



ESCUELA DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA POLÍTICA DE ABDALÁ BUCARAM PARA
PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA PERÍODO 1996 – 1997

AUTOR

Jenny Estefanía Velasco Encalada

Año

2020



ESCUELA DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA POLÍTICA DE ABDALÁ BUCARAM PARA
PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA PERÍODO 1996 – 1997

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de
Licenciada En Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales.

Profesor Guía
Arturo Moscoso Moreno

Autora
Jenny Estefanía Velasco Encalada

Año
2020

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo, **Análisis de la campaña política de Abdalá Bucaram para Presidente de la República período 1996 – 1997**, a través de reuniones periódicas con el estudiante **Jenny Estefanía Velasco Encalada**, en el semestre **2020-02**, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación"



Arturo Moscoso Moreno

CI 1710011840

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

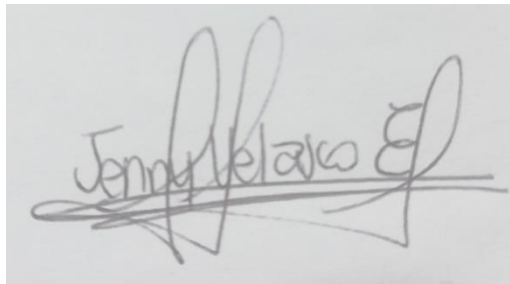
"Declaro haber revisado este trabajo, **Análisis de la campaña política de Abdalá Bucaram para Presidente de la República período 1996 – 1997**, de **Jenny Estefanía Velasco Encalada**, en el semestre **2020-02**, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".



Gabriel Hidalgo Andrade
Máster en Ciencia Política
1103779706

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

A handwritten signature in black ink on a light gray background. The signature is cursive and appears to read 'Jenny Estefanía Velasco Encalada'.

Jenny Estefanía Velasco Encalada

CI 1716792492

AGRADECIMIENTOS

A mis padres por hacer
posible este sueño.

RESUMEN

En este trabajo se analiza el uso del discurso populista en la campaña política de 1996 de Abdalá Bucaram tanto en su primera como segunda vuelta. Se estudiará dicho fenómeno a través de su estrategia de campaña a fin de explicar el papel del líder populista en la campaña electoral y a la par revisar si sus métodos fueron efectivos para conseguir popularidad, si su discurso fue populista y si este fue eficaz de conseguir que la sociedad lo vea como un salvador del pueblo, un líder que el Ecuador necesitaba y con el que se sentían identificados y representados.

Igualmente, se analizará las estrategias discursivas utilizadas en las campañas electorales tanto de la primera como de la segunda vuelta electoral, su discurso diferenciado en ambas, a la par de la diferencia del mensaje al grupo de población al cual se dirigía y la diferencia al expresarse frente a los medios de comunicación.

ABSTRACT

This paper analyzes the use of populist discourse in Abdalá Bucaram's 1996 political campaign, both in his first and second rounds. This phenomenon will be studied through his campaign strategy in order to explain the role of the populist leader in the electoral campaign and also to review if his methods were effective in achieving popularity, if his speech was populist and if it was effective in making society see him as a savior of the people, a leader that Ecuador needed and with whom they felt identified and represented.

Likewise, the discursive strategies used in the electoral campaigns of both the first and the second electoral round will be analyzed, their speech differentiated in both, along with the difference in the message to the population group to which it was addressed and the difference in expressing itself in front of the media.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ESTADO DEL ARTE.....	3
2.1 Teoría del populismo y del discurso populista.....	3
3. ENFOQUE TEÓRICO O PERSPECTIVA DE ANÁLISIS.....	10
4. DISEÑO METODOLÓGICO.....	12
5. ANÁLISIS DE CASO, RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	14
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	25
7. REFERENCIAS.....	28

1. INTRODUCCIÓN

En 1996, ante la sorpresa de la población ecuatoriana, Abdalá Bucaram, fundador del Partido Roldosista Ecuatoriano (PRE), ganó las elecciones en una segunda vuelta electoral presidencial, pese a los sondeos de opinión que señalaban a Jaime Nebot como el único candidato opcionado para pasar a la segunda ronda (Revista Semana, 1996).

Freidenberg y Alcántara (2001, p. 172) explican que el PRE nació como una división del Partido Pueblo, Cambio y Democracia, fundada en 1981 por Jaime Roldós Aguilera. A la muerte de Roldós, Bucaram canalizó el apoyo del pueblo y el cariño que los ciudadanos le tenían a Roldós para guiarlos en su nueva fuerza política: el Partido Roldosista Ecuatoriano (PRE), en el cual el papel de Bucaram fue fundamental en su creación, desarrollo y consolidación. Una de las bases de la creación del partido fue su liderazgo carismático.

De hecho, en los Estatutos del partido en mención, en los artículos 1 y 2 se detalla que la organización se enfoca en las aspiraciones y necesidades populares, en donde se busca transformar las estructuras sociales y económicas actuales o el *status quo* predeterminado, para lograr desarrollar la igualdad y que no existan diferentes clases sociales (Estatutos Partido Roldosista Ecuatoriano, 1983).

Se consolida finalmente el partido en 1983 y el Tribunal Supremo Electoral otorga la inscripción como agrupación partidista el 18 de enero de 1983 (Freidenberg y Alcántara, 2001, p. 172-175).

Entre 1982 y 1988, Abdalá Bucaram se erigió como líder nacional, utilizando la alcaldía de Guayaquil para consolidar el liderazgo en la provincia del Guayas. El PRE tuvo la oportunidad de ocupar la presidencia de la República entre 1996 y 1997 (Freidenberg y Alcántara, 2001, p. 172-175).

El PRE dice representar a los sectores marginados, a los sectores sociales emergentes y estratos empresariales que han crecido aislados de la oligarquía tradicional formada en la Costa. Su estructura es de carácter informal en donde las vinculaciones son de ámbito personal entre el líder y un grupo de dirigentes nacionales y provinciales, en el que se van formando las relaciones internas, la socialización política, para ocupar cargos en la representación popular y ser el engranaje entre las bases clientelistas y el líder (Freidenberg y Alcántara, 2001, p. 178).

Posteriormente, Bucaram fue candidato a la presidencia en 1996 y es en este punto en donde se analizará su discurso populista en la campaña, su trato a las personas, su manera diferente de expresarse. Todo este conjunto de características comienzan en los Estatutos del partido, en donde se detallaba que era un partido creado para proteger a los sectores menos favorecidos según su régimen estatutario. (Estatutos del Partido Roldosista Ecuatoriano, 1983).

Ese es el inicio de la acción discursiva del movimiento, en particular de Abdalá Bucaram con su discurso contra la oligarquía, creando la tensión antagónica entre el pueblo como sujeto histórico y la oligarquía como el bloque de poder dominante que tenía que ser remplazado por Instituciones que empaten con las necesidades del pueblo y se modernicen las estructuras con los grupos sociales y económicos a nivel nacional (Freidenberg y Alcántara, 2001, p. 180,184).

Así, para fines investigativos se plantea la siguiente pregunta: ¿Fue el discurso populista una estrategia adecuada para ganar las elecciones presidenciales de 1996? La hipótesis que se considera para este trabajo es que entre las causas que coadyuvaron a su triunfo, estuvo el discurso populista de Abdalá Bucaram, el cual tuvo una notable influencia en los resultados electorales. A la par, el discurso utilizado estaba basado en lo que la gente quería escuchar y para esa época, era tener un líder que libre una disputa en contra la oligarquía, en contra

del imaginario llamado “pueblo”. Además, la sociedad quería tener más voz y representatividad por lo que apoyaron paulatinamente al Partido Roldosista Ecuatoriano, haciéndolo cada vez más conocido a nivel nacional (Freidenberg y Alcántara, 2001, p. 189).

