



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE DERECHO, POLÍTICA Y DESARROLLO

ESCUELA DE CIENCIAS POLÍTICAS

**TITULO: ANÁLISIS DEL ENLACE CIUDADANO COMO MEDIO DE
RENDICIÓN DE CUENTAS DEL GOBIERNO DEL ECONOMISTA
RAFAEL CORREA DELGADO: OPINIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA
PARROQUIA TARQUI EN GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PREVIO PARA OPTAR EL GRADO DE LICENCIADA EN POLÍTICA Y
GOBIERNO**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

MARÍA BELÉN ORTIZ GONZALEZ

NOMBRE DEL TUTOR:

OSWALDO MORENO RAMÍREZ

SAMBORONDÓN, NOVIEMBRE 2013

Samborondón, 21 de Noviembre 2013

Dr. Juan Trujillo Bustamante

Decano Facultad De Derecho Política y Desarrollo

En su despacho.-

De mi consideración:

Por medio de la presente, en virtud de la designación como tutor del Trabajo de Titulación como consecuencia del Seminario de Fin de Carrera de la Srta. María Belén Ortiz Gonzalez, con código estudiantil 2007081130, informo a Ud. lo siguiente:

El día 28 de junio de 2013, luego de haber consensuado el tema en una reunión previa, la alumna en mención denunció el siguiente tema como Trabajo de Titulación como consecuencia del Seminario de Fin de Carrera “ANÁLISIS DEL ENLACE CIUDADANO COMO MEDIO DE RENDICIÓN DE CUENTAS DEL GOBIERNO DEL ECONOMISTA RAFAEL CORREA DELGADO: OPINIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA TARQUI EN GUAYAQUIL”.

Una vez obtenida la aprobación del trabajo, tuvimos las siguientes reuniones para discutir los avances del trabajo:

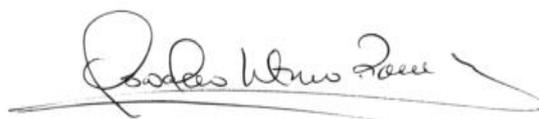
No.	Fecha de Reunión	Lugar de Reunión	Observaciones
1	29-jul-13	UEES	Se definió el esquema del trabajo.
2	15-ago.-13	EDIFICIO PREVISORA	La alumna presentó la introducción, justificación y objetivos.
3	20-sep.-13	UEES	Se realizaron correcciones a lo antes presentado y la alumna presentó parte de los temas del marco teórico.

4	30-sep.-13	UEES	Se realizaron correcciones del marco teórico completo.
5	14-oct-13	SKYPE	Se realizaron las preguntas para las encuestas.
6	21-oct-13	UEES	La alumna presentó correcciones.
7	7-nov-13	UEES	La alumna trabajó en la propuesta y se revisó la metodología y el análisis de encuestas.
8	15-nov-13	EDIFICIO PREVISORA	La alumna presentó las correcciones solicitadas y se revisaron los anexos.

Por consiguiente, de la revisión efectuada al Trabajo de Titulación como consecuencia del Seminario de Fin de Carrera “ANÁLISIS DEL ENLACE CIUDADANO COMO MEDIO DE RENDICIÓN DE CUENTAS DEL GOBIERNO DEL ECONOMISTA RAFAEL CORREA DELGADO: OPINIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA TARQUI EN GUAYAQUIL”, en mi calidad de Tutor, manifiesto que la Srta. María Belén Ortiz Gonzalez, ha cumplido con las exigencias de la Guía de Trabajo de Titulación.

De Usted,

Atte.



Oswaldo Moreno Ramírez

Dedicatoria

Dedicado a Dios y a mi mayor pilar durante toda mi vida, mi madre. Este esfuerzo es por ti.

Reconocimiento

Agradecimiento especial a las personas que colaboraron conmigo durante este largo proceso de investigación.

A mi padre, y de manera especial a mi hermano Juan Carlos.

De igual forma agradezco a Juan Diego por su impulso, paciencia y comentarios.

Índice General

Introducción	1
CAPÍTULO 1	3
Antecedentes.....	3
Planteamiento del Problema.....	5
Objetivos de Investigación.....	7
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
Justificación	7
CAPÍTULO 2.....	9
Marco Teórico.....	9
La Comunicación Política y sus cambios	9
Marketing Político.....	13
La propaganda	17
Rendición de cuentas.....	19
El Enlace Ciudadano.....	21
Marco Legal.....	23
CAPÍTULO 3.....	27
Metodología.....	27
Diseño de la investigación.....	27
Población y muestra	28
Herramientas de la investigación	30
CAPÍTULO 4.....	32
Análisis de Resultados	32
CAPÍTULO 5.....	50
Propuesta	50

Bibliografía	54
Referencias Bibliográficas.....	56
Anexos	57

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Personas que siguen semanalmente el Enlace Ciudadano (Balerio Estacio).....	32
Gráfico 2: Medio de ver el Enlace Ciudadano (Balerio Estacio).....	33
Gráfico 3: Necesidad del Enlace Ciudadano (Balerio Estacio)	34
Gráfico 4: Duración del Enlace (Balerio Estacio)	35
Gráfico 5: Beneficio del Enlace (Balerio Estacio).....	36
Gráfico 6: Lo que gusta del Enlace (Balerio Estacio).....	37
Gráfico 7: Lo que disgusta del Enlace (Balerio Estacio)	38
Gráfico 8: Asistencia al Enlace (Balerio Estacio)	39
Gráfico 9: Continuación de los Enlaces (Balerio Estacio)	40
Gráfico 10: Personas que siguen el Enlace Ciudadano (Vía a la Costa) .	41
Gráfico 11: Medio de ver el Enlace Ciudadano (Vía a la Costa)	42
Gráfico 12: Necesidad del Enlace (Vía a la Costa)	43
Gráfico 13: Duración del Enlace (Vía a la Costa).....	44
Gráfico 14: Beneficio del Enlace (Vía a la Costa)	45
Gráfico 15: Lo que gusta del Enlace (Vía a la Costa)	46
Gráfico 16: Lo que disgusta del Enlace (Vía a la Costa).....	47
Gráfico 17: Asistencia al Enlace (Vía a la Costa).....	48
Gráfico 18: Continuación de los Enlaces (Vía a la Costa)	49

Índice de Cuadros

Cuadro 1: Importancia de los temas a tratar	11
Cuadro 2: Sistema del Enlace Ciudadano.....	21
Cuadro 3: Electores habilitados 2013	28
Cuadro 4: Población de Tarqui por zona electoral	29

UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE DERECHO POLÍTICA Y DESARROLLO

**“ANÁLISIS DEL ENLACE CIUDADANO COMO MEDIO DE RENDICIÓN
DE CUENTAS DEL GOBIERNO DEL ECONOMISTA RAFAEL CORREA
DELGADO: OPINIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA
TARQUI EN GUAYAQUIL”**

Autor: Ma. Belén Ortiz G.

Tutor: Oswaldo Moreno R.

RESUMEN.-

Luego de años de inestabilidad política en los que vivió Ecuador, llegó Rafael Correa con nuevas propuestas y sobre todo cambios en el área de la comunicación.

En este trabajo se presenta el pensamiento de los ciudadanos guayaquileños concentrados en dos zonas electorales de la parroquia Tarqui: Balerio Estacio y Vía la Costa. Estos sectores, poblados por personas de diferentes estratos sociales, fueron encuestados para realizar un análisis de cuáles son los cambios que podría considerar el gobierno para lograr una mayor sintonía del Enlace.

Palabras Claves: Comunicación política, marketing político, rendición de cuentas, Enlace Ciudadano.

Introducción

Días antes de las elecciones del 2006, la única certeza de las encuestadoras era que Rafael Correa no ganaría la primera vuelta, pero pasaría a la segunda.

Y así ocurrió, luego de que el 15 de octubre del 2006 se realizara la primera vuelta electoral para la elección presidencial, Rafael Correa llega a la Presidencia el 26 de noviembre del 2006 después de la segunda vuelta con un 56.67% del total de votos, derrotando de esta manera a Álvaro Noboa.

El país parecía presentar una necesidad de cambios y fue esto lo que aprovechó Correa, con su movimiento Alianza País, totalmente de izquierda, el cual planteó desde un principio una serie de propuestas y reformas llamativas entre las que se encontraba que la Asamblea Nacional renovara la Constitución con la que Ecuador contaba desde 1998.

Como era de esperarse, en un gobierno en busca de cambiar la historia del país, sin lugar a dudas decidieron enfocarse en una nueva manera de informar a la población e hicieron de la comunicación política un instrumento fundamental de la gestión del gobierno. En cualquier sociedad moderna, la creación, organización y difusión de información es un proceso esencial, de manera tal que el pueblo pueda tener conocimiento de todo lo que está sucediendo y pueda sentirse parte del proceso.

Revisando la historia de nuestro país, con facilidad se puede notar que en gobiernos anteriores no existía tal preocupación por informar a la ciudadanía de los acontecimientos suscitados. Hoy en día, mediante el Enlace Ciudadano, semana a semana nos encontramos con una rendición

de cuentas la cual sin duda genera una serie de comentarios incluso de la oposición.

Mediante el presente trabajo de investigación, se buscará encontrar cual es la opinión de los ciudadanos de dos sectores de Guayaquil, para así conocer si los habitantes toman como positivo o negativo el hecho de que el Presidente de informes a la ciudadanía, planteándose como objetivo general el demostrar si el Enlace Ciudadano constituye un verdadero medio de rendición de cuentas y no es un simple programa televisivo del oficialismo.

La metodología utilizada será un estudio de campo con encuestas, las cuales se realizaran en la Parroquia Tarqui la cual es la parroquia más poblada en la ciudad de Guayaquil, siendo escogido este lugar debido a la constante controversia entre el Gobierno Nacional y el Municipio de la ciudad, lo cual suele dar a pensar que la oposición puede estar concentrada en la misma.

CAPÍTULO 1

Antecedentes

Es necesario recordar la inestabilidad que había reinado en Ecuador durante los últimos diez años, siendo Sixto Duran Ballén el último presidente en finalizar su periodo constitucional en 1996, año en el que el nuevo mandatario electo fue Abdala Bucaram el cual fue destituido de su cargo el seis de febrero de 1997 debido a que el parlamento alegó incapacidad mental para poder gobernar.

Con la salida de Bucaram, la vicepresidenta de su gobierno Rosalía Arteaga estuvo a cargo de la presidencia como era lo correcto, pero en pocas horas el titular del parlamento Fabián Alarcón tomó el cargo de Presidente Interino, desde el once de febrero de 1997 hasta el diez de agosto de 1998 cuando luego de elecciones llegó Mahuad al poder.

Fue el veintidós de enero del año 2000, cuando intempestivamente se generó una revuelta indígena en la cual Mahuad se vio derrocado. Gustavo Noboa quien era el vicepresidente fue el que terminó el periodo en curso hasta el año 2003, en el que toma la presidencia Lucio Gutiérrez el cual irónicamente había formado parte de la revuelta contra Mahuad. Gutiérrez fue destituido de su cargo tras semanas de manifestaciones en la ciudad de Quito y tras ser derrocado se asiló en Brasil, pasando por Estados Unidos, Colombia y Perú para luego retornar a Ecuador donde fue encarcelado desde octubre del 2005 hasta marzo del siguiente año, saliendo libre luego de que la Corte Superior de Justicia anulara su causa.

Las siguientes elecciones se vivieron llenas de expectativas, no faltaban las empresas encuestadoras que presentaban diversas opiniones las cuales generaban asombro, dudas e incluso preocupación para los candidatos.

Correa llega a la segunda vuelta junto con Álvaro Noboa, derrotándolo para sorpresa de muchos que pensaban que Noboa era el candidato favorito y por ende el futuro ganador.

Con la llegada de Correa al poder, lo más importante era fortalecer la economía, la integración sudamericana y reinstalar a la Asamblea Nacional Constituyente para obtener nuevas bases en una estructura política, jurídica y económica, por lo que desde el inicio del mandato del Economista Rafael Correa Delgado, el quince de enero del 2007, se han venido generando cambios incluso en el área de la comunicación.

En los gobiernos anteriores, era notoria la ausencia de un plan de comunicación el cual se preocupara por informar la gestión del gobierno y que además tuviera contacto directo con los habitantes del país. De esta manera nació “Diálogo con el Presidente”, el cual más adelante fue denominado “Enlace Ciudadano”.

Es por esto que la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM), define al Enlace Ciudadano como un: *“espacio semanal de comunicación que tiene como objetivo tratar temas coyunturales y rendir cuentas de las acciones gubernamentales a la ciudadanía y los temas coyunturales. Dada su importancia política se ha convertido en referente mediático y de opinión.”* (SECOM, 2013)

En Venezuela, bajo el gobierno de Chávez el cual siempre fue afín con el del Presidente Correa, durante trece años el ya difunto ex mandatario, contó con un programa similar, denominado “Aló Presidente”, por lo cual se podría pensar que bajo el ejemplo de esta transmisión tan exitosa que comenzó siendo radial y luego también televisiva, el Gobierno ecuatoriano pudo haberse inspirado. Incluso otros mandatarios de la región han contado

con este tipo de programas, como lo fue el de Lula da Silva, ex presidente de Brasil con su programa “Café con el Presidente” o en el caso de Colombia con “Consejos Comunitarios” del también ex presidente Álvaro Uribe.

