decir que la esperanza no necesita teorías o "enciclopedismos tontos" (1-5.3); y que por lo tanto hay que proveer soluciones simples de fácil comprensión para la masa de marginados, ejemplo: "la esperanza es gratuidad" (10/14/16/23/57/63/65/69).

Para ser digno de recoger la esperanza popular delinea una imagen de poderoso, con su fuerza puede atacar y solucionar todos los problemas, es un moralista y moralizador (otros rasgos de la imagen) (1-10.11/1-32.2/21-2.2/21-2.8).

Por si esto fuera poco, reforzó la esperanza promocionando su imagen de honradez y severidad; enfatizó en que es un hombre sin compromisos, a quien no le gobernarán "las botas militares" o las "chequeras oligárquicas" (46-1.7); traerá a la memoria del esperanzado la constatación de su obra y actitud cuando Intendente y Alcalde Guayaquileño (imagen de trabajador y cumplidor.)(1-20.1/51/6-2).

El ataque a su adversario tiende al desprestigio, El pueblo "no confía en Borja, lo tratan de Usted" (46-1.2); no habría como confiarle ni "un saco de alacranes" (2-5.1); "tiene baja y esquiva la mirada, errático el brazo" (34-1.1); "esconde la mano cuando lanza pedradas" (34-1.3); "tiene por norma el chantaje, la calumnia y la mentira" (21-4).

#### 5.6.- Liderar la Fuerza de los Pobres.-

La heterogeneidad de intereses sociales, la desigualdad en la distribución de la riqueza y en el acceso a oportunidades de desarrollo social o individual, han dado pie en nuestro país a una clara demarcación del "Nosotros" y el "Ellos". Bucaram configura a sus interlocutores con estas categorías, el "Nosotros" es el pueblo, las grandes mayorías sociales comunes y corrientes; los de los problemas de

siempre: carestia de la vida, sueldos que no alcanzan, desempleo, POBREZA. El "Ellos" son los poderosos, la oligarquía, los que todo lo tienen y todo lo pueden; el gobierno de los RICOS y de los políticos aliados y corruptos.

El objetivo estratégico de Bucaram, intentó complacer la aspiración social de las mayorías por acortar la distancia entre el "ellos" y el "nosotros". Un gobierno que venga del pueblo y que no sea de unos pocos era posible a través de la unión de todos, el cambio lo llevaría a cabo "la Fuerza de los Pobres". A la par quedaban identificados los enemigos: ELLOS. Sin embargo sólo como una abstracción.

Para la consecución de este objetivo, la táctica se manifiesta obligando a la masa de pobres a radical conciencia de su fortaleza (52); despertándola del alienamiento producto de la explotación y el abuso (1-40.2/4-1.9/17/24/58); motivando su conciencia de unidad, "el pueblo siempre será pueblo" (1-14.1); incentiva a la lucha, a librar a través de él, para erradicar la miseria y abandono (6-15).

Respecto de los no pobres la táctica busca despertar emociones, sentimientos de pena y tristeza por los pobres; lograr reacciones, solidaridad (4-1) y filantropía.

La denuncia implícita en sus videos es sumamente expresiva de una realidad injusta, la crudeza de la imagen da cuenta de ello. (Ver Análisis de los video/canciones "Agradezco al Dios Eterno, y "Por eso me llaman loco". Cap.IV)

Al adversario lo presentará como un hombre deshumanizado y aliado de la oligarquía (5-3/5-6/6-3/6-13), que "no conoce la crueldad contra los niños" (14-3); un "cínico" que sólo se acerca al pueblo en tiempo de elecciones (5-3); que desconoce "las angustiosas necesidades de nuestro pueblo indígena" (17-4); un cómplice del gobierno (5-6/1-36.4) y de su inmoralidad (1-34.13).

#### 5.7.- Encarnar al Presidente de la Justicia.-

Al formular este eslogan, denota su interés por el objetivo estratégico que podemos definirlo como: recoger el voto = reivindicación y castigo".

Si a las demarcaciones entre el "Ellos" y el "Nosotros", existentes en el contexto político ecuatoriano, se añade la existencia de grandes mayorías sociales relegadas del proceso de desarrollo, se suma el escepticismo creciente, del pueblo hacia los políticos, y la sensación de abuso y engaño ante los incumplimientos, encontramos plena justificación al objetivo: reivindicar y castigar a los culpables.

En nuestro país se advierte la existencia de un descontento reprimido que se traduce a su vez, en un imperativo social de justicia.

El objetivo estratégico de Bucaram, busca precisamente convertirlo en instrumento de justicia a través de reivindicar a los grupos marginados promocionando el castigo a los dominadores. Reprimir a los adversarios "con nombre" a "ellos", aunque sólo sea un decir cumple el objetivo -pues

resulta absurdo pretender que Abdalá no tenga "algunos buenos amigos" entre los poderosos- "Ellos" engrosan la lista de anti-pueblo que él elabora: oligarcas, explotadores, hambreadores, políticos deshumanizados, continuistas, etc. (1-3.14/5-3/6-8/6-3/6-13/20-12.6/20-12.7). La idea de la lista de oligarcas es una ficción, porque Abdalá mismo advirtió: El empresario es amigo para la gestión de gobierno, sólo en campaña hay que decir que es enemigo. (1-20.9).

Los mecanismos para generar credibilidad en el marginado tienen que demostrar más poder del que disponen los oligarcas a quienes se pretende ajusticiar. Por ello Abdalá da a entender que ejercerá el poder al "estilo reconstructor", con prepotencia y agresividad; induce a concluir que "por temor es más conveniente estar con "él que contra él". Utiliza la amenaza para conseguir sus propósitos (44-9/41-13.1/41-11.2/20-12.7); la violencia verbal y la agresividad contra sus adversarios no encuentra ni límites ni parámetros (39). Machismo y salvajismo son sus mecanismos de demostración de superioridad y ridiculización del contrario: "Borja tiene el esperma aguado". (39-2.5/39-2.6/39-2.9/41-11). Abdalá envía flores a su contrincante, como expresión de su cultura, tratándolo cual una "dama" (40-11.2).

Pero, un "Presidente de la Justicia" debía consignar pruebas previas de su lucha por los pobres, el llamado a la constatación de acciones realizadas, enfatiza el cumplimiento con obras en lugar de palabras (51), y desempeña esa función.

Complementariamente, la demostración previa de que "si sabe" castigar, censurar y fustigar a los causantes de la pobreza y humillación popular (71), la ofrece cual juramento: "Palabra de Abdalá" (48) y añade que es un hombre valiente, que quiere que las cosas cambien aún a costa de que su vida peligre (37-5.3/37-5.4) y todo porque "Yo te amo Ecuador" (80/17-1). "y no me avergüenzo de decirlo" (1-40.14)

#### 5.8.- Capitalizar la religiosidad popular.-

El Ecuador es un pueblo profundamente religioso, los valores religiosos juegan un papel preponderante en la conciencia social. Sin duda es un factor que determina opciones y alternativas, motiva temores y prejuicios, mitifica con gran facilidad la realidad social.

El objetivo estratégico de Bucaram pretendía encontrar un vínculo más, con el pueblo, a través de la manifestación pública de su religiosidad personal. Hará referencias continuas a su educación confesional-católica, y rechazará la liberalidad en la actitud de su adversario sobre los mismos temas.

La táctica rayó en lo inusual; no escatimó ocurrencias para lograr su propósito: permitir que la gente asocie ideas como la llegada de un mesías, un redentor, salvador, protector de los pobres y los desamparados.

Cual profeta de un novísimo testamento, sueña con la Virgen, quien lo envía junto a su pueblo a salvarlo de la miseria (6-11). Genera así un mito político-religioso, con

justificación doctrinaria e inspiración teocrática, dice por ejemplo: "la voluntad del pueblo es voluntad divina". Pero hay más todavía: ganar las elecciones sólo es un pequeño paso, el fin de fines (fin terrenal e idealista) es el logro de su utopía de "la Patria es todo" (6-12), que representa casi la "materialización de la idea ética."

El mito de Abdalá "enviado del Señor", tiene otras argumentaciones, dice por ejemplo: que el apoyo electoral recibido en la 1a. vuelta es producto de la decisión popular divina, la que espera sea confirmada por los militares (5-7/1-16.3); una vez recibidos tantos votos ratifica su fe y su agradecimiento a Dios, la "gratitud sagrada" al país por su respaldo, "la fuerza del cristianismo que venció a los enemigos" (5-1). Su triunfo era una "necesidad espiritual" para el Ecuador, (1-12.4).