Para responder esta pregunta, este trabajo se dividirá en seis partes. En la primera se ha hecho un avance introductorio del presente trabajo. En la segunda parte recopila la literatura que explica la teoría del populismo. En la tercera sección se analiza el enfoque teórico a partir del cual se desarrollará el análisis del discurso populista. En la cuarta sección, se explica el diseño metodológico. En la quinta sección se hace el análisis de la campaña de Bucaram de 1996, en donde se presenta el análisis de caso y los resultados obtenidos. En la última parte se presentarán las conclusiones y la influencia de su discurso en la sociedad para finalmente responder a la pregunta de investigación.

2. ESTADO DEL ARTE

2.1 Teoría del populismo y del discurso populista

A lo largo de los años se ha analizado el populismo incansablemente en donde existen varias teorías populistas que se han vuelto insostenibles en el tiempo. Los populismos clásicos, que datan de los años 30 y 40, se distinguen de los neopopulismos como de los populismos radicales en la transición a la modernidad. De hecho, en muchos países de América Latina, las preferencias electorales se han definido cada vez más en divisiones socioeconómicas. Por un lado, las clases socio económicas medias y altas votan por políticos establecidos, mientras que los pobres votan por políticos “outsiders”, los cuáles se ven a sí mismos como los salvadores de la democracia (Panizza, 2008, p. 80-81).

Según Freidenberg (2007, p. 18-19) el término populismo se contradice cuando es utilizado por ciertos líderes, debido a que en el contexto incluyen a ciertos

sectores, pero a los individuos los agrupan a todos por igual y los ven como pueblo. De esta manera transforman los derechos individuales en colectivos, las necesidades individuales las hacen grupales y generales, lo cual favorece el antagonismo y la confrontación discursiva entre los grupos sociales.

Al momento de agrupar a todos por igual y representarlos por el término "pueblo", por un lado favorece que la gente común ingrese a las instituciones, pero a la par se les responsabiliza por la poca institucionalidad que puede provocar la polarización política (Freidenberg, 2007, p.19-20).

El modelo de Germani es analizado por De la Torre y Peruzzotti (2008, p. 12) en el cual explica que el populismo se divide en tres legados. El primer legado analiza al populismo como una modernización de masas previamente excluidas que poco a poco se han ido incorporando en la política. El segundo legado igualmente explica un fenómeno populista que va acorde a la crisis que provoca la transición a la modernidad. Es por ello que existen tres momentos catalogados como emergencia populista: el populismo de Vargas y Perón; el neopopulismo neoliberal de Menem y Fujimori; y el renacer del populismo radical en el cual entran 3 líderes, Correa, Chávez y Morales. Finalmente el tercer legado tiene como visión a líderes populistas que gobiernan sobre las masas desorganizadas y manipuladas.

Para Aboy (2010, p.11-30), el populismo es una estrategia política vista como un modo de identificación. El objetivo del populismo es representar a la gente y se hace divisible la línea divisora entre una sección excluida de la política y la comunidad en conjunto. La promesa del líder es que estos grupos excluidos (grupos indígenas, campesinos, pobres urbanos, minorías étnicas y otros grupos), sean miembros plenos de la comunidad política con el fin de convertir en legítimos titulares de la soberanía a los excluidos para que con ello puedan ejercer sus derechos soberanos.

Para Laclau por otra parte, el populismo es la construcción de lo político, que puede ser usado por régimen tanto de izquierda como de derecha. El contexto de Laclau es un ambiente neo-marxista, en donde se analiza al pueblo como el vehículo que aparece y toma impulso y velocidad para la lucha de las formaciones sociales histórico – concretas que se enfrentan a un bloque Institucionalizado en un *status quo*. Igualmente, Laclau analiza al populismo como una forma de representación en la que el pueblo y el político se conectan en el espectro político/discursivo (Gutiérrez, 2011, p. 151-167).

Esta integración es la creación de una lógica política en donde aparece la condensación social. La misma va de la mano con el discurso y el mensaje enviado al pueblo. Para Laclau (2005, p. 15-35) el discurso tiene unos pasos previos que van formando el momento ideal para enviar un mensaje, ya que se comienza con una demanda social en donde las ideas son relativamente aisladas. Posteriormente se hacen heterogéneas y se dividen las mismas en dos grupos: los demandantes y los demandados.

Esta fractura social se da por la experiencia de una falta o por demandas insatisfechas que producen ausencia a un grupo de persona, creando así una fractura en la sociedad con sus respectivos antagonismos. Estas carencias crean movimientos populares, como lo explica Laclau, (2005, p. 15-35) los mismos que se constituyen por una ampliación de las operaciones discursivo/estratégicas que requieren la construcción de ese objeto político llamado pueblo.

De igual manera, De la Torre (2008, pp. 23-54) explica el discurso populista como una incorporación de lenguajes populares, plebeyos, en donde se denota emoción e inversión radical que crean una polarización antagónica, con la incorporación de formas y lenguajes “bajos” (como lo dice Laclau), que van en contra del bloque de poder y su institucionalidad.

Como se ha revisado, existen varios criterios alrededor del populismo. Por un lado argumentan ciertos autores que el populismo es antidemocrático y que desconoce las diferencias e intenta homogeneizar las necesidades, ya que el pueblo busca un líder que cumpla las demandas. Sin embargo, existen otros autores que ven al populismo desde un ámbito positivo, un constitutivo de la democracia en donde se le da voz al pueblo para expresar sus necesidades. El enfoque que determina al populismo como enemigo de la democracia, también critica al líder populista catalogándolo como alguien que busca ingresar al ámbito político y alentar el malestar contra las instituciones (Ulloa, 2017, pp. 11-32).

El populismo no está vinculado a un conjunto fijo de políticas económicas o una etapa específica del desarrollo socioeconómico. Es un modo de representación política caracterizado por un discurso ideológico *antiestablishment* y la movilización de arriba hacia abajo de grupos de masas que carecen de una capacidad de política autónoma para poder expresarse. Es así que para De la Torre (2013, p. 120-137), el discurso populista es una constante lucha entre el pueblo contra la oligarquía, donde la oligarquía solo se fija en lo económico, mientras que el populista tiende a irse a la izquierda con un discurso de redistribución de políticas económicas. Por ende, el populista tiende a ser el *outsider* o el que va a hacer un cambio al *status quo*.

Para Ulloa (2017, pp. 11-32), es primordial el estudio de la ciudadanía con enfoque en la democracia y a la vez en el populismo dos razones. La primera razón es que los populismos ofertan varias cosas en el ámbito social, político y económico, lo cual les sirve como estrategia para brindar y ampliar más derechos, sin que realmente se lleven a cabalidad y estos derechos se consigan. La segunda razón es que los estudios del populismo han sido relativamente pocos con la ciudadanía. De hecho, se evidencia que en materia de ciudadanía se han ampliado los derechos políticos, sin embargo no los derechos civiles y sociales.

Por otro lado, para Arditi (2004, p. 86-99) el populismo intenta unir a los representados y representantes en sus necesidades, alegando que el líder es un medio por el cual se puede expresar la voluntad colectiva. El problema suscita cuando el pueblo se convierte en una presencia absoluta que es representada por el líder y en virtud de una autorización explícita, es el pueblo quien le da la autorización para actuar en su nombre.

Peruzzotti (2008, p. 97-124) por otra parte, concuerda en varios puntos con Laclau. De hecho para él, el populismo es una estrategia democratizadora que tiene dos puntos. El primero, ve al populismo como una fuerza que periódicamente debe llegar al rescate de la democracia y en segundo lugar, se ve más atractivo para una democracia representativa.

