

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL ECUADOR, ANÁLISIS DEL CASO: LUCIO GUTIÉRREZ

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos para
obtener el título de Licenciado en Comunicación Corporativa

Profesor Guía: Miguel Ángel Soto

Autores: DANIEL ANDRÉS ALMEIDA CHERREZ

MARÍA SARA GABELA RIBADENEIRA

2007

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado principalmente a nuestras familias y amigos, quienes inspiraron y apoyaron a que este proyecto se concrete y sea terminado con satisfacción, y una gran cuota de aprendizaje personal, académica y de vocación.

La realización de este proyecto esta también dedicada en parte a todos quienes hacemos la juventud del país, a quienes tenemos la fuerza y las ganas de cambiar al Ecuador con trabajo y honestidad, sin importar las barreras que la historia nos ha impuesto.

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a todas las personas que aportaron al logro de este proyecto, especialmente al Ms. Gustavo Cusot, quien siempre estuvo dispuesto a guiarnos y darnos una mano; a Marcelo Cevallos por su disposición y apoyo, a Carlos Reyes por su gran apoyo y hospitalidad, a Rita Checa y a Miguel Ángel Soto por su colaboración.

RESUMEN

El presente trabajo fue realizado con el objetivo de analizar la comunicación durante el gobierno del ex presidente Lucio Gutiérrez, en cuanto a comunicación política y corporativa, vinculado al contexto histórico y político ecuatoriano.

El primer capítulo presenta un marco teórico sobre comunicación y su estudio a través de las escuelas de comunicación: sus derivaciones en comunicación política y corporativa, y conceptos relacionados como propaganda, imagen, opinión pública y política como práctica relacionada y en la que se fundamenta la comunicación.

El segundo capítulo es un recorrido por la historia política ecuatoriana a partir de los últimos 25 años de democracia.

El tercer capítulo se centra en Lucio Gutiérrez, su período en la presidencia, el Partido Sociedad Patriótica y la entidad encargada del manejo de la comunicación de la presidencia: la Secretaría General de Comunicación del Estado.

En el cuarto capítulo se presenta una investigación de campo mediante entrevistas a varios funcionarios relacionados con la Secretaría de Comunicación en el gobierno de Gutiérrez y también a personas vinculadas con la gestión comunicacional.

El quinto capítulo analiza el material recopilado y lo estudia aprovechando el marco teórico del primer capítulo. El sexto capítulo presenta las conclusiones y recomendaciones que resultan de la investigación bibliográfica y las entrevistas.

ÍNDICE

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
RESUMEN	3
ÍNDICE	4
INTRODUCCIÓN	9
1. CAPÍTULO 1	10
1.1. Comunicación	10
1.1.1. Escuela de Chicago	11
1.1.2. Escuela de Palo Alto o Colegio Invisible	12
1.1.3. Escuela de Frankfurt	13
1.2. Política	15
1.3. Comunicación Política	26
1.4. Comunicación Corporativa	28
1.4.1. Comunicación Corporativa y su relación con la Comunicación Política.	30
1.5. Propaganda	32

1.5.1. Públicos	35
1.5.2. Masas	39
1.6. Imagen	40
1.6.1. Imagen y estereotipos	41
1.6.2. Imagen y representación	42
1.6.3. Imagen y realidad	43
1.6.4. Imagen y propuestas	44
1.6.5. Imagen y medios de comunicación	45
1.7. Opinión pública	46
1.7.1. Opinión pública y comportamiento político	47
2. CAPITULO 2	49
2.1. Reseña histórica: momentos de Comunicación Política en el Ecuador desde la vuelta a la democracia.	49
2.1.1. El retorno a la democracia	49
2.1.2. Jaime Roldós Aguilera (1979-1981)	50
2.1.3. Osvaldo Hurtado Larrea (1981-1984)	52
2.1.4. Ing. León Febres – Cordero Rivadeneyra (1984-1988)	53
2.1.5. Dr. Rodrigo Borja Cevallos (1988-1992)	54
2.1.6. Arq. Sixto Durán - Ballén Cordobés (1992-1996)	56
2.1.6.1. “Ni un paso atrás”	57
2.1.7. Abg. Abdalá Bucaram Ortiz (1996-1997)	58
2.1.7.1. “La fuerza de los pobres”	60
2.1.8. Abg. Fabián Alarcón Rivera (1997-1998)	61

2.1.8.1. “Gobernar no es solo recibir honores y halagos”	61
2.1.8. Dr. Jamil Mahuad Witt (1998-2000)	62
2.1.8.1. Acuerdo de Paz	63
2.1.9. Gustavo Noboa Bejarano (2000-2003)	64
2.1.9.1. El presidente del milenio. “Al andar camino se hace”	65
3. CAPITULO 3	67
3.1. Lucio Gutiérrez: gobierno y aspectos comunicacionales	67
3.1.1 Lucio Edwin Gutiérrez Borbúa (2003-2005):	67
3.2. 21 de enero de 2000	69
3.2.1. “Rebelión popular nacida de las entrañas mismas del pueblo ecuatoriano”	72
3.3. Sociedad Patriótica	72
3.3.1. Del carácter del partido y sus principios organizativos	73
3.3.2. Plan de Gobierno del Partido Sociedad Patriótica presentado al TSE	74
3.4. Campaña electoral	79
3.4.1. Elecciones 2002	79
3.4.2. Campaña de Lucio Gutiérrez	80
3.5. Recuento del período presidencial	83
3.5.1. Objetivos de gobierno	89
3.6. Aspectos Comunicacionales	90

3.6.1. Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República	90
3.7.2. Secretaría General de Comunicación del Estado durante el gobierno de Lucio Gutiérrez	93
3.7.2.1 Secretarios durante esta gestión	94
4. CAPÍTULO 4	95
4.1. INVESTIGACIÓN	95
4.1.1. Objetivo general de la investigación	95
4.1.2. Objetivos específicos de la investigación	95
4.1.3. Metodología de la investigación	95
4.1.4.	97
Enfoque de la investigación	97
4.1.5. Alcance	97
4.1.6. Diseño	98
4.1.7. Instrumentos	99
4.1.7.1. Investigación Bibliográfica	99
4.1.7.2. Entrevistas	99
4.2. Entrevistas	100
4.2.1. Entrevista 1: Gustavo Gaitán Thornee	100
4.2.2. Entrevista 2:	105
Yolanda Torres	105
4.2.3. Entrevista 3:	109
Licenciado Marcelo Cevallos	109

4.2.4. Entrevista 4:	116
Fanny Grijalva	116
4.2.5. Entrevista 4: Verónica Ahumada	123
4.3. CUADRO DE RESUMEN DE ENTREVISTAS	125
5. CAPÍTULO 5	126
5.1 ANÁLISIS	126
6. CAPÍTULO 6	130
6.1. Conclusiones y recomendaciones	130
6.1.1. Conclusiones	130
6.1.2. Recomendaciones	135
BIBLIOGRAFÍA	139

INTRODUCCIÓN

Mucho se ha hablado de política en nuestro país, pero en muy pocas ocasiones se ha abordado el tema de la importancia de la comunicación como herramienta fundamental para una gestión efectiva del proceso político.

Durante la investigación, se desarrollaron algunos términos que se consideraron importantes para la comprensión del tema en general, continuando con la reseña histórica de los 25 años de democracia en el Ecuador, que permitió ubicar al tema en un tiempo determinado y en el estado del país antes de la llegada de Lucio Gutiérrez a la Presidencia de la República. Siendo el análisis de los procesos comunicativos dentro del gobierno de Gutiérrez el principal objetivo, se recurrió a distintas fuentes bibliográficas y se contactó a personas para ser entrevistadas, por estar vinculadas con dichos procesos. Además, se logró la colaboración de profesionales en el área de la comunicación, quienes aportaron con conceptos y criterios básicos para el desarrollo final de las conclusiones y recomendaciones.

La investigación se enfocó en alcanzar conclusiones y recomendaciones con las que sea posible realizar un aporte en el sistema del manejo comunicacional en el Ecuador, desde el gobierno, cualquier gobierno. Y de cierta forma insinuar un camino para que exista un cambio bajo la perspectiva comunicacional¹.

¹ Ver Anexo 1

1. CAPÍTULO 1

1.1. Comunicación

El concepto de comunicación es muy amplio. Podemos hablar de comunicación haciendo referencia a sistemas de transportes y telecomunicaciones en las grandes ciudades, así como hablar de relaciones sociales en donde se quieren comunicar mensajes con información de persona a persona. Todo tipo de comunicación demanda un análisis extenso y profundo, y puede ser tratada desde varios puntos.

Dentro de una sociedad la comunicación es un elemento básico, y es dentro de esta sociedad donde se generan espacios para que las personas interactúen en circunstancias dadas. “Sin comunicación no hay sociedad” decía Mead, y Francisco Sanabria acotaba que “Sin sociedad no hay comunicación”².

Cuando hablamos de comunicación es usual asociarla exclusivamente a la que emplea el lenguaje oral; sin embargo, dentro del concepto de “comunicación” caben otros mecanismos que son parte de dicho proceso: imágenes, gestos, sonidos, etc. El público suele considerar información y comunicación como un mismo fenómeno³; los términos sufren un proceso de generalización y se sintetizan erróneamente. Para poder analizar la comunicación desde varios puntos, como la cultura, poder, arte e ideología

² Sanabria Francisco, “Estudios sobre la comunicación” Editora Nacional, Madrid, España, 1975.

³ FLACSO, curso magistral dictado por Mauro Cerbino. Cerbino se refiere a esta diferencia dentro de la explicación de lo que es la comunicación.

haremos una reseña de las teorías de la comunicación de las tres escuelas principales: Escuela de Chicago, Escuela de Palo Alto y Escuela de Frankfurt.

1.1.1. Escuela de Chicago

La escuela de Chicago estudia temas relevantes para esta investigación, como la experiencia del hombre como individuo que se integra a la sociedad y adopta los comportamientos establecidos (Stablishment); y de cómo intervienen los medios de comunicación, causando la desintegración de las relaciones sociales. Según la Escuela de Chicago los medios de comunicación logran que las relaciones sociales sean superficiales convirtiendo al individuo en un ser solitario.

Dentro de esta escuela los medios de comunicación, juegan un papel de gran importancia, sobre todo, para el manejo de opiniones en el campo de la política. Su visión de los medios es la de una "Omnipotencia como instrumento de circulación de símbolos eficaces"⁴, y vincula el poder de la propaganda con la democracia.

En lo que se refiere a la propaganda, la figura principal es Harold Laswell, quien formuló su teoría basándose en: "Quien dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto". Trata a la propaganda como una herramienta de manipulación a través de los medios de comunicación (*Mass Communication Research*). Para Laswell el término propaganda va íntimamente ligado al término democracia⁵. Además, realiza investigaciones sobre los contenidos de

⁴ Harold Laswell citado por Michèle y Armand Mattelart en la Historia de las Teorías de la Comunicación, en una explicación sobre la Mass Communication Research.

⁵ *Ibid.*

los mensajes enviados a través de los medios de comunicación en las campañas realizadas durante la Segunda Guerra Mundial, y que de cierta forma influyen en la pérdida de dicha guerra por parte de los alemanes y la victoria de los rusos.

La sociología funcionalista también es objeto de análisis dentro de los medios de comunicación, dividiéndola en sectores de investigación. El análisis otorga especial importancia a dos sectores: análisis de los efectos y análisis de los contenidos de los mensajes, así como también las investigaciones que algunos de los teóricos de la escuela, como Lazarsfeld, realizaron mediante encuestas, para medir la influencia de los medios y el comportamiento de los consumidores.

Cabe señalar que esta escuela contiene el modelo básico de comunicación lineal de Shannon y Weber:

Fuente – Emisor – Canal – Receptor - Destino



1.1.2. Escuela de Palo Alto o Colegio Invisible

La escuela de Palo Alto —llamada también Colegio Invisible— fue creada en 1940 por un grupo de pensadores que no concordaban con el modelo matemático de Shannon y Weber. Surgió en Estados Unidos en una comunidad llamada Palo Alto, cercana a San Francisco; el nacimiento de esta Escuela se dio como una forma de respuesta a los planteamientos de la Escuela de Chicago, y se derivó de la ideología que caracterizaba a los

movimientos sociales latinoamericanos que en la época luchaban por su independencia.

El modelo circular (Wiener) que propone la escuela de Palo Alto nos acerca a cualquier análisis comunicacional que queramos hacer sobre una institución, sea esta pública o privada. En este modelo circular se otorga la misma importancia al receptor y al emisor, y no se habla de un final del proceso de la comunicación, pues este integra otros modos de comportamiento que cuentan como comunicación, dándose siempre que exista interacción entre personas.

Los teóricos de la Escuela de Palo Alto sostienen tres hipótesis resumidas a continuación: a) se produce comunicación siempre durante una interacción; b) dentro de la comunicación se toman en cuenta las acciones, reacciones y en general el comportamiento; y c) todo comunica, formando un círculo lógico de entendimiento mutuo entre las personas.

1.1.3. Escuela de Frankfurt

La Escuela de Frankfurt, siendo la primera industria alemana de orientación marxista e instalada en la Universidad de Columbia en los Estados Unidos, nos guía en la comprensión del concepto de “poder” y como este se ejerce dentro de la sociedad, manejando las apariencias y fabricando opinión pública a través de los medios. La escuela analiza el concepto de las “industrias culturales”, concepto creado por Adorno y Horkheimer, que utilizan la cultura como producto de comercialización y la dominación ideológica mediante grupos de poder (medios de comunicación) dentro de la sociedad. En esta escuela existía esencialmente el proyecto de unir a Marx con Freud.

Otro punto importante que trata esta escuela es la globalización, estudiando los efectos que tienen los medios —específicamente la televisión— como un medio visual que maneja información, persuade la opinión y que tras estas producciones industriales se degrada la verdadera función de la cultura.

Escuela	Modelos	Teorías	Elementos básicos	Lugar - año	Pensadores	Aportaciones
Chicago	Lineal	Funcionalista	Medios de comunicación	Estados Unidos - 1910	Robert Ezra Park	Investigaba los comportamientos urbanos.
					Charles Horton Cooley	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza fenómenos y procesos de comunicación. - Desarrolla el término "grupo primario" - Propone a los medios de comunicación como la salida para crisis y el acercamiento a la democracia.
					Dewey	<ul style="list-style-type: none"> - Propone a la comunicación como causa y remedio de la pérdida de la comunidad social.
					Harold Laswell	<ul style="list-style-type: none"> - Democracia y propaganda van de la mano. - La propaganda como único medio que une masas. - Teoría: Quién dice por qué canal y con qué efecto
					Claude Elwood Shannon	<ul style="list-style-type: none"> - Propone la teoría lineal de la comunicación, donde existe un inicio en el proceso de comunicación y un final.
Frankfurt	Análisis desde un punto de vista psicológico y crítico	Estructuralista.	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura - Medios de comunicación - Capitalismo político 	Alemania y Estados Unidos - 1932	Max Horkheimer	<ul style="list-style-type: none"> - Guiado por el pensamiento Marxista, intentó acoplarlo a las condiciones sociales de la época. - Teoría crítica. - Racionalidad instrumental y ésta como liberación social. - Análisis de la agresividad y racionalización de la vida moderna y su impacto en la comunicación.
					Teodoro Adorno	<ul style="list-style-type: none"> - Acopla las ideas de Marx y Freud, y desarrolla nuevas visiones de lo establecido. - Teoría Crítica. - Racionalismo como instrumento a la vez de libertad y de dominio
					Jürgen Habermas	En su tesis Historia y crítica de la opinión pública (o Transformación Estructural de la Publicidad) da solidez al concepto de opinión pública y recupera la visión eminentemente democrática del mismo con su distinción entre opinión pública manipulada y opinión pública crítica.
Palo Alto (Colegio Invisible)	Circular	Antropológica. Ciencias sociales.	Interacción entre personas.	Estados Unidos - 1942	Gregory Bateson	Impulsador de esta Escuela.
					Birthwhistell	Impulsador de esta Escuela.
					Edgard T. Hall	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza las relaciones interculturales, - Relaciona sistemas de comunicación con códigos culturales.
					Paul Watzlawic	Desarrolla la teoría en la que es imposible "no comunicar".
					Norbert Wiener	La importancia del emisor y del receptor es la misma.

1.2. Política

La práctica política es una de las consecuencias de la vida en sociedad, ayuda a la organización y desarrollo comunitario, así como la comunicación. Dentro de la condición humana no es posible pasar por alto ni política y menos aún comunicación. Desde los principios de la historia, el ser humano ha desarrollado destrezas políticas que más tarde construirían civilizaciones y el mundo como es entendido en la actualidad. La relación entre estas dos prácticas tan humanas, —comunicación y política— establecen en gran parte lo que es una sociedad (siendo una consecuencia de la otra).

En el Ecuador, la política a través de los años, ha sido una práctica susceptible al desprestigio, a los escándalos por corrupción o por las estructuras demagógicas que han caracterizado a los gobiernos de la República, y han mantenido la crisis de la democracia que vive el país, desde su creación en el siglo XIX. Determinar la política y su evolución histórica, así como la ideología que ha acompañado a la historia mundial es sumamente importante para el entendimiento global de las consecuencias que tiene la política en la vida de un país.

Aristóteles fue uno de los primeros filósofos que trató la política desde un enfoque específico en la práctica de manejo de un Estado. Sostenía que el ser humano era un animal político, afirmación que se refiere a que todos los seres humanos, por naturaleza, buscamos encontrar una organización social y por ende política, se puede decir que el objetivo principal de la política es el manejo y estudio del gobierno en su sentido más amplio: el análisis político; abarca el

origen y tipología de los regímenes políticos, sus estructuras, funciones e instituciones, las formas en que los gobiernos identifican y resuelven problemas socioeconómicos, y las interacciones entre grupos e individuos decisivos en el establecimiento, mantenimiento y cambio de los gobiernos; de esta doctrina nacen términos como Ciencia Política y Teoría Política (que subyace en el anterior) y explica el pensamiento de filósofos y académicos que han aportado con teorías y prácticas a la política como una ciencia.

El término Ciencia Política se refiere al estudio de la política tanto en su ejercicio como en las ideologías que la componen; por su parte, la Teoría política se usa también, desde el siglo XIX, para referirse a las generalizaciones descriptivas, explicativas o predicativas del comportamiento político, sin tener en cuenta su moralidad. Este punto de vista se ocupa más de las técnicas concretas, matemáticas o estadísticas que de problemas normativos.

Hoy en día, la mayor parte de las investigaciones de la Ciencia Política tiene que ver con temas concretos, como las relaciones entre los poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial en el ámbito nacional; las relaciones entre Estados en el marco internacional; las campañas electorales y las elecciones; las regulaciones administrativas; los impuestos; la política comparada; y las acciones e influencias de los grupos involucrados en las finanzas, el trabajo, la agricultura, la religión, la cultura o los medios de comunicación.

Organizar las relaciones de convivencia entre un grupo de personas, tener un líder o evidenciar indicios de gobierno de cualquier tipo son algunos de los primeros rasgos que muestran que un grupo social tiene una directriz política, de la cual dependen para su funcionamiento. El primer grupo del que se tiene

conocimiento de haber planteado un entendimiento, y establecimiento de un orden en las relaciones humanas, fueron los sofistas, término que proviene del griego "sophi" que significa experto, maestro artífice u hombre de sabiduría, Los Sofistas tuvieron su origen en Grecia. Se caracterizaban por compartir su conocimiento con la gente a cambio de dinero; eran personas con puntos de vista filosóficos más profundos que las escuelas, tomando el pensamiento de otros filósofos; popularizaron el arte de la retórica y concluyeron con determinar que la moral y la verdad eran cuestiones opinables; con respecto al pensamiento político, contrapusieron la situación del individuo frente a sus derechos en sociedad.

En Grecia nació quien puede ser considerado el primero en establecer las bases del pensamiento político desarrollado: Platón (429-347 AC). Platón describe en su obra "La República" un estado ideal, y enfrenta el funcionamiento de un ser humano con el del Estado, afirma que el ser humano puede estar clasificado de tres formas: básico, quien obtiene su satisfacción en lo material y está destinado a ser un obrero sin educación; un individuo medio, impetuoso y emocional, que se encargaría de la administración pública y de la defensa de la Ciudad-Estado; y un nivel superior ocupado por los únicos con la capacidad de tener poder y gobernar; es decir, una "aristocracia cultural" que para Platón debía vivir en comunidad y no tener propiedades para no ser corrompidos, pero dotados de razón y sabiduría.

Ahora bien, dentro de los griegos, Aristóteles (384 – 322 AC), estudió y sistematizó casi todas las ramas existentes del conocimiento y proporcionó las primeras relaciones ordenadas de Biología, Psicología, Física y Teoría literaria; adicionalmente, delimitó el campo conocido como Lógica formal, inició la

Zoología y habló de casi todos los problemas filosóficos principales reconocidos en su tiempo. Conocido por los pensadores medievales como 'El Filósofo', Aristóteles es quizá el pensador más importante y de mayor influencia en la historia y desarrollo intelectual de Occidente. Como discípulo de Platón ocupa el primer lugar en aportes a la ética y por lo tanto a la política, no solo como el estudio de los estados perfectos de manera abstracta sino más bien un examen del modo en que los ideales, las leyes, las costumbres y las propiedades se interrelacionan en los casos reales. En su obra "La Política" legitima a la monarquía, a la aristocracia y finalmente a la *politeía* (oligarquía y democracia) como formas de gobierno. Más tarde en Roma, se harán grandes avances para la política, donde por primera vez se separa claramente lo público de lo privado, y se crea el Derecho. Cicerón (106 – 43 AC) en algunas de sus obras, además de conservar de cierta manera la filosofía griega, se puede decir que convirtió la Política en Derecho.

Al llegar la Edad Media, la organización política estatal era prácticamente inexistente, el Derecho Romano es transformado en iusnaturalismo cristiano (término desarrollado por Hugo Grocio, quien definió la injusticia como aquello que parece contrario a la comunidad de los seres sensitivos) y de donde nacen teorías como las de San Agustín (354 - 435) y Santo Tomás (1224 - 1274). Inspirados por la doctrina cristiana, legitiman a los usos religiosos y justifican su existencia. La Edad Moderna trae el Renacimiento en Europa y en los siglos XIV y XV se empiezan a definir y crear Estados independientes e instituciones dentro de ellas. Uno de los avances más significativos con respecto a la política es que se separan la religión y la moral, especialmente porque aparece a finales de esta Era el Protestantismo, la valorización el trabajo y la profesión.

Gracias al aporte de Martín Lutero (1483 - 1546) se producen cambios fundamentales y básicos para el futuro de la Política, especialmente por la concepción de Estado, religión, república (de la raíz griega *res* que quiere decir "cosa"; por lo tanto "algo" de todos los ciudadanos) y la hegemonía de la monarquía se ve amenazada.

En los albores de esta era aparece un italiano de criterio frío y desapasionado pero que sobre todo aporta una concepción política laica a pesar de haber nacido en Florencia, a principios de la Edad Moderna: Nicolás Maquiavelo (1469-1527) fue el primero que trató a la Política como una responsabilidad pública cuyas funciones no se habrían de desempeñar según los dictados de la calidad privada. Describe a esta práctica como un batallar continuo, una constante lucha por el poder, y dice: "En la política como en el juego no basta con ser previsor, hábil y avisado, sino que además de gastarse los dineros, emplear la fuerza, tomar rápidas decisiones y actuar con energía (...) más sin escrúpulos ni contemplaciones ni piedad"⁶. Maquiavelo describe en su obra mayor "El Príncipe" al buen gobernante y lo que debe hacer para mantenerse en el poder. Para Maquiavelo, quien desarrolla directrices de gobierno, extremas para muchos pero sumamente válidas, contiene temas como la imagen del gobernante, el fin que sí puede justificar los medios y cuál es la obligación de un gobernante para conseguir lo que su pueblo requiere. Finalmente, contrapone al poder por el poder, la lucha por alcanzarlo y la guerra por mantenerlo.

Más tarde sería Calvino (1509 - 1564) quien impulsaría al Capitalismo con un respaldo religioso contrario a la Iglesia Católica, llamado Reforma Protestante y

⁶ David Thompson en su obra "Las ideas políticas" cita un fragmento de "El príncipe" por Nicolás Maquiavelo; David Thompson, "Las ideas políticas" Barcelona, Editorial Labor S.A, 1977, pág. 24.

por lo tanto la reestructuración funcionalista del Estado y como consecuencia de la política⁷.

Otra de las obras importantes con aportes a la Política fue “El Leviatán” de Thomas Hobbes (1588 - 1679), obra en la que además de ofrecer una imagen brillante del capitalismo, describe al ser humano como un individuo racional; este texto trasforma uno de los puntos clave del liberalismo en argumento justificativo del gobierno absolutista; para todas sus teorías parte del punto de que todo está en la realidad, describe al ser humano como un individuo que pelea por la supremacía en cada etapa de su vida y lucha por poder, especialmente político; describe los poderes del soberano bajo el término “estado de naturaleza” y la dinámica de la democracia. Su punto de vista de la política es que su finalidad es la paz y condena a quienes piensen que la política tiene por cometido imponer verdades, puesto que nunca alcanzarán la verdad ni la paz. Posteriormente, el considerado padre del Empirismo moderno, John Locke, propone que la soberanía emana del pueblo, reitera muchos de los puntos de Hobbes pero postula que las fuerzas coercitivas son vitales para la supervivencia social; dice que el Estado debe proteger los derechos (de propiedad y libertad individuales) de los ciudadanos y que el poder legislativo y el judicial han de estar separados. De esta manera el Rey está sometido a las leyes. Estos postulados se anticipan incluso a los de Charles Louis de Secondant, Barón De Montesquieu, autor de “El espíritu de las leyes”, obra que tomó 17 años en ser completada y que pretendió ser un estudio sobre sociedad y política, intentó descifrar el ordenamiento social y político de ciertas culturas ligándolo con sus usos culturales y biológicos. Pretendió encontrar la esencia

⁷ Ibid.

de las leyes, los principios generales del Derecho al desentrañar sus relaciones. Desarrolla la teoría de los gobiernos o de división de poderes y resalta las percepciones del sistema democrático. Pero su aporte más importante es el de proponer la división del poder legislativo en un sistema bicameral: la primera cámara compuesta por la nobleza y la segunda por los comunes, electos democráticamente. Esta modalidad bicameral opera actualmente en países como Inglaterra y los Estados Unidos de Norteamérica.

El mundo empieza a tener un orden diferente tanto política, ideológica y económicamente. A la par de las corrientes liberales, la independencia de los Estados Unidos y la evolución de la Revolución Industrial colocan al Capitalismo en un plano cada vez más trascendente y simultáneamente se gestan corrientes ideológicas como la de Rousseau (1712 - 1778), donde se defiende la Democracia para todos, aparecen términos como "Voluntad general". Rousseau enaltece la emotividad humana y la bondad del hombre por naturaleza, pero principalmente establece que la primera perversión que convierte al hombre en malo es la propiedad.

Así llegamos a uno de los hitos políticos más significativos de la historia universal: la Revolución francesa, donde principalmente se descartó la esencia natural que designa las elites gobernantes de forma natural, como la monarquía. El 4 de agosto de 1789, a raíz de la toma de la Bastilla y entre la Declaración de los Derechos del hombre y el ciudadano, se promulgó la obligación de que las actividades políticas estén regidas bajo una carta que garantice la libertad del individuo, llamada Constitución. Napoleón Bonaparte se encargaría de imponer estos conceptos y prácticas por toda Europa, y posteriormente se organizaron nuevas tendencias políticas. Siguiendo esta

corriente ideológica, el Federalismo aparecerá en los Estados Unidos de Norteamérica, que tras su independencia mediante estados confederados, estableció una sola Constitución bajo un sistema liberal, con un parlamento bicameral e independencia de cada Estado. Esta independencia federal se refería a la economía y las instituciones, y de alguna manera políticamente, pero como parte de un solo bloque.

La Política ha cambiado y evolucionado a la par de la realidad histórica y como una consecuencia de esta. Desde la Edad Media se detectaron corrientes cristianas comunistas que trataron de imponer su forma de vida, sin éxito, así como varios autores han desarrollado una temática previa a Marx; o la misma Revolución Francesa con François-Noël Babeuf, como Tomás Moro con su obra "Utopía", que le costó la vida. Este es un relato satírico sobre la vida en una isla de ficción donde los intereses de los individuos se encuentran subordinados a los de la sociedad como conjunto; todos sus habitantes deben desempeñar un trabajo, se practica la enseñanza universal y la tolerancia religiosa y la tierra pertenece a todos: condiciones comparadas con las de la sociedad inglesa, con una sustancial desventaja para esta última.

No fue hasta la Revolución industrial que legitimó al Liberalismo y al Capitalismo como formas hegemónicas de hacer y vivir la política en Inglaterra, donde por primera vez nacen grupos sindicalistas y anticapitalistas por el impacto que el modelo económico tuvo en la clase obrera. Quien seguramente ha explicado al capitalismo de su tiempo de mejor manera, y a su vez lo ha cuestionado magistralmente, fue Karl Marx (1818 - 1883) a quien se le puede llamar discípulo de la materia de Hegel más no de su enfoque. George Wilhelm Friedrich Hegel (1770-1831), filósofo alemán, máximo representante del

Idealismo⁸ y uno de los teóricos más influyentes en el pensamiento universal desde el siglo XIX, consideraba que la pertenencia al Estado es uno de los mayores deberes posibles que cabe asumir al individuo. De una forma ideal, el Estado es la manifestación de la voluntad general, que es la más alta expresión del espíritu ético. El sometimiento a esa voluntad general es el acto propio de un individuo libre y racional. Aparece así como un filósofo conservador, pero no hay que deducir por ello que su obra apoye al totalitarismo, ya que también afirmaba que la limitación de la libertad por parte del Estado es inaceptable en el orden moral. Más adelante encontraremos a intelectuales como Mazzini quién se encargó de convertir a Italia en una República a través del Nacionalismo revolucionario, a Mill, quien desarrolla el tema de la libertad del individuo y su reflejo en la sociedad; hasta que llegamos a Marx, uno de los mayores pensadores políticos de la historia mundial, quien alcanzó un nivel de análisis del capitalismo que ni si quiera sus propios gestores habían concebido. A raíz de haber vivido en Inglaterra —y de haber presenciado algunas de las consecuencias de la Revolución Industrial en el modo del trabajo y el encarecimiento de nivel de vida de la población, mientras que la burguesía, dueña de los centros de trabajo simplemente acumulaba capital, dándole sentido a la razón de ser del sistema⁹—, trabaja junto a Friedrich Engels y crearon el Comunismo Científico o Socialismo, como es conocido en la actualidad; escribieron el “Manifiesto Comunista” que puede ser descrito como

⁸ Idealismo, teoría de la realidad y del conocimiento que atribuye un papel clave a la mente en la estructura del mundo percibido. A lo largo de la historia de la filosofía se pueden distinguir diferentes aplicaciones y definiciones. En su forma más radical y, muchas veces rechazada, es equivalente al solipsismo, un punto de vista que afirma que la realidad se deriva de la actividad de la propia mente y que nada existe fuera de uno mismo. Sin embargo reconoce por completo el mundo externo o natural, y evita afirmar que éste puede reducirse al mero hecho de pensar

⁹ La obra de Kart Marx que recoge toda su teoría de crítica al sistema liberal, es “el Capital” para muchos es su mejor obra en términos de análisis del capitalismo y como guía para el desarrollo ideológico del socialismo.

una declaratoria de estatutos que establecieron los principios de funcionamiento del Socialismo. Para Marx, el objeto principal de la vida del ser humano no son las ideas, sino los modos de producción: cada modo de producción depende de otros y forman partes de sistemas que se contienen en esferas más grandes. Uno de sus conceptos principales es el valor que se le da al producto final el que debe reflejar necesariamente el tiempo de trabajo utilizado, y por supuesto el valor de su uso. Adicionalmente, se describen las relaciones de producción entre proletariado y burguesía, obreros y dueños de los medios de producción; bajo este contexto establece que los medios de producción no deben ser propiedad de nadie, si no de una estructura con mayor control sobre estas relaciones: en este caso es el Estado.