El Gobierno actual considera que los ciudadanos deben estar informados de todo lo que sucede en el Estado, por lo cual desde el año 2010 se tomó la decisión de transmitir en Ecuador Tv y Gama Tv además de en varias frecuencias radiales: el Enlace Ciudadano, mejor conocido como “sabatina”.

La preocupación de mantener una transparencia en la gestión del gobierno, ha llevado a que este Enlace Ciudadano continúe, siendo hoy en día un gran referente para la información que se presenta dentro de otros medios ya sean públicos o privados, generando debate y comentarios según las diversas posturas.

Es de gran importancia analizar qué es lo que la ciudadanía guayaquileña piensa acerca de estas sabatinas, y verificar si realmente la población encuentra útil que semana a semana se sigan generando estos informes o rendiciones de cuentas.

Planteamiento del Problema

En nuestro país, la población no estaba acostumbrada a recibir información de manera directa de los mandatarios. Anteriormente el modo en que la ciudadanía se informaba de las actividades del Gobierno era mediante los noticieros, periódicos, revistas y ciertas cadenas nacionales.

El actual gobierno de Rafael Correa optó por una manera poco convencional y no utilizada dentro del país como el Enlace Ciudadano. Es por esto que se plantea como problema la necesidad de conocer que es lo que opina la población sobre la existencia de estos enlaces o sabatinas y

la verificación de que si realmente es un medio de rendición de cuentas para la ciudadanía.

Con el presente trabajo de investigación, se analizará cuál es el impacto en la población y que es lo que genera verdaderamente el Enlace Ciudadano, por lo tanto se verá enfocado en la ciudad de Guayaquil y a pesar de que el gobierno actual lleva seis años hasta el momento, se basará en lo que sucede el presente año.

Si bien es cierto se dice que existe una oposición que no cree en los planteamientos de Rafael Correa, por lo tanto es necesario determinar la realidad de esta situación para así conocer con certeza que es lo que se piensa dentro de la ciudad de Guayaquil.

Para poder cumplir con la investigación, se realizará una serie de encuestas dentro de un sector determinado de la ciudad, de manera que la información obtenida sea real.

El nivel de aceptación del Presidente en nuestra ciudad en las últimas elecciones fue alto, por lo cual se podría considerar que el resultado de la investigación sería positivo, ya que si la gente elige a un mandatario, es probable que siga sus pasos y escuche sus comentarios.

Según la Constitución del Ecuador en su artículo 16 numeral 1 nos indica que:

Todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a: una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social. Por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. (Constitucion del Ecuador , 2008)

Por lo tanto el Enlace Ciudadano, al garantizar uno de los derechos de los ciudadanos que prevalece en la Constitución, es necesario comprobar si esta comunicación directa con el pueblo está teniendo resultados y que es lo que la gente opina, ya que es importante recordar que cada una de estas emisiones genera gastos para el Estado, los cuales deben ser justificados.

Objetivos de Investigación

Objetivo General

Demostrar si el Enlace Ciudadano constituye un verdadero medio de rendición de cuentas para los ciudadanos de la parroquia Tarqui en Guayaquil.

Objetivos Específicos

1. Demostrar la importancia que ha tenido la comunicación como herramienta dentro del gobierno de Rafael Correa.
2. Encuestar a la población de dos sectores de la parroquia Tarqui en Guayaquil.
3. Analizar la opinión de los encuestados ante el Enlace Ciudadano.

Justificación

En un país como Ecuador, donde la política y los políticos suelen tener una imagen negativa en la sociedad, es importante reconocer qué es lo que el gobierno de turno se encuentra realizando y cuál es la forma mediante la que está llegando a los ciudadanos.

Es el modo de comunicar lo que hace diferente el estilo de los que tuvimos antes como presidentes, sin embargo sin un sustento de gestión efectiva es difícil mantenerse en el poder indistintamente de los canales comunicacionales.

La investigación básicamente proporcionará un aporte a la ciudadanía ya que es importante identificar si el Enlace Ciudadano, el cual es parte de la rendición de cuentas del mandatario electo, está creando un efecto en su gestión al no ser simplemente publicidad, sino más bien una manera de comunicar lo que está aconteciendo.

Existen diversas estrategias de comunicación, pero el Gobierno decidió que tener una conexión directa con el pueblo es la forma más efectiva de llegar a sus mandantes.

El periodista Andrés Reliche de la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica ANDES indicó que:

Este mecanismo de comunicación directa ha sido cuestionado por ciertos comunicadores de medios privados, por la organización no gubernamental Fundamedios (que se atribuye la defensa de la libertad de expresión) y de la Relatoría para la libertad de Expresión de la CIDH. (Reliche, 2013)

Lamentablemente en busca de generar polémica y llamar la atención de los ciudadanos, muchas veces los medios caen en críticas no constructivas, y en busca de generar noticias relevantes, olvidan que para todo siempre existirán dos versiones, pudiendo encontrar detractores o adeptos, más aun en cuestiones netamente políticas.

El poder recoger información de la ciudadanía, presentará un nuevo criterio y la posibilidad de conocer opiniones diversas las cuales brindan diferentes campos de estudio tanto para el Gobierno como para los ciudadanos comunes y el uso de las encuestas siempre será una buena opción para adquirir información real y actual.

La ciudad escogida es Guayaquil debido a la constante controversia existente entre el alcalde de esta ciudad, y el presidente de la República. Siendo Tarqui una de las parroquias más representativas de Guayaquil, se escogieron dos zonas electorales de diferentes estratos sociales, para realizar un análisis o comparación entre las opiniones que sean obtenidas.

CAPÍTULO 2

Marco Teórico

Para poder cumplir con el trabajo de investigación de campo el cual consistirá en encuestas a ciudadanos guayaquileños, es necesario tener claros ciertos conceptos que nos ayuden en el análisis a realizarse posteriormente y a identificar la situación en la que se encuentra nuestro país.

La Comunicación Política y sus cambios

La comunicación ha estado presente en la vida de los humanos desde sus inicios, jugando un papel fundamental para su progreso.

Siempre ha sido necesario que los políticos sean capaces de comunicarse con el pueblo para que de esta manera los ciudadanos tengan conocimiento de lo que ocurre en un país. Es por esto que Jaime Duran Barba nos indica que:

El tema de la comunicación política está en el centro de la polémica en América Latina. Algunos analistas y líderes latinoamericanos lamentan la muerte de la vieja democracia elitista. Añoran los discursos de Perón o Velasco Ibarra, creen que la política ha perdido sus contenidos ideológicos y que hemos caído en una banalización del juego del poder. Muchos de ellos soñaron con sociedades como las europeas del siglo pasado en que la “discusión teórica” dio sentido a la política, y se resisten a la vigencia de una democracia en que las

necesidades de la gente común son más importantes que los mitos de las elites. (Barba, 2009, pág. 64)

Hoy en día lo primordial para los líderes es conocer las necesidades de la ciudadanía, dejando atrás discusiones de teóricos europeos las cuales ya no son relevantes en la actualidad.

América Latina está viviendo una serie de cambios, y Ecuador es parte fundamental de ellos. Nuestro país, en los últimos cincuenta años tuvo un crecimiento poblacional impresionante, pasando de ser dos millones de habitantes a algo más de catorce millones actualmente.

Esto conlleva el crecimiento del número de votantes, lo cual modifica por completo el funcionamiento de la comunicación política. Las relaciones familiares e incluso la integración de la mujer en el ámbito laboral, llevaron consigo cambios.

Anteriormente, los políticos muchas veces conocían personalmente a la mayoría de los votantes y podían tener buenas relaciones con ellos, hoy en día con la cantidad de población existente esto es casi imposible. Por esto Barba nos dice que:

Se debilitaron los mecanismos tradicionales de captación del voto y de toma de posición política. Si en la sociedad tradicional el parentesco y el compadrazgo fueron determinantes de las actitudes políticas de la gente, en la sociedad urbana apareció otra serie de elementos que dejó la muerte de la familia tradicional. (Barba, 2009, pág. 66)

En este punto, en una misma familia pueden encontrarse diversas opiniones o posiciones políticas, dándose paso a una sociedad más individualista en donde priman los deseos propios antes que los del jefe de familia, trabajo, sacerdote, etc.

La comunicación política contemporánea marca diferencias. Hoy en día la imagen vale más que las palabras simplemente porque sobre un papel todo puede decirse y el lenguaje no verbal es además un complemento.

La posibilidad de que hoy en día un líder político se vea convertido en alguien habitual es lo que hace más interesantes los cambios en la comunicación política, donde anteriormente las personas solo tenían contacto con los políticos si asistían a los grandes espectáculos que se montan en época de elecciones para captar votos, o era posible escucharlos en la radio.

Con la llegada de la televisión, se dio paso a un nuevo tipo de conexión ciudadano-mandante en la cual se genera una relación más directa, como en el caso de los Enlaces Ciudadanos.

Según Mario Riorda, las demandas de información del pueblo hacia el gobierno pueden ser clasificadas en fundamentales o marginales. Los temas fundamentales son los que tienen mayor importancia y el cuerpo de la gestión del gobierno, mientras que los temas marginales a pesar de ser parte de la agenda no tienen mayor relevancia.

Cuadro 1: Importancia de los temas a tratar

TEMAS	FUNDAMENTALES	Temas ideológicos	Temas clave
	MARGINALES	Temas revisables	Temas cliente
		BAJA	ALTA
		INTENSIDAD DE LA DEMANDA	

*Fuente: (Elizalde, Fernandez-Pedemonte, & Riorda, La construcción del consenso, 2006).

Este interesante cuadro nos demuestra que incluso los temas que van a ser presentados deben ser revisados para determinar si es pertinente o no hablar de ellos. En un programa como el Enlace Ciudadano, el cual se da solo una vez a la semana, no es posible darse el lujo de transmitir información que no sea interesante para la población o que le sea indiferente. Además, según nos explica Elizalde:

Los cuatro tipos o categorías de temas a que da lugar esta combinación son simples en su definición modelística, aunque en la realidad, sus límites no sólo son verdaderamente difíciles de advertir, pues dependen muchas veces del subjetivismo de quien los define sino que probablemente coexistan en franca superposición. (Elizalde, Fernandez-Pedemonte, & Riorda, 2006, pág. 40)

Por lo tanto a pesar de que los temas puedan ser categorizados, siempre queda a decisión personal cuales son de mayor o menor importancia. En el caso de los enlaces ciudadanos, es finalmente el Presidente quien determina que es relevante.

Felipe Noguera, especialista en el tema indica que hay distintos tipos de comunicación de gobierno hoy en día, ya que los mandantes exigen al mandatario que este informe que es lo está realizando de la misma manera de la que exigen obras.

Esta clasificación incluye:

- a) Una comunicación *reactiva*, donde el gobierno reacciona ante los hechos que se suceden, prevista o imprevistamente, y debe comunicar.
- b) Un tipo de comunicación *proactiva*, donde la comunicación es una iniciativa que se usa estratégicamente para adelantar la agenda del gobierno.

- c) La comunicación que se podría denominar *contable*, ya que a través de ella se busca asentar (contabilizar), en la mente del electorado, los logros de la gestión de gobierno.
- d) La *campaña electoral* no debe ser ignorada. Un gobierno nunca debe olvidarse de su origen ni perder de vista su destino. Un gobierno viene de una elección y va hacia otra. Los gobiernos que olvidan esto cometen un grave y costoso error.
- e) La imperiosa necesidad de *escuchar* siempre a la gente. Indudablemente, la comunicación más importante de todas, y a la que paradójicamente se le presta menos atención cuando se olvida que la comunicación es siempre de dos vías. [...] (Noguera, 2010, pág. 91)

Marketing Político

Es de suma importancia comprender las similitudes y diferencias entre el Marketing Comercial y el Marketing Político, siendo el último el que más nos interesa.

Según Perianez:

El marketing político desde un punto de vista metodológico, puede definirse como ‘el conjunto de técnicas que permitan captar las necesidades que un mercado electoral tiene, estableciendo, en base a sus necesidades, un programa ideológico que las solucione y ofreciéndole un candidato que personalice dicho programa y al que se apoya e impulsa a través de la publicidad política’”. (Perianez, 2006, pág. 234).

El marketing político entonces pasa a ser el mayor aliado de un partido político, siendo la manera de apoyarse y de lograr que los electores confíen en que las ofertas de un candidato van a ser cumplidas, es decir que los intereses de los electores tienen que verse manifestados en las propuestas

mediante los discursos, imágenes y demás recursos utilizados, generando así un nexo entre candidato-elector en el cual se busca empezar a ganar confianza.

Luego de las elecciones y de haber llegado al poder, es vital contar con un proyecto de gobierno que determine que es lo que se va a realizar durante el tiempo de gestión. Es por esto que gracias a una campaña muy bien creada, Rafael Correa, siendo un candidato nuevo, llega a la Presidencia de la Republica presentando una nueva opción al pueblo y proponiendo un plan de gestión claro. Es indudable que gracias a las estrategias del Marketing Político, Correa logró ganar adeptos, los cuales se ha preocupado por continuar manteniendo durante sus años de mandato.