El ataque a su adversario, Abdalá lo ejecuta como en una contienda en que "todo vale". Dijo que Borja es enemigo de los católicos (18) pero "se reúne con cardenales (...) pretendiendo ocultar sus verdaderas intenciones" (18-2); que hay que evitar que el país caiga en el "obscurantismo" de Borja, un no creyente y materialista (49); salvarlo de un Presidente que "no cree en Dios y no puede arrodillarse a rezar" (1-42.12).

Y lo insólito, se apropió de la verdad con fundamentos divinos; Abdalá es el "único dueño de la verdad" y su verdad "la única verdadera". Cristo es la verdad y Abdalá habla con la verdad porque la ama; para Borja la verdad es relativa pues no ama a Cristo (1-34.20.21.22). Escoger a



Abdalá en las urnas, era optar por "un camino hacia el amor la ternura, la moral, la verdad" (1-10.12); era "decidir entre un hijo de Dios y un hijo del diablo" (46-1.6).

#### 5.9.- Ofertar cordura.-

La oposición política de Bucaram durante la campaña de 1988, enfrentó cierta dificultad en el diseño de su estrategia (35) dada la imposibilidad de predecir el comportamiento de Abdalá, por su temperamento (39) y por el autocontrol que manifestó cuando le convino hacerlo (1).

La imagen de Bucaram exterioriza impetuosidad y crudeza por su lenguaje, es en gran medida un rasgo de personalidad que con seguridad estimuló la creación de un remoquete, que condensa una imagen paranoide e incoherente: "LO LLAMARON LOCO".

Abdalá asimila el ataque, lo entiende como parte de "una justa lid" (3-11.2) y contrapone un objetivo estratégico: ofertar cordura. Lo implementa rápidamente, una vez que siente el peso del remoquete. Incluye en su Discurso y publicidad un mensaje básico: "los ricos lo llaman loco, los pobres el Presidente" (5-10), razona entonces que sus ofertas, sus actitudes y sus sentimientos, son por y para los olvidados de su Patria. (6-2/22-3/6-4/22-8/6-5)

El ataque a los contrarios contiene el siguiente modelo lógico:

a.- Primera premisa: Una posibilidad respecto de la cual existe un marco de valoración positivo en su grupo de referencia fundamental: "ellos" (52)

- Una oferta Política (50/51/53/54/55/59/60/62/65/69/75).
- Una actitud de líder (58/68/73/74/76/77/78).
- Sentimientos hacia los desamparados (57/63/64/66/71)

Ejemplo Premisa 1: (57)

Que los niños no tengan los pies desnudos ...

b.- Segunda Premisa: En relación a la posibilidad precedente, se plantea invariablemente la afirmación de cordura: "No es cosa de loco".

Ejemplo Premisa 2...No es cosa de loco.

c.- Conclusión: Se destaca en el adversario el anti-valor consecuente con la primera premisa, seguido de alguna de las siguientes afirmaciones: "los locos son ellos porque no lo hacen, no lo quieren o no lo desean".

Ejemplo Conclusión: (57)

dejar que miles de niños vivan descalzos, caminando en el lodo y expuestos ... Eso sí es cosa de locos y de políticos deshumanizados que no conocen las necesidades del pueblo).

Por lo demás utilizará el calificativo de loco para despertar simpatías en su favor, concitar atención y neutralizar resistencias (1-42.13/44-3/44-20/44-24/45-4/46-1.1).

5.10.- Liderar la centro izquierda.-

Bucaram confundió innecesariamente a los destinatarios de su mensaje. En ocasiones, disputó el espacio social demócrata (1-8.12) y en otras adoptó estrategias de interpelación dispersas en términos ideológicos (1-14.1).

Apelar a los que "siempre serán pueblo" sin perjuicio de aciertos o equivocaciones ideológicas, debió haber sido la tónica de convocatoria durante toda su campaña, pues, los hombres difieren en ideologías, conceptos y planteamientos, en tanto que el pueblo por sobre sus ideas, comparte pobreza, sufrimientos, anhelos y aspiraciones; ésto Abdalá lo sabe. No cabía intentar juntar a las gentes por lo que los separa, sino precisamente por lo que les une; tanto mas que las casillas ideológicas, reclamadas sin bases serias (ni estatismo de izquierda, ni individualismo de derecha (1-20.7) y en el centro sólo Abdalasismo Social demócrata) (1-8.13) da pie a serios prejuicios sociales que al parecer provienen de temores tradicionales del electorado.

Y sin embargo de ello, tal cual se plantearon las cosas con el ingreso de Borja y Bucaram a la Segunda Vuelta Electoral, habría podido suponerse que no existía posibilidad alguna para el reagrupamiento de los electores de derecha. Creo que Bucaram mantenía mejores perspectivas de atraer a ese electorado, y estimo que así ocurrió, a juzgar por las estadísticas de la votación: el total de votos válidos entre la primera y segunda vueltas, varió hacia arriba en la segunda; y los votos nulos no crecieron significativamente, por lo tanto la votación de las candidaturas de derecha se repartieron entre los dos candidatos pero Abdalá fue mejor favorecido. La votación de Abdalá de la primera a la segunda vuelta creció en una proporción mayor a la de Borja y se acortó la diferencia entre finalistas.

Los grupos de derecha política y económica mantienen características estructurales que los hacen sentirse menos incómodos con Bucaram que respecto de Borja, pues con aquel sus dineros, sus intereses corren menos peligro, al parecer, no obstante de que la actuaciones de Bucaram como Intendente o como Alcalde lo desmienten categóricamente.

Es evidente sin embargo, que la derecha ve en Borja a un enemigo mortal y peligrosísimo (1-19.0); de lo cual se aprovecha Bucaram durante la campaña, con bastante éxito (1-20.5/1-20.9). Por ejemplo dice categóricamente no a las estatizaciones, a sabiendas que los sectores que ostentan el poder económico mantienen más intereses que precautelar, inclusive el pacto les era indispensable. Entre las opciones disponibles, Febres y la Derecha debieron escoger la menos mala, la de menor riesgo para ellos: Abdalá.

#### 6.- LA IMAGEN DE ABADALA, SEGUN LAS TACTICAS.-

Las tácticas analizadas en este trabajo son de 2 tipos: de promoción de imagen y de ataque al adversario.

Por las primeras entendemos la promoción de un candidato enfatizando en el conjunto de virtualidades que lo rodean; se destaca lo bueno, lo diferente, lo que lo hace único y necesario. Las segundas en cambio, cumplen la función de resaltar lo negativo del adversario, atacándolo, desprestigiándolo, con el propósito de desmerecer su imagen y restarle posibilidades ante el elector.

Los rasgos generales que adquiere la imagen de Abdalá, a través de los 2 tipos de táctica son:

6.1.- Por las tácticas de promoción de imagen.-

a.- Efectivo y cumplidor.-

El llamado a la constatación de acciones realizadas durante su desempeño como Intendente y Alcalde, bajo el supuesto que Abdalá ha desempeñado adecuadamente esas funciones, caracteriza su imagen como ejemplo de cumplimiento con las clases populares y es demostración de una buena actuación previa.

b.- El joven de 36 años.-

La promoción de sus escasos 36 años marcan el rasgo de un político joven pero lo suficientemente maduro para ser Presidente. Con ello denota estar auténticamente entregado al servicio de los demás, dotado de la energía necesaria para el cumplimiento de su misión; dispuesto a no tolerar la corrupción de "los viejos tiempos".

c.- El sucesor de Roldós.-

El erigirse en el sucesor de Roldós, primero evoca a "la fuerza del cambio" y explica en parte, la actual "fuerza de los pobres". Segundo: lo presenta como continuador de una obra inconclusa. Denota que Roldós murió antes de poder cumplir, mientras Abdalá está dispuesto a que lo arrastren si incumple. (\*2).

## d.- El duro y cariñoso.-

Al ser complaciente con los sectores populares, su imagen adquiere la dimensión cariñosa y paternalista; también lo presenta como el poderoso indulgente ante los débiles; expresa la ternura y afecto que los marginados merecen.

## e.- El Bolívar de éste siglo.-

La valoración positiva de si mismo, da la imagen de autosuficiencia (positiva) y de prepotencia (negativa). Abdalá lo puede todo sin la ayuda de nadie, "es el Bolívar que nace cada cien años, cuando un pueblo despierta." (\*3).

## 6.2.- Por las tácticas en contra del adversario.-

## a.- El reverso de la medalla.-

El argumentar que Borja rehuyó el debate por miedo y falta de conocimientos, porque "teme enfrentarse en vivo y en directo con la verdad" (31-2), delinea una imagen de Abdalá de manera análoga al "reverso de la medalla". Sus expresiones suponen una interpretación forzada, contiene información falsa, para lograr con ellas, que el receptor del mensaje se forme una idea contraria al otro candidato. Abdalá se dice dueño de la verdad, pretendiendo una imagen de superioridad sobre Borja.

---

(\*2) HOY 22-Nov-87.