La historia que continuó después de Marx, quien no tuvo realmente una influencia significativa durante su vida, dio vida al Marxismo y como consecuencia al Comunismo como modelo económico. Acontecimientos históricos como la construcción del Muro de Berlín, la denominada Cortina de Hierro, la Revolución Cubana, las dos Guerras Mundiales, el Fascismo, el Nazismo, la creación de la Naciones Unidas (consecuentemente el establecimiento del G8) y finalmente la creación institucionalizada del Neoliberalismo, han transformado a la política y su manejo. En la actualidad se mantienen aún dos corrientes principales: las fuerzas de derecha y de izquierda, conservadores y liberales o también, en cierta forma aproximado al sistema político de EE.UU. los republicanos y los demócratas. En definitiva, el mundo está construido por formas de gobierno en las que ambas tendencias conviven, y la globalización ha llevado a que, con muy pequeñas excepciones, el mundo gire alrededor de un orden establecido. Aunque la ideología ya no

mueve al mundo, el Capital (término concebido de la misma forma que Marx) sí lo hace.

El Ecuador cuenta con una diversidad de partidos y movimientos políticos de varias ideologías. Esta variedad se destaca, sobre todo, a partir de la vuelta a la democracia en el año de 1979. Al igual que muchos de los países de América Latina, el Ecuador ha seguido una tendencia populista desde mediados del siglo pasado, entendiendo al populismo como un término político que busca la afinidad con el pueblo atacando a las elites económicas y que se caracteriza por sus tintes demagógicos que buscan principalmente la simpatía de la población¹⁰.

1.3. Comunicación Política

Política y Comunicación, son dos prácticas que están directamente relacionadas con la condición humana, no existiría el hombre sin comunicación y no existiría sociedad ni comunidad sin política. Puede resultar complejo asociar estos dos términos — Comunicación y Política — en un solo, pues la Comunicación suele relacionarse con el trabajo exclusivo de los Medios de Comunicación y la Política con los actores políticos y el ejercicio del poder. La Comunicación política, más que una disciplina es una práctica. Para el objeto de este estudio es importante centrarnos en la función que cumple la Comunicación política como una práctica y no necesariamente como una teoría.

¹⁰ <http://www.wikipedia.com/wiki/Populismo>

Hannia Vega define la Comunicación política como “el conjunto de recursos técnicos y humanos organizados y destinados a realizar funciones informativas y periodísticas, capaces de contribuir a una correcta transparencia y publicidad en la ejecución de la política pública”¹¹. Adicionalmente, clasifica a esta en dos: la Comunicación política electoral (durante las elecciones, basada por completo en el mercadeo) y la gubernamental, que trata sobre la gestión de la Comunicación política durante un mandato y en función de lograr un mejor desempeño en el gobierno. Esta última puede ser dividida en tres prácticas; una pragmática, puesto que sus actores están continuamente emitiendo mensajes a la ciudadanía y a los líderes de opinión; otra simbólica, por transmitir mensajes desde varios escenarios (como un mitin político) y utilizando varias herramientas como propaganda: canciones, símbolos, imágenes y lemas, siempre y cuando puedan connotar una propuesta; y finalmente, una estructural o aquella que se expresa a través de las instituciones. En la actualidad se ha detectado un cambio en la práctica estructural, puesto que los gobiernos ahora pueden manejar un sinnúmero de medios propios para transmitir información desde el “poder”, mientras que antes dependían exclusivamente de los medios de comunicación masivos.

Para Cotteret, el término “Comunicación política” puede estar resumido en un intercambio de información entre los gobernados y los gobernantes a través de canales de transmisión estructurados o informales¹²; asegura adicionalmente que esta debe ser analizada a partir del lenguaje verbal, puesto que es la mayor herramienta que tiene. Sin embargo, en la llamada “Nueva Democracia”

¹¹ Vega Hannia, “La Comunicación de Gobierno y la Internet”, parte de la publicación de Durán Barba Jaime, Noguera Felipe, Garnett James L., Vega Hannia y Izurieta Roberto, “Estrategias de Comunicación para Gobiernos”, Quito, Editorial Ecuador F.B.T. 2001. pag.144.

¹² Cotteret, Jean Marie, “La comunicación política” Buenos Aires, Editorial “El Ateneo” 1977.

—concepto estudiado por Jaime Durán Barba—, se postula que en la actualidad la Comunicación política no es una cuestión ideológica ni de capacidad de oratoria, y el manejo de imagen es uno de los factores determinantes en la eficiencia de su gestión. Para Durán Barba, un candidato obtiene más votos por la imagen que presenta en los medios —la principal herramienta de propaganda en la actualidad— que por su propio discurso.

Aunque para muchos expertos la Comunicación política es simplemente otro término bajo el que se pueden practicar y definir al *marketing* político. En realidad, es una práctica que opera tanto en elecciones como durante el tiempo en funciones de un determinado político. La Comunicación política tiene la misión de lograr el éxito en ambos escenarios.

1.4. Comunicación Corporativa

La Comunicación corporativa, en la actualidad, juega un papel de gran importancia dentro de las empresas. En Ecuador este tipo de comunicación se está desarrollando paulatinamente y ha evolucionado considerando la idea sostenida de que “todo comunica”¹³. Sin la Comunicación corporativa sería muy difícil encaminarse al logro de objetivos empresariales, según las últimas tendencias.

La Comunicación corporativa ayuda a la planeación, ejecución y evaluación de la situación de una empresa. Al interior de esta suelen presentarse problemas y

¹³Wiener, citado por Jesús Martín Barbero en la primera parte “de los medios a las culturas” de su obra “proyectar la comunicación de Tercer Mundo Editores, Colombia, 1997 (Pág. 3)

malentendidos debido a que la comunicación no es manejada efectivamente y porque las estrategias que suelen utilizarse no son las adecuadas.

Sin embargo, las empresas, ahora más concientes de los peligros que puede causar una comunicación fragmentada, persiguen la eficacia absoluta de su imagen interna y externa. Para que el proceso y control de la Comunicación corporativa se lleven a cabo de forma exitosa, existen asesores profesionales especializados en el desarrollo, implantación y planeación del proceso, para persuadir a los diferentes tipos de empleados y para lograr objetivos de negocio, tales como: construir valores para sus accionistas; atraer, retener y motivar al personal; vender y lograr que los consumidores prefieran sus productos, servicios y minimizar el impacto de una posible crisis.

Entonces, la Comunicación Corporativa trata de prevenir e identificar los problemas que tienen las organizaciones y solucionarlos con un manejo adecuado de su imagen, tanto dentro como fuera de la empresa.

Según Cees B.M. Van Riel¹⁴ existen tres formas de comunicación importantes:

- **Comunicación de Dirección.-** Explica las relaciones existentes entre el director y el personal de la empresa. Este director debe lograr cooperación por parte de sus compañeros, convenciéndolos de que el mensaje comunicacional de la organización es básico para lograr beneficios. Van Riel considera a esta forma de comunicación como la más importante por el manejo de los públicos tanto internos como externos.

¹⁴Van Riel Cees B.M. Comunicación corporativa, Ed. Prentice hall, España.

- **Comunicación de Marketing.-** Esta forma de comunicación es la que apoya a la venta de los productos o servicios que ofrece la organización, con el uso de herramientas como la publicidad y mercadeo directo, entre otros.
- **Comunicación Organizativa.-** Van Riel la define como “todas las formas de comunicación que no forman parte de un departamento de marketing”. A esta forma de comunicación la integran las Relaciones públicas, Comunicación ambiental, Comunicación interna, etc.

Una vez entendidas estas tres formas de comunicación estaremos listos para entender las áreas que operan dentro de una empresa y que colaboran para el manejo apropiado de la imagen empresarial que, dependiendo de cada situación, se crea, mantiene o mejora. Igualmente, para esta tarea se planifica una campaña corporativa, en donde se diagnostica el estado de una empresa y a partir de eso se ponen en práctica tácticas y estrategias comunicacionales.

Es muy importante comprender a la Comunicación corporativa al abordar el tema de esta tesis, porque el análisis que se establecerá tendrá una visión estratégica de los procesos de comunicación, y de esta manera obtendrá conclusiones y recomendaciones.

1.4.1. Comunicación Corporativa y su relación con la Comunicación Política.

Como se ha revisado previamente, la Comunicación Corporativa se encarga de los procesos comunicativos dentro de una empresa. Se crean mensajes que son transmitidos a varios públicos por distintos canales, y mediante los cuales

estos mismos públicos retendrán la imagen positiva o negativa de una empresa.

La Comunicación Política se maneja mediante el mismo proceso, solo que el término "públicos" cambia por el de "*target*"; y es ante este *target* que la figura de un candidato, presidente o miembro de cualquier entidad del Estado o de las distintas áreas del gobierno, será presentado como parte de una estructura muy parecida a la de una organización, con rangos y jerarquías, que emite mensajes continuamente y que representan ideas¹⁵. Además, será parte de una imagen construida para causar efectos que se espera sean positivos y de identificación. Así mismo, dentro de la Comunicación Política como en la Comunicación Corporativa se utilizan herramientas que, aunque enfocadas de manera distinta sirven para la persuasión, como la propaganda, relaciones públicas, entre otras.

Aunque la Comunicación Política interviene segmentando las áreas del Gobierno y las trabaja individualmente (Presidencia, Vicepresidencia, Ministerios, Secretarías, etc.) al igual que la Comunicación Corporativa coordina a todas estas y pretende mantener una armonía en el mensaje que emita dicho Gobierno, para lograr eficiencia en la gestión de la comunicación. Sin embargo cuando las diferentes áreas de un gobierno deban comunicar intereses propios, lo harán de manera independiente.

La Comunicación Corporativa, al igual que la política, utiliza estrategias para mantener informados a los medios de comunicación, o a través de ellos a los ciudadanos.

¹⁵ Conclusiones obtenidas del seminario internacional "Mujeres, Política y Comunicación". CIESPAL, marzo de 2006.

1.5. Propaganda

La propaganda consiste en la difusión de ideas u opiniones de forma masiva, con control sobre los mensajes que se envían y cuyo principal objetivo es la modificación de actitudes. Esta herramienta puede ser utilizada tanto para fines positivos o negativos¹⁶.

La propaganda tiene dos tipos de uso y estos son: primero, un uso político “para convencer a las masas” y segundo, un uso publicitario¹⁷.

Si nos referimos a Política, la propaganda es un instrumento que servirá para convencer y mover a las masas a favor de un partido político, candidato presidencial o un líder.

Existen dos escuelas contemporáneas de la propaganda:

- **Marxista Leninista.**- Es una escuela rusa donde se utilizaron estrategias como las de “sacar a la luz” problemas que afectaban a una grupo de personas conciente y a partir de eso actuar con ideas claras de solución. Los propagandistas de esta escuela se dirigían con mensajes a individuos o grupos no tan numerosos y de un nivel cultural alto; por otro lado, los “agitadores” se dirigían a grupos grandes y numerosos con ideas más básicas, sin un contenido tan profundo y de forma oral¹⁸. Su discurso apelaba a las emociones de las masas.

¹⁶ Michèle y Armand Mattelart, “Historia de las Teorías de la Comunicación”, Editorial Paidós, Barcelona- España, Pág. 28.

¹⁷ [http:// es.wikipedia.org/wiki/propaganda](http://es.wikipedia.org/wiki/propaganda).

¹⁸ [http:// www.monografias.com/trabajos11/teorela/teorela-shtml](http://www.monografias.com/trabajos11/teorela/teorela-shtml)

- **Nazi Goebbeliana.-** Es la escuela alemana que nace con el Partido Nacional Socialista, liderado por Adolf Hitler. Su trabajo empezó durante la crisis que sufrió Alemania antes y después de su derrota en la Primera Guerra Mundial. En esta escuela la propaganda que se transmitía era revisada cuidadosamente y empezó con la estrategia de mostrar los logros conseguidos anteriormente para obtener credibilidad y después reiterar mensajes que quedaran en la mente de las masas.

Cuando hablamos de propaganda política es importante tomar como referencia las campañas de Hitler, puesto que estas se basaban en un manejo minucioso de la información, utilizando mensajes emotivos de denuncia y analizaban la respuesta / reacción de los receptores.

Aldous Huxley dijo: “La propaganda nos enseña a aceptar como evidentes, cosas sobre las cuales sería razonable suspender nuestro juicio o sentir dudas”¹⁹. Además sostiene que “Actualmente el arte de gobernar las mentes ajenas, lleva camino a convertirse en ciencia. Quienes practican esta ciencia saben lo que están haciendo y por qué lo hacen”. Bajo principios similares Adolf Hitler y Joseph Goebbels manejaron sus técnicas de persuasión.

Hitler trató con cuidado su propaganda cuando estuvo en el poder. Trabajó con Goebbels, a quien se le atribuye la famosa frase “di una mentira mil veces y se convertirá en verdad”, y quien fue el encargado del Ministerio de la Propaganda.

Dicho Ministerio, estaba perfectamente organizado y tenía sus misiones específicas. Contó con diecisiete departamentos que se encargaron

¹⁹ Aldous Huxley, en “the Brave New World Revisted publicada en 1958 y expuesta originalmente en la pág [www. Rebelión.org](http://www.Rebelión.org), a su vez tomada por [http:// www.henciclopedia.org.uy/autores/huxley/propaganda.htm](http://www.henciclopedia.org.uy/autores/huxley/propaganda.htm), y traducido por Luys Santa María.

detalladamente de diferentes actividades, entre ellas, el manejo y control absoluto de todos los medios de comunicación: radio, prensa, altoparlantes y cines. Toda la información transmitida por cualquiera de estos medios era previamente inspeccionada, aceptada o rechazada según su conveniencia. Así también estaban a cargo de la literatura permitida, la música que se debía escuchar, el arte que se podía apreciar y las películas que se debían ver. El tipo de información que circulaba se encargaba de generar una opinión pública. Además, existía un Ministerio de Exteriores que se encargaba de manejar todo tipo de propaganda enviando información a otros países en forma de libros, folletos y pancartas. Además de la realización de cualquier tipo de eventos de carácter artístico.

Actualmente la propaganda es utilizada para conseguir seguidores y suscribirlos a movimientos o partidos políticos, orientando así la opinión pública hacia sus ideas. Para esto intervienen grupos de expertos especializados en distintas áreas, pero que trabajan en conjunto y desde varios puntos del país para cumplir los objetivos de campaña. Utilizan técnicas y métodos como: la palabra escrita, palabra hablada, marchas masivas, Internet o la organización de eventos²⁰.

La propaganda trabaja para la obtención del poder y sus principales instrumentos son los medios de comunicación por donde circula la información. Si la propaganda es efectiva, la audiencia responderá “positivamente” a sus intenciones.

²⁰ Stark G, “Moderne Politische Propaganda, Munich Verlag Frz, Cher Nachf, 1930.

1.5.1. Públicos

Es imprescindible hablar de los Públicos y definirlos en este apartado, pues son actores principales del proceso de comunicación, tanto en las empresas como para el Gobierno, o futuros representantes políticos.

A los Públicos, dentro de la materia de Relaciones Públicas, los definimos como a las personas que tienen intereses en común con la organización, y que por lo tanto pueden ser afectados tanto positiva como negativamente de las acciones o políticas de ésta. A su vez, las acciones que tengan los públicos, así como sus opiniones pueden afectarla.

Las personas o sistemas sociales pueden estar en relación con la empresa o institución —unas en mayor grado que otras— y es por eso que es importante clasificarlos de tal manera que se maneje y adapte el mensaje según los requerimientos de la organización y las necesidades de los públicos.

Esta clasificación es:

- **El público interno.-** Este público lo conforman las personas que están conectadas directamente con la empresa; por lo tanto con los que esta se comunica diariamente. Manejar una buena comunicación con ellos nos permitirá fortalecer la imagen institucional.

Un ejemplo de públicos internos pueden ser los accionistas, y las herramientas comunicacionales a utilizar serán la información permanente, mediante boletines, cartas, informes y balances. Otro ejemplo son los empleados, que para Begoña Cerrolaza, relacionista pública, son para la empresa “líderes de

opinión y todos son portavoces”²¹, para ellos se deberá desarrollar un buen clima laboral y entre otras cosas mantener contacto directo con la Dirección de la empresa.

- **El público externo.-** Este tipo de público está alejado de la empresa. No hay una relación directa y suele segmentarse.

Este público es el que construye su propia imagen de la empresa. En este caso se utilizan distintas herramientas que ayudan a la formación o modificación de su actitud hacia dicha empresa.

Estos públicos están conformados por todos aquellos sujetos o instituciones que tienen alguna relación con la empresa.

- **El público externo específico.-** Son aquellas personas vinculadas a la empresa debido a las actividades que esta realiza. Entre la empresa y el público externo específico existe una relación de interdependencia.

Algunos ejemplos de este público son los proveedores, distribuidores, clientes y competidores.

Para ellos se manejará una comunicación adecuada mediante herramientas como la atención al cliente, el buzón de sugerencias, eventos sociales, entre otros.

Se debe comprender que si no existe una comunicación interna adecuada, no sirve de nada tener una comunicación externa. Si fracasa la una, lo más probable es que se debilite la otra.

²¹ Nestares Cerrolaza Begoña, Las Relaciones Públicas en empresas de servicios, Relaciones Públicas empresariales e institucionales, Gestión 2000, 1999.

Para saber claramente en qué estado se encuentran las relaciones de la empresa con sus públicos se deberá realizar una investigación a través de encuestas, sondeos, conversaciones directas o simple observación. Esta investigación será el primer paso para lograr una buena imagen.

Nuestra intención al hacer una referencia a los públicos en materia de Relaciones Públicas, es la de iniciar la comprensión de la estructura que tiene la Comunicación Política, que es más compleja, y nos referiremos a los públicos con el término "*target*". Para hacer una investigación del *target*, debemos utilizar las mismas herramientas que las que se manejan en las Relaciones Públicas de una empresa: la complejidad antes mencionada se refiere al esfuerzo que conlleva este tipo de investigación, por el espacio geográfico, ya que abarca a todos los ciudadanos a nivel nacional. Por lo tanto, el público será más extenso en número que aquél que se gestiona en una empresa. Además, debemos tomar en cuenta —al igual que para una empresa— el *target* al que se dirige la competencia u opositor en porcentajes. Un gran trabajo en el que el tiempo y dinero son los aliados principales.

Sin embargo, sí podemos hacer una clasificación de públicos dentro de la Comunicación Política: primero, los que son afiliados o simpatizantes, quienes constituyen la clientela real que tiene el partido político o el candidato; los electores inseguros, que son aquellos que todavía no deciden su voto pues dudan de la eficacia del candidato o su partido, pero que se los denomina también mercado potencial; y los electores que desconocen del partido o candidato.

Para lograr una efectiva Comunicación Política se debe actuar para los tres públicos mencionados entre votantes seguros y probables, pero se pondrá

mucho más énfasis en los dos últimos, debido a que pueden ser persuadidos y se podría modificar su actitud ante el partido o candidato, si se utilizan las herramientas precisas para ello.

Un estudio de los públicos —o estudio de mercado político— deberá ser un estudio cuantitativo; la información presentada será estadística y a su vez estará clasificada por edad, sexo y estado civil.

Los resultados nos ayudarán a determinar cuáles son sus necesidades, para posicionar al candidato en sus mentes como la mejor opción, y para eso se seguirán procedimientos que utilizamos también en la investigación para un producto, como por ejemplo la observación, la encuesta por correo, encuesta telefónica, entrevista personal, entre otros.

Con respecto al público más relacionado con el candidato o el partido, se toma en cuenta a todas las personas que colaboran con la campaña, así como el primer segmento, constituido por simpatizantes y afiliados.

Para lograr una comunicación eficaz se debe manejar la información muy concretamente, y entregarla a cada miembro de la campaña. Aunque la información tenga un destino específico, todos los sujetos de la campaña deben recibirla; esta estrategia será clave para la coordinación de las actividades que se realicen. Por ejemplo, cuando se distribuye información de una provincia para todos los coordinadores del país. Dichos coordinadores están al tanto del manejo político en su propia provincia y en otras.

Hay que tener cuidado en este aspecto, porque puede llegar a ser mucha la información que llegue a manos de cada uno de los miembros de la campaña. El trabajo en conjunto con un mismo mensaje —evitando fracturas en la

comunicación— puede asegurar el equilibrio en el manejo de la campaña y buenos resultados en cuanto a objetivos.

Por otro lado, es también de gran importancia recolectar información sobre la competencia, que también forma parte de nuestro público. Es importante, pues aporta ideas sobre el camino a seguir y así sacar ventaja en el desarrollo de los acontecimientos.

Uno de los pasos para verificar el posicionamiento que tiene el candidato o partido en el público, y ante la oposición, será el de realizar un análisis F.O.D.A., tanto interno como de la oposición y con esta información establecer acciones de campaña beneficiosas.

1.5.2. Masas

A diferencia de los públicos —que son personas, grupo de personas o instituciones organizadas, cuyos miembros tienen conocimiento del grupo al que pertenecen—, la “masa” es un grupo inmenso de personas que no se conocen entre sí, heterogéneo y que muestran un comportamiento instintivo²².

Se dice que la masa actúa por instinto, más no por propósitos propios. Además, cuenta siempre con un líder que los guía: es decir, un individuo considerado “superior”.

El término “masa” puede tener rasgos negativos y positivos. Negativo, cuando nos referimos a la multitud (uso más común) y positivo que se referiría a la unión de un gran grupo de personas unidas para fines comunes²³.

²² Texto de Carlos Mira publicado en <http://www.contrapeso.info>

²³ <http://www.felafacs.org>

En cuanto a comunicación, una “masa” es un número de personas que conforma la audiencia de algún medio de gran difusión.

Nietzsche en “El nacimiento de la tragedia” nos describe a la masa como insensible a la realidad del hombre cotidiano y al público como un espectador ideal. Es decir, que puede existir interacción entre el emisor sin importar el tipo de individuo que pertenece al grupo llamado masa.

Hay distintas formas de llegar a la masa, pero siempre se utilizará un mensaje que le influya directamente, con un mensaje de poco contenido, muy emotivo, y que provoque una reacción predecible. Armand y Michèle Mattelar citan a las masas (en “Historia de las teorías de la Comunicación”) como “Un blanco amorfo que obedece ciegamente al estímulo – respuesta”.²⁴

1.6. Imagen

Las concepciones del término “imagen” son sumamente diversas. Esto depende de los contextos a los que se someta el concepto. Por ejemplo, política, comunicación, comunicación política, gobernabilidad y estabilidad política. En todos estos casos la imagen es uno de los ejes más importantes de la Comunicación Política.

Si bien el término “imagen” ha sido objeto de múltiples estudios, serán tomados unos pocos conceptos para explicar cómo se puede manejar la imagen política de una determinada realidad o persona.

²⁴ Armand y Michèle Mattelart, “Historia de las teorías de la comunicación”, Editorial Paidós, Barcelona España, 1997. Pág. 28.

Según Villafaña y Minués lo que determina qué es una imagen radica en tres aspectos: a) que el elemento esté identificado o contenga de cualquier manera una selección de la realidad; b) que sea un repertorio de elementos y estructuras de representaciones específicamente icónicas; y c) que sea una sintaxis visual²⁵.

1.6.1. Imagen y estereotipos

Para el objeto de este estudio se aplicaran los dos primeros aspectos de una imagen. El primer aspecto es el que considera a la imagen como una representación visual de cierto elemento del mundo que evoca a una realidad, que puede ser solo el recuerdo de haberlo visto o una representación gráfica: por ejemplo la fotografía de un paisaje es una imagen que representa a una realidad. El segundo aspecto es la consideración de la imagen como el conjunto de rasgos que se proyectan de una persona o realidad, referente a un gobierno ó partido político; rasgos contruidos con un propósito y que cuentan con una estrategia para su difusión.

Éstos aspectos de la imagen construyen un estereotipo con características y directrices políticas, ideológicas, religiosas, étnicas o culturales para quienes los perciben. Por ejemplo, se puede tomar un candidato presidencial, sus rasgos y características difundidas por los medios de comunicación, y estos formarán en la colectividad una idea o un estereotipo a raíz de la información y la forma de percibirla. En este caso la imagen del candidato es intangible y está

²⁵ Villafaña Justo y Minués Norberto, Principios de la Teoría General de la Imagen, Madrid, Ediciones PIRÁMIDE S.A., 1996.

únicamente en la mente de los receptores de los mensajes relacionados con este.

1.6.2. Imagen y representación

Es importante aclarar varios puntos sobre las imágenes visuales (término que será utilizado para hacer referencia a las imágenes de representaciones visuales). Se puede decir que en la actualidad vivimos en la era de las imágenes, las palabras ya no tienen tanto efecto como solían sobre la colectividad en la vida cotidiana. Las urbes están saturadas de imágenes. A partir de esto, es posible referirse a la teoría de Giovanni Sartori, quien expone en “Homo Videns”²⁶ las consecuencias que ha tenido la aparición de la televisión en la vida del ser humano, cómo ha transformado su condición de receptor de mensajes, y cómo ha pasado de ser un homo sapiens (ser humano con capacidades de simbolización y utilización de lenguajes connotativos y denotativos), a ser un homo videns, individuo “sordo de la lectura” sin una capacidad mayor de abstracción y simbolización, que solo puede utilizar el lenguaje denotativo que no evoca más de lo que sus sentidos perciben. Las imágenes visuales son parte importante en el proceso de degradación de la población: sin dominados no existen dominantes, por lo tanto es fundamental proponer cómo funciona el sistema de percepción de imágenes, y cómo es posible su asimilación.

Este estudio se referirá al modelo diseñado por Villafañe y Minués donde se detalla el proceso de percepción de imágenes. El modelo propone que la

²⁶ Sartori Giovanni, Homo Videns. La Sociedad Teledirigida, Madrid, Taurus, 1998.

imagen modela la realidad; en otras palabras crea un icono, palabra que proviene del griego *eikon*, que significa “parecido” o “semejanza”, y que remite a un elemento u objeto de la realidad. Dentro de la primera modelización que aparece en el modelo, el “creador”, como es llamado por sus autores, fija su atención al objeto que será representado y realiza una organización visual. Toma necesariamente en cuenta que se debe capturar un número mínimo de rasgos de la realidad para que, al ser plasmados en la imagen, puedan ser una representación y por lo tanto salvaguardar la identidad del objeto representado; durante la segunda modelización, se toma un instrumento para representar y que tenga relación espacio / tiempo con el objeto en la realidad. Posteriormente se da la representación de la imagen (ya sea una pintura al carbón, una fotografía o un vídeo) y empieza el trabajo del observador, quien según su esquema icónico mental percibe la imagen y la decodifica haciendo relaciones con su realidad modelizada; finalmente, llega al proceso de conceptualización, lo que le dará la capacidad de llegar a la realidad de modo abstracto, nuevamente bajo un ejercicio de relación.

1.6.3. Imagen y realidad

Haciendo una comparación de las funciones de ambas imágenes, se puede decir que la “realidad” es el candidato político y su “creador” es su relacionador público, quien determina cuáles son los rasgos que se quieren representar en la imagen, pasando por los pasos previamente expuestos, es decir las dos modelizaciones. Es importante aclarar que en la segunda modelización se

escogerá cuáles son los medios de comunicación empleados o cómo se va a difundir la imagen que va a ser representada.

Una vez creada la imagen del candidato, algunos elementos suelen ser amplificados. Por ejemplo, su trayectoria, su experiencia política, sus capacidades intelectuales, etc. En el caso de América Latina y otros países suelen amplificarse, además, elementos como la fortaleza física, el éxito económico, la no afiliación a partidos políticos (*outsiders*) y otros, que pueden dar lugar a prácticas populistas. En el populismo, se enfatiza que la mayoría, (la masa, el target) es como el candidato, por lo tanto es un beneficio común.

Sin que necesariamente se de un ejercicio de identificación con el votante, la conclusión puede ser que como el candidato es diferente a los otros (los políticos tradicionales) entonces sí va a solucionar los problemas del país.

1.6.4. Imagen y propuestas

El votante relaciona características (la imagen del candidato) con instituciones en las que confía, y por lo tanto le añaden prestigio. Por ejemplo, existe la creencia popular de que si un candidato se ha formado en la milicia (Ejército, Marina y Fuerza Aérea) su honorabilidad y eficiencia están garantizadas. Entonces, se aprovecha la imagen de dicha milicia en el imaginario popular.

Otra posibilidad en cuanto a elaboración de una imagen es sostener que la realidad es positiva, que “todo está bien”; por lo tanto, es necesario mantener dicha realidad y argumentar que cualquier cambio al respecto implicaría un trastorno de lo cotidiano. Por ejemplo, si un votante se considera conservador y el candidato responde a una ideología de partido relacionada con tradiciones,

costumbres y estabilidad, entonces su decisión se basará en estos rasgos más que en la persona que esté postulándose.

1.6.5. Imagen y medios de comunicación

Los medios de comunicación son esenciales en la formación de opinión pública con respecto a un candidato o propuesta política. En el caso de la televisión su importancia se debe a que ésta conjuga masivamente imagen y sonido. Sin embargo, la penetración de otros medios, como por ejemplo la radio, puede ser determinante en la construcción de una imagen y su difusión.