Es transcendental señalar que una política de comunicación es vital, ya que esta principalmente se encarga de informar a las personas sobre lo que está realizando el gobernante, por lo cual es necesario conocer a nuestro público objetivo para saber con mayor certeza cómo reaccionaría ante cualquier decisión tomada. Por lo tanto el autor Perianez explica que:

Hay que tener en cuenta que, de la misma manera que a un producto y/o servicio, si no se le aplica la adecuada estrategia de comunicación, no se le da a conocer lo suficiente mostrando sus ventajas y diferencias frente a la competencia, lo mismo ocurre con el líder de una organización política: tiene que darse a conocer utilizando esta estrategia, de tal forma que los electores conozcan sus propuestas, su ideología, sus posibles ventajas frente a los competidores, etc. (Perianez, 2006, pág. 259).

Sin embargo es necesario recordar que vender un producto no es lo mismo que promocionar a un candidato el cual es una persona, por ende las características a presentarse no son las mismas, siendo el fin principal el persuadir a la población para comprar (producto) y votar (candidato).

Se suele pensar que el marketing político es temporal ya que simplemente buscar ganar las elecciones, pero este gobierno ha demostrado constantemente que es mejor mantenerse fortaleciendo la imagen del líder, de una manera continua al igual que en el marketing comercial el cual busca seguir ganando clientes.

Incluso el mismo marketing político puede verse internamente diferenciado y Felipe Noguera explica que:

En primer lugar está el marketing de campaña, aquel que se hace cuando se está buscando el poder, en la llamada “fase agonal” (por asemejarse a un torneo) de la política. Una vez logrado el triunfo electoral, está el marketing de gobierno, donde la comunicación acompaña la fase “arquitectónica” de ejercicio del poder e implementación de una agenda. En tercer lugar se puede hablar de un marketing de oposición fácilmente reconocible como campaña en su etapa final, pero igualmente importante desde el comienzo de una gestión, aunque no siempre se considere en forma explícita. (Noguera, 2009, pág. 79)

Es por este motivo que vale la pena distinguir la comunicación de campaña con la de gobierno. Principalmente los objetivos de ambas buscan conseguir diferentes fines. La comunicación de campaña se preocupa de todo lo que es referente a la época electoral en donde es necesario captar la atención de los votantes y lograr mayor empatía con los mismos. El político en esta fase lo que busca es ganar las elecciones o mantenerse en el poder. Citando a nuestro país como ejemplo, cuando Rafael Correa se presentó como candidato, él era una cara nueva para la política, no era uno de los candidatos ya reconocidos a pesar de haber tenido participación en la política como Ministro de Economía y Finanzas en el gobierno de Palacio.

Para un candidato nuevo es muy importante lograr que la gente lo tome en cuenta y más aún poder mostrar sus propuestas y que estas sean aceptadas por la ciudadanía.

El marketing gubernamental, empleado en el momento en el que quien fue un candidato es elegido, el campo de acción es mucho más difícil de determinar ya que el objetivo no es ganar nada, sino más bien llevar un gobierno en lo posible sin conflictos.

Dentro del marketing gubernamental se encuentra la tarea de organizar lo que sería la estrategia de gestión y comunicación del gobierno estableciendo cuales serían los objetivos a largo plazo para poder cumplirlos. Un mandatario electo no recibe un país sin problemas, y es la forma que enfrenta los mismos la que determina que tan capaz es de gobernar.

Otra diferencia entre el marketing electoral y el gubernamental se presenta en el mensaje que ambas intentan comunicar. Básicamente el marketing electoral se encarga de transmitir un mensaje “único” y coherente, pero ¿luego de ganar las elecciones qué?

Por eso en el marketing gubernamental el mensaje es más complejo ya que se debe seguir comunicando lo ofrecido en un principio, sin olvidar que una vez cumplidas las promesas se debe seguir pensando en que vendrá a futuro y por consiguiente que seguir comunicando al pueblo para que este esté satisfecho con quien eligió.

Otro aspecto diferenciador es la forma de organización entre ambos tipos de marketing político. En el marketing electoral la organización es más sencilla porque se basa en cómo llevar a cabo la campaña pero lo difícil suele ser lograr que quienes son parte de este grupo de trabajo estén convencidos de que se puedan realizar las metas establecidas dentro del tiempo determinado. En el marketing de gobierno todo ya se encuentra más organizado, cada persona sabe cuál es su función y que debe realizar sin olvidar que la comunicación interna es vital para que las cosas funcionen y no exista un caos dentro del gobierno ya que la comunicación es un aspecto de suma importancia y de preocupación permanente.

Finalmente el ciclo del marketing de campaña y el gubernamental también son diferentes ya que en el primero el tiempo de duración es hasta que sean las elecciones. En el marketing gubernamental el trabajo es más extenso y busca comunicar día a día manteniendo a los ciudadanos contentos.

Esto es lo que hemos venido notando en nuestro país y por lo tanto, considerando que una campaña efectiva y un buen manejo del Marketing Político de gobierno son fundamentales, se puede decir que en nuestro país se está viendo como efectivamente este se preocupa de que la mayoría de información que se dé a conocer sea positiva, e incluso en los momentos en los en que se presentan dificultades o escándalos, siempre existe una aclaración posterior mediante algún tipo de comunicado o cadenas nacionales debido al derecho a la réplica.

El autor Kraus nos señala que: *“En cualquier sociedad moderna, la creación, organización y difusión de información es un proceso esencial. Este proceso utiliza varias formas de comunicación. Es un proceso político en cuanto a que influye en las instituciones políticas o estas influyen en él.”* (Kraus, 2006, pág. 103).

Es posible ver la manera en que el Ecuador está viviendo una “revolución comunicacional” ya que mediante el Enlace ciudadano transmite lo que la agenda presidencial ha hecho semanalmente y las propuestas o proyectos por venir de cada Ministerio o Institución del Estado.

La propaganda

El autor Jowett señala que:

La palabra perdió su posibilidad de ser neutral hace cerca de cuatrocientos años, cuando en 1622 el Vaticano creó la *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* para la propagación y diseminación de la fe de la Iglesia Católica Romana. A partir de entonces, y gracias al tipo de uso que se hizo de ella en

acontecimientos históricos como las dos grandes Guerras Mundiales, se la ha asociado con la falta de ética, concebido como algo dañino y planteado como sinónimo de mentira, distorsión, engaño, manipulación, control, guerra psicológica, lavado de cerebro, tácticas maliciosas, y más actualmente, manejo de las noticias mediáticas, control de la información política y cualquier retórica que resulte sospechosa. (Jowett y O'Donnell, 2006:3 citado en García, D'Adamo, Slavinsky, 2011, pág. 14)

Es por este motivo que lo correcto es alejarnos de posiciones pre establecidas por la historia, y recordar que la propaganda es una herramienta la cual simplemente depende del uso que se le dé, y este puede ser positivo o negativo ya que su fin es persuadir mediante un tipo de mensaje que sea interesante para la población.

Según García, la propaganda es un:

Mensaje con intencionalidad directa o indirectamente política, totalmente controlado por el emisor en sus fases de producción y difusión, cuyo objetivo es la promoción deliberada de las ideas e intereses del comunicador, con el propósito de producir en el público seleccionado ciertas respuestas cognitivas, afectivas y/o comportamentales acordes. (García, 2011, pág. 28)

Por lo que podemos decir que los gobiernos hacen uso de la propaganda mediante un mensaje que permita conseguir que se identifiquen con el mismo, y que logre que las personas se sientan parte del proceso que se lleva a cabo.

Hoy en día, la comunicación hace posible que exista un continuo intercambio entre el gobierno y la población, y con esto se logra mostrar objetivos, justificar acciones, pedir apoyo a la ciudadanía, etc.

La propaganda gubernamental es parte de un proceso de estrategias, ya que se espera que los gobiernos presenten una rendición de cuentas de

sus acciones, siendo así la comunicación política tan fundamental como la gestión realizada. Además el mismo autor nos indica que:

La comunicación gubernamental ha sido definida como el proceso de influencia intencional que un gobierno intenta realizar sobre la opinión pública, la prensa, la oposición, los legisladores, así como otros grupos y actores sociales, con el objetivo de volver más eficiente la gestión política.(García, 2011, pág. 82)

De esta manera, los gobiernos hacen uso de la comunicación gubernamental como elemento de la propaganda para definir sus mensajes de la manera más clara posible.

Es válido acotar que la propaganda gubernamental, tiene la necesidad y el deber de legitimar las acciones del gobierno, manteniendo a los ciudadanos conformes satisfechos con lo que ese esté llevando a cabo.

Rendición de cuentas

La rendición de cuentas también conocida con el término anglosajón “*accountability*”. El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, mediante su página web nos explica que:

Es un proceso mediante el cual quienes manejan y toman decisiones sobre la gestión de lo público, dan a conocer a la ciudadanía los resultados de dicha gestión [...] Este proceso se emprenderá en una relación de diálogo/debate/encuentro, con la finalidad de construir confianza y mejorar la calidad de la prestación de lo público. Por lo tanto, permite a la ciudadanía contar con información precisa y suficiente sobre la gestión de lo público, a través de un lenguaje asequible, redefiniendo así las modalidades de gestión pública e incorporando la exigencia ciudadana en todas las fases del ciclo de construcción de lo público. (Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, 2013)

Por lo tanto, siendo muy importante que la ciudadanía conozca la gestión, el Gobierno ecuatoriano ha considerado que todo lo que esté relacionado con la gestión pública, debe ser informado a la ciudadanía para mantener una transparencia de gestión. Es de gran importancia que la población pueda confiar en el gobierno, de manera que exista una menor cantidad de quejas o inconformidades las cuales perjudican a cualquier tipo de mandato. El poder contar con información de calidad y veraz, otorga al pueblo la sensación de que las acciones o decisiones tomadas se llevan a cabo de una forma honesta y sin corrupción, muy aparte de otro tipo de problemas que siempre es posible que se presenten.

Al ser necesario llevar una transparencia en la gestión, existe mayor oportunidad para que los funcionarios públicos se sientan comprometidos con su trabajo y sepan que tienen que hacerlo de la manera más responsable posible, ya que todo podrá ser verificado por la ciudadanía.

Gracias a la exigencia de transparencia en la gestión, nace la posibilidad de poder comprobar si se está cumpliendo con lo planificado y de qué forma está siendo realizado.

Gustavo Antúnez, periodista uruguayo nos explica que:

La rendición de cuentas supone la preexistencia de un proceso de planificación, que implica la acción deliberada de una persona, un grupo o una organización, de realizar una serie de acciones especialmente orientadas a la consecución de un determinado objetivo, que a su vez tiende a cumplir con la finalidad de la organización. (Antúnez, 2013)

Por lo tanto concuerda con el objetivo planteado anteriormente y que responde a lo que el Gobierno ecuatoriano ha pretendido realizar. Esta definición de Antúnez, deja en claro que es necesaria una planificación para que pueda ser posible una rendición de cuentas, y esta debe ser realizada por los miembros de una institución para que puedan demostrar lo que se está cumpliendo. Es por esto que el Enlace Ciudadano cuenta con una

planificación e incluso una revisión de los temas que se van a tratar en el programa.

Rendir cuentas es estar en constante movimiento y no permanecer sentado en la oficina “portándose bien” y estando “abierto a la crítica”. Rendir cuentas es salirse de la oficina dialogar con la sociedad” y establecer contacto con otras instituciones, en lugar de esconderse de la vigilancia ciudadana. (Ackerman, 2008:16)

Esto nos demuestra que los programas sabatinos del mandatario ecuatoriano, más allá del contenido o la forma en que lo presenta, cumplen con ciertos parámetros que lo establecen como una rendición de cuentas.

El Enlace Ciudadano

Cuadro 2: Sistema del Enlace Ciudadano



*Fuente: Subsecretaría de Información

Como nos muestra el cuadro anterior, la información que se presenta en cada Enlace Ciudadano debe ser muy bien escogida y realizada, buscando siempre mostrar lo positivo para cada sector, prevaleciendo siempre lo más trascendental.

Como la audiencia del Enlace son personas de distintos estratos sociales, el lenguaje que se utiliza debe ser de fácil comprensión para todos, evitándose términos que limiten la comprensión de lo que se está explicando.

El presidente Correa es la figura principal en estos enlaces, los cuales se dan semana a semana con una duración de ciento ochenta minutos, es decir desde las 10:00 am hasta la 1:00 pm. Estos enlaces pueden ser pre grabados cuando el presidente no puede participar, o en vivo como en la mayoría de los casos, donde incluso el vicepresidente puede presidir un enlace de ser necesario.

Mediante esta estrategia de comunicación directa con la ciudadanía, a través de la radio, televisión o incluso internet, la ciudadanía tiene a su alcance información de primera fuente como lo es el mismo gobierno.

En primera instancia fue transmitido en vivo y en directo por 54 emisoras, y hoy en día al menos 120 medios de comunicación, entre radios y canales de televisión a nivel nacional se unen a esta programación, principalmente estaciones comunitarias en sectores rurales del país, y otras radios privadas.

