



ESCUELA DE CIENCIAS POLITICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

Como el uso de una discursiva populista influencia en la reelección de
Rafael Correa en las elecciones presidenciales del 2013

Autor

Bryan Franco Imbaquingo Jurado

Año
2020



ESCUELA DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES
INTERNACIONALES

COMO EL USO DE UNA DISCURSIVA POPULISTA INFLUENCIA EN LA
REELECCIÓN DE RAFAEL CORREA EN LAS ELECCIONES
PRESIDENCIALES DEL 2013.

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

Profesor guía:

Dr. Arturo Moscoso Moreno

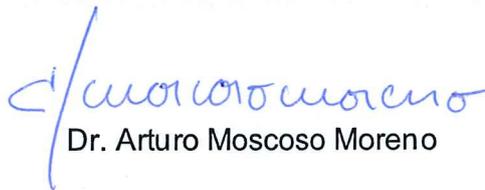
Autor:

Bryan Franco Imbaquingo Jurado

Año
2020

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

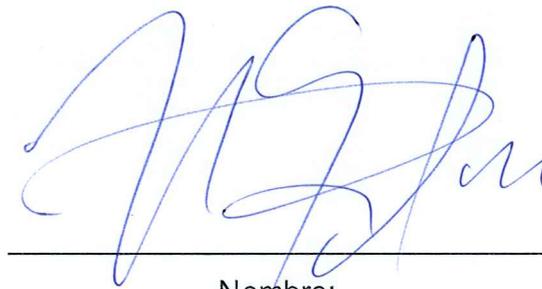
“Declaro haber dirigido este trabajo, Como el uso de una discursiva populista influencia en la reelección de Rafael Correa en las elecciones presidenciales del 2013, a través de reuniones periódicas con el estudiante, Bryan Franco Imbaquingo Jurado, en el semestre 2020-10, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.


Dr. Arturo Moscoso Moreno

CI: 1710011840

DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, Como el uso de una discursiva populista influencia en la reelección de Rafael Correa en las elecciones presidenciales del 2013, del estudiante Franco Imbaquingo Jurado, en el semestre 2020-10, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”



Nombre:

Dr. Nelson Nogales

CI: 175434659-9

DECLARACIÓN AUTORÍA 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".



Bryan Franco Imbaquingo Jurado

C.I 1725522302

AGRADECIMIENTOS

Mi profundo agradecimiento a Dios, a mis padres y amigos más cercanos por estar siempre presentes apoyándome.

DEDICATORIA

A mis amados padres, por su amor incondicional, trabajo y sacrificio durante todos estos años. Es un orgullo y privilegio ser su hijo, son los mejores padres.

Resumen

El discurso populista se caracteriza por presentar un líder mesiánico el cual por medio del antagonismo entre diversos sectores de la población logra afincarse en el poder (gobierno). Al analizar esta discursiva se entiende como líderes populistas a aquellos individuos que utilizan un discurso basado en la polarización de sectores sociales de un país. Este fenómeno se puede apreciar en el caso de Rafael Correa quien además utiliza este mensaje populista recurrió al monopolio de los medios de comunicación pública que tenía el gobierno para expandir su mensaje por medio del segmento conocido como “Enlace Ciudadano” que fue uno de los factores que ayudo a su reelección. El marco teórico que se utiliza corresponde al análisis del discurso populista junto con la autoridad carismática propuesta por Weber en el que los individuos siguen a un líder, gracias a sus cualidades concentradas en su figura. La metodología corresponde a un enfoque mixto en el que se analiza la discursiva populista y se contrasta con encuestas de intención de voto y aprobación del mandatario y los resultados finales de las elecciones del 2013.

Abstract

Populist speech is characterized to present a messianic leader who through antagonism between diver's sectors of population manage to settle in power (government). To analyze this speech, it understands how populist leaders to individuals who use a speech based on polarization to some social sectors to one country. This phenomenon could see in the case of Rafael Correa who also use this populist message recurred to the monopoly of public mass media that has government to expand his message through the segment known as "Enlace Ciudadano" that was one of the factors that help in his reelection. Theoretical framework that is use is analysis of populist speech with charismatic authority proposed by Weber in which individuals follow a leader, thanks to his qualities focus in his figure. Methodology is a mix approach in that analyses populist speech and contrast with surveys of vote intention and approbation of mandatory and the final results of election to 2013.

ÍNDICE

1. Introducción	1
2. Estado del Arte.....	2
2.2. Atributos del populismo.....	2
2.2. Populismo en Latinoamérica	3
2.3. Populismo en la actualidad.....	7
3. Marco Teórico	7
4. Metodología	9
5. Análisis de Caso	12
5.1. Enlace ciudadano y sus repercusiones.....	12
5.2. Analisis a las sabatinas y ataques a los grupos opositores	14
5.3. Incidencia enlaces ciudadanos en la camapaña del 2013..	17
6. Conclusiones	24
7. Referencias	27

1. Introducción

El fenómeno populista es algo usual en los países latinoamericanos, la aparición de un líder que gracias a su carisma y discurso logra ser elegido para ocupar un cargo de poder público, se ha convertido en una constante en la historia de estos países. La discursiva antagónica se ha convertido en una de las principales herramientas que utilizan los políticos populistas para lograr promover su imagen y llegar al poder. Junto con este factor discursivo otra de las características es la imagen (carisma), la cual atrae a sus seguidores, debido a las características inherentes. El último factor que genera el populismo se centra en la incapacidad de los gobiernos para ser receptores de demandas. El caso que se analizara en este trabajo es la reelección de Rafael Correa en el 2013 y como el uso de un discurso caracterizado por la polarización en grupos antagónicos lo que coadyuvó a su reelección. Al utilizar el concepto de segmentación, se entiende que existe un proceso de diferenciación que Correa utilizó entre aquellos seguidores del proyecto políticos del mandatario y sus detractores. Para lograr promover esta discursiva, el mandatario utilizó los canales de comunicación públicos en su segmento comunicacional "Enlace Ciudadano".

El enfoque teórico que se utiliza se basa en el análisis del discurso articulado con el concepto de autoridad carismática propuesta por Weber. En el contexto del discurso populista como base de una estrategia electoral, se postula que el líder por medio de sus cualidades logra legitimar su discurso, dando como resultado, que el pueblo legitime su autoridad. El concepto de legitimidad carismática se basa en el conjunto de rasgos inherentes que presenta un líder, a diferencia de la autoridad tradicional que nace de la fuerza de la tradición o la legitimidad racional-legal que nace de la ley. Así la aceptación de la autoridad se sustenta en cualidades únicas, obteniendo el sometimiento voluntario de los individuos el líder, que puede implementar su retórica antagonista dividiendo a la población.

Para lograr esta segmentación la mayor parte de los líderes

populistas puede recurrir al control de los medios de comunicación para fomentar su discurso (Weber, 1972).

2. Estado del Arte

2.2. Atributos del populismo

El populismo ha sido uno de los fenómenos más estudiados dentro del contexto latinoamericano. Al analizar este fenómeno se necesita dar una descripción sobre los diferentes atributos que caracterizan al mismo. Desde la óptica de Flavia Freidenberg el populismo es un estilo de liderazgo el cual se caracteriza por la relación directa y carismática que puede existir entre el líder y el seguidor. Este tipo de relación se caracteriza por la diferenciación que existe entre aquellos personajes que apoyan al líder de carácter mesiánico y los otros que se constituyen en cualquier tipo de oposición. El populismo, al ser un concepto que abarca una variedad de enfoques, para lograr una mejor comprensión, Freidenberg, ha decidido estudiarlo desde diferentes ópticas las cuales y son: populismo y modernización (el populismo como un movimiento social), populismo y desarrollo (populismo como políticas públicas) y populismo y la crisis de representación (populismo como una estrategia política) (Freidenberg, 2012).