El mismo Sartori dice que la televisión está transformando el sentido de la política y de la democracia, porque personaliza la política, la representa como un espectáculo y se basa en apelaciones no racionales y emotivas²⁷. Dado que los medios de comunicación son negocios privados y rentables, estos responden en países como Ecuador a los intereses políticos, económicos y corporativos de sus dueños. Si se parte del hecho de que los medios de comunicación se consideran el "Cuarto Poder" de la mayoría de Estados y el mayor generador de opinión pública, entonces se puede concluir que de alguna manera moldean estos criterios colectivos de manera directa.

²⁷ Referencia tomada del artículo de Carlos de la Torre en un artículo que escribe para Ecuador Debate titulado "Los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia "

1.7. Opinión pública

Se puede decir que mientras exista una colectividad, un grupo social, una sociedad, es posible una opinión pública. En palabras de Speier: "Entendemos por opinión pública, las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación expresadas libre y públicamente por gentes ajenas al gobierno, pero que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura del gobierno"²⁸. En la actualidad esta definición puede resultar incompleta, puesto que la opinión pública también la conforman las actitudes, tendencias y preferencias de una sociedad hacia sucesos, circunstancias y cuestiones de interés mutuo y su evaluación puede ser utilizada con fines tanto políticos como comerciales.

En cuanto a la formación de la opinión pública dentro de un colectivo es necesario establecer las diferencias entre comunidad y sociedad, donde la primera está relacionada como un conjunto de individuos que forman un grupo determinado y se ubica históricamente en el período preindustrial como lo describe Tönnies²⁹ en "Comunidad y Sociedad". La comunidad es el escenario en el que se llevan a cabo las relaciones personales primarias, básicas para la convivencia; la sociedad implica un compromiso más complejo entre los individuos.

Un concepto del cual se desprenden muchas de las teorías del manejo de Opinión pública es el de Grupos de referencia, analizado por Luís Aníbal

²⁸ Citado por Luís Aníbal Gómez en su publicación "Opinión pública y sus medios de difusión"

²⁹ Tönnies, citado por Melvin De Fleur, Teorías de la Comunicación Masiva, Buenos Aires, Paidós. Y a su vez citado por Luís Aníbal Gómez en su publicación "Opinión pública y sus medios de difusión" Quito, CIESPAL.

Gomes³⁰, donde la necesidad de identificación de un individuo con respecto a su ideología es primaria en una estructura social. Por ejemplo, el Conservadurismo estaba (y aún lo está) ligado directamente a los valores e ideales de la Iglesia Católica, y como consecuencia se generó una opinión pública vinculada tanto a la tendencia política como a la institución religiosa. Stoetzel³¹ aclara que el individuo no debe pertenecer necesariamente a estos grupos, por lo tanto no ser aceptado por un conglomerado determinado, sino proveer referencias de acción y pensamiento.

Lane y Sears³² finalmente, clasifican a la opinión en tres grupos: 1) modal, que se refiere a la opinión expresada el mayor número de veces³³, por lo tanto son modales las que reiteradamente aparecen como un “modo” de emitir criterios o imaginarios ideológicos y de la realidad; 2) la opinión que va de lo moderado a lo extremista, que pertenece a un contexto histórico. Por ejemplo, la opinión pública sobre los israelitas en Palestina; 3) opinión de estabilidad, que al estar ligada con la personalidad del individuo puede variar según las percepciones del elemento del cual nace su opinión.

1.7.1. Opinión pública y comportamiento político

El eje del comportamiento político siempre ha estado relacionado con la opinión pública y esta se ha transformado en un eje a partir del cual se ha trazado tal comportamiento, especialmente si se trata de un contexto democrático. La opinión pública tiene un poder incalculable sobre la actividad política y es capaz

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*

³³ Vale aclarar que la clasificación esta desarrollada a partir de los criterios de valoración o medición de la opinión pública.

de reconfigurar los Estados y sus instituciones. Además, es imprescindible para todas las entidades que conforman un gobierno, el tomarla en cuenta. La exposición de acontecimientos políticos en los medios de comunicación han convertido a la opinión pública en algo aproximado a un "tribunal" sin poder jurídico, y en ocasiones sirve para evaluar el manejo de la Comunicación política en un gobierno.

2. CAPITULO 2

2.1. Reseña histórica: momentos de Comunicación Política en el Ecuador desde la vuelta a la democracia.

La siguiente es una breve reseña histórica de los momentos más importantes en cuanto a Comunicación Política desde el año 1979. El año seleccionado para realizar esta recopilación significó una nueva oportunidad para practicar la democracia y fue el inicio del posicionamiento de los partidos políticos que aún controlan al país. Además, este periodo de tiempo incubó los escenarios políticos con rasgos populistas en los que tuvo lugar el surgimiento de Lucio Gutiérrez y el partido Sociedad Patriótica.

2.1.1. El retorno a la democracia

Al concluir el mandato del Consejo Supremo de Gobierno en 1979, las corrientes que institucionalizaron la democracia en el Ecuador son el resultado de varios factores políticos, algunos incluso de categoría internacional. Con una nueva Constitución Política, el Ecuador inició un proceso democrático con las elecciones de 1979 tras la Reforma a la Ley de Elecciones y Partidos Políticos. Esta reforma incluyó asuntos tan complejos como la participación de analfabetos.

Nueve años de dictaduras y con todos los cambios que trajo al país el denominado “Boom petrolero”, se prepararon las primeras elecciones como

retorno a la democracia. Para el 16 de julio de 1978, fecha de la primera vuelta electoral, participaron los siguientes binomios: Raúl Clemente Huerta - Arsenio Vivanco, Rodrigo Borja Cevallos - Raúl Baca Carbo, Abdón Calderón - Edgar Molina, René Maugé - Aníbal Muñoz, Arq. Sixto Durán—Ballén - José Icaza y finalmente Jaime Roldós Aguilera - Osvaldo Hurtado Larrea. Los dos últimos binomios mencionados pasaron a la segunda vuelta, con una diferencia de cuatro puntos. Roldós y Hurtado capitalizaron la votación que estaba destinada a Asaad Bucaram, -candidato por el partido Concentración de Fuerzas Populares (CFP)- inhabilitado para dicha elección. Bucaram pidió a Roldós ocupar su lugar y se consolidó el binomio Roldós - Hurtado como resultado de la fusión entre CFP y la Democracia Popular (DP). Rumores de fraude electoral estuvieron a punto de disolver el proceso democrático.

2.1.2. Jaime Roldós Aguilera (1979-1981)

Nacido en Guayaquil, se relacionó con grupos políticos, como la Federación de Estudiantes Secundarios y posteriormente Universitarios, de las cuales fue Presidente. Como abogado de la Universidad de Guayaquil, Jaime Roldós Aguilera —quien se casa con Marta Bucaram Ortiz, hermana de Abdalá Bucaram y sobrina de Asaad Bucaram— fue legislador entre 1967 y 1970 e integró una de las Comisiones encargadas de llevar a cabo las reformas a ser incluidas en la Constitución de 1944 durante los últimos años de la dictadura.

Con la frase **“Mi poder en la Constitución y mi corazón en el pueblo ecuatoriano”** Jaime Roldós inició su discurso de transmisión de mando el 10 de agosto de 1979.

El 24 de mayo de 1981, en la mañana se vería al presidente en el Estadio Olímpico Atahualpa de la ciudad de Quito; en su último discurso en conmemoración del 24 de mayo, Roldós condecoró a las madres de los caídos durante los enfrentamientos con Perú en Paquisha, Machinaza y Mayaycu antes de morir esa misma tarde, según el Diario El Comercio, Roldós se mostraba lleno de vida y entusiasta, aunque su discurso fue pifiado en varias ocasiones dadas las medidas económicas y una reciente huelga nacional.

El mismo día que muere Jaime Roldós, en El Comercio se publica una página entera que sostiene: “El Gobierno de Roldós es: democracia, alfabetización, autopistas, desarrollo urbano marginal, guarderías infantiles, caminos vecinales, escenarios deportivos, electrificación, aeropuertos, defensa de la soberanía, vivienda y desarrollo rural integral”, muchas de las obras que se prometieron en campaña sí se habían cumplido; factores como la falta de gobernabilidad y la pugna de poder limitaron la acción de Roldós, pero ninguno de los que ocupó la presidencia en los siguientes 25 años podría negar su honestidad y voluntad para cumplir con el Ecuador³⁴.

³⁴ Odysea, Producciones Culturales, “25 años de democracia en el Ecuador (1979 -2004)” Quito, Editorial El Conejo, 2005.

2.1.3. Osvaldo Hurtado Larrea (1981-1984)

Nació en Chambo – Chimborazo, el 26 de junio de 1939. Obtuvo los títulos de Licenciado en Ciencias Políticas y Sociales y luego Doctor en Jurisprudencia. Profesor de Sociología Política, Director de Investigación del Instituto Ecuatoriano para el Desarrollo Social, fue Subsecretario del Trabajo en 1977. Fundó el partido Democracia Popular (DP) que originalmente surgió del Comité Político Mundial de la Democracias Cristianas. En 1980 era Presidente del Consejo Nacional de Desarrollo (CONADE)³⁵ y Vicepresidente de la República, cuando forzosamente se vio obligado a ocupar la Presidencia del Ecuador por la muerte de Roldós.

Frente a una crisis económica inminente, y en vista del nivel de vida que llevaba el país como efecto del *Boom* petrolero, el 15 de junio de 1981 el Presidente Hurtado pidió austeridad al pueblo, se refirió a su tiempo como un “tiempo de guerra” en un cadena nacional televisada. Debe recordarse que esta austeridad estaba relacionada con los requisitos que exigía el Fondo Monetario Internacional (FMI) para colaborar económicamente con América Latina a través de las llamadas “cartas de intención” firmada por primera vez durante este mandato. Una de sus frases más famosas fue: “Invoco la ayuda de Dios y del pueblo para continuar la transformación social y económica iniciada por Roldós”³⁶.

³⁵ Tomado de: www.biografiasyvidas.com, www.explored.com.ec/ecuador/hurtado.htm

³⁶ Promesa de Osvaldo Hurtado en oración fúnebre ante los restos mortales de Jaime Roldós, Espinoza Cordero, Simón, “Presidentes del Ecuador” Quito, Revista Vistazo, 2002.

2.1.4. Ing. León Febres – Cordero Rivadeneyra (1984-1988)

Nació en Guayaquil, hizo su carrera universitaria en Estados Unidos y obtuvo su título en Ingeniería Mecánica. Fue presidente, vicepresidente y director de la Cámara de Industriales de Guayaquil y Ecuador posteriormente; además ejerció la Presidencia de la Asociación de Industriales Latinoamericanos. Formó parte de la Asamblea Constituyente de 1966 y 1967 y fue Senador de la República en el período 1968 – 1970. Llegó a la presidencia, acompañado del Dr. Blasco Peñaherrera Padilla, tras ser derrotado por el Dr. Rodrigo Borja quien ganó la primera vuelta electoral pero que perdería por 80 mil votos, meses más tarde en la segunda vuelta.

El gobierno de Febres – Cordero se caracterizó por tener dos etapas; la primera de auge y la otra de caída estrepitosa. Desde el principio enfrentó una fuerte oposición en el Congreso, que fue evidente cuando se nombraron desde la función legislativa a los nuevos Ministros de la Corte Suprema de Justicia. Para el presidente Febres – Cordero tal nombramiento era inconstitucional³⁷. Detuvo la llegada de los recién nombrados con ayuda de la policía, y fue fuertemente cuestionado por la opinión pública. En su defensa alegó que los carros de la Policía eran unos “trucutrús”³⁸.

Durante este mandato, la comunicación del gobierno era manejada desde una entidad llamada el SENDIF, la Secretaría Nacional de Información, dirigida por Patricio Quevedo³⁹. Mediante la premisa “**¡Con Dios y con vosotros, si se**

³⁷ C

³⁸ Término ecuatoriano para describir a carros policiales equipados, entre otros sistemas, con mangueras que arrojan agua a presión para esparcir multitudes y huelgas, el nombre se deriva de una tira cómica.

³⁹ Información proporcionada por Piedad Donoso, funcionaria actual de la Secretaría Nacional de Comunicación.

puede!”⁴⁰ el gobierno de Febres – Cordero obtuvo algunos logros con respecto a obras públicas. En 1987 fue secuestrado en la base de Taura por un grupo de comandos que exigían la liberación del General Frank Vargas, quien se había rebelado un año atrás en la base aérea de Manta.

Para varios analistas políticos, incluido Eduardo Muñoz Borrero, Febres – Cordero se puso a los pies del gobierno de Reagan, después de haber hecho avances con respecto al pago de la Deuda externa y a una posición democrática soberana. Realizó un histórico viaje a Cuba, siendo Febres – Cordero el primer presidente latinoamericano en atender a una visita oficial desde el bloqueo a Cuba por parte de los Estados Unidos. Esta iniciativa alentó al resto de presidentes a visitar Cuba.

2.1.5. Dr. Rodrigo Borja Cevallos (1988-1992)

El 8 de mayo de 1988, el Dr. en Jurisprudencia de la Universidad Central del Ecuador, Rodrigo Borja Cevallos, ganó la Presidencia de la República tras dos intentos fallidos anteriores en 1978 y 1984. Recibió la banda presidencial con la frase “No ofrezco milagros, pero sí garantizo honestidad, austeridad y sacrificio”. Desde muy joven ocupó dignidades de elección popular, como diputado del Congreso Nacional en 1962 como parte del Partido Liberal, pero a partir de 1970, año en el que funda la Izquierda Democrática, llegará en ese año, en 1979 y 1988 a la misma dignidad.

⁴⁰ Frase utilizada en campaña por Febres – Cordero, con la promesa de pan, techo y empleo, también utilizada en el discurso del 10 de agosto de 1982 en la transferencia de mando.

Al tomar el mando del gobierno realizó varios ofrecimientos al pueblo ecuatoriano, como el reestablecimiento de la economía con un programa de emergencia política, empleo intensivo y créditos para la producción. Algunos de los factores más importante durante el mandato de Borja, fueron la gobernabilidad que gozó durante los primeros dos años de gobierno y la mayoría en el Congreso que lo respaldaba, pues contó con 34 diputados. Para Patricia Estupiñán, editora de la revista Vistazo, Borja perdió la oportunidad que a ningún otro presidente en el Ecuador se le ha presentado después de las dictaduras, y aun así no realizó los cambios estructurales que la oportunidad le ofreció⁴¹.

Durante este período, las funciones en el área de comunicación estaban dirigidas por Gonzalo Ortiz y Pedro Saad desde la Secretaría Nacional de Comunicación, SENACOM.

Los logros del Dr. Borja son innegables, como el desayuno infantil a más de un millón de niños, el desarrollo de la “Red Comunitaria de Desarrollo Infantil”, la asistencia médico – familiar en hogares, apoyo a la educación, programas constantes y exitosos de vacunación. Uno de los hechos que marcó a este período, y que sería trascendental para entender los siguientes años de la vida política del país, fue la primera gran movilización indígena el 4 de junio de 1990, desde 1979 la cual concluyó en la rectificación de propiedad de 60 mil hectáreas para las comunidades indígenas huaoranis de la Amazonía cerca del río Napo, hito histórico porque las movilizaciones decidirán muchos más hechos políticos del país en los próximos años.

⁴¹ Revista Vistazo: Espinoza Cordero, Simón, “Presidentes del Ecuador”, Quito, Editorial Revista Vistazo, 2002.

2.1.6. Arq. Sixto Durán - Ballén Cordobés (1992-1996)

Uno de los pocos mandatarios nacidos en el extranjero, Sixto Durán Ballén Cordovez nació en la ciudad de Boston en Estados Unidos, el 14 de julio de 1921; realizó sus estudios primarios y secundarios en Quito y obtuvo su título en Arquitectura en Nueva York. Su vida política se inicia en 1951 en la Concejalía de Quito, fue diputado durante el gobierno de Camilo Ponce Enríquez, con quien funda el Partido Social Cristiano junto a trece personas más. Fue Presidente del Banco Ecuatoriano Nacional de la Vivienda, Ministro de Obras Públicas entre 1956 y 1960, Alcalde de Quito por dos períodos consecutivos, entre 1970 y 1978. En aquel año, pierde las elecciones presidenciales y Jaime Roldós resulta electo. En 1988 volvería a perder frente a Rodrigo Borja, donde ni si quiera llega a la segunda vuelta electoral. Finalmente alcanza la Presidencia en 1992 en binomio con Alberto Dahik, quien durante la administración se encargaría de la economía y los programas de modernización. El gobierno saliente dejaba al país con uno de los mayores déficits económicos de su historia. Los siguientes cuatro años tampoco serían fáciles para Durán-Ballén. En una entrevista para la publicación "25 años de democracia en el Ecuador"⁴², Sixto comenta que su aporte al país fue haberle dado 4 años de tranquilidad; el Estado respetó los Derechos Humanos, y la recuperación económica marcó un crecimiento del 1,8% a más de 4.8% para 1996, cuando termina su período. Finalmente una de las cifras que elevó la popularidad de Durán-Ballén, fue la considerable reducción del desempleo y

⁴² *Ibíd.*, pg. de la 106 a la 114.

subempleo; debemos recordar que estas cifras fueron sumamente altas durante el gobierno de Borja.

El Ministerio de Información fue manejado por Pedro Zambrano y Carlos Vera, con su salida el Ministerio fue disuelto y sus funciones pasaron a formar parte de la presidencia de la República.

2.1.6.1. “Ni un paso atrás”⁴³

A pesar de los recurrentes intentos por solventar los problemas entre Perú y Ecuador por la vía diplomática, el 12 de diciembre de 1994 Perú ataca la base del Cenepa y Ecuador se ve forzado a responder; para el 17 de febrero de 1995, los mandatarios de ambos países firmaron en Itamaraty (Brasilia) el acuerdo de cese de fuego en la frontera buscando la paz; Fujimori al regresar a su país declara en medios que la firma del acuerdo se dio porque Perú ya tiene ocupadas las bases de Tiwinza, Cueva de los Tayos y Cenepa. Según la Revista Vistazo⁴⁴, Durán Ballén actuó severo y tenaz frente a las amenazas; valiéndose de la nulidad del Protocolo de Río de Janeiro defendió la posición y soberanía territorial del Ecuador, y como resultado su popularidad aumentó significativamente.

Durante el conflicto y demostrando sorprendente cordura y patriotismo, el Presidente organizó una reunión en Carondelet con varios ex presidentes del Ecuador, quienes presentaron su criterio para el momento tan crítico que vivía

⁴³ Sixto Durán Ballén en un emotivo discurso refleja su posición frente al conflicto bélico con Perú, a principios del año 1995 frente a una gran concentración de personas en la Plaza de la Independencia. Esta frase representará en gran parte la imagen que proyectó el presidente Durán Ballén durante su mandato con respecto a la soberanía y dignidad nacional. La unidad ciudadana que se vivió durante este período no tiene precedencia.

⁴⁴ Revista Vistazo: Espinoza Cordero, Simón, “Presidentes del Ecuador”, Quito, Editorial Revista Vistazo, 2002.

el país. Finalmente, el conflicto con Perú pierde intensidad y se realizan algunos acuerdos diplomáticos. La unidad nacional y la credibilidad de que gozaba el gobierno llegó hasta que se comprobó la malversación de fondos por parte del vicepresidente Dahik, que huye a Costa Rica como exiliado político.

El martes 6 de agosto de su último año en el poder, Durán Ballén lee el informe a la nación. Entre el despliegue de las mejoras cifras macroeconómicas estaban la baja en la inflación, el aumento de la inversión extranjera y la corrección de los desequilibrios económicos; temas como la problemática territorial, el respeto a la libertad de expresión y la construcción de un Ecuador soberano, libre y democrático fueron los puntales principales del discurso de Sixto Durán Ballén. La propaganda del gobierno no faltó en la prensa nacional en los últimos días antes de la entrega de mando, se publicaban páginas enteras en el Diario El Comercio sobre el Banco del Estado, el INFFA, las reformas educativas en el Ministerio de Educación y Cultura o el papel de la Primera Dama Fina Villalobos de Durán Ballén. Simultáneamente la campaña electoral entre Nebot y Bucaram se caracterizó como sucia y altamente agresiva.

2.1.7. Abg. Abdalá Bucaram Ortiz (1996-1997)

Nacido el 20 de febrero de 1952. Abogado de profesión. En sus años de juventud fue un deportista destacado, educador físico y Presidente del Club Deportivo Barcelona de Guayaquil.

Incurrió en el ámbito político cuando fue nombrado Intendente General de la Policía del Guayas (1979-1980). En 1982 fundó el Partido Roldosista Ecuatoriano (partido político populista) y lo presidió entre 1983 y 1985, y en el período 1991 - 1993.

En 1984 fue elegido Alcalde de Guayaquil y dos años después huyó a Panamá acusado de enriquecimiento ilícito. Participó en las elecciones de 1988 y 1992 como candidato a la Presidencia de la República. Para el año 1987 ya estaba de regreso, mediante una amnistía del Congreso, para postularse a la Presidencia de la República. Sin embargo, es en las elecciones de 1996 que ganaría la Presidencia, compitiendo contra ocho candidatos más, entre ellos, Jaime Nebot Saadi del Partido Social Cristiano, Freddy Ehlers, de Nuevo País, y Rodrigo Paz de la Democracia Popular.

Para la segunda vuelta los candidatos ganadores fueron Abdalá Bucaram, cuyo lema de campaña era “la fuerza de los pobres” y “un solo toque” y Jaime Nebot con el lema “Primero la gente”. Jaime Nebot se había enfrentado a Durán-Ballén en las últimas elecciones y fue derrotado. Abdalá Bucaram Ortiz se había postulado para la presidencia en el año 1988 frente a Rodrigo Borja y en 1992 había quedado en tercer puesto. En la primera plana de Diario El Comercio, el primero de julio de 1996, se anuncia el cierre de campaña de ambos candidatos. Bucarám en la Plaza de San Francisco, entre cantos y bailes termina su campaña junto con Rosalía Arteaga postulada para vicepresidenta; tres días más tarde se publicaría: “La balanza se inclina a favor de Nebot”.

Bucaram ganó con 2'285.397 votos (54.7%), contra Nebot que obtuvo 1'910.665 votos (45.53%).

Entre sus excentricidades estuvo el hecho de no querer vivir en el Palacio de Carondelet por sentirse incómodo ante la presencia de “fantasmas”, y alquiló la suite presidencial de Hotel Hilton Colón en Quito, aunque vivía la mayor parte del tiempo en su ciudad natal, Guayaquil.

2.1.7.1. “La fuerza de los pobres”⁴⁵

Se estima que más de dos millones de ecuatorianos⁴⁶ salieron a las calles y carreteras el 5 de febrero de 1997 para protestar y pedir la renuncia del Presidente. “El Loco”, como se hacía llamar Bucaram, no consciente de la magnitud de estas protestas regresó a Quito desde Guayaquil para grabar y transmitir una cadena nacional de radio y televisión anunciando que se harían rectificaciones en su gestión, sin especificar en que áreas.

Los días siguientes, igualmente en cadena nacional anunció un incremento del precio del gas en 7.000 sucres, minutos antes que el ministro de finanzas lo anunciara en 2900 sucres. Las mismas contradicciones se dieron con respecto a las tarifas eléctricas. Ante la gravedad de los disturbios Abdalá Bucaram Ortiz, huye del país por segunda vez exiliado a Panamá, con juicio de peculado, “encargando” el poder a la Vicepresidenta de la República, Rosalía Arteaga. El Congreso Nacional lo cesó en sus funciones alegando “incapacidad mental” con 44 votos que representaban una mayoría simple⁴⁷

⁴⁵ Slogan de campaña de Abdalá Bucarám. Esta frase no solo ha acompañado al Partido Roldosista Ecuadotiano, sino que ha sido uno de los enunciados claves para la victoria de Bucaram, durante el gobierno fue muy utilizada.

⁴⁶ <http://www.explored.com.ec/ecuador/bucaran>

⁴⁷ Fuente: <http://es.wikipedia.org>

2.1.8. Dr. Fabián Alarcón Rivera (1997-1998)

Nació en Quito el 14 de abril de 1947 y se graduó de abogado en la Universidad Católica del Ecuador, con sede en Quito. Se inicia temprano en la política como concejal de Quito (aún era estudiante universitario) y más tarde, en 1984 fue vocal y consejero de la administración provincial de Pichincha. Fue elegido Prefecto Provincial de Pichincha hasta 1988. Fue diputado, vicepresidente del Parlamento Andino y Presidente del Congreso Nacional.

El día 11 de febrero de 1997 Alarcón fue finalmente elegido por el congreso como Presidente Interino de la República hasta el término del período presidencial no culminado por Abdalá Bucaram, y después de la confusión que vivió el país los días 7 y 8 de febrero con Rosalía Arteaga, autoproclamada Presidenta.

2.1.8.1. “Gobernar no es solo recibir honores y halagos”

Esa fue la frase que Fabián Alarcón pronunció en su discurso de entrega de poder a Jamil Mahuad el 10 de agosto de 1998. Durante su discurso también aclaró que el fenómeno de El niño, la subasta de las acciones de Pacifictel y

Andinatel, incidieron en la baja del presupuesto del Estado⁴⁸. En 1997, se instaló una Asamblea Constitucional que luego se autodenominó Constituyente, y redactó la nueva Constitución en 1998 que legalizó su gobierno⁴⁹.

El primero de enero de 1998 el TSE (Tribunal Supremo Electoral) convocó a elecciones generales para el 31 de mayo del mismo año.

2.1.8. Dr. Jamil Mahuad Witt (1998-2000)

- Nace en Loja el 29 de julio de 1949. En 1981 pasó a ser miembro del partido Democracia Popular (DP). Entre 1983 y 1984 fue Ministro-Secretario de Estado, Trabajo y Recursos Humanos durante el gobierno de Osvaldo Hurtado. En los períodos 1986 - 1988 y 1990 - 1992 fue Diputado del Congreso Nacional en representación de la provincia de Pichincha. En 1992 fue elegido Alcalde de Quito, y reelecto el 19 de mayo de 1996, sin embargo se postula para la Presidencia de la República y deja la alcaldía en manos de Roque Sevilla. Como Alcalde de Quito, fue uno de los principales participantes en las protestas contra Abdalá Bucaram. Ganó las elecciones presidenciales de 1998, con su binomio Gustavo Noboa Bejarano de Unión Demócrata Cristiana (UDC). Tomó el poder como es costumbre el 10 de agosto de 1998, y lo asumió justo cuando

⁴⁸ Fuente: Diario "El comercio" 11 de agosto de 1998.

⁴⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Constituciones_del_Ecuador

entró en vigor la nueva constitución del Ecuador redactada por la Asamblea Nacional Constituyente del año 1997.

2.1.8.1. Acuerdo de Paz

“El 10 de agosto le pedí a Dios el valor para cambiar, lo que debía cambiar, y por eso estamos aquí, cumpliendo con el sueño de O’Higgins, el ideal de San Martín, lo que quiso Bolívar. Estamos ganando la paz”.⁵⁰

Durante su gobierno mantuvo varias reuniones con el Presidente peruano Alberto Fujimori hasta concretar la firma del Acuerdo de Paz el 29 de Octubre de 1998 en Brasilia, y aunque su imagen se fortaleció por dicho acuerdo, su popularidad decayó cuando empezaron sus acciones en la parte económica, devaluando el sucre, liberando el precio de los combustibles y suprimiendo los subsidios para el consumo eléctrico. Estas y otras medidas económicas mermaron su liderazgo y provocaron una serie de protestas y paralizaciones en todo el país. La decisión más conflictiva –la dolarización de la economía- fue el desenlace del descontento popular. El día 21 de enero del año 2000 se reunió un grupo de indígenas y militares, y se tomaron los edificios del Congreso Nacional, Corte Suprema de Justicia (CSJ) y Contraloría General del Estado; de esta manera declararon cesantes a los poderes del Estado formando una “Junta de gobierno de Salvación Nacional” integrada por Lucio Gutiérrez (militar de rango medio, y edecán de Abdalá Bucaram y Fabián Alarcón y, luego, presidente del Ecuador en el año 2001), Antonio Vargas, líder de la CONAIE, y Carlos Solórzano Constantine (ex presidente de la CSJ). Jamil Mahuad Witt

⁵⁰ Discurso de Jamil Mahuad Witt durante la firma de la paz en Brasilia publicado en www.hoy.com.ec

huyó del Palacio de Carondelet y se refugió en el Aeropuerto Mariscal Sucre en Quito⁵¹. Tras su breve estadía en Perú y Chile, viajó a los Estados Unidos, donde actualmente trabaja como docente. El Congreso Nacional declaró “abandono de cargo” por parte del Presidente Mahuad y posesionó a Gustavo Noboa Bejarano, elegido por 87 votos⁵², quien fue vicepresidente de Mahuad, como Presidente de la República, el 22 de enero de 2000.

2.1.9. Gustavo Noboa Bejarano (2000-2003)

Nace el 21 de agosto de 1937 en la ciudad de Guayaquil. Uno de sus antepasados ya había ocupado la primera magistratura durante un año en 1850, el Sr. Diego Noboa Arteta. Fue vicedecano de Universidad Católica de Guayaquil en los años 1968 y 1969 y obtuvo el puesto de Decano de la misma institución en los años 1969 y 1972 y entre 1978 y 1980. Desde 1986 hasta 1996 ocupó el cargo de Rector. En 1974 respaldó la candidatura presidencial de Jaime Roldós Aguilera y en 1983 fue gobernador del Guayas durante el gobierno de Oswaldo Hurtado. El 10 de agosto de 1998 se posesiona como Vicepresidente de la República. Noboa estuvo encargado de la reconstrucción de las infraestructuras públicas afectadas por el fenómeno de El Niño. Jamil Mahuad cae el 21 de enero del 2000 y Gustavo Noboa accede a la Presidencia el día siguiente, 22 de enero, con el apoyo del Congreso. Pedro Pinto fue nombrado Vicepresidente de la República.

⁵¹ Fuente: www.cidob.org

⁵² “El Comercio” domingo 23 de enero del 2000, Pág. A2/A7.

2.1.9.1. “Si quieren el poder que vayan a las urnas”⁵³

El Ministro de Gobierno Francisco Huerta se reunió con la CONAIE cuyos miembros plantearon tres peticiones: el descongelamiento de fondos, amnistía para civiles y militares que participaron el 21 de enero y la no dolarización⁵⁴ de la economía; sin embargo, en su discurso, el presidente Noboa se comprometió a luchar contra la corrupción, continuar con el proceso de dolarización y modernización e impulsar la descentralización.⁵⁵

Durante su gobierno, el 24 de febrero del 2000, en el Congreso, se aprobó la ley Trolebús que legalizaba el dólar como moneda en circulación. Esta ley obtuvo votos de los partidos políticos: DP-UDC, PSC y FRA.