En cuanto a la televisión, se han unido a la transmisión de Ecuador TV varias cadenas, entre esos los canales y radios que fueron incautados por la antigua Agencia de Garantía de Depósitos y que hoy están bajo administración gubernamental, así como varias emisoras UHF. En el caso de los medios privados, el enlace es voluntario.

En los enlaces, el Presidente suele utilizar algunos recursos para fortalecer y dinamizar el espacio, además de dar sustento a sus argumentos, entre

los principales están: las diapositivas, videos, llamadas telefónicas, diarios y música.

Este programa es un escenario oficial muy bien planificado y organizado, que semanalmente escoge una distinta localidad del país para ser transmitido. Cuenta con varios segmentos como lo son:

- La libertad de expresión ya es de todos
- Lengua noticias
- La cantinflada de la semana
- La caretucada de la semana

Otro de los temas importantes es la logística de este evento, el cual cuenta con una tarima de 4x3 metros que es armada los viernes en la tarde junto con los demás elementos del montaje.

Marco Legal

Ciertas leyes nos ayudan a comprender que la rendición de cuentas es de suma importancia para el país.

De esta manera, basándose en la Constitución, Capítulo Quinto: Función de Transparencia y Control Social, Sección primera, Naturaleza y funciones, en el Art. 204 indica que:

El pueblo es el mandante y primer fiscalizador del poder público, en ejercicio de su derecho a la participación.

La Función de Transparencia y Control Social promoverá e impulsará el control de las entidades y organismos del sector público, y de las personas naturales o jurídicas del sector privado que presten servicios o desarrollen actividades de interés público, para que los realicen con responsabilidad, transparencia y equidad; fomentará e incentivará la participación ciudadana;

protegerá el ejercicio y cumplimiento de los derechos; y prevendrá y combatirá la corrupción.

La Función de Transparencia y Control Social estará formada por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, la Defensoría del Pueblo, la Contraloría General del Estado y las superintendencias. Estas entidades tendrán personalidad jurídica y autonomía administrativa, financiera, presupuestaria y organizativa. (Constitucion del Ecuador , 2008)

Por lo tanto, dentro de este artículo encontramos definido que la ciudadanía es parte de lo que sucede dentro de la función pública, y que la Función de Transparencia y Control Social, mediante ciertas entidades brindará al pueblo la información que sea necesaria. El fin principal es combatir la corrupción, y una de las mejores opciones para hacerlo es obligando al Estado o empresas privadas a rendir cuentas de sus actividades, además de que la población siente que forma parte del proceso de desarrollo del país, lo cual genera un sentimiento de pertenencia al mismo.

En el Capítulo 4: De los derechos económicos, sociales y culturales, Sección décima De la comunicación, en el Art. 81. muestra que:

El Estado garantizará el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales.

Asimismo, garantizará la cláusula de conciencia y el derecho al secreto profesional de los periodistas y comunicadores sociales o de quienes emiten opiniones formales como colaboradores de los medios de comunicación. No existirá reserva respecto de informaciones que reposen en los archivos públicos, excepto de los documentos para los que tal reserva sea exigida por razones

de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley.

Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación. [...]

Este artículo nos permite conocer que todos los ciudadanos tienen el derecho a conocer la información del Estado, y a que esta sea transmitida sin mentiras ni engaños que perjudiquen a la sociedad. Los ciudadanos tienen el derecho a recibir información que sea comprobada para que así no se generen especulaciones.

Además la Ley Orgánica de Transparencia y acceso a la información pública el Art. 1.-Principio de Publicidad de la Información Pública, nos explica lo siguiente:

El acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado. Toda la información que emane o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONG's), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública, salvo las excepciones establecidas en esta Ley.

Por lo cual, ya que la información del Estado es pública, mediante los Enlaces Ciudadanos esta puede ser transmitida de manera que la población puedan hacer uso de la misma, para fines pertinentes que no perjudiquen a terceros.

CAPÍTULO 3

Metodología

Diseño de la investigación

Tipo de investigación

La investigación a realizarse será de tipo descriptivo, debido a que lo que pretende es obtener contacto con la realidad de la situación mediante un estudio de campo con encuestas.

Se escogerá a un grupo socialmente significativo de personas para el estudio y luego mediante un análisis de tipo cuantitativo se generarán conclusiones que respondan a los datos recogidos.

La población a encuestarse serán mayores de edad, es decir electores de 18 años en adelante debido a que se considera que este sector poblacional puede estar más interesado en los temas tratados durante en Enlace Ciudadano por ser una edad en la que las personas son económicamente activas, posiblemente cabezas de familia, aportan al IEES, etc. por lo tanto pueden sentirse directamente afectadas con lo que sucede en el país.

Tanto los hombres como mujeres elegidos para las encuestas, serán de diversos estratos sociales, por lo mismo fueron escogidas dos zonas completamente diferentes de la Parroquia Tarqui para poder comparar opiniones.

Población y muestra

Guayaquil es la segunda ciudad más importante del Ecuador, luego de Quito, la capital. La población total de Guayaquil 2.350.915 según el último censo realizado en el año 2010 por el INEC. (INEC)

La parroquia Tarqui, por su número total de electores, se encuentra dividida entre la Circunscripción #2 y #3. Para efecto de la presente investigación y por delimitación de la misma, se ha elegido entrevistar a los habitantes de la Parroquia Tarqui Circunscripción #2 de Guayaquil, siendo elegidos los sectores de Vía a la Costa y Valerio Estacio, las cuales son dos zonas electorales completamente diferentes, y nos puede mostrar pensamientos diversos pero reales sobre lo que opina la parroquia urbana más grande de nuestra ciudad.

Como nos muestra el siguiente gráfico, en la Circunscripción #2 del Cantón Guayaquil, la población que participó en las elecciones del presente año fue de 428.499 habitantes.

Cuadro 3: Electores habilitados 2013

CIRCUNSCRIPCIÓN No. 2				
CANTON	PARROQUIA	POBLACIÓN	ELECTORES 2013	No. ASAMBLEISTAS
GUAYAQUIL	TARQUI	407.589	428.449	5
	PASCUALES	510788	147.209	
TOTAL POBLACIÓN		918.377	575.658	

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010
*Electores habilitados para las elecciones de 2013

*Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda 2010

Luego en el siguiente cuadro podemos notar que las zonas electorales escogidas cuentan con:

Cuadro 4: Población de Tarqui por zona electoral

MODELO DEFINITIVO DE CIRCUNSCRIPCIONES ELECTORALES - PROVINCIA DEL GUAYAS							
CIRCUNSCRIPCIÓN No. 2							
	CANTON	PARROQUIA	TIPO	ZONA ELECTRAL	ZONA CENSAL	POBLACIÓN	
C I R C U N S C R I P C I Ó N 2	GUAYAQUIL	TARQUI	U	ALBORADA - GUAYACANES		63.581	
				COLINAS DE LA FLORIDA		43.126	
				EL CONDOR		27.984	
				JUAN MONTALVO		33.087	
				LA PROSPERINA		70.279	
				LOS CEIBOS		49.142	
				QUINTO GUAYAS - SAMANES		44.983	
				SAN EDUARDO		21.991	
				VALERIO ESTACIO		23.021	
				VIA A LA COSTA		23.278	
				CHONGON		14.832	
				PASCUALES		72.792	
				BASTION POPULAR		53.632	
				EL PARAISO DE LA FLOR - EL FORTIN		89.925	
	FLOR DE BASTION		160.685				
	LAS ORQUIDEAS - MUCHO LOTE		88.186				
	LOS VERGELES		29.309				
	MONTEBELLO		16.259				
	TOTAL POBLACIÓN						926092

*Fuente: Agroecuador

- Vía a la Costa: 23.378 habitantes
- Valerio Estacio: 23.021 habitantes

De manera que nuestro universo un total de 46.399 habitantes.

La población es de carácter finita (<100,000 personas). Para determinar el valor de la muestra, se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{e^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Siendo:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

p= nivel de proporción estimada

q=variabilidad negativa

z= nivel de confianza

e= error de precisión

Por lo tanto:

$$n = 1.65^2 \times 50 \times 50 \times 46,399 / 5^2(46,399-1) + (1.65^2 \times 50 \times 50)$$

$$n = 270$$

La muestra a utilizarse para la investigación será de 270 habitantes, y al ser escogidos dos sectores se realizarán 135 encuestas en cada sector, sin importar el sexo de los encuestados más que como un dato extra.

Las encuestas como datos primarios, buscarán un acercamiento con las personas que son parte del día a día de una ciudad tan importante para el Ecuador, como lo es Guayaquil.

Para evaluar y conocer lo que realmente piensan los guayaquileños mediante sus opiniones neutrales, luego de la recolección de los datos, se procederá a un análisis e interpretación de los mismos para así de buena fuente determinar la aceptación del Enlace Ciudadano y el efecto que causa en la población ya que este puede ser tanto positivo como negativo dependiendo de la tendencia política de los encuestados, obteniendo de esta manera un acercamiento a la realidad social.

Estas encuestas servirán de apoyo al objetivo general de la investigación ya que mediante la opinión de la ciudadanía y los resultados de las mismas, podremos conocer que tan efectivo ha sido el plan comunicacional y si la gente piensa que se está llevando a cabo una verdadera rendición de cuentas mediante el enlace o sabatina.

Herramientas de la investigación

El modelo de la encuesta a realizarse es el siguiente:

ENCUESTA

Sexo: Masculino Femenino

Edad:

1. ¿Sigue Ud. semanalmente el Enlace Ciudadano?
a. Sí b. No (pasar a la pregunta 3) c. A veces

2. ¿Mediante qué medio?
 - a. Radio
 - b. Televisión
 - c. Internet

3. ¿Cree Ud. que son necesarios los Enlaces Ciudadanos?
 - a. Sí
 - b. No

4. Ud. opina que la duración del Enlace Ciudadano es:
 - a. Corta
 - b. Media
 - c. Extensa

5. ¿Cree Ud. que el Enlace Ciudadano es una rendición de cuentas que beneficia al país?
 - a. Sí
 - b. No

6. ¿Qué es lo que más le gusta o disgusta del Enlace Ciudadano?
 - a. Presidente
 - b. Duración del enlace
 - c. Segmentos
 - d. Otro

7. ¿Ha asistido Ud. a algún Enlace Ciudadano?
 - a. Sí
 - b. No

8. ¿Cree Ud. que los Enlaces Ciudadanos deben continuar?
 - a. Sí
 - b. No

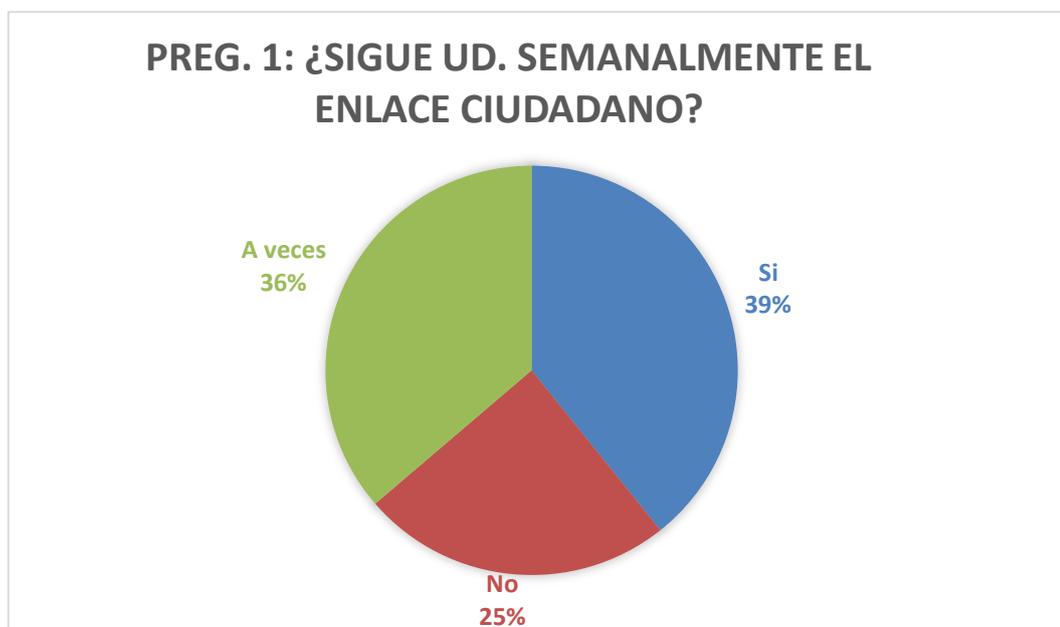
CAPÍTULO 4

Análisis de Resultados

Luego de haber realizado el total de las encuestas, es posible determinar el pensamiento de los guayaquileños a quienes se tuvo la oportunidad de realizar las mismas.