Desde la perspectiva de Weyland definir el concepto de populismo y sus atributos, el principal problema es el “carácter polisémico y ambiguo del populismo, reconocido desde distintos lugares de enunciación”. Sin embargo, considera el uso peyorativo que se le ha dado a este término ha generado que el mismo pierda su sentido para la mayoría de los expertos en política. Esta ambivalencia también ha generado la dificultad de implementar una teoría que abarque la mayor parte de los atributos del populismo. Weyland defiende la necesidad de seguir analizando este fenómeno, debido a que en los últimos años se ha experimentado un resurgimiento del fenómeno populista. Continuando con este problema de conceptualización, siguiendo una corriente lógica que parte del racionalismo científico, se nota que el populismo es un fenómeno caracterizado por una multitud de significados, que abarca una

multitud de contribuciones teóricas que aumenta la dificultad de delimitar sus atributos conceptuales (Weyland, 2004, pp.7-11).

Pese a que existe un problema relacionado con la correcta delimitación del concepto de populismo y sus atributos inherentes. Weyland propone reunir estos mismos atributos y lograr encontrar aquellos que son definitivos dentro de este concepto, así que se consideran los siguientes: primero es proceso de una sociedad tradicional a una moderna en la que se buscó implementar el modelo ISI, segundo es el desarrollo de políticas expansionistas y desarrollistas que buscaban aumentar los beneficios sociales, surgimiento de una sociedad de masas luego de la caída de un régimen oligárquico, formación de una base amorfa (heterogénea), tercero líder personalista y carismático que gana el poder ante una masa de seguidores desorganizados. Esta serie de atributos son consideradas características definitorias, debido a que, se presentan en la mayor parte de casos de populismo en Latinoamérica. Aunque esta serie de características definitorias han recibido una serie de críticas, al no tomar en cuenta ciertos factores como es el caso de la superestructura política y económica de la que surgieron nuevas definiciones de populismo en los años 70, como es el caso del discurso populista analizado desde el enfoque de Laclau (Weyland 2004, pp.17-21).

A pesar de que existen diferentes enfoques desde los que analizar el populismo, los mismos parten de una raíz en común al momento de analizar el origen de este fenómeno dentro del contexto latinoamericano. Según el análisis de Germani, este proceso se basa en una respuesta que ocasiona el proceso de modernización (Germani, 1968). De acuerdo con las palabras de Di Tella, los discursos populistas nacen al momento en que existe una transición de las sociedades tradicionales u otras modernas en los países subdesarrollados (Di Tella, 1965).

2.2. Populismo en Latinoamérica

Al analizar el origen del populismo en el caso de Di Tella, postula que nace en base al proceso de modernización de las sociedades latinoamericanas. En este caso la transmisión de nuevas ideas y valores a las sociedades clásicas dio como resultado un cambio en la política de las zonas subdesarrolladas.

Esta serie de cambios se percibieron a través de la rápida movilización de aquellos segmentos sociales que vivían en privación relativa, en comparación con los países desarrollados de Europa. El avance de los medios de comunicación también generó el descontento de los sectores que tenían aspiraciones relacionadas con el avance de la modernidad y la mejoría de las condiciones de vida, especialmente en aspectos relacionados con el acceso a servicios y bienes de consumo (Di Tella, 1965). Apoyando esta tesis se encuentra Roberts, de acuerdo con este autor las medidas neoliberales impulsadas por el “Consenso de Washington” aumentaron el déficit público y descontento social, esta difícil coyuntura permitió a líderes populistas como Hugo Chávez implementar un discurso antagónico que le permitió atraer a las masas descontentas (Roberts, 1999).

El populismo en base a la crisis de representación este se caracteriza por mostrar al populismo por ser una estrategia política Al considerar al populismo como una estrategia, la cual nace producto de un sistema político el cual no satisface las demandas de los ciudadanos, en lo que respecta al acceso de bienes y servicios (Freidenberg, 2012). Para Weyland, es en este tipo de escenarios caracterizados por la falta de representación, en el que se implementa una estrategia en la que los líderes puedan establecer un contacto directo con sus simpatizantes por medio de su carisma y discurso. Al tomar en cuenta la dimensión discursiva se puede apreciar que esta responde a una dinámica amigo y enemigo, lo que lleva a construir una frontera social en la que el pueblo es el principal antagonista de una elite económica y política. Desde un enfoque actual la aparición de los líderes latinoamericanos de las últimas dos décadas responde a otra característica que va más allá del discurso y es la desorganización de los sectores populares (masas) (Weyland, 2004, p.22).

La captación de apoyo popular empieza con los mecanismos de movilización hacia arriba y el uso de un discurso antagonista. Dentro de este marco al utilizar el apoyo popular en la mayoría de los casos existe una confusión relacionada con el populismo y el fenómeno clientelar. Esto se debe a que ambos conceptos presentan una serie de atributos como es el caso de la

aparición de un líder que establece una relación directa con sus simpatizantes. A pesar de estas características compartidas, existe una diferencia fundamental que es la motivación de los simpatizantes. En el caso del clientelismo los individuos siguen al líder porque este les provee bienes y servicios, en cambio en el populismo es el carisma y la discursiva la que atrae a las masas. Aunque existen casos en los que pueden aparecer ambos fenómenos (Weyland, 2004).

En el caso del discurso populista desde la perspectiva de Knight este se caracteriza por basarse en un proceso de diferenciación en la que dos estratos de la sociedad empiezan una pugna maniqueísta entre el bien y el mal. Esta serie de discursos polarizan a la sociedad entre aquellos que siguen al líder virtuoso y sus detractores que son considerados antipatrióticos (Knight, 1998, p. 237). Peruzzotti argumenta que los populistas utilizan en su discurso una serie de críticas en contra de los regímenes democráticos-liberales, que se vuelve un instrumento de la oligarquía. Lo que da como resultado que el político populista apoye a la democracia, pero se oponga al liberalismo al considerar que ambos conceptos son incompatibles (Peruzzotti, 1999).

Al retomar el resurgir del fenómeno populista como una estrategia política se puede observar que aquellos líderes considerados populistas, además de su retórica utilizan el descontento de los sectores populares, los cuales buscan nuevas opciones políticas para castigar a los políticos tradicionales (elite partidista). Estos liderazgos utilizan un discurso el cual busca cimentarse en lo anti político, refundación y la búsqueda de cambios entre la convivencia de los sectores populares y las elites y finalmente las viejas prácticas desarrolladas en la coyuntura política. Los principales factores que causan la aparición de estos líderes son la debilidad institucional y la crisis de representación (Roberts, 1999).

De la Torre conceptualiza al discurso antagonista que caracteriza al populismo como una estrategia para ganar elecciones. La técnica discursiva populista al buscar dividir a varios sectores de la sociedad en opuestos genera diversas expectativas las cuales van desde la polarización hasta la implementación de un fuerte antagonismo, lo que se puede apreciar con mayor claridad en el caso

de los ciudadanos enfrentados a los partidos políticos. El principal objetivo en este punto es buscar que la sociedad que consume estos discursos se radicalice y tenga una postura irreconciliable con sus contrarios. Los ejemplos de este fenómeno se pueden encontrar en referentes como es el caso de Perón en Argentina y Chávez en Venezuela. En ambos casos los discursos populistas buscan enfocarse en la separación de dos sectores, por un lado, se encuentra aquella clase que respalda el viejo proyecto y los revolucionarios que respaldan el cambio del sistema por medio de la llegada al poder del líder (De la Torre, 2004).

Plotke en su análisis menciona como aquellos detractores que no apoyan al líder dentro son condenados al ostracismo social, especialmente por aquellos simpatizantes de este caudillo. Las masas que siguen al líder se encargan de silenciar y reprimir a los sectores de oposición (Plotke, 1997, p. 28). Por lo que el discurso populista se basa en la construcción de una figura única la cual se convierte en el pueblo, esta figura toma forma en el líder el cual es el encargado de expresar la voluntad de las masas. Aquellos ciudadanos o grupos que no se someten a la voluntad de este líder son vistos como sujetos peligrosos y por lo tanto la misión de los simpatizantes de este nuevo orden buscan relegar a estos críticos (Urbinati, 1998, p.116-119).

Al mencionar el poder en los discursos y como estos construyen el populismo también es importante tomar en cuenta aquellos discursos anti-populistas los cuales se vuelven una contradicción en sí mismos, al buscar criticar al populismo y su discursiva polarizante y causar un efecto contrario. Un ejemplo de este fenómeno se observa en el caso del peronismo, en el que la oposición al tachar a este sector de barbaros caudillistas, logro reforzar la posición de este movimiento en la sociedad argentina (Ostiguy, 2007). La misma problemática se aprecia en el caso del Velasquismo de los años 50 y 60, en donde el desprecio de las clases altas al tildar de chusma a estas agrupaciones, logro un efecto contraproducente en el que los simpatizantes de Velasco Ibarra, lograron legitimar su postura de verdaderos anti-oligarcas (De la Torre, 2008).