Esta estrategia democratizadora se crea por ciertas condiciones como una crisis de representación del pueblo hacia las instituciones. Además, existen demandas sociales insatisfechas. La tercera condición es la unión de las demandas y agruparlas, como pueblo, en donde la gente se ve como la totalidad legítima. De hecho, para completar esta estrategia populista, se construye al enemigo, las cuáles son las tendencias elitistas en donde el objetivo es excluirlos y eliminar del *status quo*, para disolver el poder que pueden generar. Es importante adicionar que son las elecciones libres una de las causas importantes en donde los regímenes populistas clásicos construyen sus credenciales democráticas (Peruzzotti, 2008, pp. 97-124).

Asimismo, Peruzzotti (2008, pp. 97-124) explica que uno de los problemas del populismo es que los líderes se ven a sí mismos como la encarnación misma de la voluntad de la gente, lo que ocasiona que desaparezca la representatividad y que termina conduciendo a la destrucción de la representación democrática. Sin embargo existen ciertas condiciones que son necesarias para que la estrategia populista sea exitosa. La primera, es que no existe una representación verdadera por parte de las instituciones las cuáles no resuelven las demandas sociales existentes. La segunda, es la articulación de

las personas insatisfechas, y de las demandas sociales no cumplidas que se unen. La tercera condición es la unificación de las diversas demandas de la gente que se identifica como toda una sociedad.

Incluso, el populismo usa métodos de atracción para el pueblo. En primer lugar se da una visión al líder como el salvador, necesario y omnipotente para las mejoras y cambios en el país. Igualmente, se hace un completo distanciamiento entre izquierda y derecha, categorizando a sus oponentes de formar parte de la oligarquía. Incluso, el populismo está en contra de las Instituciones, como los partidos políticos o mandatarios que son percibidos como corruptos, dado el hecho que no están en verdadera sintonía con las necesidades del pueblo. Es por ello, que buscan levantar un pueblo soberano y revisar las instituciones que están fallando o en descomposición para reemplazarlas con un nuevo orden institucional. (Pontón J. 2011, p. 163-168).

Además, para Peruzzotti (2008, p. 97-124) el populismo tiende a ignorar los mecanismos de control y equilibrio de la separación de poderes ya que considera que la estructura institucional del gobierno no da la oportunidad de representar, proteger y dar voz a las minorías. Es por ello que las garantías constitucionales y los mecanismos de rendición de cuentas son herramientas al servicio.

Por su parte, Panizza (2008, p. 80-81) analiza las expresiones que usa un político y las compara con los líderes populistas. Los líderes populistas han venido de todas las clases sociales y usan una retórica que no se ajusta a las reglas del discurso político. Este lenguaje incorpora expresiones, formas de discurso, estilos musicales y vestimenta característicos de los sectores populares en donde se transmite un mensaje anti elitista y se presentan elementos culturales que son considerados o estigmatizados de las personas sin educación o de una clase social baja. En el análisis posterior de Abdalá Bucaram, se explica el uso inadecuado de las palabras el cual hizo que los

medios de comunicación lo presentaran como una vergüenza para la civilidad del país.

Sin embargo, como señala De la Torre (2008, p.23-54), cuando un líder populista incorpora conscientemente la vestimenta, el lenguaje coloquial y los modales de la gente común, que no son bien vistos por las élites, el pueblo es atraído por el líder político, en este caso por Abdalá Bucaram, quienes ven en él un reflejo de sí mismos y una oportunidad de representatividad.

Por otra parte, han ido cambiando ciertas características entre los populismos de antaño y los actuales. Los primeros buscaban por medio de una actuación directa del líder con las masas, mientras que los populismos actuales recurren a sondeos de opinión pública, televisión. Incluso, históricamente los discursos populistas se dieron en eventos con grandes aforos y a través de rituales, los mismos que han creado y generado lazos e identidades que unen a los líderes con sus seguidores (De la Torre, 2000, p. 964).

Para los fines de este trabajo, se debe recalcar que muchos líderes populistas hacen uso frecuente de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram en donde las personas buscan y creen en noticias en estos medios que no son fuentes fidedignas. (González, 2020 p. 105).

Es así como se va entrelazando las ideas de populismo a lo largo de la historia con el discurso populista y su uso en el mundo y sobretodo en América Latina. De esta forma, se hará un análisis del discurso salvador de las masas y redentor del pueblo del ex presidente del Ecuador Abdalá Bucaram en su campaña política de 1996 y la influencia que tuvo en los votantes.

3. MARCO TEÓRICO

Como se vio en el capítulo anterior, es importante señalar que dentro de las características del populismo, un elemento importante es el discurso que utiliza y esto es lo que se verá en esta parte.

Para Panizza (2008 p. 81) el discurso populista está rodeado de actores políticos que usan el ámbito discursivo para enfocarse en el término “soberanía”, el cual divide a los dominantes de los dominados, mediante la frontera interna en donde convergen por un lado el pueblo y por otro lado la oligarquía, que es el *status quo*.

Por otro lado, el contenido del mensaje para Flavia Freidenberg (2003, p. 37-39) son cuatro puntos importantes. El primero es la personalización del mensaje: Dios o el repugnante otro. El segundo es el contenido clientelar. El tercer elemento es la construcción discursiva del populismo en donde aparece el antagonismo entre oligarquía y pueblo. Finalmente, el cuarto elemento es el uso de tácticas de campaña negativa.

Es así que el líder, para enviar un discurso adecuado y preciso con enfoque efectivo para toda una audiencia diversa, debe analizar el sinnúmero de interpretaciones de la audiencia a la que se dirige. Como resultado de esta operación narrativa, el líder gestionará esos enunciados político-ideológicos, de su propio discurso, buscando apoyo de esas audiencias. (Panizza F. 2008, p. 83).

La estrategia discursiva es analizada por Weyland (2004, p.32) como un medio en la política para llegar o, a su vez, para ejercer el poder en donde se busca un apoyo que sea directo por parte de los líderes, de un amplio número de seguidores que están mayoritariamente mal organizados, atraídos según sus apegos populistas.

Estos líderes producen por un lado, un discurso basado en la oposición del pueblo, y la oligarquía, por el otro, el cual permite la movilización de masas. Por ello, los líderes crean nuevos procesos de hegemonía política con el fin de enviar un mensaje y crear un espacio político y cultural con el pueblo (Ibarra. 2004, p. 149-150).

Para Kenneth igualmente la estrategia populista es un mecanismo de movilización de arriba hacia abajo en sistemas de políticos débilmente institucionalizados. Es así que se crean discursos populistas anti-establishment en períodos de crisis institucionales, ruptura o transición (2008, pp.55-74).

De la misma manera De la Torre (2000, p. 964) explica al populismo como un estilo que produce una polarización política, en donde la sociedad se enfrenta en facciones de tal manera que antagoniza a dos campos diferenciados entre el bien y el mal. Estos dos campos antagónicos, se producen cuando los ciudadanos se enfrentan contra los partidos políticos. Así, los discursos populistas se pueden presentar en reuniones, concentraciones o en grandes aforos donde se cierran las campañas electorales.

Como lo explica Ostiguy (2007, p. 345-375) en todos los sistemas donde existe la representación discursiva, aparece un excedente o un elemento social llamado como un sistema de pensamiento aplicado, el cual genera mitos y formas de entender la política.

De hecho, la polarización señalada es generada por identidades y sentimientos que dividen en dos a la sociedad, entre el líder y sus enemigos. Además, De la Torre (2008, p. 23,33) explica el análisis discursivo en diferentes grados de polarización que van desde la ciudadanía en contra de los partidos políticos, hasta una divergencia en campos de política, cultura y diferencias sociales.

Para Panizza, (2008, p. 85) el populismo no es visto como una relación entre el líder y el pueblo *per se*, sino más bien la habilidad para llegar con su discurso a las personas que no tienen voz en el sistema político.