- Guayaquileños del sector Balerio Estacio:

Gráfico 1: Personas que siguen semanalmente el Enlace Ciudadano (Balerio Estacio)



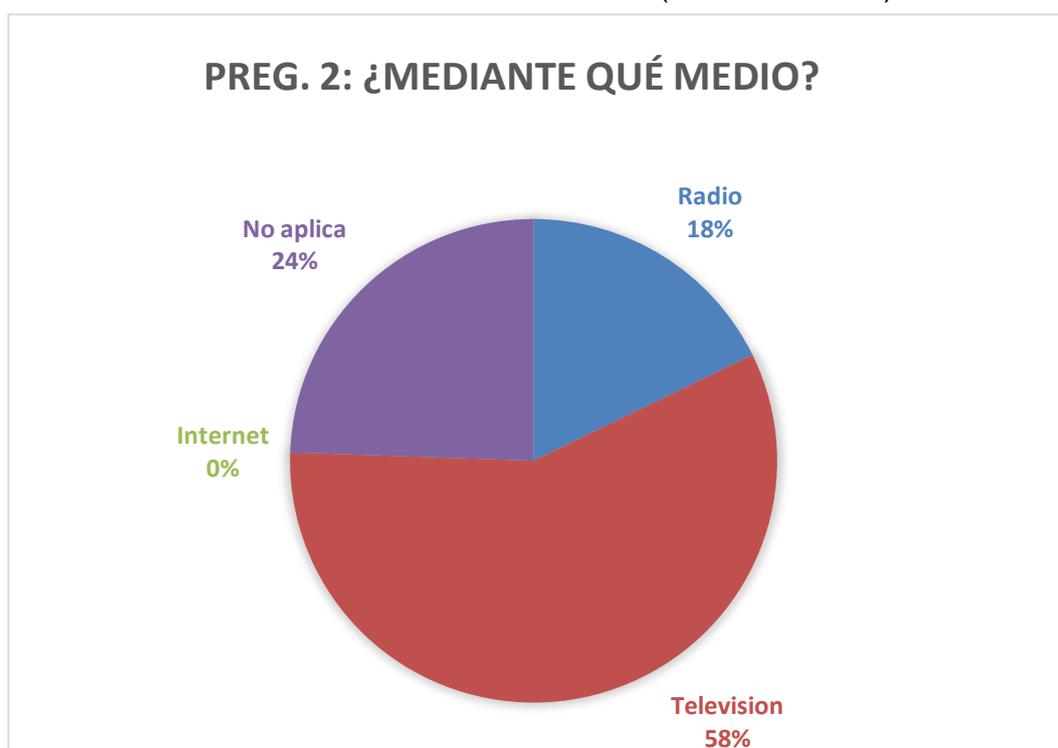
*Fuente: Elaboración del autor

De la primera pregunta, mediante el gráfico podemos constatar que en este sector un 39% de la población ve el Enlace Ciudadano semana a semana.

Un 36% ve el Enlace Ciudadano en ciertas ocasiones o cuando tiene la oportunidad de hacerlo.

Finalmente solo un 25% no ve el Enlace. Esto nos indica que en un mayor porcentaje, las personas del sector Balerio Estacio siguen el Enlace Ciudadano.

Gráfico 2: Medio de ver el Enlace Ciudadano (Balerio Estacio)



*Fuente: Elaboración del autor

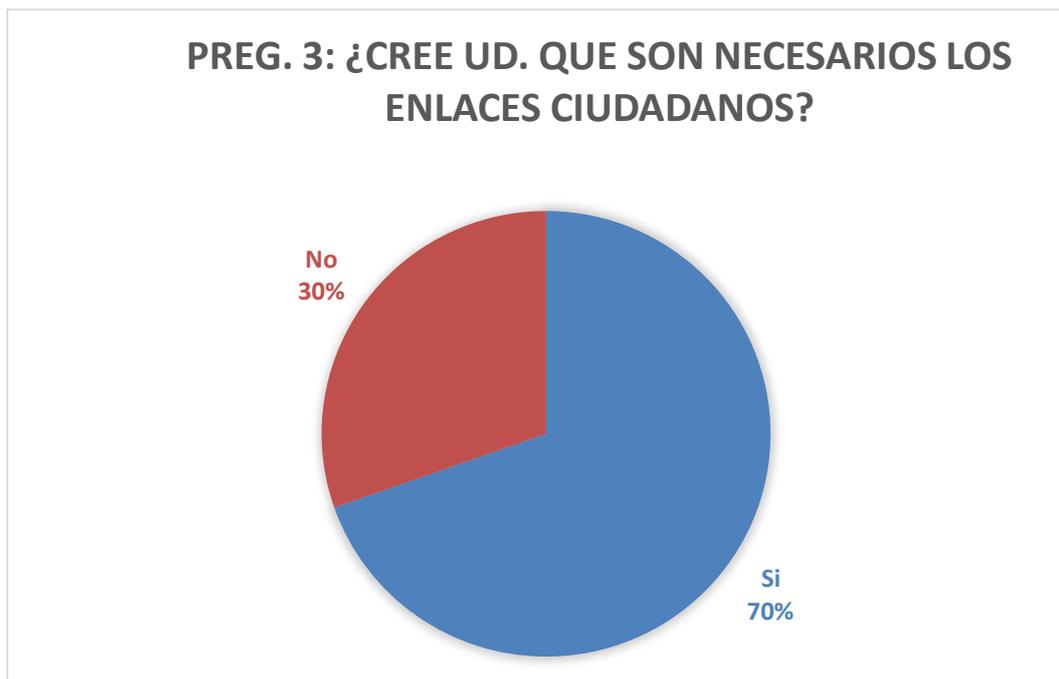
Ésta pregunta fue realizada a las personas que respondieron que ven el Enlace Ciudadano semanalmente o a veces.

De un total de 135 encuestados, donde el 24% no ve el Enlace, es posible notar que el 58% de los que sí lo hacen lo ven por televisión.

El segundo medio más usado es la radio con un 18%.

Los encuestados de este sector, no utilizan el internet para ver el Enlace.

Gráfico 3: Necesidad del Enlace Ciudadano (Balerio Estacio)



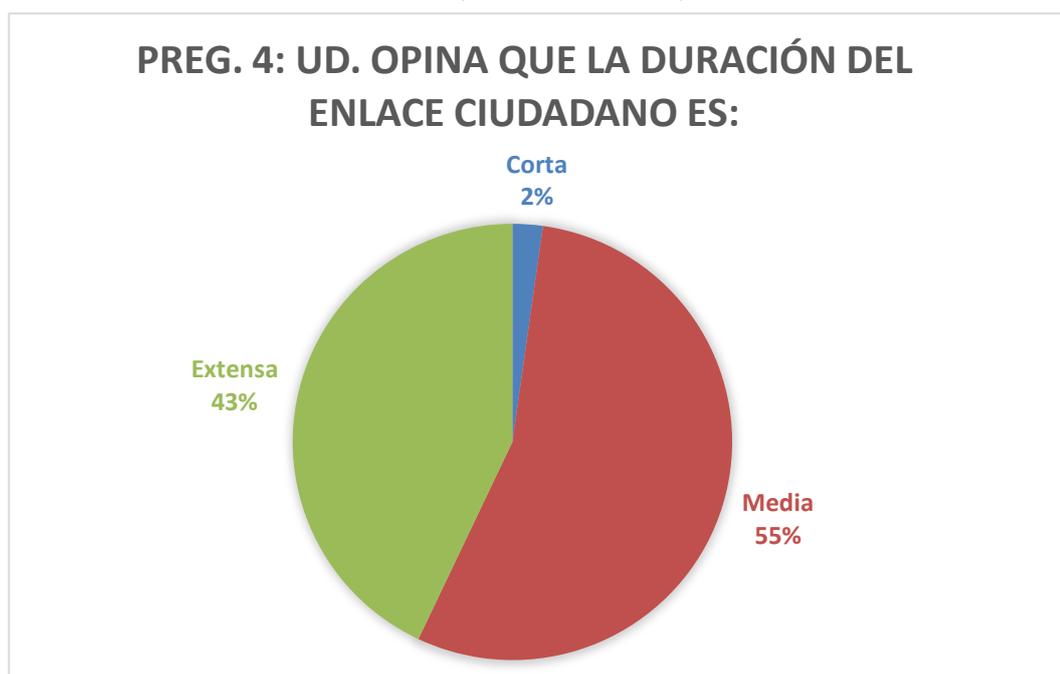
*Fuente: Elaboración del autor

Un 70% de la población del sector Balerio Estacio respondió que los Enlaces si son necesarios.

Un 30% piensa que los Enlaces no son necesarios lo cual indica que la mayoría de habitantes de este sector consideran que el Enlace es importante.

Esto indica que además de ver el Enlace, los habitantes de este sector consideran que si es necesario y lo consideran importante para el país.

Gráfico 4: Duración del Enlace (Balerio Estacio)



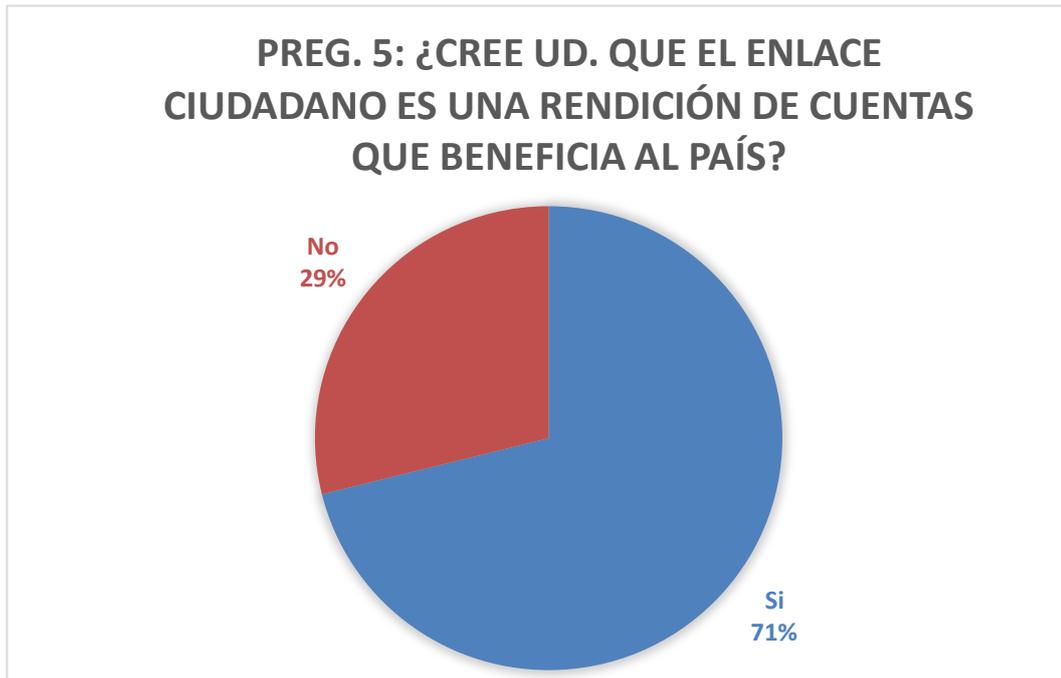
*Fuente: Elaboración del autor

Un 55% de los encuestados considera que el Enlace Ciudadano tiene una duración media.

Para un 43% el Enlace es muy largo. Sólo un 2% piensa que el Enlace es corto y podría tener mayor duración.

Esto es muy importante de tomar en cuenta ya que la duración del Enlace podría sumar o restar personas que decidan verlo y podría ser un tema para considerarse.

Gráfico 5: Beneficio del Enlace (Balerio Estacio)



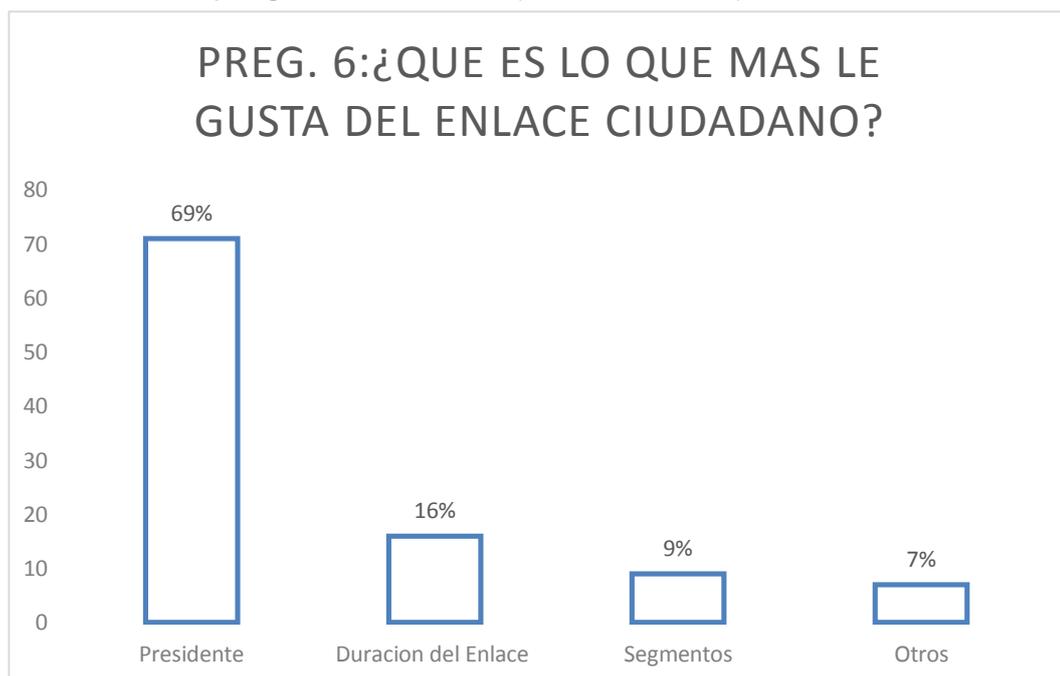
*Fuente: Elaboración del autor

El 71% de los encuestados consideran que el Enlace Ciudadano es una rendición de cuentas que si presenta beneficios al país.