2.3. Populismo en la actualidad

Las figuras políticas actuales en Ecuador que son consideradas populistas en base a su discurso de acuerdo con el análisis de Carlos de la Torre son: Álvaro Noboa, Abdalá Bucaram y Rafael Correa. El elemento en común que comparten estas tres figuras políticas, recae en el uso de eventos masivos en los que generan lazos e identidades entre el líder y sus seguidores (De la Torre, 2008). De acuerdo con Collins la mayoría de estos rituales buscan apelar a un sentimiento de solidaridad entre el líder y las masas relegadas, lo que desemboca en el deseo de este sector popular de apoyar a este líder al considerar que sus propuestas son moralmente correctas (Collins, 2004, p.42) Auyero también apoya este argumento al mencionar que varios de los asistentes de estos eventos desarrollan fuertes sentimientos de empatía con el líder, lo que da como resultado su apoyo en base a su asistencia (Auyero, 2001),

Un análisis más a fondo sobre el desenvolvimiento de los líderes populistas demuestra que la mayor parte de sus apariciones se basan en espectáculos, un referente de esto se encuentra en las presentaciones de Abdalá Bucaram, que durante sus discursos buscaba atraer a las masas, no solo por su discurso polarizante, sino también por su mensaje “la fuerza de los pobres”. En el caso de Álvaro Noboa, también se distingue una discursiva populista, en el que existía una afluencia de público, además de recurrir a otro tipo de estrategias como es el clientelismo, al regalar camisetas y electrodomésticos. El caso final es el del propio Rafael Correa, quien utilizó sus humildes orígenes y su auto superación académica para reforzar su estrategia populista (De la Torre, 2008).

3. Marco Teórico

Al analizar el discurso populista se debe tener en cuenta algunas nociones. La primera de estas nociones guarda relación con las interacciones e interrelaciones sociales en las que se desenvuelven los individuos. Dentro de este sistema aparece el concepto de dominación de Max Weber, perspectiva donde se entiende a la dominación como la capacidad que tienen ciertos

individuos y grupos de generar obediencia sea esta voluntaria o no al resto de elementos

(sujetos) que componen la sociedad (Weber, 2006). La segunda noción es la “voluntariedad”, que es parte de la legitimidad que se le asigna a un individuo. En el caso de los regímenes democráticos la legitimidad de estos proviene del consenso de los individuos al momento de ejercer su voto (Martínez, 2010).

Al analizar el concepto de “carisma” y como se articula dentro de la dominación, se debe observar las diferentes nociones de carisma. La mayor parte de conceptos que se asignan a esta palabra, parten del conjunto de habilidades extraordinarias con las que cuenta un sujeto y que no son asequibles al resto de individuos. Esta terminología toma en cuenta dos vertientes: por un lado, se encuentra el jefe en posesión de virtudes sobrenaturales (profetas y hechiceros), por el otro lado se encuentran aquellos líderes mesiánicos, que a pesar de no tener atributos sobrenaturales cuentan con cualidades excepcionales. La dominación carismática se opone a cualquier tipo de autoridad tradicional (patriarcal, patrimonial o estamental) (Weber, 1972). Al mencionar al líder carismático en el caso de Correa y su discursiva antagónica, el principal referente es el “Enlace Ciudadano”, segmento comunicativo en el que el mandatario buscaba exaltar su figura de líder defensor del ciudadano normal en contra de una elite que abusaba de ellos (Cerbino, Maluf & Ramos, 2017).

La legitimidad y posterior dominación carismática parte de la confianza y el reconocimiento de los “adeptos” los cuales apoyan al líder debido a las cualidades inherentes que el mismo tiene. El reconocimiento que utilizan los seguidores del líder carismático (adeptos), se fundamenta en un factor psicológico de identificación que existe entre el líder y sus adeptos, los cuales tienen fe de que el discurso revolucionario del líder realizara un cambio en el estatus de vida de estos sectores (Gorostiaga, 2015). Esta postura de dominación se observa en la discursiva del mandatario dentro de sus segmentos comunicativos, en el que se busca resaltar la figura de Correa como representante del pueblo y el resto que se vuelve un claro antagonista

(Cerbino, Maluf & Ramos, 2017). Un referente de esta técnica discursiva se aprecia en el enlace 218 del año 2011.

Como nunca, la plata del IESS en beneficio de jubilados y afiliados, con los nuevos centros de atención, los nuevos hospitales, el Banco del IESS, crédito hipotecario, crédito quirografario. Ya no saben qué decir estos sinvergüenzas ¿verdad? Lo que pasa es que ya no se va a Estados Unidos, a sus patrones, para ganar menos del 1%, sino que se queda esa plata aquí en beneficio del pueblo ecuatoriano, para financiar proyectos hidroeléctricos, proyectos petroleros, el banco del IESS. ¡Y eso es lo que le duele a esta gente, que en vez de alma tiene un bolsillo! Y en el pecho no tienen la tricolor sino banderitas azules, blancas y rojas con estrellitas, ¿verdad? Eso es lo que le duele a esa gente. Pero esta es la clase de oposición que tenemos que enfrentar (Enlace 218, 23 abr. 2011).

El concepto de populismo que se utiliza en el siguiente trabajo parte en base al análisis de Carlos de la Torre. Según este autor los populismos del siglo XXI en Latinoamérica se caracterizan por presentar las siguientes características: retóricas que dividen a la población en dos campos antagonistas y la defensa de un modelo de democracia directa en el que no existan intermediarios como la principal alternativa al modelo de democracia representativa (De la Torre, 2008, p. 25). En el caso de Panizza la principal característica que ofrece el populismo es su capacidad democratizadora en la que el político populista ofrece a las masas excluidas convertirse en el pueblo soberano en. Lo que da como resultado que el pueblo apoye al político que utilice esta nueva dinámica de inclusión (Panizza, 2005, p.33).

4. Metodología

La metodología que se utilizó en la investigación corresponde a un enfoque mixto, que corresponde a la unión de técnicas cualitativas y cuantitativas (Anduiza, Crespo y Méndez, 1999). Con el enfoque cualitativo se busca analizar las características discursivas populistas como una estrategia de campaña para la reelección de Rafael Correa en el año 2013. El análisis de

los datos de encuestas y luego los resultados de las elecciones de ese año para determinar como la discursiva populista beneficio a Correa en su reelección. El punto de partida dentro de la investigación parte del análisis del populismo enfocado en su aspecto de estrategia de campaña, esta perspectiva promulga que la figura del líder implementa el discurso como instrumento antagonista. Lo que se traduce en la separación entre aquellos segmentos de la sociedad que apoyan al líder y el resto que se convierte en el bloque de oposición. La legitimación de la autoridad del líder parte de su carisma y la capacidad que tiene de apelar a las emociones de sus seguidores.

Una vez que se ha delimitado el uso del populismo bajo el enfoque de una discursiva antagonista se analiza este fenómeno en el discurso de Rafael Correa. Este ex mandatario, desde el año 2006 empezó a utilizar un discurso populista el cual tenía como propósito diferenciar entre aquellos partidarios del proyecto de la Revolución Ciudadana y sus opositores los cuales eran denominados aliados de la partidocracia. Para el uso de este discurso se aprovechó el control de los medios de comunicación que tenía Correa, un ejemplo de esto se aprecia en el segmento comunicativo "Enlace Ciudadano" el cual buscaba reforzar la transmisión del mensaje de antagonismo entre los simpatizantes del líder y sus detractores (El Comercio, 2012).

El uso de diversas encuestas que buscan analizar la popularidad, credibilidad e intención de voto de Rafael Correa. Para este análisis se utilizan los datos de algunas encuestadoras (Perfiles de

Opinión y CEDATOS) y luego, los propios datos electorales para comparar si las cifras de las encuestas son similares a los de resultados electorales. Las encuestas se analizan en comparación con otros candidatos. Las posibles limitaciones de este trabajo es el análisis de otros factores que contribuyeron a la elección de Rafael Correa en el 2013, como el aumento del gasto social y el aumento clientelar rentista basado en los altos precios del petróleo en los mercados internacionales (El Telégrafo, 2012).