(\*3) Vistazo Oct-87

## b.- Que las mayorías no gobiernen.-

El referirse a un eventual gobierno de Borja como la implantación de una dictadura legalizada es una demostración de simplismo político. Los estudios de abogacía cursados por el candidato, de los cuales tan reiterativamente se precia, no han logrado aclarar principios jurídicos elementales, como Democracia, Dictadura, Gobierno Constitucional y Gobierno de Facto. (O si él los tiene claros, no los comparte con su pueblo. ¿Qué tan democrático se presenta Abdalá?)

## c.- Autoritario, dogmático, absolutista.-

Tachar a su contrincante de ateo y materialista le da una imagen de un hombre dogmático, absolutista, irrespetuoso e intolerante. Parece dispuesto a inculcar en el pueblo, ciertos valores, en el más puro estilo Garciano, por la fuerza: coser vestidos y dar baños de manguera (para lavar el espíritu) parecen ser la tónica practicada desde tiempo atrás. (\*4).

## d.- Audaz y cínico.-

Inculpar a Borja de continuismo es una expresión de maquiavelismo y de audacia política. Caracteriza a Bucaram como un hombre dispuesto a todo por lograr sus fines; todo vale en su estrategia.

---

(\*4) Contrapunto. Ago-1980

## e.- El masoquista altruista.-

La capitalización del exilio y la promoción de su desventura, más que constituirse en una denuncia son testimonio de la forma en que disfruta recordándolo; considera importante el sufrimiento para la formación del hombre y expresa el alto grado de involucramiento que su familia tiene en la consecución de sus fines políticos, tal por ejemplo el rol desempeñado por su hijo en la producción de su retórica con que se refiere al exilio.

## 6.3.- La capitalización del exilio .-

La utilización del tema del autoexilio le sirvió a Abdalá para fundamentar su "trayectoria de sufrimiento" y caracterizar su carrera política; pero además como táctica cumple dos funciones:

a.- fomentar la idea de la existencia de vinculaciones entre Borja y Febres, de tal naturaleza como para causarle las canalladas que dice haber soportado en Panamá (1-34.8) y dar asidero a la acusación posterior, de que Borja es continuista.

b.- justificar la demora en su retorno, por el chantaje de Borja quien pretendía el apoyo del PRE para las elecciones de 1988 (1-34.3) y a la par desvirtuar la existencia de un pacto Abdalá-León.



## 7.- UTILIDAD DE ESTE ANALISIS.-

Los motivos que promueven un análisis, determinan también su utilidad. La motivación en éste trabajo es sociológico política, se encamina a la determinación de los ámbitos de interacción entre candidato, adversarios y electores; al análisis de las tácticas de persuasión y de la reacción consiguiente que adopta el votante y las fuerzas políticas adversas al emisor.

Nuestra investigación se limita sin embargo, al primer ámbito: lo que el candidato implementó. Fases subsiguientes de investigación pueden enlazar los aportes de éste esfuerzo al estudio de objetos conexos, empleando otras ópticas y metodologías.

Desde la perspectiva político electoral, este análisis hace posible descubrir el perfil de una estrategia y un Discurso de réplica, para neutralizar los efectos buscados por el primer emisor y adoptar las tácticas necesarias tendientes a lograr un nuevo efecto; invalidar las propuestas del adversario: frente al elector, en el ámbito de la opinión pública o dentro de ciertas instancias de la estructura estatal y/o de la sociedad civil.

^^^

## EL DISCURSO EN MEDIOS AUDIOVISUALES.-

## 1.- LO VISUAL, COMPLEMENTO DE LA PALABRA.-

Resulta ilustrativo ensayar algunas aproximaciones sobre la complementación entre mensaje verbal y visual en el Discurso de Bucaram; tanto porque las imágenes son un importante elemento de refuerzo del mensaje verbal, cuanto porque ayudan a entender algunas de las estrategias.

Más aún, porque Abdalá confiesa ser su publicista (38-3.2); se declara autor de todas sus cuñas y espots, y estima que su campaña en televisión fue superior a la de Borja (3-13.2).

Este capítulo se mantiene en el análisis de la dimensión verbal, pero integra observaciones sobre lo visual de 2 video canciones, AGRADEZCO AL DIOS ETERNO (5) y POR ESO ME LLAMAN LOCO (6) que contienen rasgos representativos de los elementos motivacionales y mecanismos persuasivos, que Bucaram utiliza en su mensaje televisivo.

### 2.-VIDEO: "AGRADEZCO AL DIOS ETERNO". (5)

Este video es el primero que Bucaran utiliza durante su campaña para la segunda vuelta electoral, contiene 4 estrofas y estribillos.

#### 2.1.-Primera estrofa.-

"Agradezco al Dios eterno que acepta mis peticiones y mi gratitud sagrada para mis cuatro regiones. Ya vencimos a profetas, a la bruja y a Lombana. Venceremos al mismo diablo, pues nuestra gente es cristiana".

##### 2.1.1.-Mensaje verbal.-

El texto destaca el agradecimiento de Abdalá a Dios por aceptar sus peticiones (el ingreso a la Segunda Vuelta debió ser una de ellas) y a las cuatro regiones del Ecuador por la votación que le brindaron.

Al agradecimiento de un hombre lo llama "sagrado", así se sacramentaliza él mismo y ¿con ello pide respeto y veneración?

Afirma haber vencido a todos los que no creyeron que él ingresaría a la segunda ronda electoral y cree que debido al "cristianismo de nuestra gente vencerá al mismo diablo". (5-1) Es decir al candidato y al pueblo les asistiría un poder teosófico.

Los enemigos son definitivamente los malos y los términos con que los alude son esotéricos.

Proyecta imagen nacional apropiándose de 4 regiones geográficas del Ecuador, aquellas en donde hay votos.

2.1.2.-Mensaje visual.- (5-1)

a.- El video empieza con imágenes de su arribo en helicóptero desde el exilio.

El modelo de la llegada conlleva un significado fundamental y explicita una doble razón:

Significado: El Redentor que regresa a su pueblo.

Razón 1 : Porque tiene derecho y porque ama al Ecuador.

(80/17-1/1-40.14)

Razón 2 : Porque su país lo necesita para que lo salve de la miseria. (6-11/22-11)

b.- El agradecimiento lo simboliza con imágenes de Abdalá pensativo que sugieren un profundo diálogo con Dios; las gracias a las regiones de su Patria las expresa con un afectuoso abrazo a una indígena.

Para ilustrar la idea de victoria sobre profetas, utiliza tomas de Alejandro Carrión y Alfredo Pinargote periodistas a quienes, mediante un cartel, califica como "plumíferos de la oligarquía" y los numera 00414 y 00003 respectivamente; para la bruja que no vaticinó su triunfo en la Primera Ronda Electoral, utiliza una toma rotulada "...Guga Ayala..."; su triunfo sobre Lombana, asesor de campañas políticas de procedencia colombiana, quien días antes de la primera elección anunció el ingreso de Borja y Durán a la Segunda Vuelta, lo ilustra con la fotografía de Lombana, el nombre y la leyenda "...fugó del país..."

c.- Cuando pronostica su victoria sobre el "mismo diablo" se aprecian rayos, centellas y la caricatura de

Borja, con cornamentas en las sienes emulando a Satanás

Las relaciones que sugieren estas imágenes incentivan la idea de que Borja es el mismo diablo y Bucaram un profundo cristiano, el único capaz de combatirlo y vencerlo. A esto se añade el supuesto de que nuestra gente cristiana, cortará el paso a un ateo.

## 2.2.-Los estribillos de la canción.-

1o.- "Ahora se escucha más fuerte ¡ABDALA! (5-2)

Se escucha en el Oriente	¡Abdalá!
y se escucha en la Sierra	¡Abdalá!
y retumba en la Costa	¡Abdalá!
la Región Insular	¡Abdalá!"

2o.- "Solo hay una esperanza ¡ABDALA! (5-4/5-5)

La fuerza de los pobres	¡Abdalá!
El triunfo de la Patria	¡Abdalá!
En costa, sierra , oriente	
y la región insular. (Bis)	

3o.- "Por eso gritamos todos ¡ABDALA! (5-8)

La fuerza de los pobres	¡Abdalá!
El triunfo de la Patria	¡Abdalá!
En costa, sierra , oriente	
y la región insular. (Bis)	

4o.- "Ahora se escucha más fuerte ¡ABDALA! (5-11/5-16)

La fuerza de los pobres	¡Abdalá!
El triunfo de la Patria	¡Abdalá!
Por decisión del Pueblo	¡Abdalá!
y por los marginados	¡Abdalá!
por la gente del campo	¡Abdalá!
la gente del suburbio	¡Abdalá!
por los desempleados	¡Abdalá!
por la gente que sufre	¡Abdalá!
los pueblos olvidados	¡Abdalá!
la mujer ecuatoriana	¡Abdalá!
por los niños con hambre	¡Abdalá!
niños desamparados	¡Abdalá!
por un gobierno honrado	¡Abdalá!
por una Patria nueva	¡Abdalá!
por una Patria buena	¡Abdalá!"
No olvides nunca el grito	¡Abdalá! (Bis)

## 2.2.1.-Mensaje verbal.-

En síntesis: se dirige a los diversos segmentos electorales, en 4 regiones geográficas, les dice que escuchen la esperanza, que se llama Abdalá, que no la olviden. Propone a Abdalá como meta de la esperanza.