Un 29% considera que no hay ningún beneficio y que dichos Enlaces no aportan en nada.

Luego de conocer que las personas de este sector, en su mayoría consideran necesario el Enlace, es positivo conocer que además creen que es beneficioso.

Gráfico 6: Lo que gusta del Enlace (Balerio Estacio)



*Fuente: Elaboración del autor

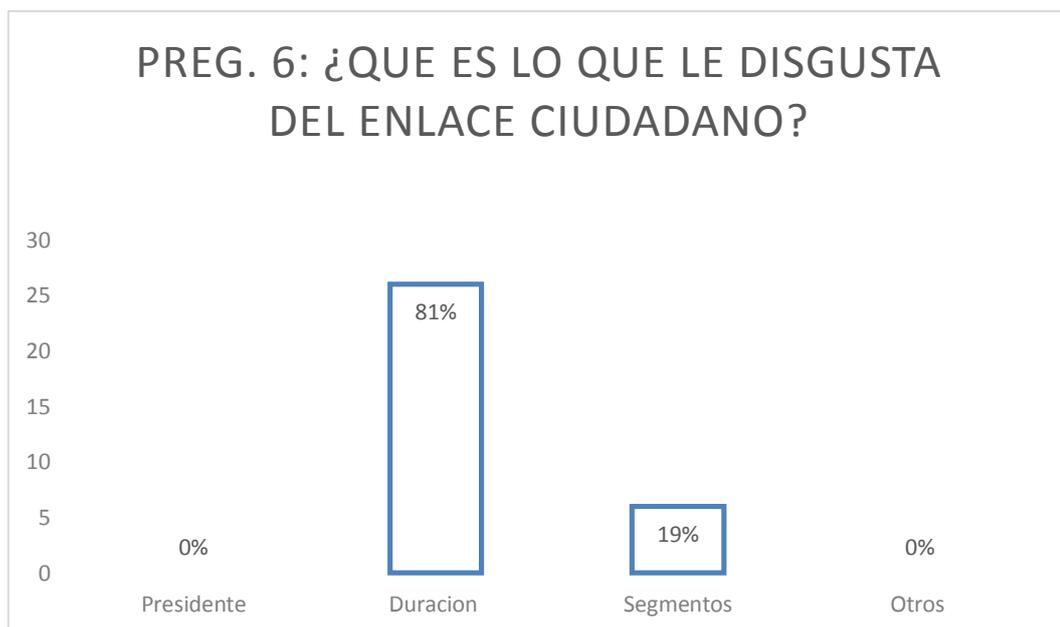
Esta pregunta fue realizada a las personas que respondieron positivamente sobre si ven el Enlace.

A la mayoría, es decir a un 69% lo que más les gusta del Enlace es la oportunidad de ver y escuchar al Presidente de la Republica.

A un 16% les gusta la duración del Enlace.

Un 9% les gustan los segmentos que se presentan y un 7% respondió que le gusta por otros motivos.

Gráfico 7: Lo que disgusta del Enlace (Balerio Estacio)



*Fuente: Elaboración del autor

Ésta pregunta fue realizada a las personas que no ven el Enlace. En su mayoría, un 81% respondió que no lo ve porque no les gusta la duración del mismo.

El restante 19% opinó que no les gustan los segmentos del Enlace.

Con esta pregunta podemos determinar que los habitantes que no ven el Enlace, es porque consideran que su duración es muy extensa. De igual manera conocemos que no están en contra del Presidente ya que a un 0% no les molesta su imagen.

Gráfico 8: Asistencia al Enlace (Balerio Estacio)



*Fuente: Elaboración del autor

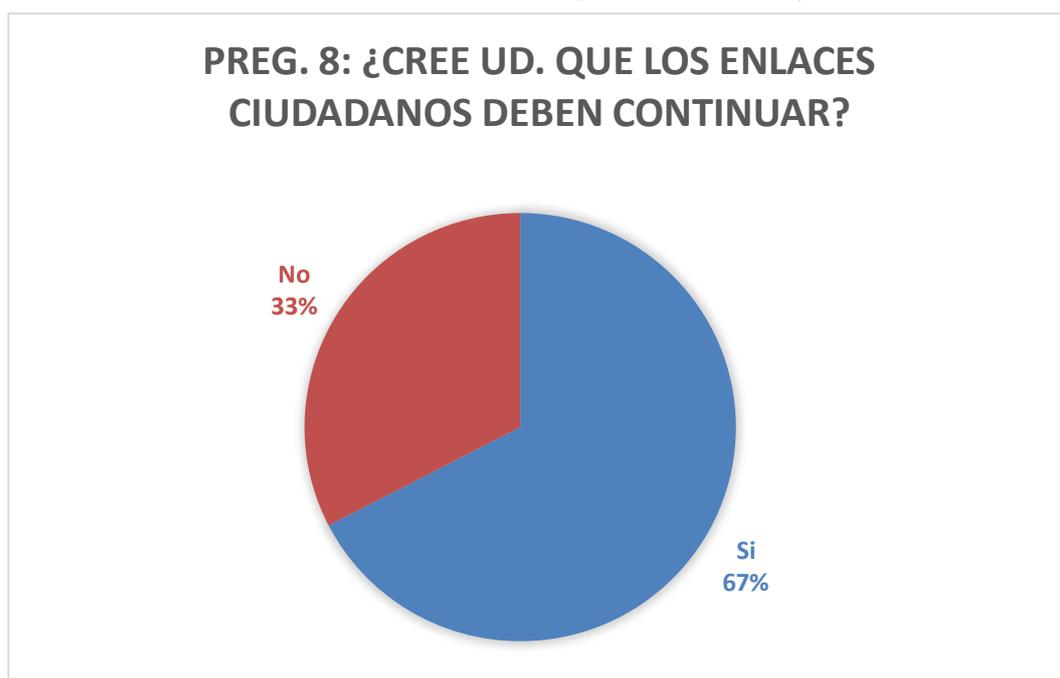
Los Enlaces siempre cuentan con público el cual en su mayoría siempre es afín con el gobierno.

El 85% de los encuestados del sector Balerio Estacio, indico que no ha asistido a ningún Enlace Ciudadano.

Un 15% indicó que si ha formado parte de los Enlaces Ciudadanos cuando se han realizado dentro de la ciudad de Guayaquil.

Esto podría indicar que este sector, de clase social baja, se encuentra más comprometido con el gobierno, o trata de seguir más de cerca las actividades del mismo, cuando les es posible.

Gráfico 9: Continuación de los Enlaces (Balerio Estacio)



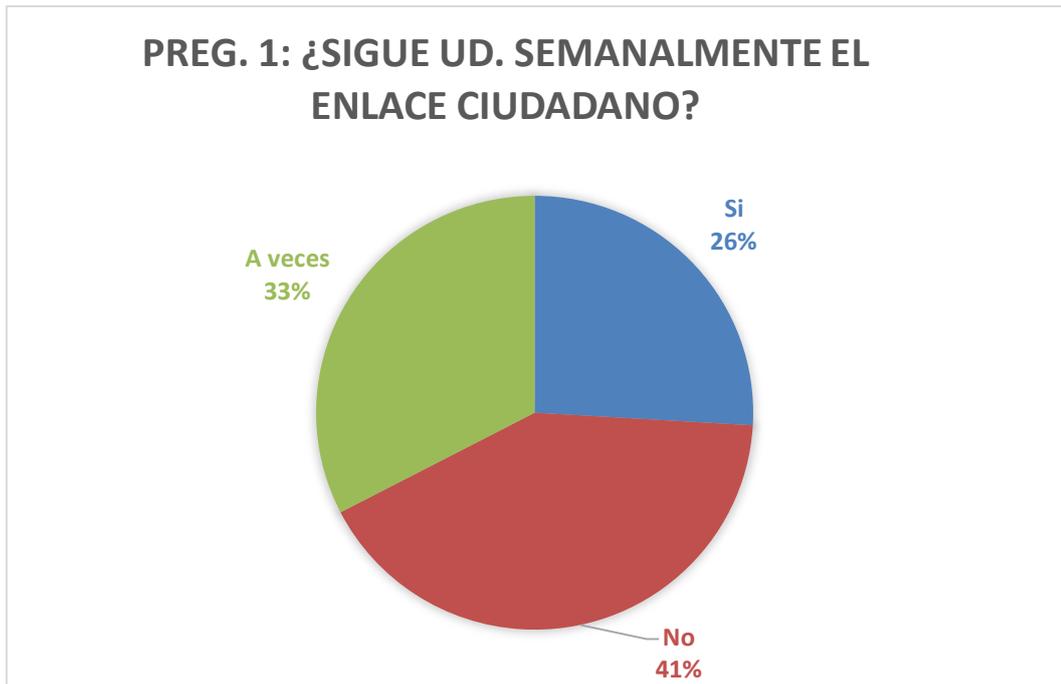
*Fuente: Elaboración del autor

En esta pregunta, un 67% de los encuestados concluyó en que los Enlaces deben continuar llevándose a cabo.

Un 33% indicó que los Enlaces no deben continuar. La mayor parte de los encuestados, al estar de acuerdo con el Enlace y considerarlo beneficiosos, consideran importante que se sigan dando este tipo de informes a la ciudadanía.

- Guayaquileños sector Vía a la Costa:

Gráfico 10: Personas que siguen el Enlace Ciudadano (Vía a la Costa)



*Fuente: Elaboración del autor

En el sector Vía a la Costa, el 41% de los encuestados respondieron que no ven el Enlace Ciudadano.

Un 33% respondió que en algunas ocasiones ven el Enlace.

Finalmente un 26% respondió que sí lo ve.

Como conclusión podemos notar que en este sector, a diferencia de en Balerio Estacio, la mayor parte de los habitantes no ve el Enlace.

Gráfico 11: Medio de ver el Enlace Ciudadano (Vía a la Costa)



*Fuente: Elaboración del autor

Ésta pregunta, realizada a los habitantes del sector que si ven el Enlace o en algunas ocasiones, tuvo como resultado el que la mayor parte, es decir un 44% ve el Enlace por televisión.

El siguiente medio más aceptado es la radio con un 10%.

Finalmente un 4% ve el Enlace mediante internet.

Es importante señalar que en este sector, a diferencia del antes analizado, el internet también es un medio utilizado a pesar de no alcanzar un gran porcentaje.

Gráfico 12: Necesidad del Enlace (Vía a la Costa)



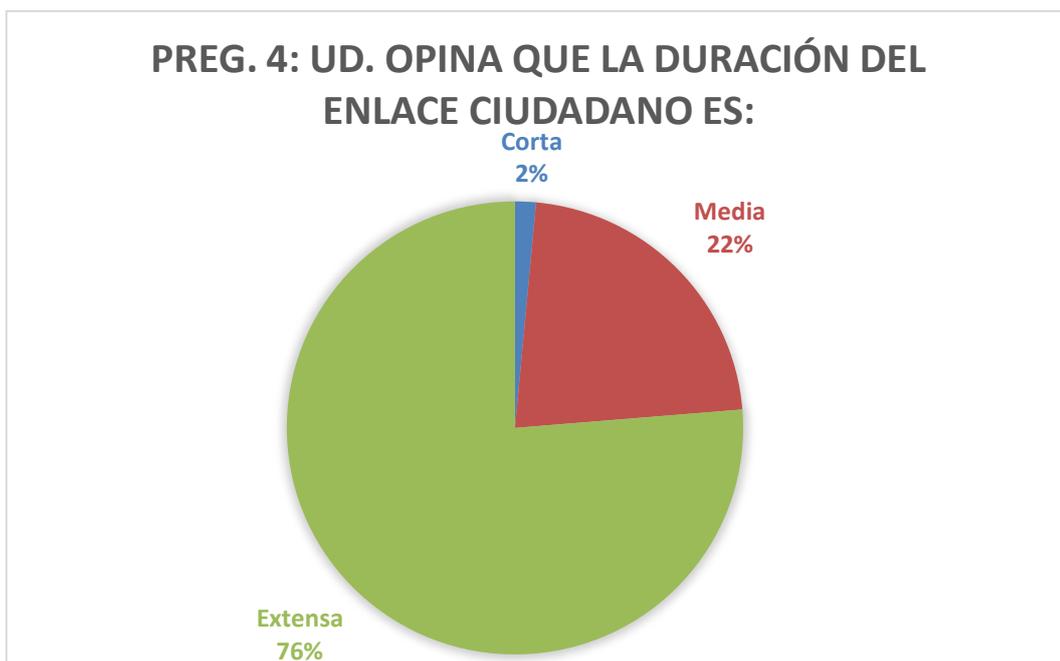
*Fuente: Elaboración del autor

El mayor porcentaje de habitantes de este sector, es decir un 55%, respondió de manera positiva que los Enlaces son un medio de rendición de cuentas necesario para el país.