De la Torre (1996, p. 37) explica que el discurso populista de Bucaram tenía el objetivo de impulsar la acción, en donde se trabaja el efecto estético, las apelaciones emotivas, en donde se recrea un espectáculo centrado en la figura del político y a la par entretener al público, por medio de presentaciones u hechos que motiven a la gente, por lo cual subía a los estrados a seducir, usar gestos y expresiones en el contenido de sus palabras, para que suenen y luzcan bien.

A la par, estos discursos populistas buscan entretener y divertir a la población, no buscan que la gente use la razón, sino más bien que disfrute de música, risas y en general de sobrellevar un momento ameno. De esta manera se queda presente la figura del líder. Actualmente gracias a la tecnología, se complementa el discurso frente a las masas con la televisión, para ello los políticos invierten una gran cantidad de dinero en propagandas y en cuñas radiales que instan indirectamente a la población civil a generar identidad partidista, adhesiones y miedo ante determinadas candidaturas. (De la Torre, 1996, p.39-40).

4. DISEÑO METODOLÓGICO

La metodología a usar para los fines de este trabajo es el análisis crítico del discurso, en el cual se estudia el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad que muchas veces son practicados y también combatidos en un contexto social y político. Esta metodología promueve el entendimiento de las relaciones entre el discurso y la sociedad, con el fin de entender como ciertos grupos dominantes son capaces de establecer y legitimar su poder, por medio de estructuras y estrategias de texto y habla, a la par de comprender las relaciones en los contextos sociales y políticos. (Dijk, 1999, p. 4).

Los principios básicos del análisis crítico del discurso son:

- El ACD trata problemas sociales.
- Las relaciones de poder son discursivas.
- El discurso constituye la sociedad y cultura.
- El discurso hace un trabajo ideológico.
- El discurso es histórico.
- El enlace entre el texto y la sociedad es inmediato.
- El análisis del discurso es interpretativo y explicativo.
- El discurso es una forma de acción social.

Uno de los objetivos principales del Análisis Crítico del Discurso es asumir una posición social o política para descubrir o desafiar una posición mediante el análisis crítico del discurso opuesto. El objetivo final es buscar un cambio en el abuso de poder, dominación, injusticia, y desigualdad social (Silva, 2002).

El análisis crítico del discurso no posee un marco teórico unitario, de hecho los tipos de ACD pueden ser teórica y analíticamente diversos. A continuación se detallarán algunas maneras en las que niveles diferentes del análisis social se relacionan. (Dijk, 1999, p. 6).

- a) *Miembro de un grupo.*- Los actores sociales están inmersos en el texto y habla tanto como individuos o como miembros de un grupo. Si actúan siendo parte de un grupo, significa que el grupo actúa a través de uno de sus miembros.
- b) *Relaciones entre acción y proceso.*- Las acciones colectivas que van creando una cadena de procesos. Por lo cual, es importante el accionar de todos los que conformen de manera directa o indirecta los procesos sociales o relaciones sociales entre los grupos.
- c) *Contexto y estructura social.*- El discurso está inmerso en las situaciones sociales por medio del lenguaje en el contexto. La relación del entorno social va desarrollando este discurso.

En el trabajo crítico sobre el discurso es el poder visto como parte fundamental del control, en donde un grupo de personas tienen poder si es que controlan para su beneficio propio las mentes de otros grupos y por medio de ellos influenciar a la gente y controlar indirectamente sus acciones por la persuasión y manipulación. (Dijk, 1999, p. 8).

Es sí que el control de la mente por medio del discurso es aceptado indirectamente por los receptores al aceptar los conocimientos u opiniones que consideran fidedignas o creíbles. (Dijk, 1999, p. 9).

El estudio del caso es el discurso populista utilizado por Abdalá Bucaram en su campaña política de 1996 para ser presidente del Ecuador. La construcción del discurso se fue dando entre amigos y enemigos, en donde los amigos eran todos los que eran incomprendidos y poco escuchados, explicados como el “pueblo”, mientras que los enemigos eran la oligarquía estableciendo el *status quo* (De la Torre, 2000, p. 980).

5. ANÁLISIS DE CASO, RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis comienza desde la historia del partido Roldosista Ecuatoriano, su formación e impacto con el líder a la cabeza del mismo y sobretodo su campaña política con el discurso populista que para finalmente en 1996 logre llegar a la presidencia.

La intención de Bucaram fue siempre recalcar sus orígenes que fueron humildes, su esfuerzo por superarse, su pertenencia a una clase social baja, y su exitoso ascenso social, creando así una cosmovisión Roldosista (Freidenberg, 2007, p.155-157).

El pueblo quiere ver a Abdalá, porque para ellos Abdalá es un espectáculo, es un show [...] Ellos ríen, lloran, sus pasiones las

descubren en Abdalá cuando está en tarima. En estos términos sí creo que soy el grito de agonía, como dicen, del populismo ecuatoriano, pero ahí está Abdalá, ahí está el espectáculo [...] Yo creo ser el pueblo, yo creo ser el indio, cholo, negro. Yo los conozco; yo me compenetro con ellos (Comas, 1992).

De hecho, en los Estatutos del Partido Roldosista Ecuatoriano se logra apreciar un ligero mensaje marxista de igualdad y de eliminación de las distintas clases sociales.

El Partido Roldosista Ecuatoriano busca transformar las estructuras sociales y económicas del sistema en que vivimos, en un amplio campo democrático y de absoluta libertad para los derechos humanos, desarrollando un místico sentimiento de igualdad ante la ley, para que no existan diferentes clases sociales [...] (Estatutos Partido Roldosista Ecuatoriano, 1982, art 2).

Por otro lado, el discurso de Abdalá tiene varios rasgos característicos del discurso populista clásico, que fue utilizado como una estrategia discursiva. De hecho, diseñó el pensamiento político del movimiento en torno a la figura de Jaime Roldós y sus ideales. Por un lado la apelación al pueblo como un grupo igual que tiene necesidades y que Abdalá los iba a resolver ya que la oligarquía no tenía consideración ni escuchaba sus pedidos. Creando así una dicotomía pueblo/oligarquía y también una construcción de la política como una relación de amigo/enemigo, la pelea contra el orden establecido, la búsqueda de propuestas de ámbito clientelar y sobre todo la glorificación del líder a un nivel de ser superior. Además se crea el mensaje personalizado: "Un solo Toque" (Freidenberg, 2008, p. 226).

Un día soñé con la Virgen que me dijo: "Ya eres libre, regresa junto a mi pueblo y sálvalos de la miseria. Te unirás a los perseguidos y firmarás

una patria libre, vencerás a un no creyente, porque el mismo diablo lo viste de bueno (Comas, 1988).

Sin embargo, para analizar de una manera correcta el discurso de la campaña política de Abdalá Bucaram, es necesario explicar los antecedentes a su campaña política.

Los inicios de Abdalá Bucaram en la vida pública comenzaron cuando fue nombrado intendente en 1979 de la Policía de Guayaquil, en la época donde su cuñado, Jaime Roldós Aguilera era presidente. A la muerte de Jaime Roldós, forma el partido Roldosista Ecuatoriano. Posteriormente se postula a la Alcaldía de Guayaquil y gana las elecciones el 29 de enero de 1984. Una vez en el poder, critica la labor de las FFAA del Ecuador, en el Gobierno de León Febres Cordero por lo que viaja a Panamá y le otorgan asilo político y desde allí dirige el PRE. Posteriormente, se le acusa de llevar droga en una maleta, sin embargo, se descubre que las Fuerzas de Defensa de Panamá pusieron 1 kilo de cocaína para inculparlo. En ese momento, Ecuador le da una amnistía (Freidenberg, 2003, p. 93-94).