## 2.2.2.- Mensaje visual.-

Las imágenes televisivas, son expresiones de soledad, explotación e injusticia social, ambientan y refuerzan el texto.

En el video, durante todos los estribillos se mantiene la misma técnica de compaginación de imágenes.

Primero.- (5-2)

Tomas que evocan la concentración de bienvenida después del exilio; continúan imágenes de paisajes, personajes y animales que representan inequívocamente lo típico de las regiones que conforman el Ecuador (Costa, Sierra, Oriente e Insular).

Segundo.- (5-4/5-5)

Una rápida toma del helicóptero en el que Abdalá retorna, sobrevuela y desciende sobre la "multitud impaciente". El mensaje sugiere "el retorno de la esperanza": porque el gobernante actual frustró las expectativas populares, persiguió e intentó matar a este "retoño de la esperanza", el mismo que llega hoy, literalmente del cielo. Siguen tomas de concentraciones en Costa y Sierra; en la costa Abdalá es levantado en hombros entre una multitud que vitorea; en la

sierra Bucaram viste un poncho indígena mientras pronuncia un discurso; continúa un paisaje de las islas Galápagos.

Tercero.- (5-8)

Imágenes de Abdalá en concentraciones políticas. Aparecen cartografías de las regiones de la Patria en la medida que van siendo nombradas durante la canción hasta configurar todo el país, luego se dibuja la fotografía de Abdalá en el centro del Mapa Ecuatoriano, el mensaje en las tomas sugiere la idea de "un liderazgo de unidad nacional". Continúan imágenes de Bucaram mientras expresa afecto a mujeres campesinas.

Cuarto.- (5-11 al 5-16)

Es el más largo estribillo del video musical, contiene una ágil secuencia de enunciados e imágenes que tienen connotaciones especiales a las cuales nos referimos en los numerales subsiguientes.

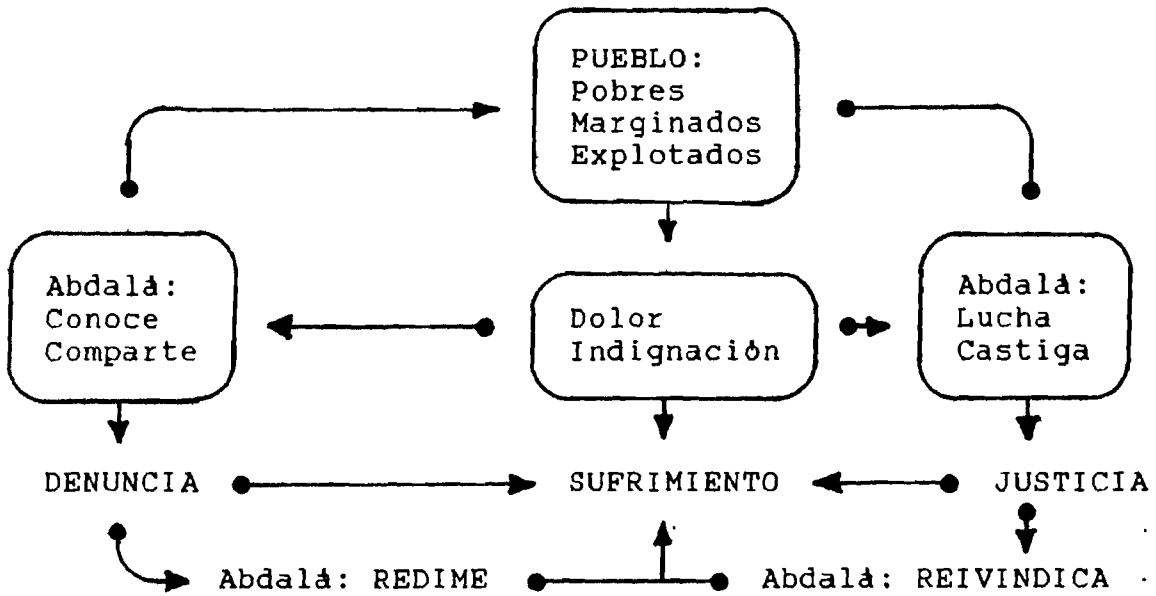
2.2.3.- Connotaciones de los estribillos.-

Abdalá es llanto de indignación y rechazo a los males sociales; es también la única esperanza, el único que busca "apasionadamente" la solución de los problemas, es el Redentor, erradicador de la miseria y la explotación.

En torno a él confluyen todos los pobres de la Patria, él ha convivido con ellos, sabe sus problemas y angustias, en él radica la fuerza de los pobres ante la miseria e injusticia (15).

El modelo de argumentación empleado en los estri-

billos admite la siguiente esquematización:



La relación que se establece entre Abdalá y el Pueblo es la siguiente: Abdalá lucha por los desposeídos para redimirlos; y porque los desposeídos existen, está Abdalá para reivindicarlos.

Los elementos motivacionales presentes, basan las premisas voto-retribución, en un esquema de aspiración-realización social que va mas allá de los parámetros de la oferta política: Voto = obra ("Tú me das tú voto yo te doy una escuela").

Abdalá personifica las soluciones, él es el factor retributivo del voto a su favor, se basa en "anhelos sociales" provenientes del esquema de aspiración-realización subjetiva del individuo. Es el líder que personifica esos anhelos, inmensurables, incuantificables, pero existentes a nivel social: esperanza, afecto, redención.



Amparo Menéndez-Carrión en su obra "LA CONQUISTA DEL VOTO. De Velasco a Roldós" (pág. 430) anota, refiriéndose al Comportamiento Electoral de los Votantes en las barriadas Guayaquileñas:

"La naturaleza utilitaria y contingente del comportamiento de apoyo de los moradores sugiere la poca utilidad de interpretarlo en términos de su presunto "emocionalismo". Ciertamente, la afectividad no liga a contendores y votantes entre sí incondicionalmente. Es la coincidencia mutua de intereses lo que los enlaza, por lo menos temporalmente".

Estamos de acuerdo con Amparo Menendez en que la coincidencia de intereses enlaza a los actores políticos; pero discrepamos, en cambio, con dos posibles implicaciones de dicha tesis: 1a.- que los anhelos sicosociales no sean un interés suficiente para ligar "por temporadas" de años a candidato y ciertos votantes (sobre todo, si los anhelos subsisten y el líder capitaliza las expectativas); y 2a.- que el "emocionalismo" no pueda emplearse como categoría depurada, dentro de un marco teórico de psicología social y aplicarse al análisis político.

Abdalá basa en la utilización del factor emotivo su estrategia de persuasión, la misma que nos plantea varios interrogantes: ¿Lo hizo para reforzar la intención de votar, de los miembros de las redes clientelares de las que dispone en el suburbio guayaquileño? ¿Lo hizo para persuadir a segmentos poblacionales con distintos esquemas de aspiración-realización; o ubicados en zonas, en donde carece de redes clientelares? ¿O, simplemente, hizo de la emotividad el eje de su influencia en el elector? Este trabajo no

desentraña las interrogantes referidas, las pone en evidencia desde la perspectiva de la estrategia implementada.