Al analizar de forma estadística los resultados de aprobación de Rafael correa en lo que demuestran que cerca del 57% de los electores en los comicios del

año 2013 deciden apoyar su reelección. Esta cifra muestra un aumento, si se considera su anterior periodo. Al observar su relación con el público, se nota que el ex mandatario contaba con una excelente relación con los votantes, cerca del 70% percibía que su administración era excelente. Este apoyo se considera particular, debido a que, pocas figuras alcanzan estos porcentajes (Perón y Velasco Ibarra) (Moncagatta, 2015).

La percepción del votante durante el proceso de campaña demuestra que la amplia imagen de Correa, ha logrado asentarse en núcleos urbanos fundamentales como son Quito y Guayaquil, además de sus respectivas provincias Pichincha y Guayas. En el caso de Guayaquil los partidos que gozaron de amplia aceptación como el Partido Social Cristiano y Madera de Guerrero perdieron apoyo, logrando que el Correísmo se fortalezca hasta llegar al 63.2% en el Guayas. La situación en la ciudad de Quito y su correspondiente provincia Pichincha, el apoyo hacia el mandatario se mantuvo con un 58% (Muñoz, 2013).

El primer gráfico (que aparece en la sección de análisis de este trabajo) se analiza la popularidad del presidente Rafael Correa en el año 2012. Según El Espectador la mayor parte de los encuestados calificó la administración de Correa como buena ocupando el 58.7%, mientras que el 21.8% la califica de muy buena. La muestra fue tomada en dos de las principales ciudades del país (Quito y Guayaquil), el número de encuestados fue de 626 personas (El Espectador, 2012). La misma tendencia se observó en el año 2013 en el que el mandatario a meses de su reelección gozo de una popularidad cercana al 84%. Este aumento se debe a la mejora de su imagen en la ciudad de Guayaquil que es considerada un bastión de los grupos opositores (América Economía, 2013). El segundo gráfico (que aparece en la sección de análisis de este trabajo) que es la credibilidad del ex mandatario, en estudios realizados en el 2013 Correa contó con un alto índice de credibilidad que llegaba al 75%. Las estadísticas de Cedatos basadas en el análisis de credibilidad del mandatario arrojaron que cerca del 55% tuvo fe en la administración del presidente en el 2011. En los dos últimos años esta cifra ha logrado aumentar hasta llegar al 62% (CEDATOS, 2015).

El tercer gráfico estadístico (que aparece en la sección de análisis de este trabajo) que es el voto de intención de los ciudadanos. Según datos proporcionados por la encuestadora Perfiles de Opinión el 62% de los encuestados apoyo la reelección de Rafael Correa, la segunda opción que mayor acogida tuvo fue los votos blancos que representaron el 14%, la tercera opción de los encuestados fue apoyar a Guillermo Lasso que obtuvo el 9% de intención. Las siguientes opciones representan porcentajes mínimos como es la intención de Lucio Gutiérrez que obtuvo el 4% y Alberto Acosta con el 3% (Perfiles de Opinión, 2012). CEDATOS, también realizó un estudio previo a semanas antes de la elección, los resultados que arrojó fueron: La intención de voto de Correa fue del 40%, seguido por Guillermo Lasso con el 24%, el tercer lugar lo ocupó Mauricio Rodas con el 12% y finalmente Jaime Nebot con el 8% (CEDATOS, 2013). El cuarto gráfico (que aparece en la sección de análisis de este trabajo) lo ocupa los resultados oficiales proporcionados por el Consejo Nacional Electoral (CNE) que confirma los análisis previos de las encuestadoras al otorgar la victoria a Rafael Correa con el 57.17% de los votos, en segundo lugar, Guillermo Lasso con el 22.68% (Consejo Nacional Electoral, 2013).

5. Análisis de Caso

5.1. Enlace ciudadano y sus repercusiones

Uno de los principales elementos dentro de la comunicación política que utilizó Rafael Correa fueron las sabatinas o “Enlaces Ciudadanos”, que iniciaron en el 2007 y eran transmitidos por radio y televisión. El espacio físico en donde se realizaban estos actos eran grandes escenarios con una tarima donde se sentaba el presidente en una gran mesa con una pantalla gigante rodeada de banderas nacionales. El objetivo de este segmento era demostrar la capacidad de influencia del presidente, además de crear un espacio en donde Correa pudiera criticar a las elites nacionales, las cuales no habían tenido capacidad de respuesta. En varios de estos enlaces se nota la construcción de un discurso antagonista basado en nosotros (el pueblo y simpatizantes) y ellos (elites y opositores al régimen (Cerbino, Maluf & Ramos, 2017)).

Para reforzar el discurso antagónico del mandatario, recurrió al uso de la ironía como un medio para desacreditar a posibles rivales, además del uso de un elemento de emoción “pathos” que son los argumentos emocionales destinados a influir el comportamiento de los destinatarios del discurso. En varios de los enlaces el presidente recurrió al uso de ciertas expresiones para desacreditar a posibles enemigos como el término peyorativo “pelucones”. Dentro de este proceso de deslegitimación existieron, ataques no solo en contra de las élites económicas, sino también a los medios de comunicación privados, los cuales del mismo modo se convirtieron en antagonistas del mandatario y su gestión (Cerbino, Maluf & Ramos, 2017).

Desde el enlace número 129 con fecha de 2009 se inaugura el segmento “La libertad de expresión ya es de todos”, en el que Correa se dedicaba a analizar los contenidos de la prensa privada, deslegitimando su labor (Olalla, 2018, p.65). En este segmento Correa se dedicaba a atacar a los medios de comunicación a los cuales tildaba de difamadores, y manipuladores. Uno de los episodios más paradigmáticos de esta actitud fue el enlace 229 en el que se analizaron los resultados de la consulta popular y los 30 años de la muerte de Jaime Roldós, en el que Correa utilizó en reiteradas ocasiones el término “mentiroso”, para referirse a los medios de comunicación. Las reacciones de los ciudadanos que consumen este enlace pueden considerarse divididas, en el caso de las personas que tienen una edad entre los 18 y 65 años se nota que aprueban el enlace ciudadano, la principal razón de esto es el uso de información en los diferentes segmentos (Cerbino, Maluf & Ramos, 2016).

Las sabatinas se transformaron en uno de los principales medios para incorporar elementos del espectáculo a la comunicación política, lo que generó un aumento de la percepción del ciudadano, del mandatario como un hombre cercano al pueblo. Para lograr una percepción positiva y amena, se implementaron los segmentos “lengua noticias” y el resumen del enlace en Kichwa realizado por José Maldonado, más conocido como el Mashí (Olalla, 2018, p.65). Otro de los elementos que caracteriza este segmento se basa en la construcción de la autoridad popular que es un claro referente de una estrategia populista. El principal argumento que se discute en varios de estos

enlaces son la legitimación del pueblo como la autoridad suprema (Cerbino, Maluf & Ramos, 2017, p.68).

En el caso de la formación de la opinión pública desde el contexto de los ciudadanos, se percibe que los ciudadanos han reaccionado de manera positiva a los enlaces ciudadanos, lo que demuestra al analizar que la población considera al presidente un hombre directo con un fuerte liderazgo. Varios de los ciudadanos consideran que estos espacios comunicativos buscan concretar un mayor acercamiento entre el presidente y sus ciudadanos. El principal argumento que se utiliza se relaciona en como el mandatario le ofrece a la ciudadanía cuentas sobre su gestión de manera directa sin ningún tipo de intermediario. Para lograr crear una conciencia colectiva se implementan en varios de los enlaces el eslogan del “buen vivir” o el bien común (Cerbino, Maluf & Ramos, 2016, p.193).

5.2. Análisis de las sabatinas y sus ataques a los grupos de oposición

Los

ataques que se mostraban en los enlaces ciudadanos no solo eran a los medios de comunicación, sino que también se atacaba a aquellos grupos que se consideraban críticos con la labor del mandatario. Un ejemplo de esto ocurre en el enlace número 181 realizado En el Juncal, en el que mandatario realiza una crítica en contra de las anteriores administraciones por su incapacidad de defender los derechos de los trabajadores. En este segmento el mandatario crítico a los sectores de la oligarquía especialmente a los políticos de anteriores administraciones. Al finalizar su discurso fue enfático al postular que su administración protege los derechos del trabajador a diferencia de la partidocracia del pasado (Vaderetro, 2010).