Un 45% respondió que los Enlaces no son necesarios.

A pesar de que la mayoría de encuestados del sector respondió que no ve el Enlace, gran parte cree que si es necesario que exista esta rendición de cuentas.

Gráfico 13: Duración del Enlace (Vía a la Costa)



*Fuente: Elaboración del autor

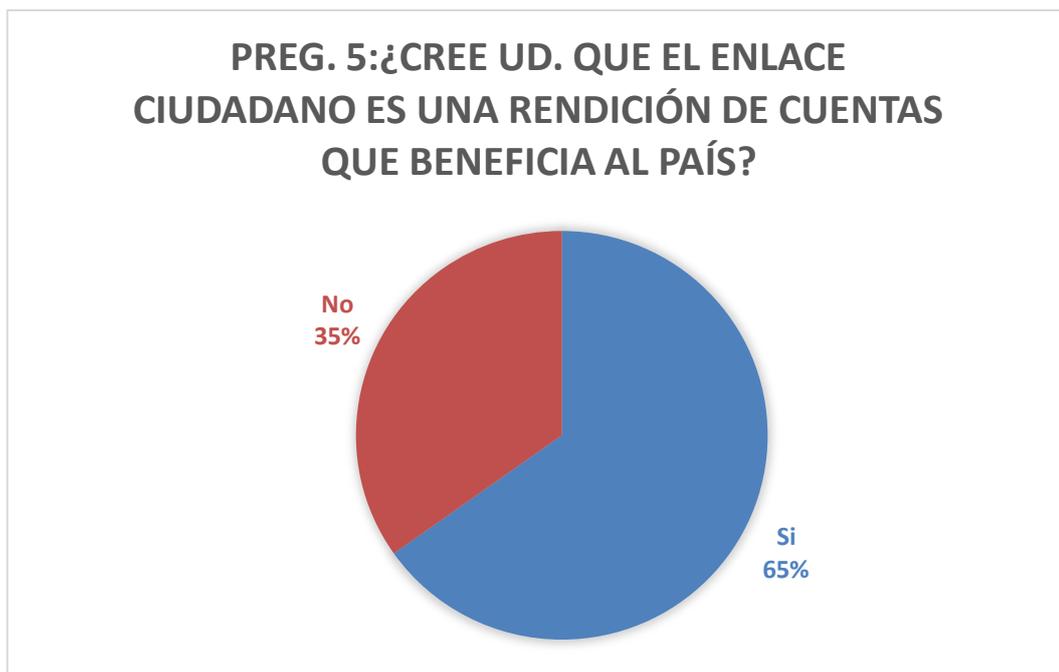
Un 76% del total de encuestados opina que la duración del Enlace Ciudadano es muy extensa.

El 22% considera que la duración del Enlace es media o apropiada.

Sólo un 2% opinó que el Enlace es corto.

Esta pregunta determina que definitivamente la población no está de acuerdo con la duración del Enlace.

Gráfico 14: Beneficio del Enlace (Vía a la Costa)



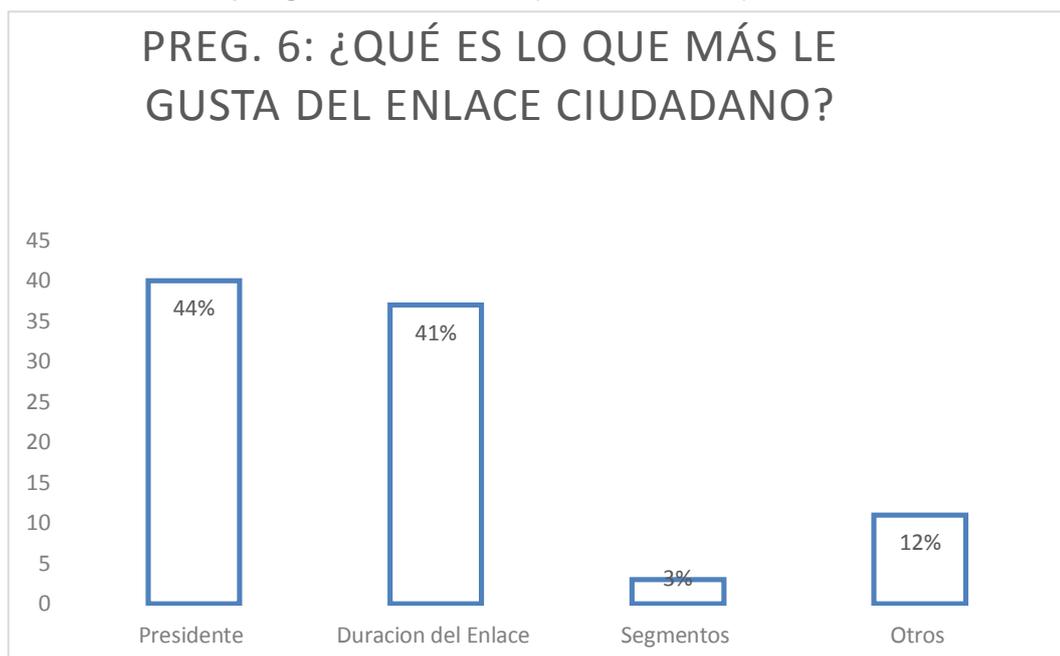
*Fuente: Elaboración del autor

De los encuestados, un 65% cree que el Enlace Ciudadano si beneficia al país.

Un 35% opina que el Enlace no presenta ningún beneficio al Ecuador

Encontramos que el Enlace si es considerado beneficioso, por lo tanto existe la posibilidad de obtener un mayor número de seguidores del mismo.

Gráfico 15: Lo que gusta del Enlace (Vía a la Costa)



*Fuente: Elaboración del autor

A los encuestados que ven el Enlace Ciudadano, se les preguntó qué es lo que más les agrada del Enlace.

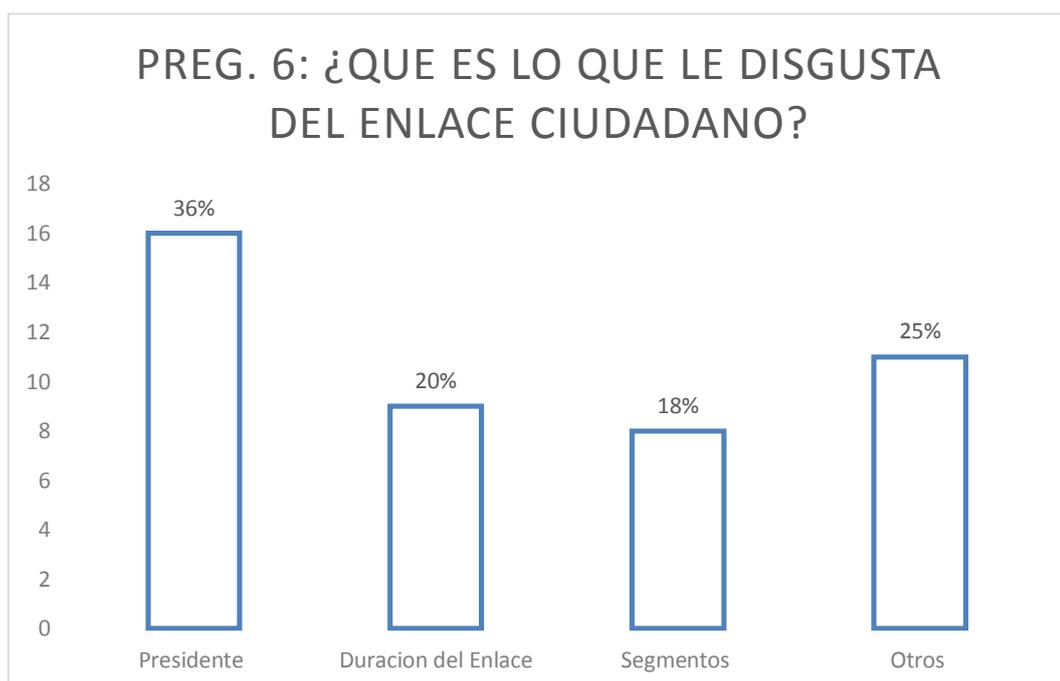
A un 44% del total les gusta la presencia del Presidente Correa.

Un 41% respondió que les gusta la duración del Enlace.

Un 3% coincidió en que le gustan los segmentos del Enlace.

Finalmente un 12% respondió que les gusta el Enlace por otros motivos.

Gráfico 16: Lo que disgusta del Enlace (Vía a la Costa)



*Fuente: Elaboración del autor

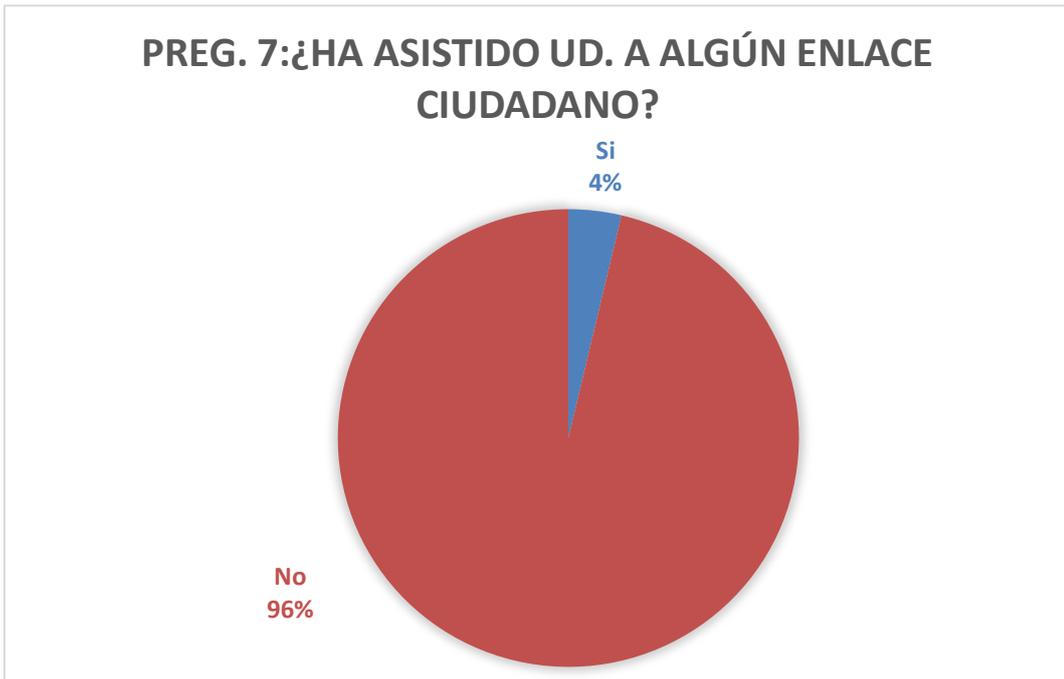
Las personas que no ven el Enlace respondieron en un 36% que no les gusta la presencia del Presidente.

A un 20% no les gusta en Enlace por su duración.

A un 18% no les gustan los segmentos que se presentan en el Enlace.

A un 25% no les gusta el Enlace por otros motivos.

Gráfico 17: Asistencia al Enlace (Vía a la Costa)



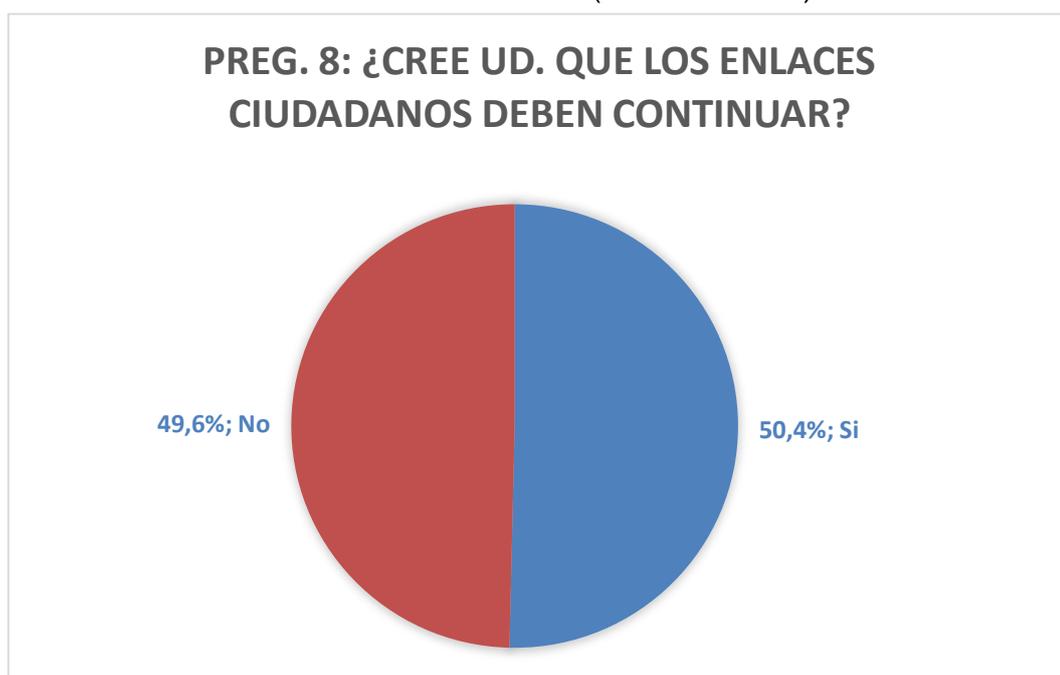
*Fuente: Elaboración del autor

Un 96% de los encuestados del sector Vía a la Costa no han asistido a ningún Enlace Ciudadano.