2.2.4.- Connotaciones del cuarto estribillo.-

Profundizamos sobre el cuarto estribillo del video Agradezco al Dios eterno y encontramos que posee una lógica especial para ligar el enunciado y la imagen:

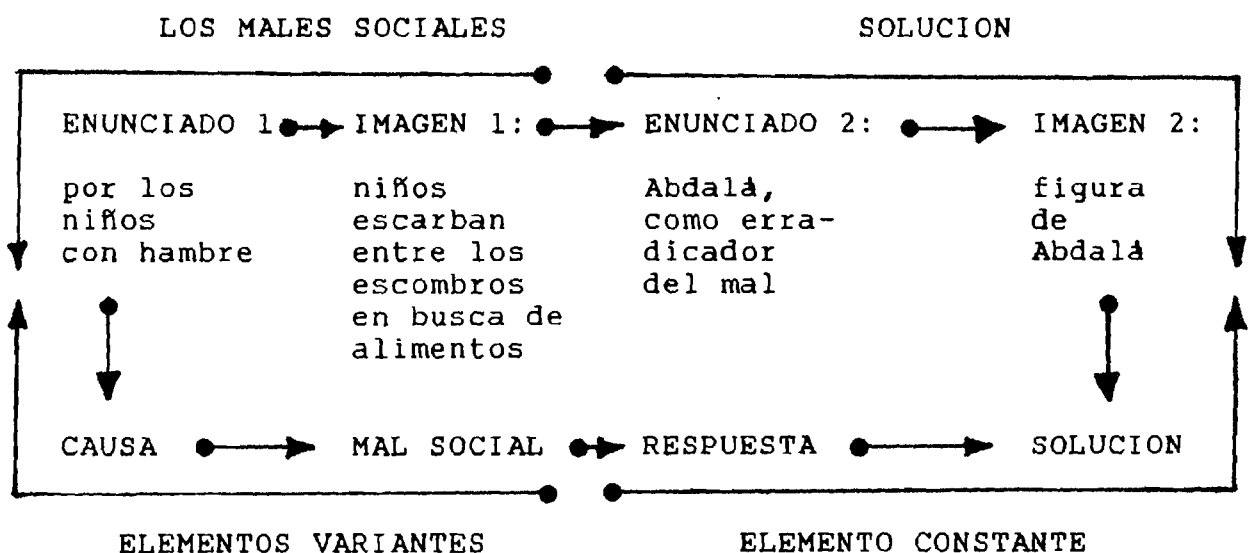
a.- El mensaje verbal enunciado en un primer momento contiene "una causa", problemática o mal social.

b.- Simultáneamente con el primer enunciado se proyectan imagenes que describen dicho mal social.

c.- Luego de un compas de música, se enuncia el nombre Abdalá, al cual se lo propone como respuesta o solución al problema social.

d.- En sincronia con el segundo enunciado se proyecta la fisonomia de Bucaram, en actitud de erradicación de "la causa". Fin de la escena.

Esquemáticamente, lo dicho líneas arriba puede expresarse de la siguiente forma:



La compaginación de enunciado 1 e imagen 1, con cada uno de los elementos del cuarto estribillo, es como sigue:

ENUNCIADO 1:

IMAGEN 1:

- "Y por los marginados"

Niño indígena. Angustia y sufrimiento en su rostro. Al borde del llanto.

- "Por la gente del campo"

Sembradores de arroz. Trasvasan el producto de una canoa a otra.

- "La gente del suburbio"

Hombre pobre, sentado en la gradilla de una puerta. Se levanta pesadamente, cansado. Denota al hombre sin porvenir, sin ilusión.

- "Por los desempleados"

Mujer joven vista de espaldas, mientras lee el periódico. Un acercamiento a su lectura permite leer: "Varios"

- "Por la gente que sufre"

Mendigo minusválido. De frente a la cámara sin mirarla, percata do de su presencia. Inmóvil sobre la acera.

- "Los pueblos olvidados"

Rápida canoa con motor fuera de borda surca el río. Repleta de gente.

- "Se escucha en el Oriente"

Indigenas.

- "Y se escucha en la Sierra"

Indigenas arando la tierra con los bueyes que tiran la yunta. Otros en una marcha política, se acercan a Abdalá y lo abrazan.

- "Y retumba en la Costa"

La concentración de bienvenida.

- "La Región Insular"

Pescadores sacando un tiburón y  
arrastrándolo sobre la playa.

- "La mujer ecuatoriana"

Mujer de raza negra y edad madura,  
corpulenta, Abdalá la abraza con  
ternura.

- "Por los niños con hambre"

Niños escarban un montón de basu\_  
ra y escombros, undidos hasta las  
rodillas en los desperdicios.  
Buscan algo que comer.

- "Niños desamparados"

Niños lustrabotas trabajando.

- "Por un gobierno honrado"

Toma de la Casa Presidencial.

- "Por una Patria nueva"

Una mujer india, su hijo atado a  
su espalda con el manto. El niño  
mira hacia el cielo en busca de  
esperanza.

- "Por una Patria buena"

El hijo menor de Abdalá corre ha\_  
cia él, hasta que éste lo levan\_  
ta en brazos.

- "No olvides nunca el grito"

Un hombre joven de raza negra entre  
una multitud, pone las manos alre\_  
dedor de su boca en actitud de  
grito.

- "No olvides nunca el grito"

Abdalá abraza a su hijo mayor  
después de un discurso.

De éste modo, Abdalá encarna la solución a los  
problemas del país y encarna las aspiraciones de la gente;  
se transforma en la esperanza, propone la realización de una  
Patria cielo, de una PATRIA TODO.

## 2.3.- Segunda estrofa.-

"Los que se burlan del pobre, por ser dueños de mansiones, con cinismo van al pueblo, solo en tiempo de elecciones. Niños con frío y con hambre, desmayados en portales, para la oligarquía estos son casos normales".

## 2.3.1.-Mensaje verbal.-

El texto nos da a entender que una de las causas de la injusticia social es el oportunismo político y la indiferencia de los oligarcas.

Otros matices y lecturas las pone el receptor del mensaje, por ejemplo: De los pobres se burlan los políticos, el Gobierno y Rodrigo Borja que representa "más de lo mismo"; más injusticia, explotación y ahora ironía y burla. Y se ríen del pueblo, porque "son dueños de mansiones", por la opulencia en la que viven indiferentes a la gran miseria popular.

Ellos, estos políticos oportunistas e inescrupulosos, se acercan al pueblo sólo en tiempo de elecciones, cuando requieren el voto de cada pobre para poder satisfacer su ambición de poder. Mientras no hay elecciones, no se acuerdan del pueblo, de cómo vive, de qué necesidades tiene y que angustias enfrenta.

Políticos deshumanizados, tienen la miseria ante sus narices, "niños con frío, con hambre; desmayados en portales", pero para ellos que son la Oligarquía, esa pobreza y ese sufrimiento del pueblo, son casos normales. Es normal que haya ricos y es normal que haya pobres; hay gente

feliz que lo tiene todo, e infeliz que no tiene nada. Asi es como quieren que sea (5-3).

2.3.2.- Mensaje visual.- (5-3)

La técnica de contrastar situaciones de opulencia y miseria, con la ironía y quemimportismo del poderoso busca provocar indignación; las imágenes así lo denotan.

a.- Sincronizadas con las palabras "Los que se burlan del pobre, se presentan imágenes nitidas de Laniado, (\*2) rotulado "el Patrón", y de Febres Cordero. En la de Borja aparece un rostro de perfil parece esculpido en piedra, con aire imperial, rotulada Rodrigo "Borgia".

b.- Al texto "Por ser dueños de mansiones" se acompañan tomas de una casa residencial. La rotulan "Lujosa mansión de Borja".

c.- Con el texto: "con cinismo van al pueblo", aparece una fotografía de Borja, a la que se le da una connotación de fastuosidad "Borgia", imagen que se va difuminando de la pantalla para dar paso a otra, la de un hombre recostado sobre la acera, dormido con los brazos cruzados, rodeado de basura y escombros.

d.- Con el texto "solo en tiempo de elecciones", va la toma de una calle llena de gente, en cola para votar.

Continúa la de la una familia indígena caminando por la acera.

---

(\*2).- Marcel Laniado: Ministro de Agricultura en el Gobierno de Febres Cordero, principal personero del Banco del Pacífico.

## e.- "niños con frío y con hambre"

Una niña pobre con el cabello desgredado; niños recogiendo cosas de entre un montón de basura.

## f.- "desmayados en portales"

Dos niños dormidos sobre una loza junto a un portal; guarneciéndose del frío con periódicos y cartones.

## g.- "para la oligarquía"

Imágenes bien definidas de Borja, Juana Vallejo y otra persona alrededor de una mesa, en una reunión social. La rotulan "manejados desde el extranjero".

## h.- "Esos son casos normales"

Una mujer humilde de edad madura, gesticula con indignación; se lleva la mano al rostro en señal de desengaño, le brotan lágrimas de ira.

## 2.4.- Tercera estrofa.-

"... Cuando mi Patria sedienta suplica agua y justicia, los cómplices del gobierno encubrían la injusticia; mis hermanos de uniforme por la Patria lo confirman, que la decisión de un pueblo es la decisión divina ..."

## 2.4.1.- Mensaje verbal.-

La escasez de agua potable es un agudo problema que enfrentan los pobladores del Ecuador especialmente en las ciudades de Quito y Guayaquil.

En la campaña política de 1988, el tema agua potable ocupó un lugar especial en la oferta electoral. Abdalá expresa: La Patria estaba sedienta; con justicia los pobres suplican agua. El Gobierno reconstructor y sus cómplices,

la Izquierda Democrática que se desempeñaban como legisladores en el Congreso Nacional (y que representan el continuismo de Febres Cordero) encubrían la injusticia, hacían "oídos sordos" del clamor popular por agua (5-6).