El mismo patrón de ataque a la partidocracia se nota en el enlace número 285 realizado desde la ciudad de Loja. En este segmento se buscó atacar a la prensa que en complicidad con las grandes oligarquías tergiversa la información que llega a los ciudadanos. Además de esta serie de ataques en este caso también se habló de la estrategia de la oposición que es culpar al gobierno para lograr conseguir algunos votos en los próximos comicios del año

2013. Entre los medios que fueron mencionados en este enlace estuvieron: Telem Amazonas, Ecuavisa y Radio Majestad (Vaderetro, 2012).

Otro de los enlaces en los que se buscaba atacar a aquellos grupos detractores de la administración de Rafael Correa fue el enlace 263 realizado en la ciudad de Murcia en España. Durante este evento el mandatario hizo un especial énfasis en recordar a los migrantes que fue la partidocracia junto con los banqueros los causantes del éxodo que había experimentado estos migrantes. Se recalca que a pesar de que estas oligarquías maltrataban a los migrantes son estos, los que se encargaron de sacar la economía nacional a flote en los difíciles momentos en que la economía ecuatoriana se dolarizó a través de las remesas que enviaban al país. Por lo que el mandatario junto con sus simpatizantes reconoce el sacrificio de los migrantes y sus remesas las cuales sostuvieron al país en sus momentos más difíciles (Russia Today, 2012).

La mayor parte de estos enlaces ciudadanos buscaron afianzar la posición de autoridad del gobierno, el cual ya no se fundamentó en méritos propios, sino en el ataque mediático hacia aquellos sectores que considero de oposición. Este fenómeno no debe considerarse una novedad dentro de la administración de Rafael Correa, especialmente si se analiza que, durante su elección y posterior reelección, el mandatario basó su discurso en una crítica directa hacia la partidocracia y aquellos grupos de poder, especialmente de aquellos que causaron la “larga noche neoliberal”. Para conseguir ganar mayor legitimidad esta administración acude a consignas como es el famoso “prohibido olvidar”, que es uno de los principales mensajes que ha tenido mayor impacto en los sectores afines al gobierno y que repiten esta frase sin cesar (Ospina, 2013).

La retórica populista que fue implementada por la administración de Rafael Correa, desde la perspectiva de Ospina se basó en la división entre dos grupos

dentro de la sociedad ecuatoriana, por un lado, estaba la derecha neoliberal la cual es causante de varias de las coyunturas que han afectado el país. Ante esto varios de los sectores que apoyan a Correa implementaron el slogan el “pasado no volverá”, refiriéndose a las viejas administraciones de estos grupos. En el caso del otro sector de la sociedad, este se encontraba conformado por los simpatizantes del mandatario, los “correistas”, los cuales son la solución ante la vieja política que ha perjudicado al país y sus ciudadanos (Ospina, 2013).

Al igual que varios de los detractores de Correa, el propio gobierno utiliza diversas estrategias de marketing político, basadas en los continuos ataques entre aquellos que están en desacuerdo en sus políticas. Al mencionar la noción de marketing se entiende que éste tiene por objetivo lograr implantar una idea en el colectivo nacional, esto se observa en el famoso slogan que aparece en la mayor parte de los enlaces ciudadanos “la patria ya es de todos”, a pesar de que esta frase puede ser interpretada como la participación de toda la sociedad ecuatoriana, en el caso de los correistas, se nota que este slogan solo se aplica a aquellos individuos que apoyan al presidente (Ospina, 2013).

La comunicación del enlace ciudadano respondía a una dinámica en la que el mandatario buscaba desprestigiar a sus principales opositores ante la opinión pública, además de fortalecer su imagen frente a sus simpatizantes. En la mayor parte de los enlaces que se han citado se observa como el mandatario aplica una serie de ataques verbales destinados a dividir a la población. Los principales objetivos de estos ataques son aquellos grupos que no estaban de acuerdo con las políticas que se han implementado, al contrario de los grupos que favorecen al presidente los cuales quieren resaltar su imagen positiva frente a la sociedad ecuatoriana, además de buscar promocionar su imagen de mayoría lo que se traduce en que los “buenos ciudadanos” que apoyan a Correa son una inmensa mayoría frente a una minoría conformada por sus detractores.

El uso de diversas consignas dentro de este segmento también se volvió algo usual, con frases como “prohibido olvidar” o los cómplices de la larga noche neoliberal”, estas frases buscan reforzar el antagonismo que existe entre

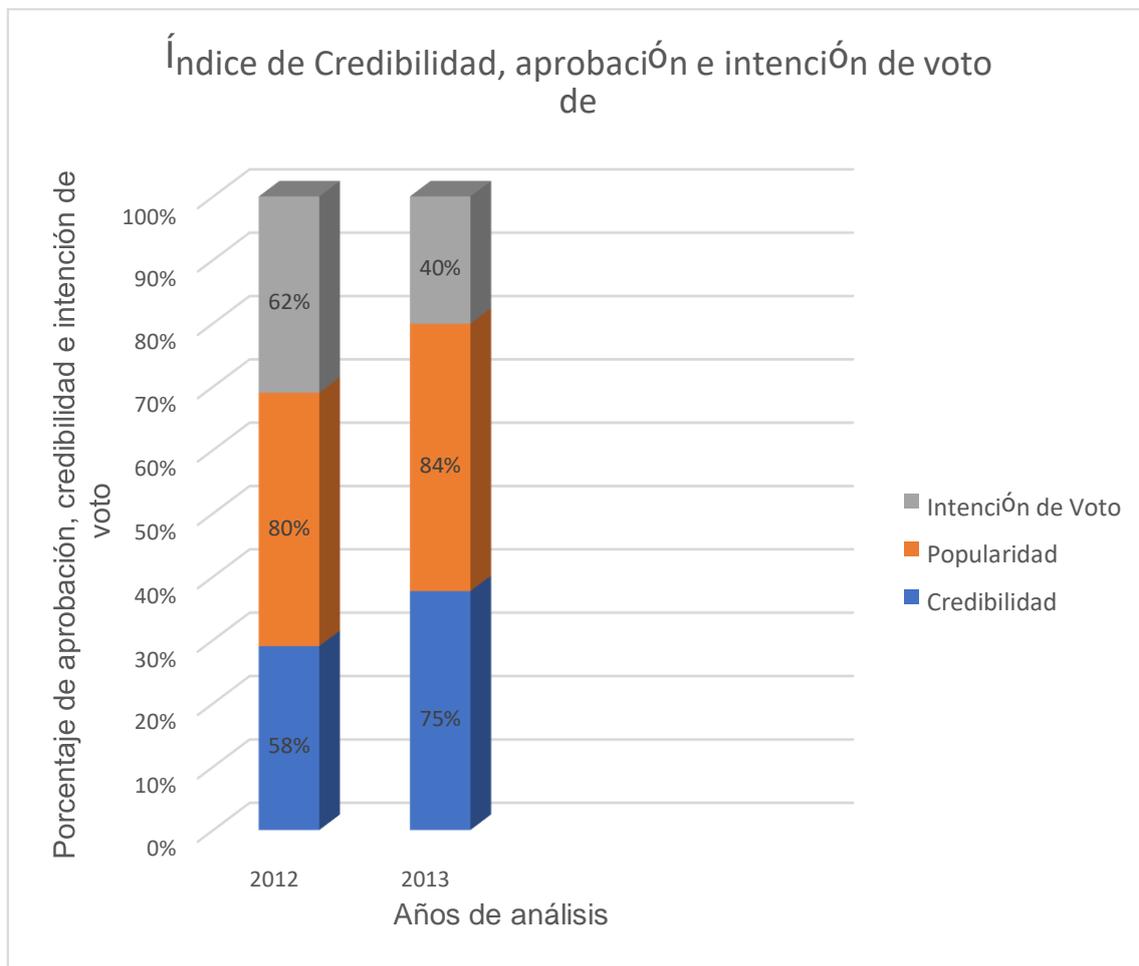
aquellos que apoyan al presidente y sus críticos. En el contexto de los simpatizantes aparece el slogan “la patria ya es de todos”, que alude a una mayor participación del pueblo, aunque esta participación queda condicionada a los simpatizantes del mandatario.