Estos sucesos dan cabida a que Bucaram se haga más conocido a nivel nacional. Se postula 3 veces como presidente, siendo la última la victoriosa. Hace equipo junto a Rosalía Arteaga como vicepresidenta. El discurso utilizado es enfocado en culpar a la oligarquía de lo mal que se encontraba el país y la crisis que afrontaba el Ecuador (Freidenberg, 2003, p. 121-123).

La oligarquía es el gobierno de pocos en perjuicio de muchos. Es una Institución que creó la maldita pobreza del Ecuador. Se identifica en los sectores bancarios, en los sectores financieros, en los sectores eclesiásticos, en los sectores políticos. Porque uno de los grandes males del Ecuador es que la oligarquía política es la nueva oligarquía económica del Ecuador. Y obviamente, respetando a la Iglesia y

respetando a las Fuerzas Armadas, es indiscutible que ha habido un matrimonio indisoluble en el último siglo entre la oligarquía, las Fuerzas Armadas y la Iglesia (Alcántara y Freidenberg, 2001, p. 191-193).

En el contexto de estudio, se va a dividir en dos partes. La primera y la segunda vuelta de Abdalá Bucaram en las elecciones presidenciales de 1996. Las cuáles fueron distintas en varios ámbitos, hasta en el discurso hubieron cambios en las dos campañas electorales.

En la campaña de 1996, en la primera vuelta, el presentador como si fuera un acto de magia o de circo, anunciaba la llegada de Abdalá Bucaram: "Ya viene Abdalá, Abdalá, Abdalá". Entonces, el líder entraba sonriendo en compañía de su candidata a la vicepresidencia mientras de fondo se ponía la canción emblemática de la campaña, "La fuerza de los pobres". Desde este momento, y por más de una hora, todos los presentes se alegraban y disfrutaban en los cantos, bailes y palabras de Bucaram, quien con sus diálogos preparados, divertía y sacaba sonrisas a los presentes (De la Torre, 2006, p. 47).

El orador tiende a repetir consignas usadas por participantes que asisten a este tipo de eventos. De hecho, el eslogan de la campaña de Bucaram: ¡Un solo toque!, es una expresión utilizada por las personas en los partidos de fútbol, sin embargo, fue incorporado en su discurso luego de que unos jóvenes gritaran esa frase. Dado el hecho que la consigna si tuvo aceptación, Bucaram se apropió de la frase como slogan principal de su campaña (De la Torre, 1996, p. 48).

Para convencer y ser escuchado por todos, visitó los cantones más pobres con un mensaje de igualdad y entendimiento hacia todos, un mensaje de cambio y de un salvador para un mejor porvenir (Freidenberg, 2003, p. 182-185).

La campaña en la primera vuelta, fue enfocada en la aceptación del pueblo, para lograrlo se hace una relación clientelar entre el líder y determinados

sectores sociales. Para Flavia Freidenberg, la planificación en la campaña electoral es importante para la definición del producto, la oferta electoral y determina el segmento del electorado al que se va a dirigir la campaña. Bucaram definió el mensaje y diseño el contenido del discurso. En este discurso se nota una notable diferencia entre la Costa y la Sierra. El discurso de la Costa fue manejado por Alfredo Adum Ziadé, mientras que en la Sierra lo coordinaba Rosalía Arteaga (Freidenberg, 2007, p. 151).

De hecho, en la primera vuelta, su campaña se caracterizó por el contacto personal más que por entrevistas en TV o radio. Esto lo logró con caminatas de puerta a puerta, caravanas motorizadas, mítines, espectáculos, conferencias de prensa, cadenas nacionales contratadas por el candidato para poder salir en radio y televisión, giras por los cantones de las provincias del país y por los barrios más populosos, misas en la Catedral en honor a Jaime Roldós Aguilera y Marta Bucaram. La realización de mítines es una de las claves del éxito Roldosista (Freidenberg, 2007 p. 154, 157).

Tal como se explica en el Estado del Arte, Freidenberg acota que, el mensaje electoral tiene diversos componentes: el personal, el programático, el partidista. En el personal se especifica que es el candidato el que va a llevar a cabo lo prometido. En el programático, señala la oferta electoral que se hace a los votantes y en el partidista explica que detrás de cada candidato hay una institución que apoya la participación electoral en campaña (Freidenberg, 2007 p. 154, 157).

Es así que el contenido del mensaje de Abdalá Bucaram se manifiesta de corte populista. Cuando se diseña el mensaje, se busca comunicar al votante y que este mensaje sea efectivo, creando un contenido del discurso homogéneo entre todos los integrantes del partido, con el fin que la campaña sea homogénea (Freidenberg, 2007 p. 157, 159).

En 1988 Abdalá Bucaram dijo “Tú me das tu voto yo le doy una escuela; tú me das tu voto y yo te doy libertad; tú me das tu voto yo te doy salud; tú me das tu voto yo te doy comprensión. El actual gobierno les prometió pan, techo y empleo, y yo, como soy del pueblo les voy a dar jama, caleta y camello” (Freidenberg, 2007, p. 161).

En su mensaje populista se detalla una excéntrica personalidad. Usaba sus mítines para actuar, bailar, cantar, entre otras cosas. Presentó al pueblo su oferta si ganaba la presidencia. Bucaram ofrecía la construcción de viviendas sociales que sean subvencionadas por el Estado en un 75%, y a la par promover la igualdad entre el sucre y el dólar (Ortiz de Zárate, 2009).

Para de la Torre, (1998, p. 10) el circo y el espectáculo son la manera alternativa más efectiva para comunicar el mensaje Roldosista, por su carácter personalizado. Además que la presencia de Bucaram en los medios de tirada nacional fue escasa, él tenía que pagar para aparecer en la prensa escrita o en la televisión.

El discurso utilizado por Abdalá Bucaram fue efectivo porque a pesar de que las encuestadoras no le daban cabida como uno de los finalistas a la segunda vuelta, obtuvo una votación del 26,3%, que son 1'001,071 votos. Esto presupone que al menos uno de cada 4 votantes votó por él, pasando directamente a la segunda vuelta contra Jaime Nebot el cual obtuvo una votación del 27,2% que son 1'035,101 votos (El telégrafo, 2013).

En el siguiente cuadro se muestra las votaciones del 19 de mayo de 1996, con el porcentaje y votos que cada uno de los partidos políticos obtuvo. Un diario ecuatoriano publicó que al comienzo las encuestas permitidas en esa época, dieron por ganador a Jaime Nebot, por lo cual argumentaron el error por “voto vergonzante”, que significa que los ciudadanos no estaban dispuestos a aceptar que habían votado por Abdalá Bucaram (El telégrafo, 2013).