En las dos últimas líneas de la segunda estrofa, Abdalá cambia de la temática del agua a la de los militares (\*3), como una clara alusión a la función teocrática-militarista que espera cumplan en su proyecto político (5-8), como guardianes del orden constituido y de la voluntad popular que es la "voluntad divina".

Con la misma alusión va más allá, establece una relación con los militares, identificándose; habla de "mis hermanos de uniforme". Entre hermanos no hay rencores, no existen revanchismos.

#### 2.4.2.- Mensaje visual.- (5-6/5-7)

##### a.- "Cuando mi Patria sedienta"

Una indígena da de beber a Abdalá de un pilche. El se agacha para facilitárselo. Niños llevan recipientes plásticos con agua.

##### b.- "suplicaba agua y justicia"

Enfoque al titular de una noticia que reza "Permanente escasez de agua potable".

---

(\*3).- Bucaram enfrentó un problema con la Institución Castrense a propósito de declaraciones formuladas a "La Prensa" de Nueva York (41-10.1/41-10.3). El juicio en su contra y otras circunstancias ocasionaron su exilio en Panamá. Luego de la primera ronda electoral, cundió la idea, sobre Abdalá, que si ganaba las elecciones los militares no permitirían que asuma la Presidencia de la República.



## c.- "los cómplices de gobierno"

Fotografía de Efren Cocios dirigente de la I.D.; su nombre escrito debajo de ella y una leyenda que dice "Empleado de Laniado" (\*4). Continúa una fotografía de Andrés Vallejo, alto dirigente del partido I.D. y Ex-presidente del Congreso Nacional durante el Gobierno de Febres-Cordero. Rotula su imagen una leyenda que dice "Vallejo: Negoció con Robles Plaza" (\*5).

## d.- "encubrían la injusticia"

Toma del Palacio Legislativo. Sobre ella aparece la leyenda: I.D. 10 años manejó El Congreso. ¡Cómplices! ..."

## e.- "mis hermanos de uniforme"

Una Bandera Ecuatoriana flameando, lleva la palabra "Democracia" sobrepuesta.

## f.- "por la Patria lo confirman"

Toma de un mendigo con gran cantidad de carga sobre su espalda. Camina con dificultad.

El mensaje visual sugiere: "La Patria también son ellos".

## g.- "que la decisión de un pueblo"

Imágenes de una multitud de gente, tomada de espaldas, en una concentración política del PRE.

---

(\*4) Efren Cocios: Director Nacional de la I.D., por largo tiempo abogado del Banco del Pacífico.

(\*5).- Luis Robles Plaza fue Ministro de Gobierno durante el régimen rector.

## h.- "es la decisión divina"

Abdalá sentado tras un escritorio. Un librero a su espalda. El Tricolor Nacional a su derecha. Vistiendo traje y corbata -muy poco usual en él- (45-3) se advierte seriedad y firmeza en su gesticulación; se diría que presume de ser caballero por su terno y zapatos brillosos.

La sucesión de imágenes en las dos últimas líneas de ésta estrofa y el texto de las mismas sugieren lo siguiente:

Sus hermanos los militares respetarán la decisión del pueblo; el pueblo, los pobres y menesterosos elegirán a Abdalá quien encarna por "decisión divina", la justicia, la libertad y la redención.

## 2.5.- Cuarta estrofa.-

"... Abdalá, la oligarquía mil mentiras va a inventarte, del pueblo eres la esperanza, nunca vamos a cambiarte. Porque amas a los niños y en tu alma están presentes, los ricos te llaman loco, los pobres el PRESIDENTE".

## 2.5.1.-Mensaje verbal.-

Esta estrofa contiene la réplica al discurso opuesto a Bucaram. Abdalá advierte a su pueblo que la oligarquía se inventará "mil mentiras" sobre él. El guión presume la respuesta del pueblo: "no importa, eres la esperanza y nunca te cambiaremos". (5-9) Intenta quitar validez y credibilidad a todo lo dicho por el adversario.

"Amas a los niños y en tu alma están presentes."

¿Cómo vamos a cambiarte? Ellos -la oligarquía, Febres Cordero, Borja, el continuismo, "los que se ríen del pueblo"- te llaman loco; nosotros los humildes, los pobres de la Patria, los olvidados de siempre, te llamamos el Presidente. (5-10) "Tú eres pueblo como nosotros".

2.5.2.- Mensaje visual.- (5-9/5-10)

a.- "Abdalá la oligarquía"

Bucaram caminando sobre la acera mojada, los vehículos transitan por la calle junto a él. La imagen sugiere humildad, sencillez e inocencia en torno a Abdalá: "increíble que a tí te inventen cuentos."

La Oligarquía es representada con fotos de Febres-Cordero y Borja y la leyenda "los de siempre".

b.- "mil mentiras va a inventarse"

Tomas de recortes de prensa sobrepuestos, se leen los siguientes titulares: "Abdalá no está capacitado para poder gobernar el país"; "Abdalá se reunió con la oligarquía"; "Borja: el estilo de mi adversario es ..."; un editorial: "El loco"; "Graban llamadas telefónicas privadas del Ab. Bucaran"; entre otras.

c.- "del pueblo eres la esperanza"

Imágenes de su hijo el menor, de Jacobo el mayor y de Abdalá con su esposa e hijos, tomados todos de la mano, caminando en un parque recreacional.

## d.- "nunca vamos a cambiarte"

Tomas de sus hijos, una niña, dos varones; el menor con el dedo en la boca.

Denotaciones: Abdalá y su familia, las tomas individuales de cada uno de sus niños, expresan la ternura usual de un padre hacia su descendencia. El amor y protección que otorga el jefe de familia y la seguridad y respaldo que sienten quienes dependen de él.

El mensaje es muy sugestivo: Abdalá establece una relación paternalista entre él y su pueblo; quiere a su pueblo como a sus hijos, y pide a su pueblo que encuentre en él la esperanza anhelada.

Sus sentimientos hacia el pueblo se equiparan al amor filial entre padre e hijo, ese amor nunca cambia, es indefraudable. (1-42.14)

## e.- "Porque amas a los niños"

Niños de diversas edades al percatarse de la llegada de Abdalá corren hacia él y lo abrazan.

## f.- "Y en tu alma están presentes"

Imagen fija, de Abdalá en actitud de denuncia, se difumina paulatinamente y mientras lo hace, se va configurando la figura de un niño recostado sobre la acera y cobijado con periódicos. Luego ambas imágenes permanecen juntas en la pantalla.

## g.- "los ricos te llaman loco"

Tomas de la concentración que lo recibió, cuando

vino de Panamá (se presumen así conocidas, por la teleaudiencia); Abdalá baja de la tarima hacia la multitud. Se mezcla con la gente, emotivo, cariñoso; lo abrazan, lo tocan. El receptor puede interpretar el mensaje: "Me dicen loco por entregarme al pueblo en cuerpo y alma."

h.- "los pobres el Presidente"

Abdalá en el discurso pronunciado al regreso de Panamá, con la banda presidencial ceñida a su cuerpo.

3.- VIDEO: "POR ESO ES QUE ME LLAMAN LOCO".- (6)

Este video se basa en la canción que Bucaram dijo haber compuesto, arreglado e interpretado. Se titula "Por eso es que me llaman loco", contiene tres estrofas y estribillo.

3.1.- Primeras estrofas.-

"Tenía 35 años,  
una mujer y cuatro niños,  
sufría porque los obreros  
no tenían pan, techo y empleo".

"Luchaba contra la injusticia  
y protegía a los necesitados.  
Amaba a los campesinos,  
a los humildes y a los niños pobres".

3.1.1.- Mensaje verbal.-

Durante la campaña de Febres Cordero en 1984 se prometió "Pan, Techo y Empleo".

Abdalá expresa sufrimiento al constatar el engaño de que fuera objeto el pueblo ante la falta de realización

de las ofertas políticas que se le hicieron. (6-1/22-1)

En este marco de frustración popular, destaca su lucha por la justicia, por los desprotegidos, por los pobres de la Patria. (6-2/22-2)

3.1.2.- Mensaje visual.- (6-1/6-2)

Las imágenes que acompañan al texto conllevan el siguiente significado:

a.- El primer cuadro, expresa el arribo de Abdalá desde el exilio. Su llegada da cuenta de poder y superioridad, llega en helicóptero; la espera se ha hecho interminable para un pueblo que lo recibe frenético; la esperanza renace ante su llegada y el líder se convierte en redentor de la frustración popular.

b.- De inmediato en el video, el segundo cuadro lo enfoca a él directamente ante un micrófono, cantando, impregnado de sentimiento. Aparecen luego, su esposa e hijos.

c.- Su rostro pensativo, preocupado, expresa sufrimiento e indignación ante la situación del pueblo. La imagen de un pordiosero repleto de carga en la espalda, atraviesa la pantalla y da cuenta de esa situación.

d.- Orienta su lucha hacia la justicia y protección a los más débiles. Muy lentamente se une en un afectuosísimo y paternal abrazo con una campesina; saluda desde una canoa en movimiento, rodeado de gente; su mano acaricia el rostro de una anciana de raza negra; levanta niños pobres con sus brazos.