5.3. Incidencia de los enlaces ciudadanos en la campaña del año 2013

Un análisis de la coyuntura electoral del año 2012 demuestra que Rafael Correa conto con el 62% de intención de voto, una de las principales razones para este amplio margen de apoyo recayó en como el votante emigro de los partidos tradicionales a el partido del mandatario Alianza País (Perfiles de Opinión, 2012). En el caso de los principales núcleos urbanos varios de los votantes abandonaron a los partidos tradicionales como son el PSC (Partido Social Cristiano) y PRIAN en el caso de la ciudad de Guayaquil. En el caso de Quito se nota que un amplio sector de la población, especialmente aquellos sujetos de estrato socioeconómico medio apoyan la gestión del mandatario. La segunda razón para este avasallador apoyo se encuentra en la consulta del año 2011 la cual aumento la percepción positiva que tenía el votante respecto al partido de gobierno (Muñoz, 2013).

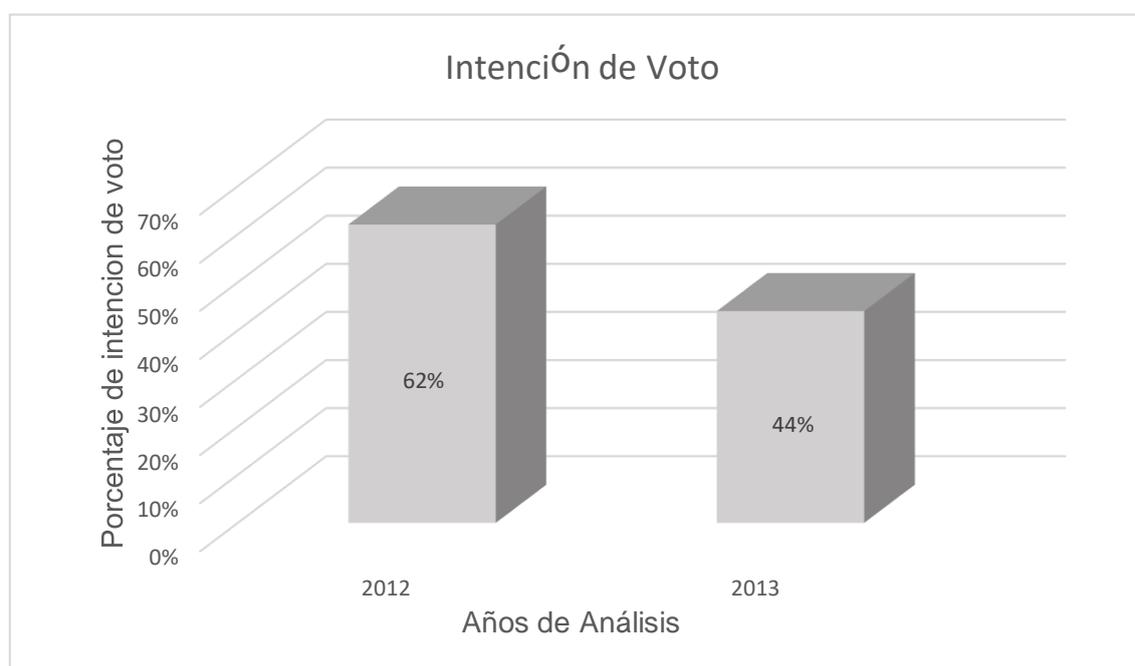
En oposición a estas cifras está el análisis de CEDATOS que a semanas del proceso electoral mostro en sus encuestas que el apoyo para la reelección de Rafael Correa era del 44% (CEDATOS, 2013). Pese a las discordancias entre ambos análisis se muestra que la percepción del votante seguía apoyando al mandatario y la gestión que había llevado en su primer mandato. Por lo que su reelección para un segundo mandato era un hecho asegurado. El segundo punto que muestran las encuestas es la segunda opción de la intención de voto, en el análisis de Perfiles de Opinión el porcentaje de ecuatorianos que no apoya al presidente prefiere el voto en blanco. CEDATOS en cambio ve como segunda opción en la intención de voto a Guillermo Lasso.

Tabla 1 Índice de aprobación, credibilidad e intención de voto



Adaptado de (Perfiles de Opinión, 2013)

Tabla 2 Análisis de Intención de Voto del periodo 2012-2013



Adaptado de (CEDATOS,2013)

Los resultados oficiales proporcionados por el Consejo Nacional Electoral contradijeron el análisis de CEDATOS de que existiría una segunda vuelta, ya que Correa era reelegido con el 57.17% de apoyo popular. En el caso de su principal oposición Guillermo Lasso este alcanzó el 22.68%, porcentaje que preveía CEDATOS (Consejo Nacional Electoral, 2013). Por lo que se demuestra que ambas empresas tenían razón, al otorgar la victoria de Rafael Correa, gracias al alto apoyo popular del que gozaba el mandatario.

Tabla 3 Resultados oficiales proporcionados por el Consejo Nacional Electoral



Adaptado de (Consejo Nacional Electoral, 2013)

Los sectores de oposición al encontrarse en desventaja, ante un aparato burocrático el cual busca desprestigiarlos, se nota observa que apenas tuvieron una capacidad de coalición, lo que dio como resultado que solo un candidato Guillermo Lasso obtuviera un pequeño apoyo del 24%. La mayor parte de este porcentaje de apoyo hacia Lasso se obtuvo luego de que varios de los simpatizantes de Lucio Gutiérrez, decidieron apoyar al candidato del partido CREO. Así, dentro de la coyuntura de esta elección se ve la falta de apoyo del votante hacia fuerzas políticas tradicionales (PSC, PRIAN y PRE) y la búsqueda de nuevas opciones políticas como es el caso de Alianza País y CREO. El debilitamiento y la falta de coalición de aquellos grupos de extrema izquierda y que no se consideraban afines al gobierno también causó que partidos de esta tendencia política no pudieran obtener un amplio margen de apoyo popular (Muñoz, 2013).

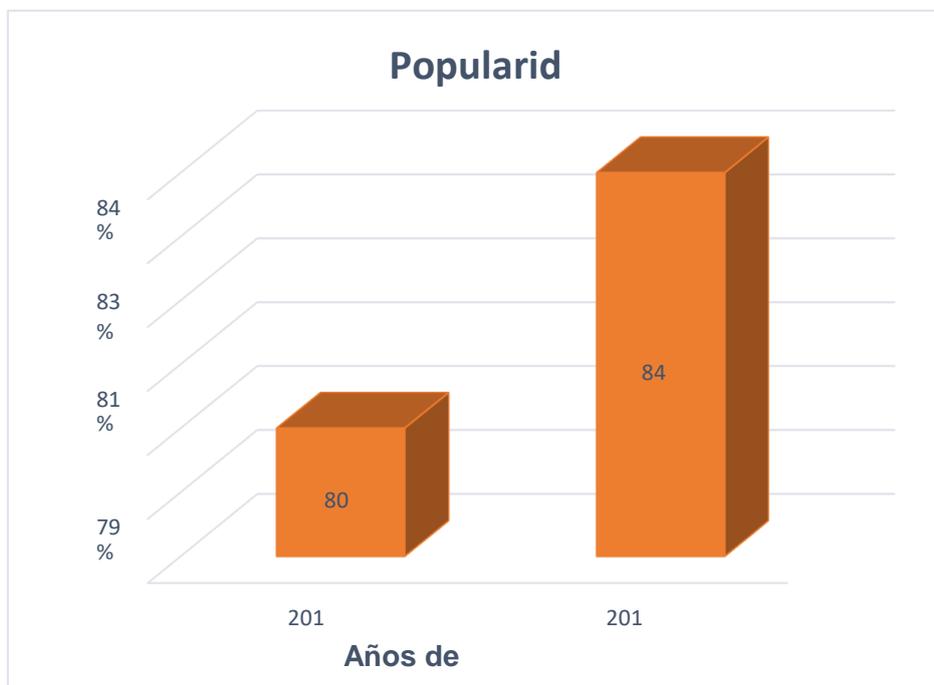
En el ámbito institucional también se observa que Alianza País utilizó su influencia para limitar la competencia en las elecciones del año 2013. El ente encargado de regular la contienda electoral el Consejo Nacional Electoral (CNE), buscó reducir el número de partidos que buscaron inscribirse en la

contienda electoral, especialmente aquellos partidos que eran opuestos al oficialismo. Rafael Correa también buscó influir en la percepción de los votantes, al utilizar los medios de comunicación públicos y el enlace ciudadano para promover su imagen y sus propuestas presidenciales. La misma dinámica fue aplicada por funcionarios cercanos al mandatario, los cuales buscaban difundir las políticas públicas que Correa creó en su primer mandato (Muñoz, 2013).