Sin embargo, la dolarización no mejoró inmediatamente la situación económica del país; además la inflación para el año 2000 era del 91% y sus planes de continuar con la privatización de empresas públicas no avanzaron.

2.1.9.1. El presidente del milenio. “Al andar camino se hace”

Así se titula la revista publicada por la Secretaria de Comunicación creada el 23 de mayo del 2000 con la finalidad de “coordinar la gestión de información y comunicación social de las entidades del Estado”⁵⁶

Era el año 2000, el país recibía al nuevo milenio con nueva moneda, un nuevo portador de la banda presidencial y un acontecimiento importante en la comunicación gubernamental: la creación de la Secretaría General de

⁵³ Con eso Gustavo Noboa critica a la CONAIE por las reuniones fracasadas por las peticiones no coherentes que exigían al gobierno publicado en Odisea producciones culturales, 25 años de democracia (1979-2004), Editorial El Conejo, Pág. 225-226.

⁵⁴ Odisea producciones culturales, “25 años de democracia (1979-2004)”, Editorial El Conejo, Pág. 225.

⁵⁵ “El comercio”, Domingo 23 de enero del 2000. Pág. A2/A7.

⁵⁶ <http://www.presidencia.gov.ec>

Comunicación del Estado, que cumpliría funciones anteriormente designadas a otras dependencias del Estado y que fue parte de diferentes Ministerios. Pasaría un año y medio antes de que en las elecciones del 2002, un personaje con gran participación en la caída del saliente Mahuad, participe en las elecciones con asombrosos resultados en la primera vuelta y más aun en la segunda.

3. CAPITULO 3

3.1. Lucio Gutiérrez: gobierno y aspectos comunicacionales

3.1.1 Lucio Edwin Gutiérrez Borbúa (2003-2005):

Nació en Quito, Lucio Edwin Gutiérrez Borbúa un 23 de marzo de 1957, es hijo de un comerciante y una ama de casa, Lucio Gutiérrez Rueda y Mery Borbúa Bohórquez. Su infancia y adolescencia las vivió en Tena hasta que viajó a Quito para ingresar en el Colegio Militar Eloy Alfaro; uno de sus principales objetivos era ser Jefe del Comando Conjunto de la FF.AA. Durante su juventud, se casó con su prima hermana Ximena Bohórquez quien, para ese tiempo era dirigente estudiantil de la Facultad de Medicina de la Universidad Central, donde obtiene una Licenciatura en Medicina y con quien tiene dos hijas.

Lucio Gutiérrez sobresalió en el deporte y logró una beca para estudiar en Brasil y obtuvo una Licenciatura en Educación Física⁵⁷. Inició su carrera académica inmediatamente después de graduarse con honores de Subteniente de Armas de Caballería en el Colegio Militar Eloy Alfaro. Se perfiló como militar multidisciplinar y con méritos en la capacitación para combate, misiones, operaciones, instrucción académica y práctica deportiva. Es Ingeniero Civil, Licenciado en Administración; tiene un diplomado en Alta Gerencia y en Liderazgo estratégico en la Escuela Politécnica del Ejército. Además de la ya mencionada Licenciatura de la Escuela de Educación Física del Ejército en Río

⁵⁷ Saad Heredia, Pedro, "El libro negro de Lucio Gutiérrez" Quito, Editorial Rocinante, 2005.

de Janeiro, obtiene un Diplomado en Relaciones Internacionales y Defensa en Washington en el Continental Inter-American College, y otro en desarrollo económico por el colegio Fu Shing Kang de Taipei. Fue parte también del grupo de militares ecuatorianos enviados a Nicaragua, como grupo de observadores de la ONU en América central (ONUCA) desde marzo de 1990 hasta enero de 1992.

Durante el Gobierno del Arq. Sixto Durán Ballén, en la Guerra del Cenepa, participó en tareas de dotación de servicios públicos en las comunidades rurales, siendo oficial de la Brigada "21 Cóndor" en Patuca. El Coronel Gutiérrez nunca tuvo la oportunidad participar en combate durante la Guerra del CENEPA, porque se encontraba cumpliendo funciones administrativas que le impidieron asistir a la línea de fuego.

En agosto de 1996 fue nombrado Edecán del Presidente Abdalá Bucarám Ortiz. Sin embargo, al momento de su caída, Gutiérrez no cumplió órdenes superiores de proteger el Palacio de Carondelet y Bucarám fue cesado en sus funciones. Para el 12 de febrero de 1997 Fabián Alarcón Rivera accede al poder y lo mantiene como su Edecán hasta que termina su período en 1998, cuando Gutiérrez regresa a sus funciones militares. Ese puede considerarse su inicio en la política. Después, en 1999, durante el gobierno de Jamil Mahuad, el Jefe del Comando Conjunto de las fuerzas Armadas, Carlos Mendoza Poveda, recibió un memorando de parte de Gutiérrez en el que expresaba su rechazo a la subida del Impuesto a la Renta y Consumos. Más tarde, en un acto solemne en el Instituto Nacional de Guerra (INAGUE), Gutiérrez no saluda al Presidente

de la República⁵⁸, como una falta evidente para todos los asistentes al evento, más que una infracción de protocolo gravísima; este hecho fue leído como un reto para Mahuad.

3.2. 21 de enero de 2000

Aparentemente, Lucio Gutiérrez no se unió a las movilizaciones en contra de Mahuad, sino que él mismo planificó junto con otros coroneles, como Fausto Cobos, la denominada “Junta de Gobierno de Salvación”. Posteriormente, Cobo obtuvo la Jefatura del Alto Mando Militar, Luis Aguas se encargó de la Comandancia de la Fuerza Terrestre y Gustavo Lalama la Jefatura del Estado Mayor de la Fuerza Terrestre. Este grupo de militares coordinó el levantamiento junto a la CONAIE, cuyo presidente en aquel entonces era Antonio Vargas.

Cuando Mahuad anunció el congelamiento de los depósitos bancarios y el 9 de enero la dolarización de la economía, el Parlamento Nacional de los Pueblos del Ecuador llamó a la desobediencia civil⁵⁹. En ese momento Gutiérrez se anunció y apareció como Presidente de la Junta de Gobierno de Salvación antes mencionada, que duró pocas horas, ya un Consejo de Estado y el general Carlos Mendoza tomaron control del país. Mendoza renunció al triunvirato y a la Jefatura de las F.F.A.A.⁶⁰ El 22 de enero el Congreso Nacional declaró cesante a Mahuad y posesionó a Gustavo Noboa, Vicepresidente de la República, como Presidente.

⁵⁸ www.cidob.org

⁵⁹ Fuente: <http://www.cidob.org>

⁶⁰ Odisea producciones culturales, “25 años de democracia en Ecuador (1979-2004)”, Editorial El Conejo. Pág. 225.

En Diario Hoy de la capital se publicó lo siguiente con respecto a los acontecimientos de la noche del viernes 21 de enero de 2000:

"El movimiento indígena había anunciado, en los primeros días del mes, su intención de forzar la salida de los tres poderes del Estado. El 15 de enero comenzó la marcha indígena sobre Quito. El lunes, el Austro estaba bloqueado y el miércoles, cerca de diez mil indígenas recorrían las calles de la capital. Sorpresivamente, en la mañana del viernes 21, apareció el Parlamento tomado por un autoproclamado "gobierno de salvación nacional" que acabaría, en Carondelet, con Mahuad defenestrado y el levantamiento desembocando en un triunvirato que duró unas pocas horas. Finalmente, el mando militar posesionó al vicepresidente Gustavo Noboa, hecho ratificado al día siguiente por el Congreso"⁶¹.

Gutiérrez y sus compañeros fueron inmediatamente arrestados y sometidos a las autoridades judiciales, civiles y militares. El 1 de junio llevaba más de cuatro meses encarcelado, cuando el Congreso, a instancias del Gobierno de Noboa que deseaba apaciguar la tensa situación social por la reactivación de la protesta indígena y la escalada en los precios, aprobó una Ley de Amnistía para Gutiérrez y otros 16 oficiales, los cuales recobraron la libertad al día siguiente. Se trataba de una exención ante las justicias civil y militar por los cargos de insubordinación y sedición, no ante la Comandancia General del Ejército, que aún debía dictar las sanciones disciplinarias correspondientes. Según un sondeo de opinión realizado poco antes, el 67% de los ecuatorianos rechazaba el enjuiciamiento de los oficiales implicados en el levantamiento de enero. Sin perder un minuto, Gutiérrez se dejó entrevistar por la prensa local y

⁶¹ Fuente: <http://www.hoy.com.ec>

extranjera para defender su actuación en los acontecimientos del 21 enero, y negó que aquello fuera un "golpe" y se adjudicó la condición de "rebelión popular nacida de las entrañas mismas del pueblo ecuatoriano", que, como "forma de autodeterminación de los pueblos", la veía tan legítima como las revoluciones francesa, norteamericana y la propia de los ecuatorianos cuando la independencia de España a principios del siglo XIX⁶².

Según Gutiérrez si la Junta hubiera seguido al mando del país se hubieran tomado las siguientes medidas:

1. Reversión de la dolarización, haciéndola de carácter temporal y cotizando el dólar en 13.000 sucres.
2. Iniciación de los procedimientos de extradición contra políticos y banqueros corruptos para hacerles devolver el dinero que fue robado al Ecuador y llevarlos a la cárcel.
3. Fiscalización "casi inquisidora" de todas las instituciones que recibían dinero público para cubrir sus agujeros financieros.
4. Levantamiento del sigilo bancario a todo funcionario público.
5. Creación de un cuarto poder del Estado de "control financiero" o "rendición de cuentas", y reforma en los órganos del poder legislativo y judicial, reduciendo el número de diputados y despolitizando la justicia.

Una de las frases "célebres" de las jornadas de enero del año 2000 fue: "Una lucha pacífica para romper las cadenas que atan a la más espantosa

⁶² www.cidob.org

corrupción, cambiar las estructuras del Estado y fortalecer las instituciones democráticas”⁶³.

3.2.1. “Rebelión popular nacida de las entrañas mismas del pueblo ecuatoriano”

Así justificó Lucio Gutiérrez lo ocurrido el 21 de enero del 2000 frente a la prensa nacional e internacional. Además, negó el intento de golpe de estado. Por esta entrevista dada (al poco tiempo de salir de prisión), el 5 de junio fue arrestado nuevamente por cuatro días. Participó activamente en la política, y buscó apoyo para las elecciones presidenciales del 2002. El 5 de julio presentó su partido: Partido Sociedad Patriótica 21 de Enero” (PSP), inscrito oficialmente el 27 de febrero del 2002.

3.3. Sociedad Patriótica

A continuación se presenta la segmentación por parte de la información oficial prestada por Sociedad Patriótica, y presentada ante el Tribunal Supremo Electoral para la inscripción de la candidatura de Lucio Gutiérrez en el año 2002. El nombre “Sociedad Patriótica 21 de enero” se explica por sí mismo: el hecho de tomar como nombre la fecha en la que Mahuad fue derrocado, transformó a Lucio Gutiérrez en un representante del rechazo a la política

⁶³ Cuando Lucio Gutiérrez asumió el papel de portavoz del movimiento contra las políticas económicas de Jamil Mahuad, biografía y reseña histórica de su mandato publicado en la www.cidob.org.

tradicional, pero para otros analistas políticos, como Pedro Saad⁶⁴, “tomarse el nombre lo hizo un héroe, hecho bastante distante de la realidad y pretencioso”.

3.3.1. Del carácter del partido y sus principios organizativos

Art. 1.- La SOCIEDAD PATRIOTICA “21 DE ENERO”, se constituyó en una Organización Política con carácter nacional e internacional, conforme a las disposiciones legales contenidas en la Constitución Nacional y la ley de Partidos Políticos vigentes en la República del Ecuador, con objetivos de participación ciudadana, democrática, integracionista, nacionalista, latinoamericana, igualitaria, justicialista, solidaria, humanista, progresiva, patriótica y revolucionaria, orientándose sobre la base del pensamiento de Eugenio Espejo, el Libertador Simón Bolívar, el Mariscal Antonio José de Sucre, José Joaquín de Olmedo, Juan Montalvo, General Eloy Alfaro, Coronel Luis Vargas, Miguel Iturralde y otros patriotas que buscaron rescatar la dignidad, identidad, autoestima y el orgullo nacional. Propone el desarrollo social, económico y cultural del país, la instauración de políticas compatibles con el respeto a los derechos humanos, el ejercicio de conductas democráticas, la defensa del ambiente, la identidad e integración nacional sin distinción de género, razas, credos religiosos o status socioeconómico y el mejoramiento de la calidad de vida, individual y colectiva, de la población ecuatoriana⁶⁵.

⁶⁴ Saad Heredia, Pedro, “El libro negro de Lucio Gutiérrez” Quito, Editorial Rocinante, 2005.

⁶⁵ Información entregada por el personal del Tribunal Supremo Electoral del Ecuador, en la oficina de organizaciones políticas.

3.3.2. Plan de Gobierno del Partido Sociedad Patriótica presentado al TSE

El siguiente es un fragmento de lo que presentó Sociedad Patriótica 21 de enero como plan de gobierno y su direccionamiento frente a la política ecuatoriana⁶⁶.

• INTRODUCCIÓN

La Sociedad Patriótica “21 de Enero” considera que la concepción de un Plan de Gobierno debe contemplar un reingeniería total del Estado, que inicie con una agenda mínima de acciones que fijen los ejes fundamentales sobre los cuales el Moderno Estado Ecuatoriano inicie u proceso de transformación, el mismo que debe basarse en tres ejes fundamentales que son: diagnóstico, planeación y definición de estrategias, para arribar a un proyecto unitario, nacionalista y patriótico que aglutine las aspiraciones de todos los grupos sociales para que se materialicen en cambios necesarios que deben ocurrir en nuestro país para lograr el bienestar social

Para definir el diagnóstico, se analizó objetivamente la situación actual del país en todos sus componentes.

Con este proceso, se obtuvo un panorama acorde a la realidad nacional lo cual permitió planificar, con enfoques de corto, mediano y largo plazo, las propuestas de solución a los principales problemas identificados. En su

⁶⁶ El texto principal titulado “Plan de gobierno Sociedad Patriótica 21 de enero” contiene un diagnóstico de la problemática social y económica y la solución viable para el partido político.

elaboración se utilizó un modelo de planeación integral que hace posible la incorporación de la participación ciudadana en la implementación de las estrategias elaboradas.

Para las estrategias, se han considerado los diferentes grupos poblacionales, el respeto a su cultura y las necesidades regionales que existen. Dichas estrategias son, entonces, lo que deberemos hacer para cerrar la brecha entre la realidad observada y el futuro que deseamos alcanzar.

• **NUESTRA VISIÓN**

La Sociedad Patriótica “21 de Enero” desea un Ecuador, con un sistema de gobierno que garantice la plena vigencia de un Estado democrático. La defensa de los derechos humanos, la seguridad ciudadana y el respeto a la propiedad privada con la que deben contar todos los ecuatorianos. Un gobierno humanista, solidario, justo, honesto y con una estructura implementar políticas de desarrollo integral.

Queremos un país con un crecimiento económico sostenido, como un mecanismo del mejoramiento de la calidad de vida y como garantía de la multiplicación de unidades productivas que generen valor agregado y coadyuven a encontrar un clima de paz social en el Ecuador.

Anhelamos un sistema educativo, productivo de la concertación seria y responsable de la comunidad educativa: directivos, maestros, alumnos y padres de familia, para que orienten la formación de sus educandos y los vinculen con la problemática social y productiva del país.

Deseamos un Ecuador con fuentes de empleo estables, vivienda digna y acceso a los servicios básicos.

Aspiramos un país donde la familia cuente con un entorno armónico, donde se pueda conjugar su crecimiento con el respeto a nuestra cultura, idioma. Raza, religión, costumbres y ambiente.

Queremos un verdadero cambio en la forma de gobernar, y para ello nos respaldamos en nuestra Declaración de Principios que fundamenta todas las acciones que proponemos para alcanzar el bien común entre todos los ciudadanos.

- **VALORES**

Los valores que caracteriza a la Sociedad Patriótica “21 de Enero”, en esencia, son los siguientes:

- **HUMANISMO**

Nos guía una filosofía humanista que respeta la dignidad de mujeres y hombres por igual. Aspiramos a que, tanto en nuestros actos personales como en las acciones de gobierno, propiciemos la equidad de género y el respeto a la vida, ya que todo ser humano es valioso por si mismo, sin importar su condición social, educación o creencias.

- **NACIONALISTA**

Somos nacionalistas porque amamos nuestros antecedentes históricos. Porque tenemos vigente la presencia de quienes lucharon por mantener nuestro honor y dignidad. Porque recordamos a Quisquis, Calicuchima, Nasacota Puento, Rumiñahui, Atahualpa, y demás personajes heroicos que conforman la historia patria. Porque recordamos las gestas del 24 de mayo, 10 de agosto donde floreció el primer grito de la independencia, que nos ha permitido cimentar los principales pilares en los cuales se fundamenta el espíritu de nuestra nacionalidad.

- **DEMOCRACIA**

Somos democráticos no solo por participar en los eventos electorales, sino también, por tener la capacidad de escuchar, aceptar las críticas, ser tolerantes ante la opinión y el accionar ajenos, por respetar a los que consideramos diferentes y fundamentalmente, por tener la libertad de ser nosotros mismos. Creemos en la democracia como la mejor forma de gobierno y que no culmina en cada elección, es más, su rol cuando asumimos el compromiso de vigilar a nuestros gobernantes.

- **EFICIENCIA**

El principal escudo de la corrupción es la ineficiencia por esta razón nos proponemos día a día, ser eficientes, racionalizando el tiempo, los recursos, la

calidad de los procesos productivos y productos que debemos generar en favor de la colectividad.

- **SOLIDARIDAD**

Somos solidarios con todos los ecuatorianos que no han tenido la oportunidad de superar su marginación. Impulsamos políticas de Estado que permitan alcanzar, a ellos y sus hijos un futuro digno

- **HONESTIDAD**

En el caso nuestro, la honestidad adquiere una importancia primordial, porque se basa en la moral y en la ética, que son los cimientos de las leyes, las instituciones, los procedimientos y las personas. Del mismo modo, creemos en la importancia de la honestidad intelectual, que permite reconocer los aciertos, admitir los errores y hablar siempre con la verdad.

Estamos concientes de lograr metas y en esa oportunidad, para quienes colaboren en la administración del Estado, la honestidad es un requisito indispensable, primero, por ser los gobernantes quienes debemos entender que la honestidad es el punto de partida para servir a la comunidad y, segundo porque gobernaremos a un pueblo centrado en valores de conciencia profunda, como lo es el ecuatoriano.

3.4. Campaña electoral

3.4.1. Elecciones 2002⁶⁷

“La legitimidad del actor político actual requiere ser construida para ser obtenida. En este afán «el poder ha descubierto que su legitimidad depende de su capacidad de comunicar»”.⁶⁸

Desde el lunes 22 de julio del 2002 hasta el 20 de agosto del mismo año, se inscribieron once candidaturas para la presidencia y vicepresidencia de la República. Entre los candidatos a la presidencia estuvieron: César Alarcón (Partido Libertad), Rodrigo Borja (ID), Lucio Gutiérrez (PSP), Xavier Neira (PSC), Álvaro Noboa (PRIAN), León Roldós (Independiente), Antonio Vargas, Ivonne Juez de Baki (Metamorfosis), Jacobo Bucaram (PRE), Oswaldo Hurtado (Patria Solidaria), y Jacinto Velásquez (TSI).

La campaña electoral inició el 13 de septiembre. Para ese entonces, todos los candidatos tenían ya preparadas diferentes estrategias para ganar adeptos: cuñas de radio, anuncios televisivos y, sobretodo, el contacto con la gente.

En el año 2002 rigió la Ley de Gasto Electoral que estableció un máximo de 1'139.882 dólares, el cual limitó el gasto publicitario. Sin embargo, la mayoría de los candidatos aprovechó esta oportunidad para hacer campaña directa, puerta a puerta, con los votantes, y así reducir su presupuesto.

Álvaro Noboa, por ejemplo, enfocó su campaña con sus brigadas médicas en sectores rurales, donde afirmaba que existe mayor cantidad de votos; mientras

⁶⁷ La mayor parte de la información de este apartado en la tesis se obtuvo del sitio web. <http://www.explored.com.ec>.

⁶⁸ Balandier 1992: 152, citado por Catalina Pazmiño en la revista Íconos 23, 2005, pp.30.

que Rodrigo Borja hizo recorridos, reuniones y concentraciones masivas. Otros candidatos como Jacobo Bucaram y Javier Neira sí compraron espacios televisivos para publicidad, y al momento de rendir cuentas ante Participación Ciudadana, debieron pagar multas.

Los discursos preparados para la campaña de la primera vuelta electoral, no contemplaron temas de interés para el país: estos discursos eran superficiales y apelaban a las emociones⁶⁹ de los ciudadanos.

3.4.2. Campaña de Lucio Gutiérrez

“Pido un profundo diálogo nacional con todos los sectores. No tomaré medidas unilaterales, tenemos que sentarnos a conversar los indios, empresarios, trabajadores, transportistas, estudiantes, agricultores, jubilados, hombres y mujeres, negros, cholos, banqueros honestos”⁷⁰

A partir de los hechos sucedidos el 21 de enero del 2000, la figura de Lucio Gutiérrez ya era conocida en todo el país. Lucio Gutiérrez se candidatizó para la Presidencia de la República y utilizó un discurso de honestidad⁷¹, lucha contra la corrupción y sanción y extradición de los banqueros corruptos. Se alió a la CONAIE, estrategia clave para su triunfo meses más tarde.

Lucio Gutiérrez fue visto por los ciudadanos como una nueva figura, sin ninguna tendencia partidista, alejado de la política (a pesar de su participación en el 21 de enero), ex militar, mártir y luchador contra la corrupción.

Sus temas principales de campaña fueron:

⁶⁹ Blanco y negro revista Online, sábado 14 de septiembre del 2002.

⁷⁰ Lucio Gutiérrez, en su discurso de cierre de campaña.

⁷¹ Revista Iconos N16, FLACSO, mayo 2003, Quito- Ecuador.

- Mantener la dolarización pero creando una “nueva moneda nacional que coexista con el dólar”.
- Incrementar el presupuesto para la educación en un 30% para mejorar infraestructura, proporcionar desayuno, colación y almuerzo a las escuelas del Estado.
- Seguimiento de cuentas a funcionarios y políticos involucrados en actos ilícitos.
- Reducción del número de diputados

La candidatura de Lucio Gutiérrez fue comparada por los medios de comunicación con la de del Presidente de Venezuela, Hugo Chávez, y hasta el de Brasil, Lula da Silva; más que por una aproximación ideológica, la comparación fue atribuida por su tendencia anti neoliberal desde un grupo político nuevo.

Abrió su campaña en Quito, el 3 de septiembre de 2002, en la Plaza del Teatro, difundiendo su Plan de gobierno. Durante la campaña, también realizó cuñas en radio, publicidad en prensa y anuncios televisivos, aunque en este último medio hizo muy poco por cuestiones financieras, según el responsable de financiamiento de campaña, Carlos Vega. Al momento de rendir cuentas el Partido Sociedad Patriótica 21 de enero, pagó una multa de cuatrocientos mil dólares, por exceso en el gasto electoral.

En la primera vuelta electoral Lucio Gutiérrez utilizó su traje militar para recorrer el país con el lema: “Lucio Presidente”⁷²

⁷² Revista Íconos 23, 2005, pp. 36

El cierre de campaña de Gutiérrez se organizó después de una marcha multitudinaria conformada por algunos movimientos de izquierda, como el MPD, FEUE, FESE y CONAIE, que se concentraron frente al edificio del Seguro Social de Quito y terminaron en la Plaza de San Francisco, el día 17 de octubre⁷³.

Para las 20h00 del 20 de octubre del 2002 ya se emitían los primeros resultados anunciando el triunfo de Lucio Gutiérrez y Álvaro Noboa para la segunda vuelta electoral.

LISTA	CANDIDATO	VOTOS	%	PARTIDO
3-18	Lucio Edwin Gutiérrez Borbúa	943.123	20.64	PSP/MUPP-NP
7	Álvaro Fernando Noboa Pontón	794,614	17.39	PRIAN
40	León Roldós Aguilera	703.593	15.40	RP

Fuente: <http://www.explored.com.ec/elecciones2002/dato01a.htm>

En la segunda vuelta electoral Lucio Gutiérrez cambia su imagen de ex militar, deja su traje safari y empieza a usar terno; para esta vuelta también cambió su lema por "Un presidente para todos". Este cambio de discurso e indumentaria supuso una transformación simbólica y estética: el candidato se integró a la sociedad civil y a grupos empresariales que apoyaron su candidatura.

⁷³ www.lafogata.org.

Sostiene Catalina Pazmiño:

“Las pretensiones nacionalistas del Coronel retirado trataron de construir el discurso de concertación, buscando acercamientos a otros sectores de la sociedad, en los que incluyó al sector empresarial”.

Para el domingo 24 de noviembre, día de la segunda vuelta electoral, Gutiérrez gana con un porcentaje de 54.79% con votos mayoritarios de la Sierra y de la Amazonía, y Álvaro Noboa obtuvo el segundo lugar con un 45.21% de votos del resto la Costa y de la provincia de Carchi⁷⁴.

LISTA	CANDIDATO	VOTOS	%	PARTIDO
3-18	Lucio Edwin Gutiérrez Borbúa	2,803,243	54.79	PSP/MUPP-NP
7	Álvaro Fernando Noboa Pontón	2,312,854	45.21	PRIAN

Fuente: <http://www.explored.com.ec/elecciones2002/dato01a.htm>

3.5. Recuento del período presidencial

El Plan de gobierno de Lucio Gutiérrez incluía:

- Lucha contra la corrupción con cadena perpetua contra los funcionarios culpables de malversar fondos superiores a \$5000. (Evasión tributaria y contrabando aduanero)

⁷⁴ Cifras presentadas por la revista Ecuador Debate No. 57 en el sitio web: www.dlh.lahora.com.ec.

- Atención a cuestiones sociales como prioridad número uno sobre las privatizaciones de servicios públicos.
- Aumento en gastos de educación. (30% total del presupuesto del estado)
- Rebaja del IVA del 12% al 10%
- Bonos para cubrir las necesidades de los pobres, estudiantes, agricultores, pescadores y artesanos.
- Plan de vivienda subvencionada⁷⁵.

Además entre otras cosas, antes de ser posesionado aseguró que aquel año no habría “paquetazo” e hizo comentarios sobre los anteriores presidentes, como León Febres Cordero, llamándolo “el personaje más nefasto del país”. Durante su gobierno, el partido de Gutiérrez (PSP) se alió al de Febres Cordero (PSC).

El gabinete de Gutiérrez sufrió varios cambios durante su mandato; los primeros se dieron por la ruptura con la CONAIE y Pachakutik. Nina Pacari de Relaciones Exteriores fue reemplazada por Patricio Zuquilanda y Luís Macas de Agricultura por Salomón Larrea.

En lo que respecta a la posición de Sociedad Patriótica en el Congreso Nacional, Ximena Bohórquez, Primera Dama participó como diputada en representación de Pichincha; Gilmar Gutiérrez, hermano del presidente, en representación de la provincia de Napo; y Renán Borbúa, primo del presidente, en representación de Guayas.

⁷⁵ Fuente: www.cidob.org.

Los primeros problemas que afrontó el gobierno de Lucio Gutiérrez y el PSP empezaron debido al incumplimiento de algunas ofertas de campaña. Por ejemplo, anunció la subida de combustibles, la congelación de los salarios del sector público y la reducción de los gastos del Estado. Además, apoyó al Plan Colombia, que antes había criticado.

Además, surgieron indicios de nepotismo debido a que tres de sus hermanas ocupaban puestos estratégicos: Secretaria privada, Coordinadora general del Banco del Estado y Encargada en misión en la embajada de Ecuador en Argentina. Su cuñado fue presidente del Fondo de Solidaridad y otros familiares ocupaban cargos en empresas como Petroecuador, Petrocomercial, Petroproducción, Pacifictel, Andinatel, en el Servicio diplomático y otros. También se descubrió que al interior del gobierno se habían elaborado listas de enemigos en las que constaban varios periodistas. Cuando la CONAIE rompe relaciones con el PSP, intenta hacer una marcha llamada "La gran marcha hacia la unidad nacional" que se frustra por el intento de asesinato de Leonidas Iza el 1 de febrero del 2004, el asesinato de Patricio Campana, funcionario de Petroecuador, que por coincidencia iba a presentar un informe a la justicia denunciando una mafia de dueños de gasolineras que extraían de manera ilícita el combustible, y el intento también fallido de asesinato al Presidente de Telesistema.

A finales de mayo Gutiérrez retira a su amigo cercano, Patricio Acosta, del Ministerio de Bienestar Social, porque el gobierno de los Estados Unidos lo consideraba sospechoso de actos de corrupción y le retiró la visa de entrada al país.

Después de las elecciones de gobiernos seccionales, y ya rotas las relaciones entre el PSP y el PSC, este último realiza un movimiento dentro del Congreso para la destitución de Gutiérrez, por corrupción y uso ilícito de fondos del Estado para financiar la gira de candidatos en las campañas electorales.

A su vez, el 4 de noviembre de 2004 el PSC con la ID, Pachakutik y MPD, solicitan un juicio político contra el Presidente acusándolo de peculado, cohecho y delitos contra la seguridad del Estado. Por su parte, Gutiérrez acusa a Febres Cordero de ser el mentalizador de una conspiración contra su gobierno.

El día 8 del mismo mes Raúl Baca Carbo renuncia a su cargo de Ministro de Gobierno y se tensan las relaciones con el vicepresidente Alfredo Palacio.

El día 25, Lucio Gutiérrez destituye a todos los vocales del Tribunal Constitucional y del Tribunal Supremo Electoral.

El 8 de diciembre hace lo mismo con 27 de los 31 jueces de la Corte Suprema de Justicia (CSJ) nombrando presidente de dicha institución a Guillermo Castro, del PRE. Para ese entonces ya se sabía que Gutiérrez tenía contacto con el ex mandatario Abdalá Bucaram, y que incluso había hecho un viaje a Panamá para conversar con él.

A partir de lo ocurrido con la CSJ, el 20 de diciembre anunció que se haría una consulta al pueblo ecuatoriano para saber si estaba de acuerdo en que los nuevos miembros del TC, TSE y la CSJ sean elegidos a través de colegios electorales. Esta consulta nunca se llevó a cabo.