Tabla No. 1: Votaciones primera vuelta Ecuador, 19 de Mayo de 1996

Fecha del proceso	19 de Mayo de 1996					
Electores	6.662.003					
CANDIDATOS						
LISTA	SIGLAS	ORGANIZACIÓN POLÍTICA	PRESIDENTE	VICEPRESIDENTE	VOTOS	PORCENTAJE
2 & 14	PLRE - FRA	Partidos Liberal Radical Ecuatoriano / Frente Radical Alfarista	Noba Ricardo	Huerta Francisco	115.033	3%
5	DP - UDC	Democracia Popular - Unión Democrática Cristiana	Paz Rodrigo	Larrea Ramiro	513.464	13,50%
6	PSC	Partido Social Cristiano	Nebot Jaime	Cordovez Diego	1.035.101	27,20%
10	PRE	Partido Roldosista Ecuatoriano	Bucaram Abdalá	Arteaga Rosalía	1.001.071	26,30%
13	APRE	Acción Popular Revolucionaria Ecuatoriana	Vargas Frank	Vicuña Leonardo	187.935	4,90%
15	MPD	Movimiento Popular Democrático	Castelló Juan	Rosero Lenin	89.472	2,30%
18	MUPP - NP	Movimiento Unidad Plurinacional Pachakutik - Nuevo País	Ehlers Freddy	Vinueza Rosana	785.124	20,60%
19	UCI	Movimiento Unión Cívica Independiente	Gallardo José	Molina Julio	46.464	1,20%
20	MITI	Movimiento Insurgencia Transformadora Independiente	Velázquez Jacinto	Yépez Tito	36.080	0,90%

Luego, en la segunda vuelta se unificaría el discurso para todo el país, ya no había una diferencia entre el discurso entre la Sierra y la Costa; la ejecución de campaña cambió, Abdalá Bucaram buscó aparecer en la televisión y radio como un hombre que había madurado y que estaba listo para gobernar. Se notaba una campaña diferenciada entre el candidato a presidente y la candidata a vicepresidenta. Por un lado Rosalía Arteaga se centraba en los medios de comunicación de masas y una actividad enfocada en provincias de la Sierra con boletines de prensa; mientras que el equipo de Bucaram hacía la campaña en la Costa y el Oriente, pero tenían el mismo mensaje (Freidenberg, 2007, p. 163).

El conflicto se polarizó entre Abdalá Bucaram y Jaime Nebot, dos candidatos de la misma región. Es por ello que utilizó la estrategia de la campaña negativa, poniendo al opositor a ocupar tiempo y distraer recursos para defenderse más que para mostrar sus propuestas (Freidenberg, 2007, p. 163).

Jaime Nebot, durante la campaña prometía la civilización y también el progreso frente a la “barbarie” de los sectores suburbanos que eran reflejados en Bucaram. Esta definición creó una estrategia socialcristiana que le impartía miedo al electorado amenazándolo de irracional y barbarie y solo con la desaparición de Bucaram y sus seguidores, el país podría desarrollarse (Freidenberg, 2007, p. 168).

En la campaña televisiva de 1996 de Jaime Nebot llamada Dos Formas, explicaba que por un lado, él representaba unión, trabajo productivo, orden y progreso, mientras que por el otro lado se veía un Abdalá Bucaram sudado en donde se explicaba que él representaba el odio, la mentira a los pobres el caos y retroceso (Video de Jaime Nebot Dos Formas, 1996).

Por otro lado, Abdalá Bucaram buscaba la vinculación con líderes de otros partidos. El objetivo era enviar publicidad y un mensaje claro a los que votaron por otros partidos políticos y no por el PRE en la primera vuelta. Mientras el socialcristiano se refería constantemente al futuro, Bucaram aprovechaba para crecer a raíz de la imagen negativa que iba creando de Nebot como un futuro oligarca que no iba a pensar en lo que la gente desea, a la par que refuncionalizaba los mensajes y apelaba al efectismo (Freidenberg, 2007, p. 198).

De la Torre explica la influencia de los medios de comunicación en la campaña política de Abdalá Bucaram y Jaime Nebot, dándole una importancia a Nebot y denigrando a Bucaram. De hecho, el 21 de Mayo Jaime Nebot declaró que Bucaram era un hombre que no debía ser presidente porque no representaba al Ecuador y posteriormente hizo una comparación en uno de sus discursos

diciendo que: “en estas tarimas no hay ningún bailarín ni improvisado, hay un hombre con propuestas” (De la Torre, 2013, p. 130).

Para De la Torre, las declaraciones de Jaime Nebot iban acorde a la manera de pensar de la prensa y la construcción que les dieron a los candidatos. Muchos medios de comunicación explicaban que Jaime Nebot representaba la seriedad y la medida, mientras que Abdalá Bucaram era un hombre falto de seriedad. En un escrito de la editorial HOY en 1996, aparece Jaime Nebot como el candidato perfecto con respuestas renovadoras y frescas, a la par de mostrar un proyecto económico definido en el cual pretendía adecuar a toda la sociedad hacia la apertura y liberación (De la Torre, 2013, p. 133).

Bucaram, obtuvo el apoyo de Freddy Ehlers que alcanzó el 21% de los votos en primera vuelta, apoyado también por el Movimiento Pachacutik, el cual obtuvo el 14% y del militar de izquierda Frank Vargas Pazzos con el 5%. Así se juntaron en la segunda vuelta con Bucaram a la cabeza para formar un frente en rechazo de Jaime Nebot (Hidalgo, 2018).

El discurso tenía un contenido clientelar, donde está presente la idea de dar algo a cambio de un voto y por este medio se relacionaron con los sectores populares. En la tarima su voz reflejaba un convencimiento por medio del dolor. Para De la Torre (2013, p. 135) el discurso de Abdalá Bucaram es un doble discurso en donde se refería al pueblo con un tono suave, dulce y melancólico. Sin embargo, era también el castigador de los malos e injustos oligarcas.

Es así pues que se autodefinía como el buen Abdalá, el que sufre y fue perseguido por luchar por los pobres, a quien las oligarquías quieren destruir pero que ha vuelto para por fin dar la felicidad y la justicia que merece el pueblo. Todo este discurso lo hacía en un tono lloroso, lleno de melancolía y recordando los sacrificios y penas que le ha tocado vivir lejos de su patria adorada. Sin embargo, en tono fúrico prometió terminar con el dominio de los malos gobernantes de la oligarquía (De la Torre. 2000, p. 962). Como Abdalá

Bucaram señalaba “Votar por mí es como rayar con un tillo¹ un Mercedes Benz” (El Comercio, 2016).

La imagen que su discurso quiere mostrar es la de un líder que busca representar a los grupos y se reconoce igual que los necesitados, solidarizándose con el sufrimiento y equiparando los propios problemas a ese sufrimiento, auto identificándose como pobre y que gracias a ello puede ofrecer lo que el pueblo realmente necesita. También se presenta como el hijo pródigo y explica que Dios le hablaba a él y le prometía viviendas ya que Dios habla su propio idioma y además le dice que puede tener cualquier cosa, que será una casa primero, para después darle educación a sus hijos (Freidenberg, 2007, p. 198).

Te voy a enseñar qué es un solo toque. El 7 de julio cuando vayas a votar te paras en la cola, miras que no haya socialcristianos que quieren chorear² la cartera, sacas la cédula. Tu nombre es Juan Quishpe, firmas, pones tu nombre, coges la papeleta, te vas a la urna, abres la papeleta, cuando ves a Nebot dices “No Dios mío, Satanás”, y cuando ves a Abdalá, con cariño, suave, suavcito, no hagamos lámpara³, hay que ser humildes y sencillos en el triunfo. Coges la pluma, miras la 10, que sea la 10, ¡un solo toque! (Abdalá hace la mímica de rayar la papeleta). A ver si lo escuchamos que todo el mundo hace “tuc” la pluma. Cuando yo diga un, dos, tres, ustedes conmigo hacen `tuc ¡un solo toque!'. Okey, yo soy ustedes, camino, miro que no haya choros socialcristianos, la cédula, la papeleta, me voy a la urna, abro la papeleta y le veo a Nebot, “uy Dios mío, Satanás”, me quedo con Abdalá. Alzamos las manos todos para ver cómo vamos a votar: Un, dos, tres, tuc, ¡un solo toque!' (la gente: un, dos, tres, tuc, ¡un solo toque!; un, dos, tres, tuc, ¡un solo toque!) (Bucaram, 1996).