En el ámbito de la legitimidad el mandatario Rafael Correa apeló a su carisma y sus dotes de liderazgo para, aumentar la percepción de los ciudadanos de que el presidente era un personaje clave que buscaba representar los intereses de todos los ciudadanos, especialmente de aquellos individuos que habían sido relegados por las administraciones anteriores. La coyuntura económica del momento también fue determinante, debido a la bonanza petrolera que experimentó el país, con lo que se pudo realizar una fuerte inversión social.

El uso de un discurso populista junto con el aumento de la inversión social causó que los niveles de popularidad y legitimidad del gobierno de Rafael Correa aumentaran hasta llegar al 80%. De acuerdo con estudios realizados a fines del 2012. La mayor parte de los ecuatorianos veía al mandatario como un referente de eficiencia y su popularidad fue en aumento. Esta tendencia se mantuvo hasta llegar al año de la elección en donde cerca del 84% consideraba que Correa era una imagen popular en la política ecuatoriana. El fortalecimiento de su popularidad, también se debió a su percepción positiva en bastiones de la oposición a su mandato como fue la ciudad de Guayaquil (América Economía, 2013).

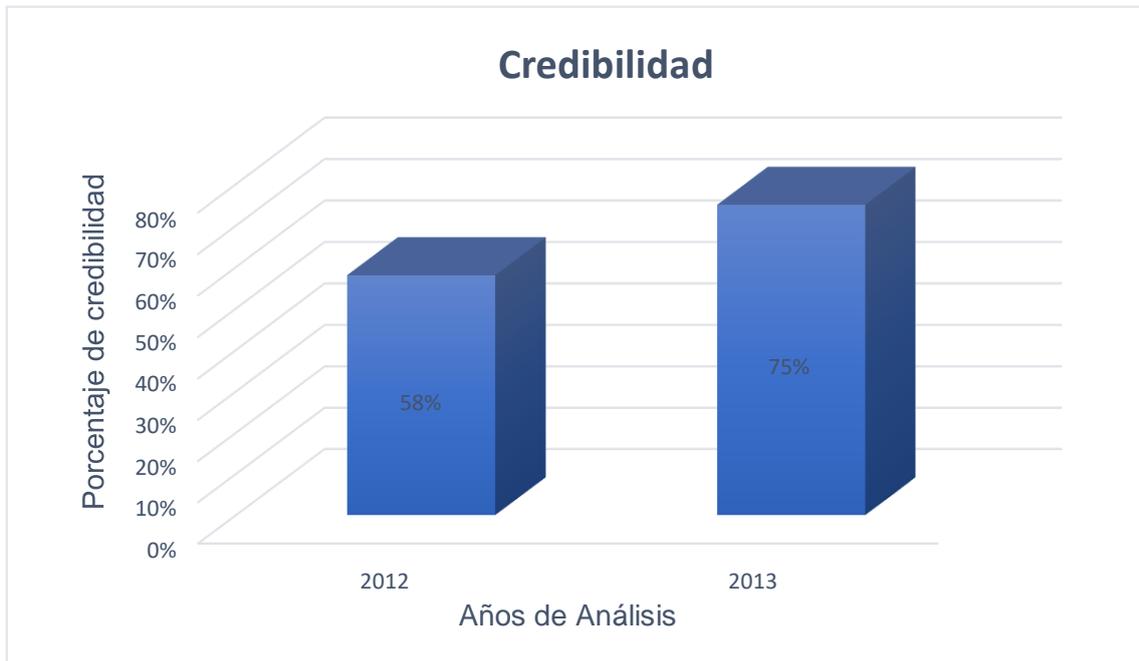
Tabla 4 Análisis de popularidad del periodo 2012-2013



Adaptado de (América Economía, 2013).

La dimensión de credibilidad del presidente en el periodo anterior a las elecciones también demostró que contaba con altos índices los cuales habían aumentado desde el año 2011. Las principales zonas en donde la credibilidad de Rafael Correa experimentó un aumento son los grandes núcleos urbanos del país; Quito, Guayaquil y Cuenca (CEDATOS, 2014).

Tabla 5 Análisis de credibilidad del periodo 2012-2013



Adaptado de (CEDATOS, 2012)

6. Conclusiones

Uno de los principales atributos del concepto de populismo es la aparición de un líder carismático, que se encarga de manipular los sentimientos de las masas hasta ser elegido para ocupar una magistratura, en este caso la presidencia de un país. Desde este enfoque el fenómeno populista no es algo nuevo dentro del contexto latinoamericano, sino que es un fenómeno el cual se ha repetido en la historia de varios países. Entre los principales factores que explican la aparición del populismo en el caso de Latinoamérica se observan los siguientes: implementación del modelo ISI, desarrollo de políticas expansionistas y la implementación de un discurso que genere antagonismo entre sectores de la sociedad de un país.

Las reformas en materia económica realizadas en Ecuador al igual que el resto de Latinoamérica causaron el descontento de las masas, ante este escenario aparece un líder el cual canaliza este descontento para lograr una polarización entre los sectores de una sociedad. Este maniqueísmo causa que los simpatizantes del líder actúen en base a una moralidad impuesta por este caudillo, mientras que la oposición es vista como una desviación del ciudadano virtuoso. Al ser considerados peligrosos para el nuevo orden impuesto por el líder las masas tienen por objetivo invisibilizar a estos elementos.

En el caso del discurso populista desde la óptica de la reelección de Rafael Correa se observa que si fue una de las principales herramientas que utilizó el ex mandatario. El mejor medio para lograr propagar este discurso fue por medio del “Enlace Ciudadano”. Este segmento se caracterizó por ser una plataforma que agolpaba a las masas de simpatizantes que acudían a presenciar los discursos de su líder. Varios de estos enlaces demostraron la capacidad polarizante del mandatario, especialmente ante aquellos sectores que criticaban la gestión gubernamental del presidente. Para minar la credibilidad de estos opositores se utilizó la ironía y una serie de términos peyorativos como el de “pelucones”. El uso de esta terminología responde a una de las características del discurso populista que es la relegación de aquellos sujetos que van en contra de la voluntad del pueblo representada en el líder.

Al monopolizar varios medios de comunicación como la radio y televisión, este enlace se convirtió en un producto de consumo masivo para la sociedad ecuatoriana, la cual logro establecer una relación directa con el mandatario logrando aumentar sus niveles de aprobación y de credibilidad. Hasta lograr tener su victoria asegurada en los comicios del 2013. En el caso de la competencia más directa del mandatario se nota que la ironía con la que ataco a sus adversarios, logró que estos no fueran actores relevantes, por lo que en las elecciones lograron obtener un pequeño porcentaje del apoyo de los electores. Esto se aprecia con mayor claridad en la figura de Guillermo Lasso que fue uno de los políticos que más ataques recibió en los Enlaces Ciudadanos por su condición de banquero y uno de los causantes del feriado bancario, esto dio como resultado que este político obtuviera en las elecciones del 2013 el 22.68% de votos.

La victoria de Rafael Correa en las elecciones presidenciales del año 2013 respondió a una serie de factores, entre los más importantes se encuentra el uso de los medios de comunicación, la capacidad de limitar la competencia y coalición de los sectores de oposición y la eficacia y legitimidad del gobierno. La capacidad de limitar la competencia se realizó a través del Consejo Nacional Electoral que limito y llego a eliminar a ciertos partidos, lo que obligo a varios votantes a buscar opciones que si fueran válidas para el CNE. Estas medidas en materia económica y social sumadas a una herramienta discursiva populista que utilizo Rafael Correa en los enlaces ciudadanos, logro conseguir el apoyo necesario para ganar en primera vuelta. Estos segmentos comunicativos, también le permitieron al mandatario lograr debilitar aquellos personajes de oposición como fue Guillermo Lasso. Durante los mencionados enlaces, el mandatario se dedicó a atacar a sus opositores al tildarlos de oligarcas enemigos de los intereses del pueblo. Esto junto con los altos índices de aceptación, dieron como resultado el bajo apoyo que tenían los rivales políticos del mandatario en las elecciones del 2013.