Tan sólo un 4% de los encuestados ha asistido a un Enlace.

Esta zona electoral a diferencia de la Balerio Estacio, no ha mostrado interés en participar en los Enlaces realizados dentro de la ciudad.

Gráfico 18: Continuación de los Enlaces (Vía a la Costa)



*Fuente: Elaboración del autor

Ésta pregunta fue muy pareja en cuanto a resultados en el sector Vía a la Costa.

Un 50,4% opinó que los Enlaces si deben continuar.

Un 49,6% opinó que los Enlaces no deberían continuar.

CAPÍTULO 5

Propuesta

Mediante el presente trabajo de investigación realizado, hemos intentado determinar el pensamiento de la ciudadanía y el reconocimiento de lo significa esta rendición de cuentas para los guayaquileños, basado en la investigación y los resultados de los estudios de opinión pública.

Es mucho más probable que la población sienta empatía o algún tipo de nexo con el gobierno, en el momento en el que se genera confianza, la cual no se gana en base a buenas propuestas sino mostrando que realmente lo que se ofreció en primera instancia, está siendo cumplido en beneficio de la sociedad.

Luego de haber encuestado a los guayaquileños de dos diferentes zonas electorales y de distintos estratos sociales, es posible determinar que la aceptación que tiene el Enlace Ciudadano es alta, a pesar de contar con mayor sintonía en habitantes de clase económica baja. Esto nos podría indicar la necesidad de lograr que una mayor cantidad de personas de estrato social medio o alto, tomen en cuenta el Enlace y lo sigan semanalmente ya que sólo un 59% respondió que suele seguir dicho programa.

Los medios de comunicación influyen de gran manera al momento de hablar de rating. Mediante la investigación se logró notar que la mayor parte de los encuestados ven el Enlace por televisión, otros por radio, y un porcentaje muy bajo mediante el internet.

Muchos de los encuestados coincidieron que el Enlace tiene una duración exagerada, por lo tanto el gobierno podría considerar una revisión en cuanto a este tema ya que lograr que las personas estén atentas durante 3 horas completas es complicado y conforme pasa el tiempo del programa se puede ir perdiendo seguidores.

Es necesario de igual manera recalcar, que aunque algunas personas respondieron que no ven el Enlace, la mayor parte entre ambos encuestados concluyeron en que si lo consideran como un medio de rendición de cuentas que beneficia al país.

Siendo solo el gobierno nacional el que hace una rendición de cuentas, se podría sugerir que gobiernos municipales o seccionales se dirijan a la población, de manera que no sólo sus estados financieros o gastos se vean plasmados en un papel o página web institucional a la que no toda la población tiene acceso, sino más bien pensar en la posibilidad de dirigirse al pueblo y que la información de sus gestiones llegue de manera directa, más aun en vísperas de elecciones.

Sería importante que gobiernos de diferentes parroquias traten de reunir una o dos veces al mes a la población de esos lugares, y se arme una especie de gabinete que no necesariamente debe ser televisado lo cual disminuye el costo, pero de igual manera crea un nexo entre la población y el gobierno.

Refiriéndonos al Enlace Ciudadano, es la imagen del presidente la que más llama la atención y lo que capta a la mayoría de los seguidores, pero a pesar de esto son pocos los que han acudido a un Enlace. Parte de la propuesta podría ser que los Enlaces se den más en la ciudad de Guayaquil para que la gente que no tiene oportunidad de viajar por factor tiempo o dinero, se interese más en participar debido a la cercanía.

Es positivo para el gobierno, que a pesar de que se piensa que gran parte de la oposición se concentra en Guayaquil, la mayoría de los encuestados considera que el Enlace debe continuar transmitiéndose, por lo tanto lo

importante sería buscar un método para que más guayaquileños se interesen en verlo.

Ya que parte del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, es el lograr una igualdad en todos los aspectos para la ciudadanía, una buena opción sería que el Gobierno trate de enfocar su atención en estratos sociales medios o altos, ya que es donde suele concentrarse la oposición, que no dejan de ser parte del país.

Finalmente, como conclusión de la investigación se podría señalar que los guayaquileños siguen el Enlace porque para todos es importante conocer cuál es el rumbo que está tomando su país. No es necesario que la gente sea afín al gobierno, incluso empresarios los cuales suelen sentirse atacados en ocasiones por el oficialismo, requieren tener noción de lo que se lleva a cabo.

Conclusión

Lejos de la postura política personal, al haber realizado esta investigación se encontró que la mayoría de la población acepta a Enlaces Ciudadanos como beneficiosos.

Es necesario recordar que la rendición de cuentas es una simple herramienta que permite comunicar las acciones y gestiones de un gobierno, más allá de la forma en la que se lo haga o transmita o de los recursos que se utilicen para dicho fin.

Las tácticas o decisiones estratégicas deben ir siempre de la mano con el tipo de audiencia a la que se dirige, por lo tanto se debería en lo posible el tratar de no caer en los excesos típicos de los populistas.

Más allá de criticar o ridiculizar a la oposición, sería importante ver un poco más de cómo se está aplicando el modelo de gestión que se lleva a cabo para así no caer en la toma de los medios para beneficio del gobierno y no del Estado, recordando que los gobiernos son de turno o de paso, y es la

población la que los juzga en la historia. Tan importante como definir qué comunicar, es tomar la decisión de cómo hacerlo.

Bibliografía

Ackerman, J. (2008). *Más allá del acceso a la información: transparencia, rendición de cuentas y estado de derecho*. México: Siglo XXI Editores.

Agro ecuador. (30 de octubre de 2013). *Agro ecuador*. Obtenido de www.agroecuador.com/.../TABLA_CIRCUNSCRIPCIONES_GUAYAS.pdf

Antúñez, G. (20 de junio de 2013). *Centro de Competencia en Comunicación para América Latina*. Recuperado el 11 de mayo de 2013, de <http://www.fesmedia-latin-america.org/uploads/media/Accountability.pdf>

Barba, J. D. (2009). *Estrategias de Comunicación Política*. En C. A. Roberto Izurieta, *Estrategias de Comunicación para Gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía.

Castels, M. (2010). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.

Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. (20 de junio de 2013). Recuperado el 9 de mayo de 2013, de <http://www.participacionycontrolsocial.gob.ec>

Constitución del Ecuador. (2008). Montecristi.

Elizalde, Fernandez-Pedemonte, & Riorda. (2006). *La construcción del consenso*. Buenos Aires: La Crujía.

Elizalde, Pedemonte, F., & Riorda. (2006). *La construcción del consenso*. Buenos Aires: La Crujía.

García, V., Slavinsky, G., & D'Adamo, O. (2011). *Propaganda gubernamental: Tácticas e iconografía del poder*. Buenos Aires: La Crujía.

Garrido, F. (2007). *Comunicación Estratégica*. Barcelona: Gestión 2000.

Ramos, H. (s.f.). Recuperado el abril de 2013, de <http://www.fes-ecuador.org/media/pdf/LA%20PALABRA%20ROTA%20LIBRO%20da%20p arte.pdf>

Reliche, A. (3 de mayo de 2013). *Agencia Publica del Ecuador y Suramérica*.

Recuperado el 10 de mayo de 2013, de ANDES: <http://www.andes.info.ec>

SECOM. (15 de julio de 2013). *Secretaria Nacional de Comunicación*. Recuperado el 8 de mayo de 2013, de SECOM: www.secom.gob.ec

Referencias Bibliográficas

- CNE. (1 de 11 de 2013). *CNE ciudadanía informada*. Obtenido de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=5&ved=0CEcQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.ciudadaniainformada.com%2Ffileadmin%2FPlantillas_noticias%2FMapa_de_las_circunscripciones_de_Guayas..pdf&ei=vziJUqqeBPbLsQSL24CYCA&usg=AFQjCNFFtqeFA
- Lucas, K. (2007). *Rafael Correa un extraño en Carondelet*. Quito: Planeta del Ecuador.
- Kraus, S., & Davis, D. (2006). *Comunicación Masiva: sus efectos en el comportamiento político*. México: Trillas: SIGMA.
- Maarek, P. J. (1995). *MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN: CLAVES PARA UNA BUENA INFORMACIÓN POLÍTICA*. Paidós .
- Moragas, M. d. (1994). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Nacional, C. (2004). *Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a Información Pública*.
- Sudamérica, A. p. (11 de 11 de 2013). *Andes*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/consejo-nacional-electoral-equilibra-electores-circunscripciones-electorales-dos-ciudades>

Anexos

Anexo 1

¿Cuánto cuesta el Enlace Ciudadano?

Escrito por Fernando Alvarado Espinel | diciembre 11, 2010

La sonrisa de un ecuatoriano, en el Enlace Ciudadano, no tiene precio.

Para todos los que están preocupados por el “costo económico” de la producción del Enlace Ciudadano, les puedo contestar primero técnicamente e intentaré hacerlo de manera resumida.

En realidad, y aunque no lo crean, no tiene un costo adicional para el Estado. Existe un equipo de cada una de las instituciones que interviene, dentro del cual hay personas que se dedican a muchas cosas a más del Enlace. Por ejemplo, los Subsecretarios, periodistas y camarógrafos de la Secretaría y yo, hagamos o no hagamos el Enlace, cobramos lo mismo en nuestros sueldos, de igual forma ocurre con el presupuesto de Ecuador TV y su personal.

No tenemos gente que se dedique exclusivamente a producir el Enlace. Los editores de TV, audio y video, son los mismos que realizan documentales, cadenas nacionales, registran y editan imágenes que proporcionamos a los medios privados o públicos cuando no pueden estar en algún sitio; el equipo que clasifica y busca la información que expone el Presidente es el mismo que realiza ese trabajo para tantas otras acciones en la toma de decisiones del Gobernante; el sonido y las pantallas son las que se utiliza en todos los actos oficiales y en los gabinetes itinerantes; las carpas, sillas, y demás, son proporcionadas por el municipio de cada localidad que visitamos. **En pocas palabras, podríamos hacer mucho menos y descansar mucho más con el mismo sueldo, pero ese no es nuestro estilo.**

Vamos a lo conceptual y hasta ideológico.

Mi familia (y la de mis compañeros) sería mucho más feliz si no trabajáramos los sábados, pero también es solidaria y comprometida con nuestra responsabilidad histórica. Si algunos de los que han escrito estos *twits* leyeran las cartas de la gente que pide la visita del Presidente, que lo esperan como si fuese una fiesta para que se

realice el Enlace en su parroquia, comprenderían lo que les estoy diciendo. Si sintieran ese calor humano, ese abrazo, ese apretón de manos, esa sonrisa, el sentirse parte del Ecuador, sentirse importante, tomado en cuenta, entenderían a qué me refiero cuando digo que no tiene costo... **en realidad, no tiene precio**. Sólo una visión egoísta, con alma de caja fuerte y corazón de calculadora, puede cuestionar el “costo”; ¿Quizás la gasolina? ¿Tal vez el consumo de llantas? ¿O que se consuma más en almuerzos u hoteles de un pequeño poblado? o ¿Tal vez un poco más de energía eléctrica? Esa sería la visión de un estómago lleno mientras dura el proceso de la digestión, con un pobre sentido de solidaridad, dedicado totalmente a consentirse.

Twitteros del presupuesto: Todavía no hemos cuantificado cuántos medios de comunicación realmente (por favor no los insulten diciendo que lo hacen por publicidad) se unen al Enlace Ciudadano y dedican el costo de su tiempo al aire a este (como dice el Presidente) deber sagrado de informar. Aunque a unos pocos no les guste, a la mayoría sí. Lo cierto es que cada día, más y más gente lo ve y lo escucha, y así, el chofer de un bus, el chofer de un camión, el taxista (esos que para algunos no tienen derecho) también pueden escuchar y analizar hacia dónde va su país, mientras cruzan de San Vicente a Bahía en un santiamén o transitan por la Ruta del Austro, o la Troncal Amazónica, también los pescadores que recorren la Ruta del Sol.

Por esto y por mucho más me encanta este proyecto (con todo respeto se los digo); y, a pesar de sus infundados pero no menos importantes puntos de vista, me he detenido un momento en la tarde de un sábado familiar, mientras mi hermosa y adorada esposa está en la peluquería para ir bien presentados al matrimonio de un querido amigo que me ha dado el honor de ser yo quien lo case, y con el fondo de una canción de Phil Collins, para dedicarles estos minutos, con mucho cariño.

Suerte y un gran abrazo, y gracias también, por hacerme pensar una vez más en quién soy y permitirme recordar por qué estoy aquí.

Anexo 2

Encuestas a población de la parroquia Tarqui en Guayaquil