Se aclaran las sospechas de confabulación entre Gutiérrez y Bucaram cuando el 5 de enero del 2005, Omar Quintana, también del PRE, es elegido Presidente del Congreso Nacional. La prensa nacional estuvo más crítica que

nunca con el gobierno; ante esto, Gutiérrez los calificó de “miserables, testafierros, podridos y sinvergüenzas”.

Uno de los acontecimientos que precipitaron la caída de Gutiérrez fue la cancelación de los juicios penales contra Bucaram, Noboa y Dahik en la CSJ y el permiso para que éstos regresaran al país.

En Quito y Guayaquil ya se habían realizado grandes marchas encabezadas por sus respectivos alcaldes: Paco Moncayo y Jaime Nebot. El 5 de abril en Quito, el Alcalde y Ramiro González, Prefecto de Pichincha -que eran parte de la “Asamblea Ciudadana”- convocan otra marcha para llegar al Congreso y pedir el cese de la CSJ.

El 15 de abril en Quito el ambiente se convocaron más paros y protestas de la ciudadanía. Gutiérrez se refirió como “forajidos” a todos aquellos que participaban en las protestas sin pensar que este término sería utilizado como identificación de los ciudadanos que estaban en contra de su gobierno, en tono de sarcasmo y burla contra él mismo. Ese día decretó un Estado de excepcionalidad y el cese de los magistrados del CSJ nombrados en diciembre. Para el 16 de abril, no muy consciente de la gravedad de su situación, levanta el Estado de excepcionalidad e invita al pueblo a “un diálogo respetuoso y abierto,” e hizo que el Congreso ratificara la disolución de la Corte Suprema de Justicia⁷⁶.

El 18 de abril, el Congreso con los votos de 89 diputados dejó sin efecto el reemplazo de los anteriores jueces de la CSJ⁷⁷. Al día siguiente, los “forajidos” gritaban “que se vayan todos”, refiriéndose a los diputados del Congreso y al

⁷⁶ Fuente: <http://www.cidob.com>.

⁷⁷ *Ibíd.*

Presidente Gutiérrez. Durante las protestas hubo represión extrema de la policía para que los manifestantes no lleguen al Palacio de Carondelet y provocó la muerte de fotógrafo Julio García y múltiples heridos. El 20 de abril renunció el Comandante de la Policía Nacional, Jorge Poveda, lo que desestabilizaba más a Gutiérrez. El Presidente del Congreso Omar Quintana también fue destituido y más tarde las Fuerzas Armadas también retiraron su apoyo al Presidente Gutiérrez.

La diputada Cinthya Viteri del Partido Social Cristiano se convierte en Presidenta del Congreso en funciones, y posesiona a Alfredo Palacio como nuevo presidente de la República, en una sesión realizada en el edificio de Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).

Mientras tanto Lucio Gutiérrez era recogido por un helicóptero en Carondelet y llevado al aeropuerto Mariscal Sucre en donde le esperaba una avioneta, pero no logró salir porque cientos de protestantes invadieron la pista y no permitieron su despegue. Fue llevado bajo custodia a una guarnición del Ejército por su seguridad.

Cecilia Armas, Fiscal General del Estado dictó orden de prisión para Gutiérrez por delito flagrante, al ordenar a la Policía Nacional y al Ejército que repriman a los manifestantes. Por la noche, Gutiérrez fue llevado a la embajada de Brasil en Quito donde obtuvo asilo político. Viajó a Brasil disfrazado de miembro de las Fuerzas Especiales, para esquivar a los protestantes que estaban fuera de la residencia brasileña.

3.5.1. Objetivos de gobierno

Después de abril del año 2005 en el que finalizó el gobierno del Coronel Gutiérrez y más tarde su exilio a Brasil, Lucio Gutiérrez, publicó un libro titulado "El Golpe", entre los datos más trascendentales de dicha publicación se encuentran los objetivos de gobierno:

"Los objetivos vitales de nuestro gobierno fueron: 1. estabilizar la economía nacional y 2, llevar a cabo una profunda reforma política. La estrategia para alcanzar estos objetivos fue a través de 5 ejes, 1 la lucha contra la corrupción, la injusticia y la impunidad. 2 la lucha para reducir la pobreza y el desempleo, a través de la obra pública, apoyando al sector productivo, y a la inversión extranjera, implementando tratados de libre comercio. 3. la lucha por mejorar la producción y la competitividad, manejando la economía en forma sana, responsable y con gran disciplina fiscal, para así reducir la inflación, bajar los intereses en los créditos de la banca pública y privada, reducir aranceles en la importación de materias primas, reducir el costo país, bajar las tarifas eléctricas y telefónicas. 4to. La lucha por la seguridad social, jurídica, ciudadana, alimenticia y ambiental. 5, impulsar un profunda reforma política y una política internacional coherente, pragmática, relacionándonos con todos aquellos políticos con los cuales tuviéramos intereses comunes."

3.6. Aspectos Comunicacionales

3.6.1. Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República

Uno de los medios principales, por el cual la Presidencia emite información oficial de gobierno, es el sitio en Internet www.presidencia.gov.ec, en el cual se describe a la Secretaría General de Comunicación del Estado, sus funciones y los rasgos principales del Secretario en función. Esta dependencia del Estado, existe desde la dictadura militar de 1973, llamada Secretaría de Información Pública, SENDIF⁷⁸; más tarde, en el gobierno de Rodrigo Borja (1988), la Secretaría siguió funcionando, pero con el nombre de SENACOM, Secretaría Nacional de Comunicación. El proceso de transición de las entidades encargadas de manejar la comunicación del gobierno ha sido amplio, tanto como SENDIF, SENACOM, Ministerio de Turismo e Información o de Comunicación. Esta oficina y su funcionario principal han desempeñado un papel de Ministerio y Ministro. Algunos cambios fundamentales se produjeron durante el gobierno de Sixto Durán Ballén, como ha sido mencionado anteriormente; debido a la renuncia del entonces Ministro de Comunicación, Carlos Vera: el manejo de la comunicación sea parte de dicho ministerio, y desde entonces es simplemente de Turismo. La comunicación, a partir de entonces, se maneja desde una oficina de la Presidencia, denominada Sala de Prensa; más tarde pasaría a convertirse en la Secretaría Nacional de

⁷⁸ Información proporcionada por Piedad Donoso, funcionaria de la actual Secretaría de Comunicación del Estado, el día lunes 11 de septiembre de 2006.

Comunicación. Un segundo cambio significativo se produjo durante el gobierno de Jamil Mahuad, cuando la Secretaría fue disuelta y pasó a formar parte de la Presidencia de la República nuevamente. Con la caída de Mahuad, la Secretaría de Comunicación se volvió a reestructurar meses más tarde con Gustavo Noboa, y adquiere mas importancia, aunque todavía depende de la Presidencia. Una de las principales memorias del resurgimiento de esta entidad quedó plasmada en la publicación "Al caminar, camino se hace" de la propia Secretaría . Durante el siguiente período presidencial, el del coronel Gutiérrez, la estructura, el nombre y las funciones de la Secretaría General de Comunicación del Estado se mantuvieron, incluso con el cambio de mando en abril del 2005, con el Doctor Alfredo Palacio⁷⁹.

Según Marta Yuncán, funcionaria del actual Ministerio de Turismo, (también había sido funcionaria del Ministerio de Turismo e Información), éste no tenía la misma estructura funcional de la actual, y desde su perspectiva de funcionaria en el área de comunicación, el manejo no ha sido adecuado ni efectivo desde entonces; a pesar de que se han realizado avances en los últimos años, todavía se encuentran falencias graves⁸⁰.

La siguiente es la información presentada en el sitio en Internet anteriormente nombrado que describe a la Secretaría:

⁷⁹ Al principio de la investigación se presentaron algunos obstáculos con respecto a la obtención de datos referentes a la Secretaría de Comunicación. Cuando se intentó un primer acercamiento, se nos negó la información, pues para Piedad Donoso, una de las funcionarias más antiguas y permanente en todos los cambios organizacionales que ha atravesado esta oficina, y quien meses más tarde accedería a colaborar con la presente investigación, dar información histórica o referente a su propio trabajo va en contra de los principios de la entidad. Durante un segundo acercamiento no se pudo concretar una cita con el actual Secretario, y ni siquiera con su asistente. Se nos aclaró que sería sumamente complicado acceder a información histórica sobre la entidad. Se realizaron diversos intentos por obtener información, sin embargo tendrían que pasar prácticamente seis meses para poder mantener un diálogo corto con las funcionarias de la Secretaría. La entrevista con el Secretario Enrique Proaño resultó imposible, a pesar de nuestra insistencia durante meses.

⁸⁰ Entrevista realizada personalmente, en las instalaciones del Ministerio de Turismo a la señora Marta Yuncán, integrante del Departamento de Comunicación de dicha entidad, el día miércoles 15 de marzo de 2006 en la ciudad de Quito.

“El actual Secretario General de Comunicación es el señor licenciado Enrique Proaño Carrera quien en sus funciones tiene el rango de Ministro de Estado e integrará el Gabinete Ministerial, y se encargará de dirigir la ejecución de las políticas de comunicación e información del Estado que se realice a través de la Presidencia de la República y demás entidades de la Función Ejecutiva.

Según el Registro Oficial número 82, del 23 de mayo del 2000, el presidente de la República, Gustavo Noboa Bejarano consideró crear la secretaría, con el objetivo de coordinar la gestión de información y comunicación social de las entidades del Estado.

La Secretaría General de Comunicación tendrá las siguientes y funciones:

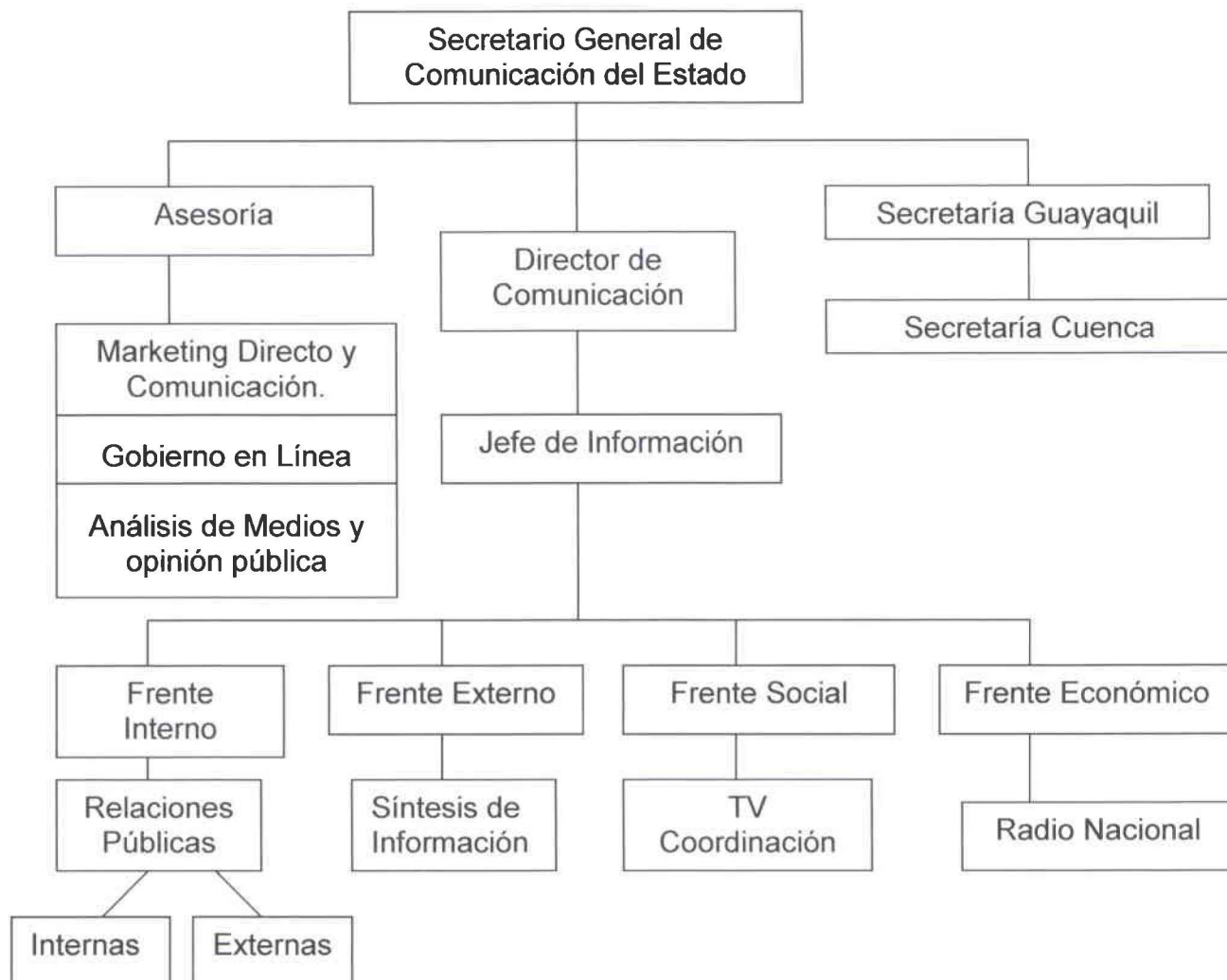
- Velar que la comunicación social aporte efectiva y eficientemente al desarrollo de la gestión productiva, cultural, educativa, social y política del país.
- Fomentar procesos de intercambio de información, opiniones, criterios, puntos de vista entre los diversos sectores de la sociedad, para estimular el diálogo necesario y consolidar procesos de concertación nacional en procura de los objetivos nacionales permanentes.
- Informar a la comunidad nacional sobre las políticas, programas, acciones y obras del Gobierno, con el propósito de fomentar su participación contributiva y receptiva alrededor de los objetivos nacionales permanentes que persigue el Gobierno de la República.
- Fomentar la vigencia del derecho a la libertad de opinión, a la libre expresión del pensamiento y el libre acceso a la información que sea trascendente a las necesidades de todos los ecuatorianos.
- Asesorar al Gobierno Nacional en materia de comunicación, información pública y publicidad, y coordinar estas actividades, de manera que respondan a

un enfoque y estrategia, de manera que respondan a un enfoque y estrategia general que se haya determinado en la concordancia con el criterio del Presidente de la República”⁸¹.

3.7.2. Secretaría General de Comunicación del Estado durante el gobierno de Lucio Gutiérrez

Las estructuras organizacionales, aunque no fueron rígidas, se mantuvieron durante el período comprendido entre 2002 y 2005. Fue posible acceder a uno de los organigramas establecido durante aquél período:

⁸¹ Fuente: www.presidencia.gov.ec.



3.7.2.1 Secretarios durante esta gestión

- **Antonio Tramontana:** enero - junio de 2003.
- **Marcelo Cevallos:** junio - diciembre de 2003.
- **Yolanda Torres:** diciembre 2003 - septiembre 2004.
- **Iván Oña:** septiembre 2004 - abril 2005⁸².

⁸² Fechas provistas por Gabriela Puente, funcionaria de la Secretaría de Comunicación el día 11 de septiembre de 2006.

4. CAPÍTULO 4

4.1. INVESTIGACIÓN

4.1.1. Objetivo general de la investigación

Evidenciar los problemas de la comunicación política del Gobierno de Lucio Gutiérrez y en consecuencia su derrocamiento.

4.1.2. Objetivos específicos de la investigación

- Determinar las herramientas apropiadas para este estudio, en particular.
- Conocer la opinión de funcionarios de la Secretaría de Comunicación y profesionales del sector, en cuanto al manejo de la Comunicación Política del Gobierno de Lucio Gutiérrez.
- Exponer el manejo inapropiado de la Comunicación Política en el Gobierno de Lucio Gutiérrez.
- Determinar las herramientas que hacen efectiva la comunicación política en un gobierno.

4.1.3. Metodología de la investigación

Estudiar la Comunicación Política puede abarcar muchos aspectos que conforman la vida en sociedad del ser humano. El objetivo de la presente

investigación es establecer el manejo de dicha comunicación en el Gobierno de Lucio Gutiérrez el manejo de la comunicación desde y determinar cómo la administración en políticas de comunicación puede legitimar la hegemonía del poder. Es importante detectar cuáles son las falencias y los logros de la Comunicación Política en el Gobierno de Gutiérrez, y con esto, presentar conclusiones y recomendaciones

Los métodos que se utilizarán para la investigación son:

Deductivo: Este método nos permitirá comparar los aspectos teóricos de la Comunicación y la Comunicación política en el Ecuador, hasta llegar al caso particular de Lucio Gutiérrez.

Analítico – Sintético: Lo emplearemos para analizar diversas fuentes bibliográficas que se encuentran dentro del campo de la comunicación y la política.

Histórico – Lógico: Este método nos permitirá llevar un análisis cronológico de los acontecimientos referentes a la política ecuatoriana, la comunicación y su aplicación a lo largo de los últimos 26 años de democracia.

Las técnicas a utilizar serán:

Investigación bibliográfica: La investigación será sustentada mediante textos referentes al tema: prensa escrita, electrónica y libros.

Entrevistas: Se realizarán entrevistas a funcionarios de la Secretaria de Comunicación, profesionales del sector y docentes.

4.1.4. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cualitativo, puesto que solo corresponde al objetivo de la investigación el manejo de la práctica comunicacional desde el poder, y para el cual es necesario encontrar sus criterios y conceptos desde los actores que participaron directamente en el período presidencial, de Lucio Gutiérrez, y dado que son pocos, la obtención de datos no se basará en la cantidad de estos, si no el aporte de cada uno con respecto a conceptos y hechos claves y específicos durante el período determinado.

Lo que significa precisamente tener información cualitativa, es que se realizará investigación bibliográfica, en su gran mayoría, y se complementará con la investigación que nos puedan proveer los actores de esta época. Sus respuestas y percepciones de los acontecimientos hasta su caída, serán uno de los factores más importantes para la realización de nuestro análisis.

4.1.5. Alcance

Basado en que el enfoque de la investigación es cualitativo, el alcance es exploratorio: se tomarán los datos que ya se conocen, o está a alcance de la ciudadanía, pero que, al ser la comunicación política, un tema tan poco tratado, y del cual no se ha hecho un análisis de cerca, especialmente del caso que se esta estudiando con referencia a esta práctica; el alcance necesariamente será descriptivo, puesto que con información en el entorno actual, combinado con el histórico, con nuestro propio criterio como investigadores y la experiencia de haber vivido en el Ecuador durante los casi tres años de gobierno de Gutiérrez,

nos convierte en testigos históricos y por lo tanto la facilidad para describir el escenario tiene mucha mayor fluidez y finalmente concordancia, puesto que se está haciendo un estudio del contexto al que pertenecemos.

4.1.6. Diseño

Dado que no es empírico el proceso investigativo, y las variables utilizadas para estructurar la investigación no son movibles, no se manipularán a las variables, se basará en hechos; acontecimientos que ya pasaron y sobre los cuales es posible hacer una reflexión histórica basados en lo pasado, por lo tanto parte de la estructura para el presente. Los resultados de esta investigación son no experimentales por lo que se trata de un análisis descriptivo y exploratorio.

La investigación se ha realizado a partir de enero del presente año en la ciudad de Quito, en Ecuador y se desenvolverá durante este tiempo y en esta ciudad; el contexto político es el gobierno del presidente Alfredo Palacio, ex vicepresidente de la República, quien accedió a la presidencia en abril del año 2005, posterior a la protesta de “los forajidos”, pero que anteriormente había sido el binomio de Lucio Gutiérrez, nuestro principal objeto de estudio, en el año 2003.

4.1.7. Instrumentos

4.1.7.1. Investigación Bibliográfica

La investigación será sustentada mediante publicaciones referentes al tema: prensa escrita, revistas y recopilaciones históricas. A su vez la investigación será complementada con la revisión de bibliografía que provea un respaldo teórico.

4.1.7.2. Entrevistas

Se realizarán entrevistas con actores involucrados en el medio como funcionarios, ex funcionarios de la política nacional, docentes y actores inmersos tanto en el gobierno como líderes de opinión y representantes de empresas encuestadoras.

4.2. Entrevistas⁸³

4.2.1. Entrevista 1: Gustavo Gaitán Thornee

Consultor en comunicación política, asesor de la campaña electoral para gobiernos seccionales de Sociedad Patriótica⁸⁴,

• **¿Qué es para usted democracia?**

Democracia en el sentido literal, son los gobiernos de las mayorías, para algunos es la verdadera igualdad, pero la democracia también tiene que tener en cuenta a las minorías, por eso a mi, la definición que más me gusta de la democracia, es: la democracia es el desorden creativo, entonces la democracia se puede ver desde el punto de vista formal, la democracia donde se hacen elecciones, donde se eligen autoridades periódicamente, donde rige una cierta libertad de prensa, y eso se constituye en el administrador de la nación, o hay una democracia funcional donde la gente participa, donde la gente tiene un papel en cada una de las actividades del estado, tiene contacto con el estado en todos los procesos, entonces ahí el concepto de elecciones es distinto, el concepto de elegir, inclusive la misma creatividad, fluye de otra forma.

⁸³ Las entrevistas no han sido editadas, las respuestas presentadas son la totalidad de las originales. Cada entrevista ha sido aprobada por el entrevistado previamente en una versión preliminar a su presentación.

⁸⁴ Ver Anexo 2

- **¿Qué es comunicación política?**

La comunicación política es realmente la cualidad o la necesidad que tienen los gobernantes de comunicarse con los gobernados., o incluyendo en esto a los potenciales electores o a los electores con los candidatos. Entonces la comunicación política es el génesis del mercadeo político que ha sido su desarrollo más moderno. Dentro de la comunicación política existen muchos elementos que hay que tener en cuenta: los medios de comunicación, es un elemento fundamental, por eso ayudan a construir un poco el poder, desde ese punto de vista la comunicación política no es simplemente objetiva, sino que tiene implícito un valor político, un valor ideológico. Entonces realmente la Comunicación política se puede englobar como una ciencia, el análisis precisamente de los fenómenos políticos visto desde la óptica de la comunicación.

- **¿Votó usted en las elecciones del 2002?**

No, soy residente, pero no me he nacionalizado ecuatoriano.

- **¿Cuál es su opinión sobre la campaña electoral de Lucio Gutiérrez?**

La campaña fue una campaña emotiva, explotando sus vínculos afectivos como militar, su apariencia era de traje militar, de hecho la gente que lo rodeaba eran ex militares. Yo no lo consideraría al mensaje de campaña como un mensaje socialista, mas bien esa parte del mensaje de Gutiérrez lo daba

Pachakutik y lo daba el M.P.D, En el fondo era una propuesta electoral populista, realmente él hablaba de recuperar la moral, de la lucha contra los corruptos pero eran unas propuestas sin mucho sustento, muy bonitas y todo, pero pecaban en muchas cosas por ingenuidad política.

El target evidentemente no eran los jóvenes, y no eran los indígenas y ahí fue donde construyeron Pachacutik y el MPD, dando el aporte fundamental. Él estaba buscando, a mi manera de ver, una clase media baja desencantada de la política, un grupo heterogéneo costa - sierra. Él apuntó a un blanco electoral muy heterogéneo amas de casa, jefes de familia a uno que otro estudiante pero sobretodo a la clase media para bajo. De nivel popular. En ciertos estratos sí llegaron pero indudablemente por la fuerza de un partido como Pachakutik o el MPD que gusta mucho en la sierra. El componente regional de la segunda vuelta se notó ampliamente. Yo pienso que el target estuvo bien escogido, el tipo de mensajes de organización le funcionó, a mi manera de ver no tanto por talento político sino por una antecedente militar de organización que tenían, que además les permitía organizar los cuadros. Había una disciplina. Eso los llevó al poder, porque la comunicación durante el gobierno ya fue otra.

Fue una campaña ganadora, con un gran componente emotivo, parece que tuvo un buen respaldo económico, eso les ayudó a llegar al poder, porque yo no vi una campaña con mucho talento, más bien vi que había un buen respaldo económico con una pauta en televisión, había unos buenos financistas en distintas regiones y que de alguna manera le permitían estar en constante movimiento por el país, entonces eso lo convirtió en uno de los protagonistas de la campaña. Ahora, la campaña durante el gobierno fue bastante errática, errática desde el primer día de gobierno hasta la propia sucesión presidencial,

donde ya se planteó un montón de problemas, entonces la comunicación durante el gobierno fue bastante recargada en el Presidente. Él, en ese entonces no pedía ruedas de prensa, él no organizaba, estaba sujeto a los medios de comunicación. Era impresionante ver cómo bajaba de cualquier auto, salía de cualquier reunión, era asediado por la prensa y él inmediatamente hablaba lo que se le ocurría. Ese tipo de cosas erosionó mucho su credibilidad, erosionó su imagen mientras que la parte seria, la hablaba el ministro de economía de ese entonces. Me parece que ahí la comunicación de la propia Secretaría de Comunicación fue reactiva fue siempre en contra. Además el error político fue quedarse sin la plataforma de Pachakutik y el MPD, error que no supieron canalizar a nivel de comunicación porque ese rompimiento fue casi infantil, una cosa de “no me dejas mandar entonces yo no te deajo mandar tampoco”. No tuvo ningún componente que dejara volver a construir esa comunicación y ahí se puso en manos de la derecha.

Fue una campaña con un movimiento de proxenetismo nacional total ante una inversión fuerte creo que fue además una campaña típica de un outsider. Lucio Gutiérrez irrumpió a la escena política sin ninguna plataforma sin ningún conocimiento y en 48 horas era reconocido por el país entero. Ya era un fenómeno político, entonces en cierta manera la gente si le veía como un outsider, como una persona no contaminada con los partidos políticos, bien intencionada, con un aura de héroe. A mí me sorprendió, a mí el triunfo de Gutiérrez realmente me sorprendió. Entonces ya una vez que a los dos años fueron las elecciones de alcaldes y prefectos, Ahí realmente me contrataron, me contrató Napoleón Villa.

- **¿Cree usted que el mal manejo de la comunicación fue un detonante para la caída de Gutiérrez?**

No construyeron comunicación desde el gobierno, los medios de comunicación la construyeron. Por ejemplo el caso de Napoleón Villa. Es un caso patético, el ataque a Napoleón Villa, fue un ataque calculado, premeditado de una de las debilidades del candidato, precisamente una de ellas empezaba por ahí. Se le dificultó completamente.

- **¿Usted se identificó con el movimiento “forajido”?**

Casualmente, estaba yo en Colombia. Para mi era un poco difícil porque le tenía mucho aprecio al Partido Sociedad Patriótica (PSP) con los que había tenido que trabajar capacitando candidatos a Consejeros y a Concejales, entonces cuando uno está haciendo una capacitación con tanta gente, realmente llega a entender lo que ellos estaban haciendo. Entonces. el movimiento forajido, me pareció un movimiento espontáneo e indudablemente cívico, con un contenido ciudadano muy amplio y fundamentalmente un movimiento emotivo. No lo consideremos un movimiento racional en lo político. Así lo presentó la gente como un movimiento espontáneo de la ciudadanía, pero que estaba basado en el hecho de sacar al Presidente de la República. Probablemente si anteriormente no hubiera ocurrido esto con Abdalá Bucaram, esto que fue un movimiento parecido, que fue canalizándose a través del Congreso que logró una destitución, la forma en la que fue destituido yo creo

que el movimiento forajido no habría tumbado a Gutiérrez. Ese fue un detonante porque fue un movimiento distinto al movimiento indígena que botó a Jamil Mahuad y del que había surgido el propio Gutiérrez, entonces en cierta manera me pareció un movimiento bien intencionado realmente no iba a tener mayor repercusión que la que tuvo si no se hubiera canalizado a través de la Asamblea, la cual era el fin real de este movimiento, en estos momentos es una tendencia ya ideológica, el movimiento participa en el gobierno, seguramente cualquier momento se constituirá como tal.

4.2.2. Entrevista 2: Yolanda Torres⁸⁵

Secretaria de Comunicación durante el mandato de Lucio Gutiérrez.

- **¿Qué es para usted democracia?**

Democracia es la libertad de ideología, de pensamiento, de acción siempre y cuando esté sujeto a la ley; también es la representación del poder a través del votante.

- **¿Qué es Comunicación Política?**

No es más que la información que tiene que ser dada a la población, tiene que ser manejada de tal manera que asegure y brinde garantías de gobernabilidad.

⁸⁵ Ver Anexo 3

- **¿Cuáles son las funciones de la Secretaría de Comunicación o cuáles deberían ser?**

Debería ser un ente seccionado en tres partes, en las que se debe actuar; la una que maneje comunicación interna, concebir cuál es el mensaje de gobierno, ése que esté reflejado en las actitudes de gobierno, y que sea una sola voz que salga de todas las instancias, lo cual quiere decir que toda la gestión está coordinada, y eso es lo que debe salir al público. Ahora, esta es una mala interpretación que se da en el país, que es la comunicación gubernamental, la Secretaría de Comunicación no es un laboratorio que está diseñado para esto. Tiene que resaltar todo lo que la gestión esta haciendo a través de un mensaje permanente que a veces se da, para poder tener gobernabilidad. Dos, esa comunicación con declaratoria a la ciudadanía, para modificar actitudes, para conseguir apoyo para esa gente de gobierno, el Presidente tiene que hablar a la nación sobre todo lo que está haciendo el gobierno, y tercero una comunicación a nivel internacional, las relaciones de país y todo lo que el país busca.

- **¿Cómo llegó usted a la Secretaría de Comunicación?**

Fue un momento en el que se le pedía a varias instancias de gobierno, al año de gobierno, se le pedía ciertas rectificaciones de conductas y que fijara un norte de gobierno, justamente lo que faltaba, entonces decidió incorporar a ocho personas para que integren el gabinete; que sean personas con su

imagen pero que además sean profesionales en su rama, frente al pedido de algunos sectores político y yo acepté porque me parece importante poner ese granito de arena, para ayudar.

- **Usted tuvo que enfrentarse a los medios en varias ocasiones, ¿Cuál cree que fue el mayor reto frente a ellos?**

Como te decía anteriormente, la Secretaría de Comunicación no puede estar desasociada con la gestión de gobierno, el momento que esta tiene debilidades la Secretaría tiene que informar, el mayor reto fue mantener mi credibilidad frente a los medios, trabajé en momentos en los que no se estaba actuando correctamente, se estaba actuando en base a una coyuntura, era muy difícil salir a hablar de algo que yo no estaba de acuerdo, y trabajé hasta que fui engañada, puesto que el Presidente me dijo que se iba a Panamá y que no iba a ver a Bucarám. Al siguiente día salí de la Secretaría: hay que basar el trabajo de la Secretaría de Comunicación en la confianza entre ambas partes.