Todos estos actos tienden a demostrar una gran capacidad de afecto y solidaridad hacia los más humildes de la Patria.

3.2.- Primer estribillo.-

"Por eso me llaman loco,  
 todos los oligarcas.  
 Por eso es que me llaman loco.  
 Y un día me desterraron,  
 dentro de una oscura celda  
 de los pulgares me colgaron.

¡Abdalá! : por los necesitados.  
 ¡Abdalá! : por los campesinos.  
 ¡Abdalá!"

3.2.1.- Mensaje verbal.-

Si sufre por los débiles y lucha por los desprotegidos, sufre y lucha por el Pueblo. El verdadero Pueblo lo quiere, lo necesita; el anti-pueblo, los oligarcas, lo llaman loco. (6-3/22-3)

Compartió con su pueblo un mismo verdugo, sabe de lo que habla, la oligarquía lo desterró y lo colgó de los pulgares. La causa: los campesinos, los necesitados; contra la miseria. (6-4/22-4)

3.2.2.- Mensaje visual.- (6-3/6-4/6-5)

a.- Al referirse a la oligarquía se establece una relación con las imágenes de Laniado, Febres y Borja que a su vez sugieren continuismo de Borja respecto de Febres Cordero.

b.- Lllaman loco a Abdalá porque lloraba junto a su

pueblo. Se lo ve llorando, con la "dignidad de los hombres, mirando hacia el frente".

De inmediato aparece una imagen que justifica su llanto: las manos de un médico sostienen la cabeza de un tierno niño que lleva una sonda en la nariz, la mirada angustiosa, perdida, la respiración agitada, un gesto suplicante en su rostro, ahoga un grito de dolor.

El rostro de Abdalá en franco dolor, antecede y sucede a la toma del niño. El mensaje es claro: lo llaman loco por llorar por ese niño, cuando todos al verlo, deberíamos llorar también.

c.- Imágenes de Fuerza Pública recuerdan la persecución de que fuera objeto, el allanamiento del Municipio; un avioneta en el cielo simboliza la salida al exilio; fue apresado; individuos armados tratan de someterlo mientras él forcejea.

d.- Cuando en la canción está concluyendo la frase "...de los pulgares me colgaron ...", Abdalá aparece frente al micrófono con los brazos en alto y los pulgares erguidos; de inmediato existe una toma que lo enfoca de la cintura hacia arriba, colgado de los pulgares y con el torso desnudo. Un movimiento de cabeza de atrás hacia adelante da la sensación de inconciencia y dolor fruto de la tortura.

Estas tomas son sumamente sugestivas, solo comparables a las imágenes que simbolizan la crucifixión de Jesucristo. El mensaje podría sintetizarse a través de lo siguiente: Jesucristo vino al mundo por los humildes y los más débiles. Sufrió y luchó por la salvación de los hom-



bres, fue tomado preso por los judios y le dieron muerte; Abdalá establece una analogia de su vida con la de Cristo, regresó por los más pobres y los desprotegidos, luchará contra la opresión y la miseria, su vida de sufrimiento y persecución es como la de Jesús. (37-2.2.)

e.- "...Abdalá:...por los necesitados..."

La imagen de un indigena cuya vestimenta típica - sombrero, poncho, pantalón y alpargatas- es todo harapos; de inmediato aparecen tomas de Abdalá en actitud dinámica que sugieren capacidad de solución.

f.-"...Abdalá: por los campesinos..."- Tomas de un campesino serrano arando con yunta, seguidas por otras que sugieren la liberación de Abdalá de sus captores.

La imagen da la idea de que Abdalá, lucha por los olvidados de siempre, los necesitados, los indigenas, los campesinos y sale victorioso, por lo tanto habría que confiar en él y tener esperanza.

### 3.3.- Segunda estrofa.-

"Creí con un dolor en mi alma,  
he cruzado caminos llenos de espinas,  
he naufragado como un velero,  
he pedido al viento me vuelva a la playa.

Tenia el corazón herido,  
la opresión me hizo pedazos;  
volé como una gaviota,  
derramando en el cielo mi libertad".

#### 3.3.1.- Mensaje verbal.-

El mensaje conlleva un relato del torturoso trayecto que Abdalá tuvo que afrontar hasta recuperar su liber-

tad. (6-6/22-6) El sufrimiento personal que afrontó lo simboliza con las siguientes figuras: "Dolor en el alma", "Caminos espinosos", "Veleros que naufragan", "Corazón herido", "Opresión que hace pedazos". (6-7/22-7)

La recuperación de su libertad se simboliza con Viento, Playa y gaviota.

### 3.3.2.- MENSAJE VISUAL.- (6-6/6-7)

Las imágenes que acompañan la segunda estrofa de la canción, son:

a.- Tomas de los cortejos fúnebres de su hermana Martha y su cuñado Jaime Roldós (mensaje escrito en el video: "El Adios a mis hermanos Jaime y Martha")(Ver Cap. VI.2.3).

De igual forma cruzan imágenes de los cortejos de sus coidearios (mensaje escrito: Asesinan a Merlin Arce; asesinan a German Zambrano). Con estas imágenes se justifica el guión: "...Crecí con un dolor en mi alma, he cruzado caminos llenos de espinas..."; y se refuerzan las afirmaciones de Bucaram de ser el hombre que "más cadáveres ha puesto en el camino" (20-12.4), y más "compañeros caídos" en su trayecto (3-12.4)

Abdalá forma parte activa de los cortejos, él y algunos más, sostienen sobre sus hombros los cofres mortuorios; concluye la sucesión de imágenes con una toma en la que está de pie, rodeado de gente. Es visible el pesar que siente, su amigo Adoum lo consuela sin mucho éxito.

b.- Las tomas siguientes lo enfocan caminando sobre una playa pedregosa; sentado sobre una roca, pensativo, esperanzado y mirando hacia el cielo ("...He naufragado como un velero, he pedido al viento me vuelva a su playa ...")

c.- En actitud de franca reflexión, piensa en las heridas de su corazón. "La opresión lo hizo pedazos"; se lo ve con las manos esposadas, encarcelado, tras las rejas en actitud rebelde, sin comprender la razón de tanta injusticia; afirma que en Panamá se lo encarceló e incluso se lo torturó sexualmente (37-6.2).

d.- La segunda estrofa concluye con tomas de una gaviota surcando el cielo, intercaladas con imágenes de Abdalá liberado, abrazando a su hijo y esposa.

### 3.4.- Segundo estribillo.-

#### 3.4.1.- Mensaje visual.- (6-8/6-9/6-10)

La estructuración del mensaje a través de imágenes en el segundo estribillo es idéntica a la del primero, salvo por la utilización de tomas distintas aunque simbolicen lo mismo.

a.- La oligarquía se simboliza a través de imágenes de: Nicolas Issa, Andrés Vallejo y Rodrigo Borja. En el caso de éste último, utiliza una fotografía cuya expresión denota fastuosidad y la rotula "Rodrigo BORGIA".

Abdalá acusa a su contendor de ser descendiente de los Borgia, de mantener aspiraciones de Conde (1-40.9/4-

2.9), sugiriendo que Borja desprecia al pueblo.

b.- Se vuelve a presentar, con idéntica técnica a la utilizada en el primer estribillo, tomas de la imagen sollozante de Bucaran que anteceden y suceden a la de un niño enfermo. El niño, en esta toma, descansa sobre una cuna con los ojos cerrados, su rostro y cuello dan muestra de quemaduras, su expresión es de mucho dolor.

El mensaje se ratifica una vez más, el "llanto de Abdalá" es por el niño. El argumento intensifica la ternura que todo infante produce, al nivel de extrema compasión con la estampa de un niño indefenso y adolorido.

El núcleo del mensaje consiste en que "el niño denota ser pueblo", así el sufrimiento del líder es por el niño y el pueblo que son uno sólo.

c.- Siguen tomas de la Fuerza Pública que representan el ataque a su alcaldía y el posterior exilio. Abdalá ante el micrófono con los brazos levantados y los pulgares visibles, figurando la tortura a la que dice haber sido sometido. Se enfoca su representación en un canto que es sufrimiento, denuncia y protesta; y todo ello por los necesitados y los campesinos.