Al utilizar estos espacios y segmentos además atacar a las oligarquías el mandatario utilizo otro de los atributos del discurso populista el cual es lograr deslegitimar las instituciones de la democracia representativa y erigirse como

el único canal en el que las masas populares pueden recurrir para buscar una solución a sus problemas. Por lo que el mandatario apela aun modelo de democracia directa el cual se observa en el uso de las sabatinas.

7. Referencias

- América Economía. (2013). Popularidad de presidente ecuatoriano Rafael Correa alcanza el 84%. Obtenido de:
<https://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/politica/popularidad-de-presidente-ecuatoriano-rafael-correa-alcanza-el-84>
- Anduiza, E., Crespo, I., & Méndez, M. (1999). Metodología de la Ciencia Política.
- Auyero, J. (2001). Poor People's Politics. Durham y Londres: Duke University Press.
- Cerbino, M., Maluf, M., & Ramos, I. (2017). Pueblo, política y comunicación: la recepción del discurso del presidente Rafael Correa. Obtenido de:
<http://dx.doi.org/10.1590/1807-01912017232485>
- Cerbino, M., Maluf, M., & Ramos, I. (2017). Pueblo, política y comunicación: la recepción del discurso del presidente Rafael Correa. Obtenido de: <http://www.scielo.br/pdf/op/v23n2/1807-0191-op-23-2-0485.pdf>
- Cerbino, M, Maluf, M. & Ramos. I. (2016). Los Enlaces Ciudadanos del Presidente Correa: Entre la exaltación del pueblo y el combate a los medios. [The Enlace Ciudadanos of the President: Between exaltation of the people and the fight with the media]. Quito: Flacso Ecuador.
- Collins, R. (2004). Interaction Ritual Theories. Princeton: Princeton University Press.
- Consejo Nacional Electoral. (2013). Resultados de las elecciones presidenciales, Obtenido de:
http://cne.gob.ec/documents/publicaciones/2014/libro_resultados_electorales_2013-r.pdf
- CEDATOS. (2013). Encuesta de opinión sobre intención de voto.
- CEDATOS. (2015). Estudio de nivel de confianza.
- Consejo Nacional Electoral. (2013). Resultados de las elecciones.

generales. Recuperado de:

http://cne.gob.ec/documents/publicaciones/2014/libro_resultados_electorales_2013-r.pdf

- De la Torre, C. (2008). Populismo, ciudadanía y Estado de derecho. □
- Di Tella, T. (1965). "Populismo y reforma en América Latina". Desarrollo Económico vol. 4. □
- El Comercio. (2012). La ley de medios ya incide en la prensa libre. Obtenido de: □ <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/ley-de-medios-ya-incide.html>
- El Telégrafo. (2012). El gasto social sostiene la gobernabilidad política. Obtenido de: □ <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion/1/el-gasto-social-sostiene-la-gobernabilidad-politica>
- El Espectador (2012). Popularidad de Rafael Correa en su país es del 80.5%. Obtenido de: <https://www.elespectador.com/noticias/elmundo/popularidad-de-rafael-correa-su-pais-del-805-articulo-336538> □
- El Telégrafo. (2013). Rafael Correa, el personaje de 2013, según CEDATOS. Obtenido de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/rafael-correa-el-personaje-de-2013-segun-cedatos> □
- Freidenberg, F. (2012). ¿Qué es el populismo? Enfoques de estudio y una nueva propuesta de definición como un estilo de liderazgo. □
- Fleet, N. (2009). Razón y dominación. La legitimidad en Weber como orientación simbólica de la acción política. Obtenido de: http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-17952009000100002&lng=es&nrm=iso&tlng=es □
- Gorostiaga, K. (2015). La Dominación Carismática. Obtenido de: https://www.academia.edu/10250485/La_dominaci%C3%B3n_carism%C3%A1tica □
- Galarza, N., & Auz, M. (2013). Representación política y clientelismo en el Siglo XXI: El fenómeno Correa. Obtenido de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1521> □

- Knight, A. (1998). "Populism and Neopopulism in Latin America, especially Mexico", en *Journal of Latin American Studies*, N. 30: 223.□
- Weyland, K. (1996). "Neopopulism and Neoliberalism in Latin America: Unexpected Affinities", en *Studies in Comparative International Development*. Vol. 31, N. 3: 3-31.□
- Roberts, K. (1999). "El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina. El caso peruano". En Mackinnon, M. y Petrone, M. Comps. *Populismo y neopopulismo en América Latina. El problema de la Cenicienta*. Buenos Aires: Eudeba.□
- Ostiguy, P. (2007). "Syncretism in Argentina's party System and Peronist Political Culture", en Dennis Galvan y Rudra Sil, eds., *Reconfiguring Institutions Across Time and Space. Syncretic Responses to Challenges of Political and Economic Transformation*. New York: Palgrave Press, pp. 83-113.□
- Peruzzotti, E. (1999). *Modernization and Juridification in Latin America: A Reassessment of the Latin American Developmental Path*", en *Thesis Eleven*. Vol. 58, N. 1.□
- La República. (2016). Guerra de encuestas. Obtenido de: <https://www.larepublica.ec/blog/opinion/2016/12/29/guerra-encuestas/>□
- Martínez, H. (2010). *Legitimidad, dominación y derecho en la teoría sociológica del Estado de Max Weber*.□
- Moncagatta, P. (2015). ¿Cómo ha cambiado el apoyo a Rafael Correa? Obtenido de:□
<https://gk.city/2015/04/27/como-ha-cambiado-el-apoyo-rafael-correa/>□
- Muñoz, F. (2013). *Elecciones febrero 2013*. Obtenido de: <https://lalineadefuego.info/2013/03/01/elecciones-febrero-2013-un-analisis-por-francisco-munoz-jaramillo/>□
- Muñoz, J. (2013). *Elecciones 2013: conjeturas, pronósticos y escenarios*. Obtenido de:□

<https://lalineadefuego.info/2013/02/04/elecciones-2013-conjeturas-pronosticos-y-escenarios-por-francisco-munoz-jaramillo/>

- Olalla, J. (2018). El Enlace Ciudadano una estrategia de comunicación que usa los códigos del espectáculo mediático para construir identidades políticas. Obtenido de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6223/1/T2654-MC-Campo-El%20enlace.pdf>
- Ospina, P. (2013) La Revolución Ciudadana en Ecuador: Conflicto Social, Régimen Disciplinario y Proyecto de Estado.
- Panizza, Francisco (2005). "Introduction: Populism and the Mirror of Democracy", en Francisco Panizza, ed., *Populism and the Mirror of Democracy*. Londres: Verso, pp. 1-32.
- Perfiles de Opinión. (2013). Encuesta de opinión sobre intención de voto.
- Plotke, David (1997). "Representation is Democracy", en *Constellations*. Vol. 4, N. 1.
- Russia Today. (2012). Correa desde España: Ecuador tiene "los brazos abiertos" para quienes quieran regresar. Obtenido de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/view/40617-Correa-desdeEspan%C3%B1a-Ecuador-tiene-los-brazos-abiertos-para-quienesquieran-regresar>
- Urbinati, N. (1998). "Democracy and Populism", en *Constellations*. Vol. 5.
- Secretaria Nacional de Comunicación. (2011). Enlace ciudadano 218.
- Vaderetro (2010). Resumen de la sabatina No. 181 de Rafael Correa desde Juncal. Obtenido de: <http://vaderetroref.blogspot.com/2013/01/20100731-resumen-de-lasabatina-no-181.html>
- Vaderetro. (2012). Resumen de la sabatina No. 285 de Rafael Correa desde Loja. Obtenido de:

<http://vaderetroref.blogspot.com/2012/12/20120818-resumen-de-lasabatina-no-285.html>

- Weber, M. (1972). La ética protestante y el espíritu del capitalismo.□
- Weber, M. (2006). Economía y Sociedad.