- **Con respecto a políticas: ¿Cuáles existen en la Secretaría de Comunicación? ¿Existen criterios de planificación comunicacional?**

—

Cuando llegué a la Secretaría no existía ni un manual, ni un código, ni un instructivo, simplemente no existía! Nosotros desarrollamos uno “ad-hoc” para el momento, y lo que conseguimos fue a favor de los periodistas, dentro del sector público, no estaban siendo pagados de acuerdo al escalafón correcto como cualquier otra actividad del gobierno, puesto que solo llegaban a un

tercer nivel cuando hay cinco, y ellos solo tenían dos para llegar al sueldo máximo. Eso lo logramos así como los organigramas, donde empezó a darse mayor importancia a la comunicación, fueron un par de logros. Otra cosa que hicimos fue que cuando queríamos implantar un sistema llamado “e-government” que tiene un método de comunicación sumamente interesante, nosotros hablamos con la gente de PNUD, que son los expertos en esto, y al querer implantarse da agilidad y transparencia, lo que permite asesorar al presidente de mucha mejor forma: dónde, cómo y por qué se emite cualquier mensaje y de esta manera es un poco más pro activa, independientemente de la pugna de poderes que se encuentre en el contexto; pero no fue posible implantarlo por celos dentro del gobierno, pero sí se quiso, sin ningún costo, implantarse dentro de la Secretaría pero fue imposible y una pena, porque, repito, no costaba un centavo.

- **Describe en pocas palabras a Lucio Gutiérrez**

Para mí siempre fue una persona muy recta, un hombre tenaz que sí quería gestionar un cambio, pero que solo escuchaba a la gente que pensaba como él, miembros del gremio. Militares, quienes no siempre estaban en la capacidad, a pesar de eso es una persona que no tiene suficiente experiencia para estar en ese cargo, él nunca, y él mismo lo dijo, nunca se imaginó estar en ese puesto, y por supuesto su forma de pensar un poco inocente sobre los temas de gobierno confirmaron que él no era un estadista, era una persona con poder simplemente, y por supuesto nunca tuvo la certeza de estar gobernando por completo. Una muestra fue su interés en entregarse por completo a las

alianzas con los grupos de poder más grandes del país, evidentemente todos lo botaron finalmente.

4.2.3. Entrevista 3: Licenciado Marcelo Cevallos⁸⁶

Secretario de Comunicación durante el Gobierno de Lucio Gutiérrez durante seis meses.

- **Adicionalmente a la Secretaría General de Comunicación, ¿cuál ha sido su trayectoria política con respecto a comunicación en el Ecuador hasta llegar a involucrarse con Sociedad Patriótica?**

Estudí en la Universidad Central del Ecuador, soy Licenciado en Comunicación Social. Más que involucrarme en política, me he involucrado en la dirigencia de los comunicadores ecuatorianos; he sido presidente de la Unión Nacional de Periodistas (UNP), de la Federación Ecuatoriana de Periodistas, pero en mi trayectoria profesional hemos fundado conjuntamente con otros compañeros varios medios de comunicación, con tendencia de izquierda, uno de estos ejemplos, es la Revista “SIEMPRE” la cual se efectuó durante los años 80, con contenido político amplio, y la cual, a pesar de las circunstancias económicas por las que atraviesan este tipo de proyectos, logró mantenerse durante 5 años, con el tiempo nos convertimos en un referente de la política de izquierda en el país. Después se han fundado varios medios de comunicación,

⁸⁶ Ver Anexo 4

en mi caso cuando fui presidente de la UNP, se fundó la Radio Unión, que en su época también fue un hito en la comunicación como medio de izquierda.

Para responder a su pregunta de una manera más concreta, yo no me involucré directamente con Sociedad Patriótica, yo estaba afiliado al Frente Amplio de Izquierda, y fue el único partido en el que he estado y cuando terminó ese partido dejé de ser militante. Fui candidato al Consejero y a Diputado, obviamente perdí. En el Ecuador la izquierda difícilmente ha tenido éxito o ha salido victoriosa.

Con Sociedad Patriótica no me une ningún nexo político. Cuando el Señor Presidente Lucio Gutiérrez me convocó para que forme parte de la Secretaría de Comunicación, yo acepté por pedido de la Unión Nacional de Periodistas y a pedido de CIESPAL, ambas instituciones me pidieron que aceptara porque había una coyuntura especial, el primer Secretario de Comunicación del gobierno de Lucio Gutiérrez no fue un comunicador profesional, graduado en universidades del país; entonces se pedía que este puesto sea ocupado necesariamente por un periodista profesional, un comunicador nacional y bajo esas instancias acepté. Se presentó un proyecto al presidente Gutiérrez, pero durante los seis escasos meses, y él lo aceptó bajo una primera instancia, pero lamentablemente no se pudo alcanzar ninguno de los objetivos planteados, y hago hincapié en el nombre; Secretaría General de Comunicación del Estado Ecuatoriano, que no es una sala de prensa de la Presidencia, me parecía que nuestra Secretaría debía tener un grado superior y traté de dárselo, los Secretarios de Comunicación tienen rango de Ministro, tienen salario de Ministro pero no tienen el poder de un Ministro de Estado y yo creo que la comunicación debe ser un elemento tan importante como cualquier otro.

Cuando llegué a la Secretaría no había nada, únicamente una sola periodista, logré formar un equipo de trabajo entre varios comunicadores y periodistas, y se formó realmente una sala de prensa del Estado ecuatoriano.

• **¿Cómo podría definir la Comunicación Política?**

Se la debe definir primero como una forma de servir al pueblo ecuatoriano no como una cosa demagógica, sino la comunicación del Estado debe servir para el desarrollo social. Para el desarrollo del pueblo no puede ser que la comunicación sea una herramienta que esté para servir al gobierno de turno, ésa es la diferencia. Uno no puede ser el vocero del gobierno y no tener un proyecto de comunicación como un plan de desarrollo social que sirva al Estado y por supuesto al pueblo ecuatoriano, por eso yo había propuesto fortalecer a la Radio Nacional del Estado, para que ahí se convierta en un elemento de trabajo para todos los grupo sociales y políticos sin importar objeciones de partido; y también pretendí que existiera un canal de televisión con el mismo enfoque, no como un elemento de propaganda si no como un elemento de comunicación del Estado, que son dos cosas diferentes. Me topé con una oposición tenaz.

• **¿Cuál es para usted el papel de la Comunicación Política dentro de un gobierno?**

Dentro de la estructura de un gobierno es esencial, ninguna actividad humana, menos una política, puede llevarse a cabo sin comunicación. Es una

herramienta eficaz para transparentar la gestión de gobierno, es por eso que en muchas ocasiones es la corrupción la que impide el funcionamiento correcto de la gestión en comunicación; los funcionarios se niegan a dar información o a dar paso a procesos de comunicación para no desnudar la corrupción, por eso es fundamental para un Estado la comunicación como la mejor herramienta para alcanzar la gobernabilidad en última instancia.

• Usted ha mencionado que uno de los mayores problemas en comunicación y gobernabilidad en el país ha sido la incoherencia en las acciones políticas ¿Cómo podría explicarla?

Se puede explicar históricamente. Si se hace un análisis histórico se puede ver que el sentido profesional de la comunicación ha sido absolutamente desvirtuado. Los gobernantes no han requerido formación académica en los funcionarios destinados a ocupar dignidades en el área de comunicación, la principal característica ha sido la lealtad ciega al gobierno. No hay profesionalidad, la práctica en comunicación se reduce a las apariciones públicas del Primer Mandatario en cadenas nacionales de televisión. El hecho de no ser preparadas por profesionales da como resultado que este mensaje sea antipático, por ser principalmente propagandístico y no comunicacional. La falta de entendimiento del proceso del manejo del mensaje se ha demostrado a través de la historia, funcionando a favor de la coyuntura, y sin fines sociales como debería ser.

- **¿Usted se identificó con el grupo de los forajidos?**

Sí, pero no debía por una cuestión ética.

- **¿Considera usted que se manejan políticas de comunicación dentro de la Secretaría de Comunicación?**

Dentro de la Secretaría de Comunicación, no existen políticas establecidas de comunicación, el plan de trabajo y el direccionamiento de las actividades de la Secretaría están determinadas según el Secretario de turno.

El problema que atraviesa la comunicación dentro de misma Secretaría es un problema de gobernabilidad. Se debe entender que se trabaja para un país. No existe un proyecto político sustentable. Es imposible seguir un desarrollo si se cambia de político y si éste cambia sus acciones porque responden a intereses específicos . No hay una política de Estado.

- **De acuerdo a esto: ¿Cree usted que se debe tener un respaldo legal, una ley que gestione el cambio de esta situación?**

Hace treinta años, la Ley de Ejercicio Profesional de Periodistas fue promulgada desde el Ejecutivo; era buena porque era una forma de luchar de manera más democrática, para el día de hoy, esa ley es obsoleta, es imposible llevarla a cabo, pero ¿porqué? Es la respuesta de la ciudadanía y de los medios políticos, se puede decir que esa ley no vale, como el ejemplo de Chapultepec, se llegó a la conclusión de que no se puede llegar a la conclusión

de no respetar cierta ley, se dice “discutámoslo” pero no se puede llegar al punto de decir “no la respetemos” o esa ley es “mala”.

- **Entonces, qué importancia tiene la promulgación de leyes si estas no se respetan.**

No tienen importancia, se debe llegar a consensos sociales de acuerdos ciudadanos, en todo caso, la leyes se usan en función de intereses específicos.

- **¿Cuáles fueron sus propuestas y proyectos para la Secretaría de Comunicación?**

Los cambios que se quisieron gestionar fueron desde el nombre de la Secretaría hasta planes más amplios como la reestructuración de la Secretaría. Como ustedes recordarán se propuso el nombre de Secretaría de Comunicación y Ciudadanía, la gestión en comunicación es posible siempre y cuando se integre a la ciudadanía en el proceso, es necesario buscar su integración y así lograr la revalorización de la sociedad ecuatoriana como la honestidad por ejemplo, ahora aparentemente ser honesto es un mérito, y es raro el funcionario del quien se pueda poner las manos en el fuego. Se buscaba el rescate de valores, sin embargo, desde el gobierno la comunicación debía ser propaganda y publicidad como en la actualidad, pasan cientos de anuncios publicitarios ¿Y para qué? Para satisfacer a los medios y a los intereses del Secretario de turno.

- **¿Y cuál fue su propuesta para resolver esta crisis de valores?**

El camino es el análisis, el estudio, la investigación, no mensaje por mensaje, utilizar a los medios correctamente, de esta manera todos ganan. Contar con todo un equipo, como el que yo propuse, y sentar la pauta para iniciar este proceso. El secretario no solo puede ser el vocero; por eso la tarea de Proaño no es de comunicación, sus rectificaciones constantes han hecho que el salga de su cargo, pero no hay quien lo reemplace a pesar de que candidatos han sido buscados en la costa y en la sierra pero nadie quiere ocupar su lugar en este período de gobierno.

- **Entonces, sin caer en que la Secretaría sea una repetidora de propaganda de gobierno, ¿cómo manejar la propaganda correctamente?**

En nuestro caso se realizó a través de la contratación de agencias externas, agencias externas de publicidad, marketing y comunicación, contar con experto dentro de la institución pero tener también gente externa contratada.

- **¿Cuál fue el principal problema que tuvo que enfrentar durante el ejercicio de su cargo?**

El problema económico, sin presupuesto no funciona autónomamente, siempre se recurrirá a terceros para convencer de los proyectos y que estos sean financiados. Dado que la Secretaría esta ligada a la presidencia, y no hay presupuesto, durante mi gestión teníamos que convencer a la Secretaría de la

Administración, después tenía que aprobarse a través de la presidencia misma por que por ahí pasa la plata.

Durante mi gestión, nosotros nombramos a la Secretaría como territorio “Libre de corrupción” por eso ni Vicente Olmedo podía entrar, más tarde a mi salida, Yolanda Torres pudo gestionar proyectos a los que yo había puesto un alto, pero como su visión es de publicista, se dieron negociados.

El problema de la Secretaría es que no tiene una estructura propia, debería ser un ministerio, y no es por vanidad del secretario, pues este tiene rango de ministro, todos los ministros son secretarios del Estado, tiene sueldo de Ministro pero solo le falta el título, es una necesidad institucional, de otra forma la gestión de comunicación nunca va a ser efectiva, y ya se ha hecho algunos intentos en otras ocasiones como con Sixto.

4.2.4. Entrevista 4: Fanny Grijalva⁸⁷

Funcionaria de la Secretaría General de Comunicación durante la gestión de Marcelo Cevallos, Yolanda Torres y por un período de 3 meses con Iván Oña durante el Gobierno de Gutiérrez.

- **¿Cuál fue su función dentro de la Secretaría General de Comunicación del Estado y cómo llegó a formar parte de esta entidad?**

Yo fui invitada a trabajar en la Secretaría de Comunicación, cuando era el Secretario de Comunicación Marcelo Cevallos, periodista de muchos años con

⁸⁷ Ver Anexo 5

mucho prestigio y una gran experiencia, tiene tendencia de izquierda, Presidente de la Unión Nacional de Periodistas, y fue llamado por Lucio Gutiérrez, para ser parte de su gabinete por esa razón, entonces, él comentando entre varios amigos y colegas, entre ellos yo, decidimos integrarnos a su grupo de trabajo y no criticarle por haber aceptado un puesto gubernamental.

Él creía que uno de los pasos importantes a seguir era no criticar a la gestión, a Lucio Gutiérrez, si no presentarle proyectos, y eso fue lo que hicimos. Y le tomé la palabra, le preparé un proyecto, que incluía un sistema de comunicación gubernamental, eso significa todas las entidades del sector público, autónomas y ministerios aúnen sus esfuerzos en pos de la comunicación y en esta área para tener un solo hilo conductor, este era servir a la comunidad a través de la comunicación. Se trataba de unificar, mantener y fortalecer los canales de comunicación por que lo que se estaba haciendo antes era información, la concepción de Comunicación es errada en nuestro campo puesto que solo se informa y no se comunica. Se informaba sobre las obras que se estaban haciendo y nada más, la comunicación también va de retorno, es tanto así que la ciudadanía pierde mucho. Al comunicar se puede localizar las necesidades de la ciudadanía, y así apuntalar a la gestión de gobierno. No hay comunicación, y no recepta las necesidades del pueblo, simplemente se tiene una retroalimentación el día del sufragio en las urnas, y solo se tiene voto y no voz dentro del gobierno.

Yo hice este proyecto y se quiso aplicar pero la realidad fue otra puesto que no fue posible ponerlo en práctica y solo se aplicó en ciertas etapas, por ejemplo yo creé unos lineamiento de comunicación gubernamental, y así controlar qué

es lo que el gobierno quiere comunicar y qué es lo que debe decir. Entre los lineamientos, estaba cómo establecer un diálogo con la comunidad. Entonces yo establecí estos diálogos con la comunidad, desde diálogos con el gabinete, en las reuniones con los ministros, cuando se trazaban planes o proyectos, desde la planificación de un presupuesto hasta la gestión de toda la institución, aun que muchos de ellos realizan sus estudios en el exterior y bienvenidos sean sus conocimientos pero no tiene una idea clara de la realidad nacional; por lo tanto para alcanzar cierto tipo de retroalimentación, y no desde cada Ministerio si no desde la presidencia, estos diálogos iban a captar las necesidades de la comunidad y así enfocar esta planificación ministerial según las necesidades ciudadanas. Con el tiempo y las primeras prácticas de estas reuniones se llegó a la conclusión que esta era una oportunidad para transformar la reunión en mítines políticos, se tergiversó la idea por que lo que yo había planteado es que ningún partido político esté en esta reunión, reuniones sin banderines políticos y un lugar donde no se tolere ningún grito a favor o en contra de cierto partido o movimiento político, por que este era un plan de gobierno y no de partidos. En caso de que un alcalde o un prefecto quiera participar en estas reuniones, lo haría representando a esa dignidad y no al partido al que pertenece. Estos diálogos, fueron planteados a nivel nacional, en capitales de provincias y demás, por que no es suficiente retroalimentarse con la comunidad inmediata en la capital, y así realizar una planificación de gobierno en función de esa comunicación y retroalimentación con el gabinete y los gobiernos seccionales, receptando por sectores las necesidades del pueblo. No se llegó a ningún resultado puesto que, las pocas

reuniones se transformaron en reuniones del partido de gobierno y sus simpatizantes, no era una comunicación democrática.

Entonces no se llegó a ningún punto en el sentido de la comunicación durante la gestión de Lucio Gutiérrez, como no se ha llegado en ningún otro gobierno, simplemente no se ha dejado de ver a la comunicación como una herramienta de apoyar a la gestión de gobierno de forma propagandística, como mantenerse vigente, como mantener una buena imagen, como una gestión de maquillaje más no como una gestión de servicio a la comunidad como debería ser. No es culpa del gobierno de Lucio Gutiérrez, es culpa de todos los gobiernos. Por que de un principio, el presidente arranca con una aceptación determinada, si no porqué gana las elecciones, s

in embargo las acciones de comunicación que lo llevaron a ocupar la dignidad no son las mismas después de las elecciones, la comunicación debe ser un servicio a la comunidad y sin embargo se comunica en función del gobierno de turno y no desde las necesidades comunitarias, y a fin de cuentas ¿no es eso lo que la ciudadanía busca?

¿Qué hacen los presidentes, ministros o gobernantes? Utilizan a los medios de comunicación según su conveniencia, y ellos solo presentan las imágenes desfavorables, aun que solo están haciendo su trabajo, No hay entidades fiscalizadoras que regulen los pronunciamientos de los medios y su efecto en la gestión de gobierno, como existe en los temas económico o jurídico como la Contraloría. Los medios se han convertido en los mediadores de las decisiones de gobierno, si alguien ha cometido una acción dolosa, su deber es informar, pero claro, no se investiga y se apunta con el dedo, cuando, la comunicación

tiene otras funciones aparte de denunciar, deben formar parte de los proyectos de la comunidad.

Entonces los comunicadores tenemos una lucha fuerte, para que se acople la comunicación a las necesidades de la comunidad, no es como se dice que "si no ha salido en los medios es como si no hubiese pasado", si es que hay una muy buena gestión política, y esta no es comunicada, es como si nunca hubiese pasado, es nuestro derecho como seres humanos estar informados de todo lo que pasa en el gobierno, la LOTAIP por ejemplo, esta ley de acceso a la información; por ejemplo y con respecto al uso de la página web, se debe tener acceso a toda la información, las compras, los egresos, los ingresos, todos los movimientos que tiene un Ministerio o una entidad pública, pero no funciona, las diferentes páginas web son una figura de promoción y ya.

Ahora, frente a lo que Gutiérrez planteaba en su campaña con respecto a educación, hasta ahora no le ha reconocido ese mérito, y lo digo a pesar de no formar parte de su partido y ni si quiera ser simpatizante de ellos, no se ha hablado de lo positivo de su gestión. En función de la comunicación de gobierno por ejemplo hasta ahora el ex Ministro de Economía Mauricio Pozo tiene muy buena imagen y hasta fue buscado para ser binomio de la Cinthya Viteri; a él no le afectó estar con Lucio, y no ha sido criticado por su gestión y su tiempo, con respecto a cifras por ejemplo, el riesgo país disminuyó y es un factor muy importante, gracias a él hubo cierta estabilidad económica, más allá del tema político y de los problemas con los partidos en el Congreso, las peleas primero con Pachacutik y después con el MPD, y más tarde con los Social Cristiano, que, cuando ellos decidieron separarse y hasta botarle, ahí fue cuando Gutiérrez se metió con el PRE; estas grandes fallas constitucionales

sucedieron, cesó la Corte, trajo a Bucarám y eso fue el tope para la ciudadanía por que en fechas anteriores se realizó una encuesta de aceptación de Lucio Gutiérrez y en realidad tenía aceptación, pero esta conexión con los Roldosistas colmó a la ciudadanía.

Todos los gobiernos, la gestión el gabinete quiere culpar a los medios de comunicación, no hay una muy buena justicia en el país, se tapan las cosas y los escándalos de corrupción o los actos dolosos son los primeros en aparecer y tergiversar hechos que responden a intereses específicos de medios de comunicación; la función de los medios es informar, los medios apuntan el dedo, y esa no es su función y hacen que se pierda el objetivo de la comunicación, por eso los comunicadores tenemos una ardua tarea en reivindicar las funciones de la comunicación, una con servicio a la comunidad.

No es posible manejar o controlar la imagen del presidente si los medios de comunicación han establecido todo un sistema de desvalorización de la gestión de gobierno, ellos se transforman en los mentalizadores y controladores de la opinión pública y contra eso es muy difícil luchar, especialmente en el caso de Gutiérrez.

• **Usted estuvo durante la gestión de tres Secretarios de Comunicación, Marcelo Cevallos, Yolanda Torres, y tres meses con Ivan Oña, ¿cuáles fueron las políticas de comunicación que usted encontró en la Secretaría? Se puede decir que existían políticas, un manual de comportamiento, lineamientos.**

Cuando Lucio Gutiérrez formó a su equipo, formó varias mesas de trabajo, unas para tratar temas específicos, por ejemplo existía la mesa de la deuda externa, y había una mesa destinada a comunicación, estaban yendo delegados de CIESPAL, delegados seleccionados de las Facultades de Comunicación de las Universidades, un grupo de periodistas también, lo cual fue muy bueno. Se sentaron a discutir temas de cómo manejar la comunicación de gobierno y esto enfocado a diferentes temas o necesidades. Como esto inició con el gobierno de Gutiérrez, los desenlaces políticos tenían otra idea de cómo se debía gobernar, lamentablemente estas eficientes mesas de trabajo concluyeron con la ruptura con Pachacutik y habían tantas mesas de trabajo tan interesantes que fue una pena que se pierdan, con la calidad de delegados que habían para cada mesa. La politiquería destruyó este proceso, y es lo que le pasa a tantos gobiernos, es tan difícil, pero se puede decir que el nuestro es un pueblo ingobernable.

No se puede decir que hay políticas de comunicación en la Secretaría, la dinámica de trabajo depende directamente de cada Secretario, como ustedes mismo lo han dicho, que no hay registro de información de la Secretaría, cómo va a haber si es que no hay nadie que pueda decidir por mucho tiempo, la rotación de personal afecta la dinámica de trabajo y hasta destruye la gestión.

4.2.5. Entrevista 4: Verónica Ahumada

Funcionaria de comunicación durante el tiempo de Salvador Allende de Chile. Entrevista realizada el 11 de septiembre de 2006 en donde la Señora Ahumada visitó el Ecuador para el homenaje.

- **¿Para usted que tan fundamental es el manejo de comunicación dentro de un gobierno?**

Bueno la comunicación dentro de un gobierno es fundamental, creo que las comunicaciones ayudan a transmitir a la ciudadanía, lo que el gobierno está haciendo, ayudan a transmitir los logros del gobierno. La ciudadanía debe estar informada de lo que el gobierno está haciendo y para eso las comunicaciones en cualquiera de sus versiones sea radio, prensa, televisión son fundamentales, creo que un gobierno que comunica es un gobierno que realmente puede contar porque sus logros están siendo conocidos por todos. Porque el gobierno puede estar haciendo muchas cosas, pero si no lo sabe comunicar la gente no se entera entonces dice para qué elegimos este gobierno si este no ha hecho esto, esto y el otro, y la verdad es que esas cosas las está haciendo pero si en verdad no lo comunica bien en un lenguaje que pueda ser entendido por toda la ciudadanía un lenguaje claro directo una idea principal que deba ser diseñada para que todos lo entiendan, a veces los gobiernos comunican solamente para un elit y deben acordarse de que tiene que ser para toda la ciudadanía, entonces creo que es muy importante la labor de comunicaciones en un gobierno.

- **¿Usted sabe que ahora en el Ecuador nuestro principal problema es el de gobernabilidad, usted cree que la comunicación puede gestionar un cambio de esta manera positiva para el país si es que en nuestro contexto se manejaría de mejor manera la comunicación?**

Yo no me atrevería a opinar que es lo que está pasando con el gobierno de este maravilloso país que es el Ecuador. No me atrevería porque soy una visita, tengo gran respeto por Ecuador y evidente por todos los ecuatorianos, entonces no me siento capacitada para opinar sobre los problemas que tienen ustedes acá, pero si puedo enfatizar que las comunicaciones siempre son importantes, a lo mejor se ayudan a esclarecer las ideas que quiere plantear un gobierno o las ideas políticas para avanzar para un futuro mejor, es fundamental enfocar las comunicaciones bien.

4.3. CUADRO DE RESUMEN DE ENTREVISTAS

	Marcelo Cevallos	Yolanda Torres	Fanny Grijalva	Gustavo Gaitán
¿Qué es la Comunicación Política?	Ninguna actividad humana puede ser llevada a cabo sin comunicación, mucho menos la política. Es una herramienta eficaz para transparentar la gestión de gobierno.	Información dada a la población en pos de la gobernabilidad.		Cualidad o necesidad de los gobernantes de comunicarse con los gobernados. Génesis del mercadeo político. Es una ciencia que analiza los fenómenos políticos desde el punto de vista de la comunicación.
¿Cree usted que el mal manejo de la Comunicación Política fue un detonante para la caída de Gutiérrez?	Definitivamente	Su imagen al final del año 2005 fue lo que le sacó del poder.	No, aunque la comunicación no estuvo bien manejada, la coyuntura fue la que sacó a Gutiérrez del poder.	Nunca se construyó comunicación desde el gobierno. Fueron los medios los que construyeron la imagen del gobierno.
¿Qué políticas de comunicación encontró usted cuando fue parte de la SENACOM?	No existen políticas establecidas de comunicación. El plan de trabajo y el direccionamiento de actividades está establecido según el secretario de turno.	No había nada, no encontré ni un manual, ni un código, ni un instructivo.	Las políticas de comunicación de la Secretaría se determinan según el secretario de turno.	
¿Cuáles fueron sus principales proyectos dentro de la Secretaría?	Revalorización de la sociedad ecuatoriana como la honestidad por ejemplo. Se buscaba el rescate de valores. Cambiar el nombre de la Secretaría por Secretaría Nacional de Comunicación y Ciudadanía. Instaurar un canal de televisión manejada por el Estado y fortalecer la Radio Nacional.	Desarrollamos organigramas e intentamos implementar un programa llamado E government. Logró un alza salarial para el gremio de periodistas y comunicadores del sector público.	Organización de diálogos con la comunidad. Sistema de comunicación gubernamental, que unificaban la gestión de comunicación en otros sectores y ministerios.	
¿Se identificó usted con el movimiento forajido?	Sí.	No.	No.	No.

5. CAPÍTULO 5

5.1 ANÁLISIS

Es importante diferenciar los conceptos de Marketing Político y Comunicación Política dentro de este análisis, pues es fundamental determinar los dos momentos de actuación de Lucio Gutiérrez con respecto al manejo de su comunicación. Un primer momento –el de Marketing Político- se dio durante la campaña electoral, donde la estrategia de *marketing* fue exitosa y consiguió su objetivo principal: ganar las elecciones. El segundo momento de dicha comunicación –el de la Comunicación Política– involucra su gestión durante el gobierno, tema central de esta investigación. Las conclusiones se obtiene de la investigación, las entrevistas realizadas a funcionarios de la SENACOM y a entendidos en el área de Marketing Político durante la campaña y gobierno de Gutiérrez. Los entrevistados evidenciaron que la administración de la comunicación del gobierno no era una prioridad para Gutiérrez, pues coinciden en los siguientes puntos: a) La institución encargada del manejo de la comunicación –la SENACOM– no posee una estructura organizada e internamente no existe planificación alguna del manejo de la comunicación, como asevera Marcelo Cevallos. b) La comunicación Política del gobierno de Gutiérrez no fue determinante para su caída, pero si una de sus grandes debilidades administrativas; y c) la SENACOM no tiene una participación efectiva en el manejo de la Comunicación Política: Yolanda Torres aseguró que durante el ejercicio de su cargo había propuesto varios planes viables para

mejorar la comunicación, pero no lograron ejecutarse. La misma ex funcionaria asegura que el ex presidente solo atendía las sugerencias de personas cercanas a él, y tomaba sus decisiones a partir de opiniones interesadas y sin formación en los asuntos públicos. Estos dos criterios se asemejan a los de Fanny Grijalva y Gustavo Gaitán.

La Comunicación Política del gobierno de Lucio Gutiérrez claramente refleja una ausencia de organización y planificación, atributos característicos de la Comunicación Corporativa. La Comunicación Corporativa pudo haber aportado experiencias, herramientas, estrategias y resultados positivos para la gestión del gobierno y de la institución supuestamente encargada de esta labor, la SENACOM. Con este propósito, se establece una analogía entre la Comunicación Corporativa y la Comunicación Política, en asuntos de gobierno, de la siguiente manera. Así como existe una relación Gerencia y Asociados se establece una similar entre Gobierno y Habitantes. El Gobierno adopta prácticas de una empresa con el propósito de planear, ejecutar y evaluar su situación en relación a los habitantes de un país y la opinión pública.

En el caso de Gutiérrez es evidente el descuido de asuntos privados, como aquél en el que la Primera Dama ofreció a los medios de comunicación una exhibición de los atuendos que habían preparado para un asunto oficial, como el matrimonio del Príncipe de Asturias, en España, si el menor cuidado. O los comentarios espontáneos en torno a un supuesto regalo de la misma Primera Dama: en un programa de televisión bromeó con los presentadores comentando que le “regalaría un frasco de Viagra a su esposo”, el entonces

Presidente del Ecuador. El gobierno desconoce, por ejemplo, la teoría de la Escuela de Palo Alto, o los planteamientos de teóricos de la comunicación como Jesús Martín Barbero, que sostienen que absolutamente “todo comunica”. Este desconocimiento es consecuencia directa de la ausencia de profesionales de la comunicación para asistir y asesorar al gobierno. Absolutamente todos los actos, gestiones, decisiones y presentaciones de funcionarios directamente relacionados al gobierno, comunican, y se convierten en signos que construyen el imaginario que poseen los habitantes de un país, con respecto a dicho gobierno. Sin embargo, durante el gobierno de Gutiérrez se manipulan ciertos símbolos cuando el Presidente se convierte en un civil al abandonar el traje militar. Es decir, realiza un tránsito de lo militar y pretende convertirse automáticamente en parte de la sociedad civil. Pero casi al final de su gobierno, adopta de nuevo una actitud marcial, al respaldarse por un nutrido grupo de militares, al momento de decretar el Estado de Emergencia en la ciudad de Quito, mediante una cadena nacional.