### 3.5.- Tercera estrofa.-

"Un día soñé con la Virgen  
que me dijo ya eres libre,  
regresa junto a tu pueblo  
y sálvalos de la miseria.

Te unirás a los perseguidos  
y formarás una patria libre,  
vencerás a un no creyente,  
porque el mismo diablo lo dice de menos".

### 3,5,1.- Mensaje verbal.-

La sugestividad del mensaje verbal también es pieza fundamental en la publicidad de Bucaram; en su calidad de candidato y a través del manejo de la religión origina en torno a sí mismo un mito político-religioso; el mensaje entraña el cumplimiento de un mandato divino en el desenvolvimiento de su misión redentora. El principio de autoridad que rige su proceder es la Virgen, quien le ordena regresar y llevar a efecto aquello para lo que está predestinado: "... salvarnos de la miseria ..." (6-11/22-11)

Al citar un supuesto sueño con la Virgen, asume una orden de inspiración teocrática para reivindicar a los perseguidos y formar una Patria libre; para ello deberá vencer a un no creyente. El mensaje sitúa a Borja en la posición de ateo, y su maldad es tan extrema que "el mismo satanás" no lo quiere entre los suyos. (6-12/22-12)

### 3.5.2.- Mensaje visual.- (6-11/6-12)

a.- Tomas de su regreso, un helicóptero que sobrevuela una multitud hasta posarse en tierra. El líder desciende del aparato y mientras camina saluda a su pueblo desde la tarima; luego se mezcla entre la gente que lo abraza e intenta tocarlo; la espectacularidad rodea sus actos.

b.- Imágenes de Abdalá en la concentración que lo aguardó a su regreso, golpeando una fotografía de Borja, en cuyas sienes se caricaturizó cornamentas para simbolizar al

demonio. La actitud de Bucaram representa la derrota de su opositor: "... el mismo diablo ..."

c.- Continúan tomas de rayos y truenos, antes y después de la misma fotografía de Borja con la cornamenta; le sucede una imagen de Borja que de claro se torna oscura y la leyenda escrita que dice: "... su verdadera alma ..."

### 3.6.- Tercer Estribillo.-

#### 3.6.1.- Mensaje visual.- (6-13/6-14/6-15)

a.- Se mantiene la misma técnica de presentación de imágenes que en los estribillos anteriores. Abdalá ante el micrófono; se representa la oligarquía con imágenes de Issa, Febres Cordero, y "Borgia".

b.- Ya por finalizar el video, se funde totalmente el mensaje hablado y visual, a través de la relación: "... le llaman loco..." "...porque lloraba junto a su pueblo".

En esta parte final, el pueblo se representa ya no con los niños, enfermos y adoloridos sino con imágenes de la concentración de masas que lo recibió. La figura de Abdalá está antes y después de estas imágenes.

El mensaje sugiere un Abdalá en actitud paternal, tierna, comprensiva y protectora. Ama a su pueblo como a un niño, y ama a esos niños porque son su pueblo.

c.- Al cantar la parte relacionada con el "destierro y la tortura", las imágenes dan cuenta de la agresión contra su hijo cuando en Panamá buscaban a Abdalá para apresararlo.

Aparece conjuntamente un rótulo: "... agresión a Jacobito ...". El niño se encuentra tras una reja protectora de la entrada principal a su casa, parece discutir con alguien que en actitud violenta pregunta por su padre; de súbito aparece entre las rejas la toma de una culata de metralla que hace ademán de golpearlo, luego se lo ve contra el suelo, el dorso desnudo, embadurnado el rostro, cuello y pecho con una substancia de color rojo. Una imagen del niño sangrante con las manos juntas y actitud suplicante terminan esta escena. (\*6)

Continúan imágenes de Abdalá forcejeando con hombres armados que por la fuerza lo sacan de su hogar, y por último una toma de su esposa y sus tres hijos pequeños, abrazados llorando.

La presencia del hijo de Bucaram en el video sintetiza, la aflicción que todo hijo siente ante la opresión y abuso, del cual es víctima su progenitor; el objetivo es despertar indignación ante el sufrimiento de un niño, originado en el dolor causado a su padre; tanto más que la dramatización del mensaje es aún mayor, cuando aquel niño que ejemplifica la virtud de honrar a su padre, también es agredido y vapuleado por causa de éste. (1-34.11/37-5.3)

---

(\*6).- El hijo mayor de Bucaram desempeña un papel publicitario de gran relevancia, demuestra que las familias que la sociología Funcional denomina "extensivas", características, fundamentalmente, de los países en vías de desarrollo, mantienen lazos muy arraigados de relaciones filiales. La solidaridad es un elemento muy importante en el núcleo familiar y la relación entre sus miembros opera intensamente en todos los campos del quehacer humano. En nuestro país las relaciones padre-hijo; hijo-padre, conllevan una carga social valorativa de gran importancia.

d.- Casi al finalizar el video y la canción va la siguiente secuencia de imágenes:

Distintas tomas inmóviles pero ordenadas, de un hombre habitante del suburbio que al ver a Abdalá, radica de súbito en su regreso. Las tomas dan cuenta de su sorpresa y de una actitud decidida y confiada de acercamiento al líder hasta lograr abrazarlo.

La imagen de un anciano humilde con las manos juntas en actitud suplicante, sugiere ausencia de porvenir y representa "... los necesitados..."; Abdalá toma el rostro de una mujer pobre de edad madura entre sus manos, la besa como un hijo a su madre, la mujer llora de gratitud y emoción.

Su lucha es por una utopía "la Patria Todo", un acercamiento a la Bandera Ecuatoriana sostenida por alguien entre una multitud simboliza la Patria; la imagen de una mano sangrante y el pulgar aprisionado por una cuerda, dan cuenta de su sufrimiento y su tortura y representa la opresión de todos.

e.- Continúan imágenes de campesinos labrando la tierra; un mendigo durmiendo junto a un montón de basura y escombros ("... contra la miseria ...")

Abdalá besando cariñosamente a mujeres indígenas, y bebiendo de un pilche que una de ellas le ofrece.

Concluye el video con tomas inmóviles y secuenciales de un niño de corta edad que le obsequia un ramo de flores. Finalmente imágenes individuales de cada uno de sus



hijos y su esposa; para terminar unido en un abrazo con su hijo mayor durante la concentración de bienvenida, el niño llora por la emoción de tener nuevamente a su padre en su país.

#### 4.- EVALUACION DE LA PUBLICIDAD EN T.V..-

La aplicación de una estrategia publicitaria en materia política, supone un conocimiento adecuado de la estructura de necesidades y aspiraciones sociales que mantiene el segmento poblacional sobre el que se pretende influir. Esto a su vez exige diseñar el mensaje considerando la capacidad receptiva y el esquema valoratorio del público aludido.

La complejidad social manifestada en la heterogeneidad de intereses y en la divergencia de marcos valorativos, respecto de hechos y fenómenos socialmente revelantes, exigen el concurso interdisciplinario en el diseño de mecanismos de persuasión social.

En el caso de Bucaram, sus expresiones inducen a pensar que sus condiciones (38-3.6), su capacidad intuitiva y su "olfato político" son el basamento de toda su estrategia; él mismo diseña su publicidad (3-13.3) y le disgustan los asesores y "analistas de cerebros" (38-3.2).

Abdala se considera el rector de la publicidad política en el país y estima que los otros candidatos se sometieron a lo que él hizo. Opina que si "el producto candidato es bueno" y buena su publicidad, puede ser considerado como un producto de consumo masivo (38-3.8).

Una campaña política presidencial propone modelos y estilos entre alternativas diversas. Las alternativas implícita y explícitamente contienen un conjunto de planteamientos tendientes a encontrar solución a las problemáticas sociales. La decisión mayoritaria optará entre una u otra en base a lo que considere más apremiante. Se escoge entre disyuntivas de porvenir, entre concepciones ideológicas que jerarquizan necesidades y aspiraciones sociales, entre hombres y partidos que las representan, entre estilos de gobernar.

Bucaram equiparó la opción democrática a la distribución, venta y consumo de un producto perecible -él lo afirma.- Considera haber creado un nuevo estilo de hacer política en este país, cuando lo que en realidad hizo -sin ser pionero- fue caracterizar la oferta de manera diferente.

Su publicidad en televisión, desmereció la importancia de la temática de fondo y privilegió, deliberadamente, la emotividad a la racionalidad política. Imágenes sugestivas, emociones y sentimientos, denuncia y reivindicación, hicieron de él mismo "un buen producto en la percha".

La publicidad televisiva de Bucaram magnetiza o al menos impresiona por su presentación. El impacto del video sobre la gran masa causó importantes efectos. De allí el éxito que obtuvo el candidato a quien los analistas le otorgaron muy escasas posibilidades.

^^^