¹ Tillo: Tapa metálica de una botella

² Chorear: Asaltar

³ No hagamos lámpara: Ser discretos

Su discurso populista también buscaba implantar la imagen de macho agresivo con sus enemigos y apoyar a los indefensos, creando así una identidad de grupo que le permitía equiparar semejanzas entre los miembros y diferencias con los otros. Con este actuar sus seguidores surgieron mayoritariamente en los sectores marginados, no solo de la Costa sino en varias provincias a nivel nacional (Freidenberg, 2007, p. 192).

Igualmente hacia una apelación amor de Dios, usando mensajes sencillos y con frases mesiánicas y religiosas en los que intentaba convencer a la gente de que la Virgen y Dios estaban del lado correcto, esto es, del lado del PRE. (Freidenberg F. 2007). En 1988 Abdalá Bucaram expresa que la Virgen le dijo que ya era libre y que regrese al pueblo a salvarlo de la miseria. “Yo, Abdalá Bucaram me uniré a los perseguidos y firmaré una patria libre...” (Comas J, 1988).

El 19 de Mayo de 1996, León Febres Cordero (PSC), gana la reelección como alcalde de Guayaquil, sin embargo al referirse con términos de lumpen, prostitutas y marihuaneros a los simpatizantes del PRE, le costaría votos a Nebot para la segunda vuelta electoral. Al escuchar eso, Bucaram el 04 de Junio, replicó que era inadmisibles los comentarios de Febres Cordero y expresó: “Quiero decirle al señor Febres Cordero que la mujer de la Patria es una madre sacrificada que ha luchado por dar el pan de cada día, que el hombre de mi Patria es un hombre digno que iba a la frontera a defender la integridad territorial, que no merecemos ese trato” (Vlera, 2017).

De conformidad con el gráfico número 2, se puede analizar que el cambio del discurso populista y el cambio de actitud de Abdalá Bucaram, a una actitud más formal, un lenguaje más pausado y una audaz estrategia de alianzas estratégicas con partidos políticos de izquierda y grupos sociales que querían ser escuchados, logró conseguir la victoria para presidente de la República de 1996, con el 54,5% de votos, es decir con 2'285,387 votos, mientras que Jaime Nebot consiguió solamente el 45,5%, esto quiere decir 1'919,621 votos. En el

siguiente gráfico, se muestra los resultados de los dos candidatos y sus respectivos resultados.

Según varios analistas, los sondeos le daban pocas opciones de victoria a Abdalá Bucaram, sin embargo los resultados lo proclamaron como presidente de la República. Este fenómeno obedece a que los seguidores sienten vergüenza de confesar que se inclinan por un candidato populista que se autocalificaba como loco (Revista Semana, 1996).

Tabla No. 2: Votaciones segunda vuelta Ecuador, 7 de Julio de 1996

Fecha del	7 de Julio de 1996					
Electores	6'662.003					
CANDIDATOS						
LISTA	SIGLAS	ORGANIZACIÓN POLÍTICA	PRESIDENTE	VICEPRESIDENTE	VOTOS	PORCENTAJE
6	PSC	Partido Social Cristiano	Nebot Jaime	Cordovez Diego	1.919.651,00	45,50%
10	PRE	Partido Roldosista Ecuatoriano	Bucaram Abdalá	Arteaga Rosalía	2.285.387,00	54,50%
TOTAL					4.205.038,00	100,00%

En el gráfico N°2 se puede apreciar que el total de votos es menor al número de electores, sin embargo solo hubo participación del 71,7% de votantes. Igualmente, se obtuvieron 0,9% los votos en blanco que son alrededor de 41.502 votantes y 11,3% de votos nulos que son alrededor de 539,997 votantes. (CNE, 2018).

Posterior a este análisis del caso de Abdalá Bucaram y su victoria en las elecciones de 1996, proseguimos con la conclusión del análisis.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el trabajo de investigación se ha podido apreciar que el populismo es un mecanismo que busca representar a la gente por medio de una línea divisora entre una sección excluida de la política y comunidad en conjunto. Es así como aparece un líder el cual es visto como la persona que va a representarlos y ser

el vínculo para que puedan ejercer sus derechos soberanos, que sean escuchadas sus necesidades y a la par se lo ha utilizado en estrategias discursivas en donde se personaliza el mensaje con un contenido clientelar, se hace una construcción discursiva del populismo en donde aparece el antagonismo entre oligarquía y pueblo con una campaña negativa en donde se pone al pueblo en oposición a la oligarquía.

El análisis del discurso de Abdala Bucaram utilizado en la campaña electoral de 1996, cumple con los requisitos y características de un discurso populista. Debido a que se identificaba como el indicado para solucionar los problemas del Ecuador, además que siempre buscaba polarizar a los sectores sociales entre el pueblo y la oligarquía. Igualmente usaba en su discurso el apelo a lo sentimental con frases, bailes, anécdotas, risas y llantos, creando así un espectáculo en su estilo discursivo.

De hecho, en la segunda vuelta electoral, su campaña política la realiza por medio de visita a provincias, lugares pobres, caminar junto a la gente, dar conciertos, bailar y animar a la población con palabras de aliento en una crisis donde él argumenta que se necesita quitar a la oligarquía y poner a alguien que entienda las necesidades del pueblo. Este discurso fue atractivo para la gente en donde decía que los ricos no pueden seguir enriqueciéndose a espaldas de los pobres y trabajadores.

Con todas estas características, logró alcanzar los votos suficientes para entrar en una segunda vuelta electoral junto a Jaime Nebot y finalmente ganar las elecciones presidenciales y posicionarse como Primer Mandatario de la República del Ecuador en 1996.

De acuerdo a la información analizada, para los términos de este trabajo se considera que el discurso populista de Abdalá Bucaram sí tuvo influencia en los resultados electorales de 1996 para conseguir los votos necesarios para poder llegar al poder. Así como lo explica Freidenberg (2003, p. 126) en su libro

Jama, caleta y camello; La apelación a los sentimientos del pueblo, el mensaje personalizado, los lineamientos en base a la figura de Jaime Roldós, creó un imaginario de un líder que necesitaba cambiar al país para mejorarlo. De hecho, para lograrlo, Bucaram definió el mensaje, diseñó el contenido del discurso, dando como resultado un alto grado de centralización.

En este trabajo y con el fin de responder la pregunta de investigación planteada, se infiere que la estrategia utilizada por Abdalá Bucaram en las elecciones de 1996 fue la acertada al usar el discurso populista y así atraer a los votantes con el fin de conseguir los votos necesarios para ganar las elecciones presidenciales de 1996. El uso de herramientas populistas más un discurso populista le dio un voto seguro de los ecuatorianos. Evidentemente, el carisma, los bailes, el show, el llanto en las tarimas, lo ayudó mucho. El objetivo era que el mensaje llegue en los sentimientos de los ecuatorianos, sobre todo los más marginados, los que nunca habían tenido voz, con el fin de que puedan ser sustentadas sus necesidades.

Es necesario acotar que el discurso populista no es lo único por lo que Abdalá Bucaram ganó las elecciones presidenciales de 1996, por lo que deja otros estudios para diferentes enfoques de las causas que le hicieron ganar a Abdalá Bucaram. Este análisis es un enfoque del populismo en el Ecuador que sirve como referencia para otros presidentes populistas que fueron presidentes del Ecuador, como Rafael Correa.

El análisis y los resultados de la campaña de Abdalá Bucaram sirven para que la gente que no vivió esta época, o personas que buscan conocer el populismo en Ecuador, comprendan y analicen el por qué este personaje llegó a ser presidente del Ecuador, cuáles fueron sus estrategias, por qué el pueblo apoyó a estos líderes con el fin de brindar más elementos de análisis cuando surjan estos fenómenos de nuevo.