En relación a los medios de comunicación y el caso de Gutiérrez, un monitoreo intensivo de los medios, similar al que realiza una corporación, hubiera advertido la fragmentación de toda su comunicación. Este monitoreo no se ejecutó, a pesar de que existe en la SENACOM el denominado Departamento de Síntesis, encargado de dicha tarea. El gobierno, como sugiere Gustavo Gaitán, permitió que los medios de comunicación construyan su imagen y no ocupó aquel espectro importante de la opinión pública, que le corresponde alimentar de información. Como consecuencia de esto empezaron a circular entre el público frases y denominaciones peyorativas hacia el Presidente: se lo

llamaba Dictócrata y sus constantes cambios de opinión le ganaron el apelativo de "Rectificadora Gutiérrez"⁸⁸. Al parecer, la asesoría que recibía Gutiérrez carecía de previsión y se sustentaba, casi exclusivamente, en la reacción.

Finalmente, es necesario destacar un aspecto de la Comunicación Política de un Gobierno, asociada a la Comunicación Corporativa. Este aspecto, fundamental en la Comunicación Corporativa, es la creación de un Manual de Crisis, o al menos el establecimiento de directrices concretas para enfrentarla. La ausencia de un Manual de Crisis, o por lo menos un plan de emergencia, refuerza la idea de que la comunicación durante el gobierno de Gutiérrez fue de naturaleza totalmente reactiva. No se planificaron medidas de control ante decisiones políticas tan conflictivas como el cese de la Corte Suprema de Justicia, formas de gobierno denunciadas como nepotistas por los medios de comunicación, o alianzas polémicas como aquella que resolvió traer de vuelta al Ecuador al líder del PRE, Abdalá Bucaram. En este caso concreto, el gobierno desconoció la importancia histórica y cultural de la caída del ex presidente roldosista. Al respecto, la Escuela de Frankfurt y sus postulados destacan la relación íntima y sensible entre la comunicación y la cultura. Al conceder el retorno del ex presidente roldosista, el gobierno se atribuyó automáticamente todas las características negativas que representan históricamente para el Ecuador, y específicamente para Quito, el gobierno derrocado en el año 1996. Paradójicamente, nueve años después Gutiérrez tuvo que huir del Palacio de Carondelet, al igual que Bucaram, y exiliarse en el extranjero.

⁸⁸ <http://www.elheraldo.com.ec>. Diario de la ciudad de Ambato, Ecuador.

6. CAPÍTULO 6

6.1. Conclusiones y recomendaciones

6.1.1. Conclusiones

1. Como resultado de esta investigación, se concluyó que no hay acceso libre a información en la SENACOM. No existe un registro sobre el manejo de la comunicación durante la presidencia de Lucio Gutiérrez y, a pesar de las leyes vigentes a partir del año 2004 (período de nuestro estudio) que amparan a la ciudadanía para acceder a información pública con libertad (Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública - LOTAIP)⁸⁹ los funcionarios se negaron a proporcionarnos documentos. Esta fue e obstáculo principal que limitó la investigación y no permitió confrontar con información oficial los datos obtenidos mediante entrevistas y prensa escrita. Sobre la base de los testimonios de funcionarios públicos a cargo de la principal dependencia de la gestión en comunicación gubernamental, se ha ratificado que no existe un registro oficial sobre su trabajo, y que incumple las leyes que obligan a proveer información solicitada por cualquier ciudadano; de la misma manera los medios de los que se vale dicha instancia del gobierno para informar sobre su gestión, sus funciones y funcionarios como el sitio en Internet, también incumplen las leyes, y no proveen información precisa sobre la organización ni sus funciones de una manera clara.

⁸⁹ Ver Anexo 6

Para ejemplificarlo de mejor manera, durante la investigación y durante varios acercamientos a la SENACOM y otras dependencias públicas, se solicitó la siguiente información:

- a) Manejo de comunicación interna: políticas, manuales estratégicos o de comportamiento y desarrollo comunicacional dentro del gobierno.
- b) Dependencias encargados y funcionarios responsables.
- c) Las estrategias que se seguían, o el procedimiento para alcanzar los objetivos y cumplir con las funciones.
- d) Historial y archivos de dichas entidades y sus funciones.

Esta información no fue entregada, ni documentos oficiales como lo demanda la ley. Tampoco hubo interés por establecer una conversación sobre el tema, que fácilmente pudo proveer información, con los funcionarios que trabajaron en la Secretaría de Comunicación desde el tiempo de Gutiérrez hasta la fecha en la que se intentó obtener datos.

2. La Secretaría Nacional de Comunicación del Estado (SENACOM) no está provista de políticas de manejo de la comunicación. Y las funciones que se supone debe cumplir no se ejecutan.

- Muchos proyectos fueron planteados durante el período presidencial de Lucio Gutiérrez, pero ninguno se llevó a cabo en su totalidad ni apoyó a la práctica de la comunicación social.
- Ninguno de los proyectos estaba relacionado con establecer diálogos con la población.

- Uno de los principales medios de comunicación y difusión del gobierno es la web de la SENACOM no contiene información sobre el trabajo de Lucio Gutiérrez
- La asesoría a la Presidencia se cumplió parcialmente, se iniciaron campañas publicitarias para informar sobre la gestión política, cadenas nacionales de televisión y la administración con contenido propagandístico de la Radio Nacional.

La función principal de la comunicación, durante este período presidencial, fue manejar la propaganda del presidente de la república. Los resultados evidenciaron que esta fue la única función de la comunicación para quienes tomaban las decisiones dentro de la presidencia.

3. La imagen del presidente fue manejada por los medios de comunicación, que por su naturaleza responden a intereses privados; en repetidas ocasiones Lucio Gutiérrez realizó apariciones en medios haciendo una afirmación que después era rectificadas por él mismo o por el Secretario de Comunicación de turno.

4. Durante el período de Gutiérrez no se determinó un perfil académico o de experiencia laboral específica para las personas que ocupan los cargos más importantes en la Secretaría de Comunicación

5. Se reemplazó cuatro veces al Secretario de Comunicación durante este período, y por esta razón no se establecieron políticas permanentes de

comunicación. Además, hubo grandes diferencias en la ideología de las personas seleccionadas para el cargo y esto originó la discontinuidad del trabajo de la Secretaría

6. No existe una sola publicación que registre la historia comunicacional del gobierno en el Ecuador; no hay un archivo de cómo se ha manejado la comunicación ni evaluaciones oficiales sobre dicha práctica.

7. La Secretaría Nacional de Comunicación no tiene autonomía de acción y no cuenta con un presupuesto fijo dentro de la pro forma del Estado. La asignación de sus recursos depende de la Secretaría de la Administración o del propio Presidente, a pesar de que el Secretario de Comunicación tiene estatus y sueldo de Ministro, y pertenece al gabinete como cualquier otro Secretario de Estado.

8. Durante el gobierno de Lucio Gutiérrez se manejó la comunicación según algunos postulados de la Escuela de Chicago, puesto que, en la práctica, nunca se esperó ni un análisis ni tampoco el *feedback* de la ciudadanía, a pesar de que sí se realizaron varios intentos desde Radio Nacional o desde los planes de diálogo con la comunidad, como lo relata Fanny Grijalva, durante el período en el que Marcelo Cevallos fue Secretario. Pero al ser proyectos nunca concretados, los intereses de la ciudadanía no fueron tomados en cuenta, y eso se refleja en el incumplimiento de las funciones de la Secretaría.

9. Manejar la comunicación durante el período de Lucio Gutiérrez fue muy complejo porque no es posible comunicar lo que no existe; de la misma manera si no se comunica a la ciudadanía lo que se hace, es como si no hubiese ocurrido jamás.

10. Si no es consolidado un plan que involucre toda la gestión del Gobierno, como los Ministerios y demás dependencias y entidades adscritas, si no se le otorga el poder que merece la práctica comunicacional a través de la SENACOM, o no se crea una entidad que lleve a cabo estas responsabilidades, la Comunicación Corporativa aplicada a un gobierno no será una herramienta para gestionar efectividad o eficiencia en las acciones gubernamentales, en la organización del Estado o en el trato con la ciudadanía.

6.1.2. Recomendaciones

1. Es vital demandar el cumplimiento de la LOTAIP, cuyo objetivo es el desarrollo de una sociedad informada y una ciudadanía con un criterio político más formado. La SENACOM debe servir como plataforma para que el Estado siga esta ley a cabalidad. Al respecto se han hecho estudios como el de Grupo Faro en el año 2005⁹⁰, sobre la aplicación de la LOTAIP y se pueden aprovechar sus resultados.

2. La comunicación interna de la Secretaría debe contar con un proceso de inducción de los funcionarios. Éstos deben conocer las funciones de la Secretaría y tratar de cumplir con todas ellas, sin importar su ideología.

3. La imagen del Presidente de la República debe ser manejada por la SENACOM y ésta debe intervenir en la construcción de dicha imagen en los medios de comunicación.

4. A través de la Presidencia de la República se debe gestionar un proyecto de ley en el que se establezcan los siguientes parámetros para las personas encargadas de la Secretaría de Comunicación. Estas sugerencias son adicionales a los requisitos que debe tener todo postulante a un cargo público.

- a) Ser ecuatoriano.
- b) Ser mayor de 25 años.

⁹⁰ Ver Anexo 7

- c) Contar con un título universitario ecuatoriano o extranjero en materias relacionadas a la comunicación política y al manejo de comunicación estratégica, ya sean en licenciaturas, maestrías, doctorados o diplomados.
- d) Contar con experiencia mínima laboral de 4 años en temas relacionados a comunicación social, organizacional, estratégica, o desarrollo sustentable, político, económico, social, local, regional y relacionados.
- e) Cumplir con los parámetros de honorabilidad dictados por la ley.
- f) Establecer este perfil para quienes dirijan cada uno de los departamentos de comunicación dentro de los Ministerios de la República y las dependencias del Estado adscritas a dichos Ministerios.

5. Sin importar la orientación política de la persona encargada de dirigir la SENACOM, ésta deber seguir los parámetros de un manual institucional ya establecido, que norme el trabajo de esta Secretaría y garantice el cumplimiento de sus funciones.

6. Debe documentarse todo el trabajo comunicacional del gobierno y ponerlo a disposición del público.

7. La SENACOM debe tener más autonomía de trabajo y su presupuesto debe permitirle una acción eficaz y eficiente.

8. Es necesario fortalecer el mensaje del Presidente y de la gestión del gobierno a través de coherencia en todos los temas que se traten, tanto en la forma como en el fondo del discurso, para sedimentar la credibilidad. Por ejemplo, si es necesario rectificar una propuesta, esta rectificación debe ser analizada y emitida de manera que no afecte la imagen del Presidente y futuras decisiones. Al respecto deben aplicarse algunas ideas de la Escuela de Palo Alto, sobretodo, aquella que sostiene que "todo comunica".

9. La propaganda del Gobierno debe informar a la ciudadanía sobre las obras y logros del gobierno, y convencerla de su gestión, siempre y cuando ésta se cumpla.

10. Debe consolidarse un plan que involucre toda la gestión del Gobierno, los Ministerios y demás dependencias y entidades adscritas. Además la Comunicación Corporativa aplicada a un gobierno debe ser una herramienta que gestione con eficiencia las acciones gubernamentales internas, la organización del Estado y las relaciones con la ciudadanía.

11. Tomando en consideración la actual estructura organizacional de los Ministerios y la Secretaría de Comunicación se recomienda:

- g) Bajo un criterio de coherencia y concordancia de acción, establecer áreas de comunicación en cada uno de los Ministerios y sus dependencias. Definir sus funciones y acciones comunicacionales

tanto internas como externas y que sean adaptables a cada institución.

- h) Dado que la Secretaría de Comunicación del Estado tiene categoría de Ministerio, ampliar sus funciones y establecerla como una consultoría en manejo de comunicación de cada uno de los Ministerios y dependencias del Estado, con el objetivo principal de posicionar a la SENACOM Secretaría de Comunicación como el organismo que formule y encabece la gestión de comunicación dentro del gobierno.
- i) Mantener reuniones semanales, en las que se realice un trabajo de planificación y manejo de imagen institucional externa, de cada una de las instituciones antes mencionadas, manejo de discurso del Ministro y asuntos específicos.
- j) Receptar sugerencias y análisis permanentes desde cada una de estas instituciones, de tal manera que pueda haber un acercamiento a las necesidades de diferentes sectores, como los que cada Ministerio representa.
- k) Demandar informes periódicos sobre la gestión de comunicación a cada uno de los Ministerios, y así lograr un control del manejo comunicacional y del mensaje, contraponiendo con los resultados sacados de la sección de la Secretaría destinada al monitoreo de medios y síntesis.
- l) Publicar estos informes en el registro oficial y de esta manera hacer cumplir de mejor manera la LOTAIP.

BIBLIOGRAFÍA

- Armand y Michèle Mattelart. Historia de las teorías de la comunicación Editorial Paidós, Barcelona 1997.
- Augé, Marc. *La guerra de los sueños*, Gedis, 2da edición, 1998
- Balandier, George. *Teatrocracia*. Paidós.
- Barbero, Jesús Martín. *De los medios a las mediaciones*, Editorial Convenio Andres Bello, 3ta Edición, 2003.
- Barbero, Jesús Martín. *Proyectar la comunicación*, Ediciones Tercer Mundo, Bogotá, 1998
- Barbero, Jesús Martín. *Pre-textos*, cap.: De los medios y los oficios a las mediaciones y las prácticas, Universidad del Valle, 1995.
- Blanco y negro revista electrónica del Diario Hoy, sábado 14 de septiembre del 2002.
- Canclini, García N. *Culturas híbridas*, Grijalbo.
- De La Torre, Carlos. *Ecuador Debate* (No. 49), CAAP y Artículo sobre opinión pública.
- Eco, Umberto. *Lector in fábula*, Lumen.
- González Requena, Jesús. *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*. Ediciones Cátedra.
- Laclau, Ernesto. *Emancipación y diferencia*, Ediciones Ariel.
- Odisea producciones culturales, “25 años de democracia en Ecuador (1979-2004)”, Editorial El Conejo. Pág. 225.
- Revista Iconos No. 16, FLACSO, mayo 2003, Quito- Ecuador

- Revista Iconos No.16, FLACSO, mayo 2003, Quito- Ecuador
- Ricoeur, Paul. *Ideología y Utopía*, Gedisa.
- Saad Heredia, Pedro. *El libro negro de Lucio Gutiérrez*. Quito, Editorial Rocinante, 2005.
- Sanabria, Francisco. *Estudios sobre la comunicación*. Editora Nacional, Madrid, España, 1975.
- Sartori, Giovanni. *Homo videns*. TAURUS EDICIONES.
- Thompson, John B. *Los media y la modernidad*, Paidós.
- Tribunal Supremo Electoral del Ecuador, oficina de organizaciones políticas.
- Varios autores. *Vídeo cultura*, Cátedra.
- Vilches, Lorenzo, *La televisión*, Paidós.

ANEXO 1

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS ANTEPROYECTO PARA TRABAJO DE TITULACIÓN

PROPUESTO POR: MARÍA SARA GABELA RIBADENEIRA DANIEL ANDRÉS ALMEIDA	CARRERA: COMUNICACIÓN CORPORATIVA
NÚMERO DE MATRÍCULA: 102347 104387	SEMESTRE QUE CURSA; OCTAVO SEMESTRE -----
PROFESOR GUIA: LIC. MIGUEL ÁNGEL SOTO SANDOVAL	FECHA: 06 ABRIL 2006

1. TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:

Comunicación Política en el Ecuador, análisis del caso: Lucio Gutiérrez.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 OBJETIVO GENERAL:

- Determinar si el mal manejo de la comunicación política fue un determinante importante del fracaso del gobierno de Lucio Gutiérrez.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Establecer diversos conceptos de Comunicación Política, los campos de acción y los actores.
- Realizar una reseña histórica sobre la utilización de herramientas de Comunicación Política en los últimos 26 años de democracia en el Ecuador.
- Contextualizar el período presidencial de Lucio Gutiérrez según el estado en el que el país se encontraba en su tiempo como mandatario.
- Realizar sugerencias válidas sobre el manejo de comunicación política en el Ecuador.
- Realizar un análisis descriptivo entre las políticas comunicacionales que se utilizaron durante el gobierno de Gutiérrez.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Dado el estado de la institucionalidad prácticamente destruida en la actualidad, como consecuencia del proceso de fracasos continuos en casi la mitad de los 26 años de supuesta democracia en el Ecuador, no solo como ciudadanos

jóvenes si no cómo estudiantes, nos hemos visto en la necesidad de encontrar si nuestra profesión puede ser un factor determinante de esta realidad.

A través de la realización de un análisis histórico de la comunicación política como un tema global, su trascendencia y consecución en el contexto ecuatoriano durante los últimos doce años, adicionalmente cómo se ha puesto o se ha dejado de poner en práctica el manejo responsable de esta actividad durante los distintos gobiernos, y cómo puede influenciar su relación con la comunicación corporativa, estaremos en capacidad de esclarecer cuál es la realidad verdadera de la comunicación política y qué desenlace puede tener simultáneamente a la reconstrucción del Estado ecuatoriano, sin dejar de lado la posibilidad de reestablecer los aportes que puede hacer la comunicación corporativa y reposicionar a la profesión, su práctica e influencia.

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para poder conceptualizar y determinar el significado de comunicación política y el caso del Ecuador, principalmente se hará uso de investigación bibliográfica mediante la cual se podrá determinar desde varios puntos de vista, nuestros objetivos.

Posteriormente se utilizará el método deductivo de investigación para que desde la comunicación política podamos determinar los diferentes campos a topar, progresivamente sobre el caso ecuatoriano y más adelante sobre el caso a tratar; así mismo se requerirá acudir a varias entrevistas personales con

actores vinculados de manera profesional o docente, actuales y ex funcionarios de diferentes gobiernos con el escenario político comunicacional. Así lograremos un enfoque lo más objetivo posible. Se complementará con el apoyo de periódicos, revistas e información de empresas encuestadoras.

MÉTODOS:

Deductivo: Este método va de lo general a lo particular y nos permitirá comparar los aspectos teóricos que sustentan a la comunicación política y aplicarlos a la realidad política del Ecuador, haciendo especial énfasis en los casos particulares de Lucio Gutiérrez

Analítico - Sintético: Lo emplearemos para analizar diversas fuentes bibliográficas que se encuentran dentro del campo de la comunicación, la política y a su vez sobre cultura. Así como también en el análisis de las estrategias de comunicación política utilizadas durante los gobiernos de Lucio Gutiérrez . .

Histórico - Lógico: Este método nos permitirá llevar un análisis cronológico de los acontecimientos referentes a la política ecuatoriana, comunicación y sus usos a lo largo de los últimos 12 años de gobierno.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:

Investigación Bibliográfica: La investigación será sustentada mediante

publicaciones referentes al tema: prensa escrita, revistas y recopilaciones históricas. A su vez la investigación será complementada con la revisión de bibliografía que provea un respaldo teórico.

Entrevistas: Se realizarán entrevistas con actores involucrados en el medio como funcionarios, ex funcionarios de la política nacional, docentes y actores inmersos tanto en el gobierno como líderes de opinión y representantes de empresas encuestadoras.

*gobierno
repleta
gobierno?*

5. TEMARIO INICIAL:

1. CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO

1.1. Comunicación

1.1.1. Escuela de Chicago

1.1.2. Escuela de Frankfurt

1.1.3. Escuela de Palo Alto

1.2. Política

1.3. Comunicación Política

1.4. Comunicación Corporativa.

1.4.1. Comunicación corporativa y su relación con comunicación política.

2. CAPÍTULO 2: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA.

2.1 Propaganda

2.2 Públicos.

2.3 Masas

2.4 Imagen

2.5 Opinión pública.

3. CAPÍTULO 3: COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL ECUADOR

3.1 Reseña histórica (26 años de democracia)

3.2 Función de la comunicación política.

3.3 Actores involucrados

3.4 Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República

4. CAPITULO 4: LA COMUNICACIÓN DURANTE EL GOBIERNO DE LUCIO GUTIÉRREZ

4.1 Recuento de la campaña electoral.

4.2 Aspectos comunicacionales.

4.3 Recuento del período presidencial.

4.4 Políticas de comunicación.

4.5 Temas de agenda.

5. CAPÍTULO 5: ANÁLISIS.

5.1 Investigación.

5.2 Entrevistas

5.3 Actores Involucrados

5.4 Empresas encuestadoras

5.5 Determinación de criterios de análisis de las estrategias de comunicación política utilizadas durante el período presidencial de Lucio Gutiérrez.

6. CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES.

6.1 Principales conclusiones Investigación.

6.2 Análisis.

6.3 Sugerencias para el manejo responsable de comunicación política.

BIBLIOGRAFÍA

- Aristóteles, *La Política*, Editorial Bruguera S.A. 1974, España.
- Armand y Michéle Mattelart, *Historia de las teorías de la comunicación*, Editorial Paidós, Barcelona 1997.
- Auge Marc, *La guerra de los sueños*, Gedisa. o Balandier George, *Teatrocracia*. Paidós.
- Barbero Jesús Martín *Pretextos*, cap.: De los medios y los oficios a las mediaciones y las prácticas.
- Barbero Jesús Martín, *Proyectarla comunicación*.
- Barbero Jesús Martín, *Pre-textos*.
- Barbero Jesús Martín, *De los medios a las mediaciones*
- Barranco Francisco Javier, *Técnicas de Marketing Político*, Ediciones Pirámide S.A., Madrid, España, 1982.
- Canclini García N., *Culturas híbridas*, Grijalbo.
- De la Torre Carlos, Ecuador Debate, artículo "Los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia", Quito, 2000.
- De La Torre Carlos en *Ecuador Debate* (No. 49), CAAP y Artículo sobre opinión pública en *Ecuador debate* (No. 46) CAAP.
- Durán Barba Jaime, Noguera Felipe, Garnett James L., Vega Hannia e Izurieta Roberto, "Estrategias de Comunicación para Gobiernos", Quito, Editorial Ecuador F.B.T. 2001.

- Eco Umberto, *Lector in Fábula: La cooperación Interpretativa en el texto narrativo*, Editorial Lumen.
- Elgarresta Mario, *Campañas electorales: conocimientos prácticos*
- Jijón y Caamaño Jacinto, Quito, Ecuador, 1994.
- Laclau Ernesto, *Emancipación y diferencia*, Ariel.
- Napolitan Joseph, *¿Cómo ganar las elecciones?*, casa editorial Senté, Quito, Ecuador, 2001.
- Requena Jesús González, *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*.
- Ricoeur Paul, *Ideología y Utopía*, Gedisa.
- Sartori Giovanni, *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*, Madrid, Taurus, 1998.
- Thompson John B., *Los media y la modernidad*, Paidós.

ANEXO 2

Hoja de vida: Gustavo Gaitán Thornee:

De origen colombiano, es periodista y mercadotecnista especializado en servicio y mercadeo relacional. Realizó estudios de producción cinematográfica en Funcine. Es escritor y guionista, que laboró en su país con Caracol, Cromos y Sony. Fue consultor empresarial e institucional en El Salvador, Costa Rica, Panamá y Perú. Ha asesorado a varios partidos, movimientos y candidatos en Ecuador como el PSC, PS, PSP, PRE, MBA y MB. Expone interesantes técnicas para la medición de la opinión pública y la comunicación con los electores a bajo costo, partiendo de que los actores políticos compiten en el territorio de servicio y las organizaciones deben desarrollar una cultura corporativa, para obtener recursos económicos y transparentar sus gastos electorales. Presenta novedosos ejercicios para la financiación en campañas y su posterior planificación en un mercado de alta turbulencia como el actual.

Trayectoria Profesional

- Director de la consultora internacional Enviatel, Quito- Bogotá (04- 05- 06)
- Capacitación para medios de comunicación, instituciones y partidos políticos .
- Docente de CIESPAL Ecuador, Radio Nederland Training Center, Cámara Nacional de Radio- Canara- Costa Rica, Academia Arco de Colombia. (02- 03- 04- 05). Escritor y asesor corporativo.

- Talleres y conferencias internacionales OEA, jurado premio Roger Barahona.
- Articulista de Radio World -. Estados Unidos (03)
- Publicación de análisis sobre la radio internacional.
- Director Revista Sintonía- Colombia, Perú y Ecuador (02- 03)
- Lanzamiento y coordinación de la publicación en 15 países.
- Director de Enviatel- Ecuador (00-01)
- Capacitación y asesoría a 22 empresas de servicio, medios de comunicación y candidatos a diputados, concejales y alcaldes.
- Gerente General de La Herencia Musical Records –Ecuador (02)
- Administración, Planificación y gestión de las empresas Lahemus, Radio Canela, Audio & Sonido.
- Gerente regional de Cronix-Global Call Center, Guayaquil- Ecuador (01-02)
- Administración y comercialización primer call center.
- Gerente de Megavisión, San Salvador- El Salvador (98-99)
- Plan estratégico de mercadeo canales 19 y 21, nueva programación, lanzamiento. Capacitación Salnet y Cámara de Comercio San Salvador
- Director de Enviatel- Ecuador (96-97)
- Capacitación y consultoría a 17 empresas, instituciones y candidatos.
- Director de Mercadeo, Inversiones Cromos- Colombia (94-95)
- Campañas Cromos, Investigación Vea y lanzamiento Shock
- Gerente de Servicio al Cliente, Teleamazonas, Quito- Ecuador (90-94)
- Estrategia de servicio, correo directo y Facilitador calidad total
- Jefe de Servicio al Cliente, Caracol Radio, Bogotá -Colombia (89-90)
- Auditoria de servicio y anteproyecto de servicio.

- Director de la revista Sintonía, Bogotá- Colombia (84-85)
- Primera publicación especializada en radio en español.
- Director de Oasis productions, Bogotá – Colombia (82-83)
- Producción de programas en 5 idiomas.
- Coordinador de promoción internacional CBS, Bogotá- Colombia (79-81)
- Manejo de material fílmico y videos, organización visitas artistas internacional

ANEXO 3

Hoja de vida: Yolanda Torres

FORMACIÓN ACADÉMICA

Estudios Superiores

- Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Salamanca, Salamanca – España, 1 año.
- Facultad de Filosofía, Universidad Católica Quito – Ecuador, 1 semestre.
- Facultad de Jurisprudencia, Universidad Católica Quito – Ecuador, 2 semestres.
- Universidad Técnica Particular de Loja, Facultad de Derecho, Sede en Quito Ecuador. 1 semestre.

Cursos Especiales

- Marketing
- Computación Básica

Ejercicio profesional

- Profesora de Inglés, Centro Educativo Integral, 1981 – 1983
- Animadora del Programa “Video Show”, Ecuavisa, 1988 – 1989
- Conductora del Noticiero Dominical, Ecuavisa, 1989 – 1990.
- Gerente de Spark Producciones, 1987 – 1988

- Jefe de Relaciones Públicas, Hotel Alameda Real, 1988 – 1989
- Gerente de Ventas, Hotel Alameda Real, 1989 - 1990.
- Presentadora del Noticiero “Televistazo del Mediodía”, Ecuavisa, 1991 – 1993
- Conductora del Noticiero “Contacto Directo” Ecuavisa, 1992 – 1996
- Conductora y Directora del Programa “Complicidades” 1990 – 1997
- Gerente y Productora Ejecutiva de GCW Producciones, 1995 – 2003
- Conductora del Programa “Con los Pies en la Luna”, Radio La Luna, 1997 – 1998
- Concejala del Distrito Metropolitano de Quito 1998 – 2002
- Segunda Vicepresidenta del Concejo Metropolitano de Quito, 2000 - 2002
- Presentadora de Noticias, TC Televisión 1998 – 2003
- Conductora del Programa “Justicia para Todos” TC Televisión, 2001 - 2002
- Secretaria de Comunicación del Gobierno Nacional del Ecuador período 2003 / 2004.
- Directorio Cámara de Comercio de Quito Segunda Suplente – 2003
- -Directora de Proyectos CONNECTINGROUP.
- -Gerente de Relaciones Públicas y Comunicación del PROYECTO TURÍSTICO CRUZ LOMA “TELEFERIQUO DE QUITO”.

Otros

- Asesora en Comunicación, Comisión Anticorrupción, 1998
- Miembro Fundadora de la Red de Mujeres en Comunicación
- Miembro Fundadora del Movimiento "Ciudadanos por la Dignidad".

ANEXO 4

Nombres: Marcelo Cevallos Rosales

Profesión: Periodista

Licenciado en Ciencias de la Comunicación
por la Universidad Central

Estudios de especialización: CIESPAL, INCAE, Instituto José Martí Cuba

Experiencia profesional

- Redactor de las Revistas Vistazo y Estadio
- Diario Ultimas Noticias
- Diario El Comercio
- Fundador de la revista Siempre
- Director de Radio Unión
- Consultor de UNICEF
- Director de Comunicación Social de varias empresas públicas
- Guionista de Cinearte
- Secretario General de Comunicación del Estado
- Director de Publicaciones de la CCE

Dignidades gremiales

- Presidente de la UNP

- Presidente de la Federación Nacional de Periodistas
- Vicepresidente de la Organización Internacional de Periodistas
- Fundador y directivo de la Federación Latinoamericana de Periodistas
- Fundador de la Asociación Latinoamericana de Derechos Humanos

Obras publicadas

- Cuanto te odio Marilyn (cuentos)
- Sueños de Shamán (cuentos)
- Daquilema Rex (cantata musicalizada por Jatari)
- Entre vértigos e insomnios (Novela)
- Los Fantasmas de Carondelet (Novela)
- Varios guiones para cine y TV

Premios

- Mención en la Primera Bienal de la novela ecuatoriana
- Premio de la UNESCO por el cuento "El décimo Pachacútik".
- Premio CCE al mejor guión de cine

ANEXO 5

HOJA DE VIDA

Nombre: Fanny Margoth Grijalva Morales

Nacionalidad: Ecuatoriana

Matrículas profesionales: Colegio de Periodistas de Pichincha

No.17-112

Formación académica:

- Doctora en Ciencias Internacionales, nivel de postgrado, especialización Asuntos Económicos e Integración.
- Licenciada en Ciencias de la Información.
- Diplomada del Instituto de Altos Estudios Nacionales, IAEN.
- Especialista en Seguridad y Desarrollo Nacional, IAEN.

Experiencia profesional:

- Periodista de los diarios “El Comercio” y “Ultimas Noticias”, diez años. Editora de las páginas de la mujer y cultural para el diario

Últimas Noticias; para el diario El Comercio información sobre educación, salud, cultura y economía; reportajes sobre temas de salud y desarrollo humano, entre otros.

- Responsable de la campaña promocional del IESS frente a la Consulta Popular realizada en noviembre de 1995, que mereció por parte del Colegio de Periodistas de Pichincha la distinción “A la mejor labor en comunicación institucional a los comunicadores sociales del IESS”, el 5 de enero de 1996.
- Funciones cumplidas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS: Asesora de la Dirección General, Jefa del Departamento Nacional de Comunicación Social; Jefa del Departamento de Información al Público, Jefa del Departamento de Relaciones Públicas del Hospital “Carlos Andrade Marín” de Quito.