7. REFERENCIAS

- Aboy, G., De la Torre, C., Ibarra, H., Weyland, K. (Eds). (2004). *Releer los populismos*. (1.ª ed.). Quito: CAAP
- Aboy G. (2010). *La Especificidad Regeneracionista del Populismo*. *Revista POSTData*, 15(1). 11-30.
- Alcántara M. y Flavia Freidenberg, (2001). *Partidos Políticos de América Latina. Países Andinos*. (1.a edición). [Versión electrónica]. Recuperado de: <https://bit.ly/312IAem>
- Arditi B. (2004). *El populismo como espectro de la democracia: una respuesta a Canovan*. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 47(191). 86-99
- Bello R. (2016). *Metodología del análisis del discurso*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/311848351_METODOLOGIA_DEL_ANALISIS_DEL_DISCURSO_Dr_Rafael_Bello_Diaz
- Bucaram A. (1996). *El loco Abdalá en su mejor discurso el 04 de Junio de 1996*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=T9L0yG92Yz8>
- Comas J. (06 de Mayo, 1988). Bucaram afirma que la elección presidencial de Ecuador es "la lucha entre un hijo de Dios y un hijo del diablo". *El País*. Sección Internacional. p.12
- Comas J. (07 de febrero, 1988). Bucaram: "Soy el grito de agonía del populismo". "Declaraciones de Abdalá Bucaram Ortiz. *El País*. Sección Internacional. p. 1
- Cuvi P. (09 de Julio, 2016). Cómo rayar un Mercedes. *El Comercio*. Sección Opinión. p.2
- De la Torre C. (2000). Populist Seduction in Latin America: The Ecuadorian Experience. *Revista de Estudios Latinoamericanos*. 34(04). 961-995.
- De la Torre C. (2013). *El populismo latinoamericano entre la democratización y el autoritarismo*. *Revista Nueva Sociedad* 247(1). 120-137.
- De la Torre C, Peruzzotti E. (Eds.). (2008). "El retorno del pueblo. *Populismo y nuevas democracias en América Latina*". (1ª. Ed.). Quito – Ecuador: FLACSO, Sede Ecuador.
- De la Torre C. (2008). *Populismo, ciudadanía y Estado de derecho*. En C. De la Torre C, E. Peruzzotti. (Eds.). (2008). "El retorno del pueblo. *Populismo y nuevas democracias en América*. Quito: FLACSO, Sede Ecuador.
- De la Torre C. (1996). *Un solo toque: populismo y cultura política en Ecuador*. (1.ª ed.). Quito: Centro Andino de Acción Popular – CAAP.
- De la Torre C. (1998). "Populismo, cultura política y vida cotidiana en Ecuador". Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Ecuador/caap/20121001114013/torre2-1.pdf>
- De la Torre C. (1996). *¿Un solo Toque! Populismo y Cultura Política en Ecuador*. (1.ª ed.). Quito, Ecuador: Centro Andino de Acción Popular – CAAP.
- El Telégrafo, (2013). *El triunfo de Abdalá significó una bofetada a las élites más rancias*. Recuperado de:

- <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/el-triunfo-de-abdala-significo-una-bofetada-a-las-elites-mas-rancias>
- Freidenberg F. (2007). *La tentación Populista: una vía al poder en América Latina*. (1.ª ed.). Madrid España: Editorial Síntesis.
- Freidenberg F. y Alcántara M. (2001) *Los dueños del poder. Los partidos políticos en Ecuador. (1978-2000)* (1.ª ed.). Quito, Ecuador: FLACSO.
- Freidenberg F. (2003). *Jama, caleta y camello. Las estrategias de Abdalá Bucaram y del PRE para ganar las elecciones*. (1.ª ed.). Quito, Ecuador: Corporación Editora Nacional.
- González J. (2020). *Medios de comunicación, ¿Al servicio de quién?* (1.ª ed.). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Gutiérrez D. (2011). *Ernesto Laclau: El populismo y sus avatares*. *Revista ICONOS* 40(1). 151-167.
- Hidalgo G. (2018). *El error de Nebot*. Recuperado de: <https://www.planv.com.ec/ideas/ideas/el-error-nebot>
- Ibarra H. (2004). *El populismo en la política ecuatoriana contemporánea*. En Aboy, C., De la Torre, C., Ibarra, H., Weyland, K. (Eds.). (2004). *Releer los populismos*. (1.ª ed.). Quito: CAAP
- Kenneth R. (2008). El resurgimiento del populismo latinoamericano. En De la Torre C, Peruzzotti E. (Eds.). (2008). *“El retorno del pueblo. Populismo y nuevas democracias en América*. Quito: FLACSO, Sede Ecuador.
- Laclau E. (2005). *La razón populista*. (Pp. 15-35). (1ª.ed). [Versión electrónica]. Recuperado de: <https://www.liderazgos-sxxi.com.ar/bibliografia/laclau-cap-6.pdf>
- Laclau y Mouffe (1987). *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. (2ª ed.). [Versión electrónica]. Recuperado de: [http://theomai.unq.edu.ar/Conflictos_sociales/Laclau_Moffe_Hegemonia_y_Estrategia_Socialista_\(Introducci%C3%B3n\).pdf](http://theomai.unq.edu.ar/Conflictos_sociales/Laclau_Moffe_Hegemonia_y_Estrategia_Socialista_(Introducci%C3%B3n).pdf)
- Marsh D. y Stocker G. (1995). *Teoría y métodos de la ciencia política*. (1ª. Ed). [Versión electrónica]. Recuperado de: <https://www.academia.edu/37538013/170728211-Teoria-y-metodos-de-la-ciencia-politica-Marsh-y-Stoker-Libro-completo.pdf>
- Nebot J. (1996). *Video Dos Formas*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=MOXcLJhWpw>
- Ortiz de Zárate R. (2009). *Abdalá Bucaram Ortiz*. Recuperado de: https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/america_del_sur/ecuador/abdala_bucaram_ortiz
- Ostiguy P. (2007). *Exceso, representación y fronteras cruzables: “Institucionalidad sucia”, a la aporía del populismo en el poder*. *Revista POSTData*, 19(2). 345-375
- Panizza F. (2008). *Fisuras entre populismo y democracia en América Latina*. , pp 80-81. En De la Torre C, Peruzzotti E. (Eds.). (2008). *“El retorno del pueblo. Populismo y nuevas democracias en América*. Quito: FLACSO, Sede Ecuador.
- Peruzzotti E. (2008). *Populismo y representación democrática*. (Pp.97-124). En De la Torre C, Peruzzotti E. (Eds.). (2008). *“El retorno del pueblo*.

- Populismo y nuevas democracias en América*. Quito: FLACSO, Sede Ecuador.
- Pontón J. (2016). *El populismo: ¿Una amenaza a la democracia en América Latina? Un diálogo con Kurt Weyland*. *Revista ICONOS* 55. 163-168.
- Sayago S. (2014). *El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales*. *Revista Moebio* 49(1). 1-10.
- Revista Semana (1996). *Se oyen las apuestas*. Recuperado el 17 de Junio del 2020 de: <https://www.semana.com/mundo/articulo/se-oyen-las-apuestas/29007-3>
- Ulloa C. (2017). *El Populismo en escena. ¿Por qué emerge en unos países y en otros no?* (1ª. Ed.). [Versión electrónica]. Recuperado de: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57132.pdf>
- Vlera L. (2017). *Abdalá Bucaram a la presidencia: A la tercera fue la vencida*. Recuperado el 06 de Junio del 2020 de: <https://radiohuancavilca.com.ec/politica/2017/06/14/abdala-bucaram-la-presidencia-la-tercera-fue-la-vencida/>
- Weyland K. (2004). *Clarificando un concepto: “el populismo en el estudio de la política latinoamericana”*. En Aboy, C., De la Torre, C., Ibarra, H., Weyland, K. (Eds). (2004). *Releer los populismos*. (1.ª ed.). Quito: CAAP