- Directora de comunicación de la Compañía de Comercio Exterior, Comexter.
- Consultora para el diseño y estructuración de las estrategias de mejoramiento de la imagen institucional y difusión de la generación de tecnologías agropecuarias del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, INIAP, año 2002.
- Consultora para el diseño y ejecución del Proyecto “Sistema de Comunicación Gubernamental”, Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República.

- Especialista en comunicación social para el Proyecto de Educación Nutricional, PEN, de la Comisión Europea y la Secretaría Técnica del Frente Social.
- Directora de Comunicación Social de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, CAPEIPI.
- Otras funciones profesionales: Periodista, investigadora y editora de publicaciones en: Universidad Central del Ecuador; Instituto Ecuatoriano de Opinión Pública; Proyecto Edunat II de la Fundación Natura; Fundación IDEA; Grünenthal, Proyecto de Educación a la Comunidad de Aventis Pharma Ecuador.
- Consultora Cursantes promoción XXIII sobre el tema “Análisis de la Evolución de la Identidad Nacional”, Instituto de Altos Estudios Nacionales, IAEN; Miembro del Tribunal de Grado promoción XXV, IAEN.

Investigaciones y publicaciones:

- Editora e investigadora para las publicaciones: “Nuestro modelo: la Solidaridad”; “Efectos de la crisis mundial en el comercio exterior del Ecuador”; “Análisis morfológico y de contenido de las revistas ecuatorianas”; “Los medios de comunicación social y su influencia en la sociedad ecuatoriana”; “El proyecto hidroeléctrico Paute y el desarrollo nacional”.

- Editora de varias publicaciones del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS (folletos, afiches, revistas, periódicos internos, informes, memorias institucionales, página web); y, de la Fundación Natura.

ANEXO 6

Sitio web de la Presidencia de la República y SENACOM

Presidencia de la República - Gestión Presidencial - Mozilla Firefox

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://www.presidencia.gov.ec/secciones.asp?seid=210

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Martes, 19 de septiembre de 2006 | sugerencias | suscripción | Mapa del Sitio | Búsqueda | <todo el sitio>

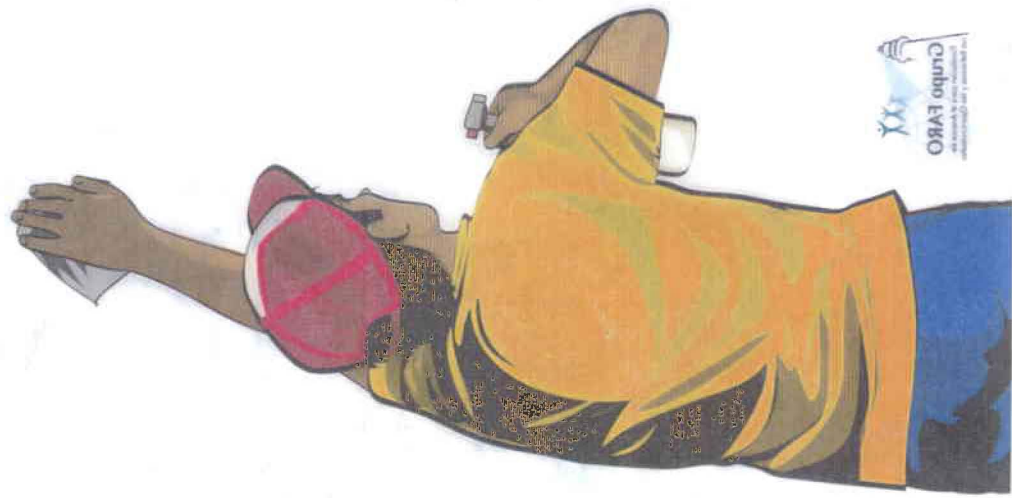
Secretaría de Comunicación	Gestión Presidencial	Presidencia
<ul style="list-style-type: none">PolíticaEconomíaCivilesEducaciónIndustria y Comercio ExteriorSeguridad y JusticiaMedio Ambiente, Agua y EnergíaSalud y BienestarGestión PresidencialDefensaRelaciones ExterioresTransportesTrabajo y EmpleoUrbanismo y ViviendaTelecomunicaciones		<ul style="list-style-type: none">PresidenciaMinisterio de la DefensaMinisterio de JusticiaMinisterio de Relaciones ExterioresMinisterio de Comercio Exterior, Industria y TurismoMinisterio de Energía y PetróleoMinisterio de Agua y EnergíaMinisterio de Salud y BienestarMinisterio de Trabajo y EmpleoMinisterio de Vivienda y Urbanismo

Secretaría General de Comunicación | Todos los Derechos Reservados © 2006

ANEXO 7

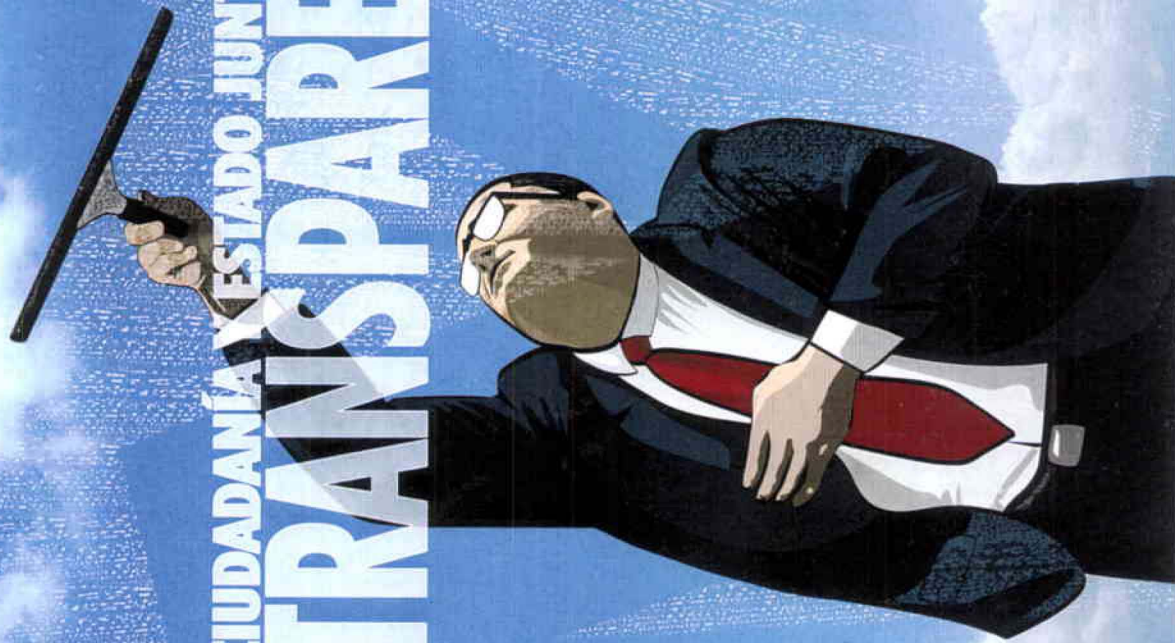
DOCUMENTO DE GRUPO FARO

Libros Fisco!
el mundo no buelchitzab 2005 andmencib
oie f ogure S' amoini



Cunbo FARO
el mundo no buelchitzab 2005 andmencib

CIUDADANÍA Y ESTADO JUNTOS POR LA TRANSPARENCIA



RESUMEN EJECUTIVO

Los procesos que persiguen como objetivo a la transparencia en las instituciones del Estado están sujetos a la información activa y eficiente de dos protagonistas:

1. El estado, difundiendo información de calidad y,
2. La ciudadanía, ejerciendo el derecho de acceso a ella como lo define la LOTAIP en el artículo 1: "El acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado...".

Existe una actitud que proyecta al Estado como un actor que gira en su propia órbita, distante de la realidad ciudadana. La propuesta de Lupa Fiscal Ecuador busca entender el contexto del sector público para apoyar procesos que permitan avanzar en el cumplimiento del derecho ciudadano por un lado y por otro, que la institución se fortalezca en este ejercicio.

Nuestro trabajo ha partido de un ranking inicial que evidenció que en conjunto, el promedio de cumplimiento de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Públi-

ca -LOTAIP- de los ministerios, Contraloría y Defensoría del pueblo, alcanzaba apenas un 18,8%. La visión de nuestro trabajo ha partido de la decisión de no agotar este trabajo en la denuncia y emprender un camino que sirva como ejemplo para propuestas futuras.

Para Grupo FARO, el fin último es la consolidación de un Estado capaz, influyente, incluyente y democrático, aplicando la filosofía: todos ganan. Con ese objetivo, se inició la implementación de un enfoque diferente: **ciudadanía y estado juntos por la transparencia.**

1. ¿Cómo gastan los municipios sus presupuestos?
2. Lupa Fiscal Local: Santa Cruz y San Cristóbal
3. Transparentando el estado desde la sociedad civil: experiencias de incidencia desde la sociedad civil a la política pública.

La Coalición de Control Social involucra a: Grupo FARO (organización coordinadora), Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental (CEDA), Contrato Social por la Educación en Ecuador, Fundación Futuro Latinoamericano (FLA), Fundación Qelika, FUNDAR - Galápagos, Jubileo 2000 - Red Guayaquil, Participación Ciudadana, Registro de los 25, UPDAEDICE - Esmeraldas, Observatorio Político PUCF, CEPLAES, Consejo Nacional de las Organizaciones civiles de desarrollo social, Asociación de jóvenes profesionales de la nacionalidad Shuar, Fundación Lite for the Amazon, Asamblea provincial de la sociedad civil y Federación de Cámaras de Esmeraldas.

GRUPO FARO AGRADECE A: Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento - CIPPEC de Argentina, en especial a Christian Grunberg; y a Rafael Donoso.

DIRECCIÓN: Orazio Belletini
DIRECTOR DEL PROYECTO TRANSPARENTANDO EL ESTADO DESDE LA SOCIEDAD CIVIL: Orazio Belletini
COORDINADORA DE LUPA FISCAL ECUADOR: Alicia Guzmán
ASISTENTE DE INVESTIGACIÓN: Carlos Chang
ASESORES EXTERNOS: Carlos Díaz y Laura Malajovich
EDITOR: Carlos Reyes
DISEÑO CUBIERTA: Diego Corrales
IMPRESIÓN: Soboc Grafic

CONTACTENOS: Eilia Liut 0e3-57 Telf: (593)2 245-6723 Telefax: (593)2 226-4719
info@grupofaro.org www.grupofaro.org Quito - Ecuador

Grupo FARO es un "think-and-do tank" (Centro de Implementación de Políticas Públicas) dedicado al análisis serio y riguroso, el diseño estratégico y pragmático y la implementación efectiva y transparente de políticas y reformas públicas en Ecuador.



¿Cómo se ve la LOTAIP después del primer año?

Introducción.- Los primeros en abanderarse con la transparencia, acceso a la información y toma adecuada de decisiones basadas en ella, fueron los ambientalistas. Los activistas ambientales entendieron que sus gestiones surtirían mejor efecto si ellos contaran con la información necesaria, suficiente y oportuna, de allí que se ingeniaron procedimientos para variar el sistema a su favor y cumplir con éxito estos objetivos. Hoy, las organizaciones en pro de la defensa del consumidor lideran un proceso similar con el objetivo de que los consumidores tomen decisiones, sobre los productos, con suficiente información.

En países Latinoamericanos, las iniciativas en cuanto a leyes de acceso a la información o alguna modificación

en su constitución en pro de ellas, son bastante recientes. Entre las naciones pioneras podemos mencionar a las siguientes: Argentina (1998), Chile (1999), Panamá, México, Perú, Guatemala y Jamaica, todas ellas en el 2002. Actualmente, la mayoría de los países Latinoamericanos cuenta con una ley o por lo menos una norma relacionada a la publicidad, difusión y acceso a la información pública.

Ecuador, como algunos países de América Latina, ha impulsado y emitido la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), Ley No. 24, publicado en el Registro Oficial Suplemento 337 del 18 de Mayo del 2004. El Reglamento a esta Ley fue publicado por Decreto Ejecutivo No 2471; en Registro Oficial 507 de 19 de Enero del 2005 y se re-

formó mediante Decreto Ejecutivo No. 163; en Registro Oficial 33 del 7 de Junio del 2005.

Sin embargo, ¿cómo se ve la LOTAIP después del primer año? Este ejercicio busca evaluar el nivel de cumplimiento de las instituciones públicas después del primer año que estipula la ley. Presentamos una guía metodológica, que monitorea el cumplimiento de los Ministerios, Contraloría y Defensoría.

Este informe, además, refleja lo que se puede hacer desde la sociedad civil para mejorar la publicidad, difusión y acceso a la información pública. Pretendemos evolucionar la actitud ciudadana de víctima y denuncia hacia una participativa, responsable y con iniciativa.

¿Qué es transparencia?

Este concepto involucra a ciudadanía y Estado y, por lo tanto, la ausencia de cualquiera de ellas puede traducirse en poca o ninguna transparencia de lo público.

Transparencia significa limpieza, buena fe, es un principio que orienta la acción de quienes ejercen el poder público y se expresa en una serie de obligaciones a presentar de forma clara y comprensible sus actuaciones¹.

Por el lado de la ciudadanía, el acceso a la información pública es un derecho de cada ecuatoriano. El derecho a la información tiene un ámbito que sobrepasa al Estado, se consagra en la declaración de Derechos Humanos y es un eje transversal a otras legislaciones nacionales e internacionales.

Por lo tanto, la participación de la ciudadanía en activar esta corresponsabilidad, es vital para alcanzar la transparencia.

Nuestra propuesta busca:

1. Evaluar y monitorear el cumplimiento de los ministerios, la Contraloría y Defensoría a la LOTAIP.
2. Explorar potenciales líneas de reforma pública para mejorar las capacidades de las instituciones públicas, en el cumplimiento de la LOTAIP.
3. Incentivar a la ciudadanía a participar activamente en las acciones y decisiones del estado, empezando con la demanda de información y luego, basada en ella, tomando decisiones adecuadas.
4. Replicar estos resultados a otras instituciones y regiones.
5. Difundir la experiencia de trabajo conjunto sociedad civil y estado tanto a funcionarios públicos como a la ciudadanía.

Nuestra metodología



¿Cómo?

El artículo 7 de la LOTAIP establece que las instituciones del Estado difundirán a través de un portal de información o página web, así como de los medios necesarios a disposición del público, implementados en la misma institución. Este mismo artículo establece los temas a publicarse, listados a continuación.

“La información deberá ser publicada, organizándola por temas, ítems, orden secuencial o cronológico, etc., sin agrupar o generalizar, de tal manera que el ciudadano pueda ser informado correctamente y sin confusiones”. (LOTAIP, 2004, Art. 7, párrafo final)

1 Bonilla Paul, Acceso a la Información pública, Guía para la acción ciudadana. Primera sección: Introducción a una cultura de la transparencia. ILDIS, Quito, 2005, pag. 23

¿Qué vamos a evaluar?

Tema	Literal del Art. 7	Información específica del literal de la Ley
Organización interna	a)	Estructura orgánica funcional
	b)	Base Legal que la rige. Reglamentos y procedimientos internos ítems y electivos de las unidades administrativas. Directorio completo de la institución y el distributivo de personal
Sueldos y Beneficios	c)	Remuneración mensual por sueldo y todo ingreso adicional incluido el sistema de compensación
	e)	Texto íntegro de todos los contratos colectivos vigentes
Servicios	d)	Servicios que ofrece y la forma de acceso a ellos
	f)	Formularios o formatos de solicitudes para los trámites
Presupuesto	k)	Planes y programas de la institución en ejecución
	g)	Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos, gastos, financiamiento y resultados.
	h)	Los resultados de los auditores internos y gubernamentales
Controlos	i)	Información sobre los procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, de las contrataciones de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, etc.
	j)	Empresas y personas incumplidas
Rendición de cuentas	m)	Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía: metas e informes de gestión e indicadores de desempeño
	n)	Valores, informes de trabajo y justificativos de movilización
Responsable de la información	o)	Nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica de la persona responsable de atender la información pública de que trata esta ley
Información reservada	Artículo 18	Elaborarán semestralmente por temas, un índice de los expedientes clasificados como reservados. En ningún caso, el ítem no será considerado como información reservada

Fuente: Consejo Nacional de Concividad

Debido a que apenas el 3% de la población ecuatoriana tiene acceso a Internet, el acceso a la información pública se puede llevar a cabo en dos niveles

1er nivel: Acceso Activo

Acceso Activo es el proceso de solicitud de información, realizado por cualquier persona mediante un oficio o correo electrónico dirigido a la máxima autoridad de la institución.

a) Vía solicitud

Este documento deberá tener las siguientes características:

“El titular de la institución o representante legal será el responsable de recibir y contestar las solicitudes de acceso a la información, en el plazo perentorio de diez días, mismo que puede prorrogarse por cinco días más, por causas debidamente justificadas e informadas al peticionario”. (LOTAIP 2004, Art. 9).

1. Elaborar una solicitud dirigida a la máxima autoridad de cada institución (Ministro, Contralor y Defensor).
2. Entrega personal de dicha solicitud en el área de “información” y/o “archivo” de cada institución.
3. Las instituciones entregan el registro único de trámite (No. guía), No. de teléfono y persona de contacto en el momento de recibir la solicitud.
4. Las instituciones, entregan en forma parcial y normalmente solicitan regresar por el resto de información al tercer día laborable.
5. Visita, al tercer día laborable, a las instituciones que entregaron información parcial. El objetivo es obtener la información faltante para después monitorear telefónicamente el proceso.
6. Esperar 10 días laborables desde el momento de entrega de la solicitud y 5 días si el caso lo amerita.

b) Vía solicitud on-line

Es aquella solicitud que se realiza mediante el envío de un correo electrónico utilizando el campo “Contactenos” o “Sugerencias” de la página web, mediante los siguientes pasos:

- a. Enviar el correo electrónico a la institución correspondiente.
- b. Esperar 10 días laborables desde el momento de entrega de la solicitud y 5 días si el caso lo amerita siguiendo lo expresado en el Título Segundo, Art. 9, segundo párrafo de la LOTAIP.

2do nivel: Acceso On-line

Acceso on-line: Acceso Pasivo es el proceso de monitoreo, a la difusión de información, mediante la revisión de la página web de las instituciones estatales y todas las demás contempladas en el Art. 1 de la LOTAIP. Para ello, se usaron las especificaciones técnicas de portales publicado por el CONATEL y con los siguientes pasos:

Revisión individualizada de las páginas web de las instituciones.

Asignación de valores: 1 = Si presenta; 0 = No presenta.

Análisis y discusión de los resultados.

FASE I

Solicitud y revisión de la Información (Agosto 2005)

a. Acceso Activo vía solicitud
Información Tabla 1

La solicitud enviada a 11 ministerios, la Contraloría y Defensoría. En el mes de agosto, Grupo FARO envió solicitud de información de:

1. Presupuesto aprobado del 2005 a nivel de Grupo
2. Presupuesto ejecutado mensual de enero a junio del 2005, a nivel Grupo

b. Acceso Activo vía solicitud on-line
Información Tabla 2

También se enviaron correos electrónicos a xxx ministerios con la misma solicitud de información.

Acceso On-line
Información Tabla 3

A este nivel hemos evaluado todas las páginas web o portales existentes.

FASE 2

Informe inicial de resultados (Agosto - septiembre 2005)

A. Resultados del Acceso Activo vía solicitud

TABLA 1 Ranking de Resultados de la primera solicitud

MINISTERIOS	INFORMACIÓN - FECHAS			
	FASE I SOLICITUD	LÍMITE LEGAL	LÍMITE JUSTIFICADO	RESPUESTA
1 Gobierno y Policía	14 ago	29 ago	5 sep	18 ago
2 Bienestar Social	15 ago	29 ago	5 sep	22 ago
3 Relaciones Exteriores	19 ago	29 ago	5 sep	25 ago
4 Contraloría General**	19 ago	5 sep	12 sep	26 ago
5 Obras Públicas	19 ago	29 ago	5 sep	30 ago
6 MICIP	20 ago	25 ago	1 sep	31 ago
7 Defensa Nacional*	21 ago	29 ago	5 sep	7 sep
8 Educación y Cultura	21 ago	25 ago	1 sep	7 nov
9 Ambiente	21 ago	25 ago	1 sep	
10 Economía y Finanzas	21 ago	29 ago	5 sep	
11 Trabajo	21 ago	29 ago	5 sep	
12 MIDUVI	21 ago	29 ago	5 sep	
13 Agricultura y Ganadería	21 ago	25 ago	1 sep	
14 Energía y Minas	21 ago	29 ago	5 sep	
15 Salud Pública	21 ago	29 ago	5 sep	
16 Turismo	21 ago	29 ago	5 sep	
17 Defensoría del Pueblo	21 ago	2 sep	9 sep	

* 23 ago.: remitirse a la página web; 7 sep.: respuesta definitiva luego de aclarar que en su página web no estaba la información solicitada

** 23 ago.: el Contralor solicita el Acuerdo Ministerial de Grupo FARO

FASE 2

Informe inicial de resultados (Agosto - septiembre 2005)

B. Resultados del Acceso Activo vía solicitud on-line

TABLA 2 Ranking de Resultados de la solicitud on-line

MINISTERIOS	WEB	INFORMACIÓN - FECHAS			OBSERVACIONES
		SOLICITUD	LÍMITE	RESPUESTA	
1 MICIP	www.micip.gov.ec	9 de ago.	24 de ago.	9 de ago.	Respuesta automática: dirección y correo electrónico
2 Trabajo	www.mintrab.gov.ec	9 de ago.	24 de ago.	9 de ago.	Respuesta automática: agradecimiento
3 Ambiente	www.ambiente.gov.ec	15 de ago.	29 de ago.	16 de ago.	Respuesta personalizada: "Vaya a la página web"
4 Economía y Finanzas	www.mef.gov.ec	9 de ago.	24 de ago.	18 de ago.	Respuesta personalizada: "Vaya a www.sigef.gov.ec"
5 Agricultura y Ganadería	www.mag.ec	x			
6 Bienestar Social	www.mbs.gov.ec	16 de ago.	30 de ago.		
7 Defensa Nacional	www.portal.fuerzasarmadasecuador.org	9 de ago.	24 de ago.		
8 MIDUVI	www.miduvi-slv.gov.ec	x			
9 Educación y Cultura	www.mec.gov.ec	16 de ago.	30 de ago.		
10 Energía y Minas	www.menergia.gov.ec	9 de ago.	24 de ago.		
11 Gobierno y Policía	www.mingobierno.gov.ec	16 de ago.	30 de ago.		
12 Obras Públicas	www.mop.gov.ec	9 de ago.	24 de ago.		
13 Relaciones Exteriores	www.mmrree.gov.ec	9 de ago.	24 de ago.		
14 Salud Pública	www.msp.gov.ec	x			
15 Turismo	www.vivecuador.com	9 de ago.	24 de ago.		
16 Defensoría del Pueblo	www.defensordelpueblo.org.ec	15 de ago.	29 de ago.		
17 Contraloría General	www.contraloria.gov.ec	16 de ago.	30 de ago.		

Conclusiones

Acceso Activo (TABLA 1)

- 8 de 17 instituciones (47%) respondieron a la solicitud de información.
- 2 de 17 instituciones (12%) respondieron a cabalidad y de acuerdo a la solicitud presentada.
- Casi la mitad de las instituciones (47%) respondieron a la solicitud de audiencia y 7 de 17 instituciones (41%) concedieron la misma.
- Solo 3 de las 8 instituciones que respondieron a la solicitud de información (38%) concedieron audiencias.

Acceso Activo en línea (TABLA 2)

- 4 de 17 instituciones (23%) respondieron a la solicitud mediante el correo electrónico.
- 50% de las respuestas fueron respuestas automáticas.
- 3 de 17 páginas web institucionales (18%) no cuentan con el apartado "contáctenos" ni "sugerencias".

FASE 2

2. Acceso On-line

En la segunda y tercera semanas de agosto de 2005 se evaluaron las páginas web de todos los ministerios del Ecuador, Contraloría General del Estado y Defensoría del Pueblo.

El trabajo se concentró en la revisión de los literales a-o del Art. 7 de la LOTAIP. El análisis se basa en las Especificaciones Técnicas de Portales (Cuadro 2), elaborado por la Comisión Nacional de Conectividad del Ecuador.

TABLA 3 Ranking de Resultados de la solicitud on-line Informe inicial

SECCIONAMIENTO DEL ARTÍCULO 7 DE LA LOTAIP, SEGÚN EL CONSEJO NACIONAL DE CONECTIVIDAD*

MINISTERIOS	Organización interna		Sueldos y Beneficios		Servicios		Situación financiera		Contratos		Rendición de cuentas		Responsable de la información		CUMPLIMIENTO																				
	Estructura orgánica funcional	Base legal	Metas y objetivos de las unidades administrativas	Directivos	Remuneración mensual por puesto	Distribución de personal	Servicios y horarios que ofrece la institución	Formalización y horarios para tramitar	Presupuesto anual 2005 e su ejecución	Planes	Programas en ejecución	Resultados de las auditorías internas y gubernamentales	Información sobre procesos contractuales y precontractuales	Metas e informes de gestión e indicadores de desempeño		Visitas de las autoridades y funcionarios públicos	Nombre, dirección de la oficina, avanzado postal y dirección electrónica del responsable																		
Ambiente	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	0	0	2	0	1	4	19	73,1																
Turismo	1	1	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	3	0	4	16	61,5																
Economía y Finanzas	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	8	30,8																
Energía y Minas	1	1	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	7	26,9																
MICIP	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	5	19,2																
Defensoría del Pueblo	1	1	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	19,2																
Bienestar Social	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4	15,4																
Trabajo	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	15,4																
Contraloría General	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	15,4																
Relaciones Exteriores	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	11,5																
Agricultura y Ganadería	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	7,7																
Gobierno y Policía	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	7,7																
Salud Pública	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	7,7																
Educación y Cultura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3,8																
Obras Públicas	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3,8																
Defensa Nacional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0																
MIDUVI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0																
	11	9	4	2	7	4	6,5	3	0,5	1	4	0	0	2	2	1	2,5	64,7	52,0	23,5	11,8	41,2	23,5	38,2	17,6	2,9	5,9	23,5	0,0	0,0	11,8	11,8	5,9	14,7	18,8

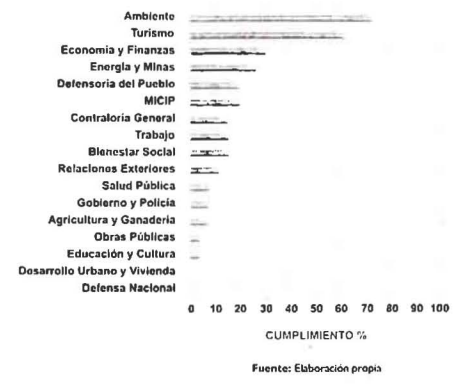
*Se han tomado siete de las ocho secciones, excluyendo la sección correspondiente a información reservada

Elaboración: Lupa Fiscal Ecuador

Temas del artículo 7 - LOTAIP



Instituciones



Conclusiones

Acceso on-line: los resultados iniciales se interpretan de la siguiente manera:

- Los Ministerios de Ambiente y Turismo lideran el cumplimiento del Art. 7 de la LOTAIP (73,1 y 61,5% respectivamente) al mes de agosto cuando se realiza el ranking inicial.
- El nivel de cumplimiento promedio de estas instituciones es muy bajo, ni 1 de cada 5 (18,8%) instituciones cumplen.
- Los Ministerios de Agricultura y Ganadería, Educación y Cultura, Gobierno y Policía, Obras Públicas y Salud Pública, no publicaron ni el 10% de su información.
- Los Ministerios de Defensa Nacional y Vivienda cumplen al 0%.
- Cerca de los 2/3 (64,7%) de las instituciones cumplieron con la información específica: "Estructura orgánica funcional" correspondiente al tema Organización interna.
- La mitad (52,9%) de las instituciones evaluadas cumplen con la información específica "base legal" perteneciente, igualmente, al tema Organización interna. Por ello, Organización interna es el tema más cumplido, pues 1 de cada 3 (38,2%) instituciones lo cumplen.
- La información específica "Remuneración mensual por puesto" es publicada por 2 de cada 5 (41,2%) instituciones. Con ello, la tercera parte (32,4%) de las instituciones cumplieron con el tema Sueldos y Beneficios, posicionándolo a éste como el segundo tema con mayor cumplimiento.

- Casi 1 de cada 3 ministerios (27,9%) cumplen con el tem Servicios.
- Cerca de 1/10 de instituciones cumplieron (aprox. 10% con el resto de los temas: situación financiera, contratos rendición de cuentas y responsable de la información.
- La única información específica que no fue cumplida por ninguna institución (0,0%) fue "resultados de las auditorías internas y gubernamentales" del tema Situación financiera

El nivel de información publicada por la Defensoría del Pueblo (19,2%) y La Contraloría General del Estado (15,4%) no alcanza ni la quinta parte de sus obligaciones. Tomando en cuenta que la primera defiende los derechos ciudadanos y la otra el manejo de los fondos públicos estos índices nos dejan con una alto grado de incertidumbre

FASE 3

Audiencias de validación del resultado preliminar con las instituciones

(Septiembre - Octubre 2005)

Una vez con el ranking inicial, se planteó como segunda fase, el seguimiento y validación de los resultados obtenidos. En la primera audiencia, misma que normalmente contó con la presencia de las autoridades de la institución, Grupo FARO presentó los resultados obtenidos por la institución correspondiente, una agenda preliminar de trabajo (Anexo 1) y el Manual de especificaciones técnicas para portales elaborado por el CONATEL.

Las audiencias (Tabla 1) se llevaron a cabo entre septiembre y la primera semana de octubre del 2005 con los ministerios que respondieron a la solicitud de audiencia que se incluyó en cada comunicación inicial: Obras Públicas, Ambiente, Bienestar Social, Trabajo, Economía y Finanzas, Educación y Cultura y Desarrollo Urbano y Vivienda. La Contraloría General del Estado envió una comunicación indicando que está en estudio la sección de información reservada y una vez definido ello indicarían la fecha de la audiencia.

La realidad de la LOTAIP casa adentro

En el Ecuador, existe un conjunto de leyes y reglamentos que cumplen teóricamente con estándares internacionales, la protección de derechos humanos, ciudadanos y políticos básicos. Sin embargo, la realidad institucional del sector público ecuatoriano rebasa la norma. Así, en cada audiencia, descubrimos limitaciones técnicas, organizacionales, de personal y otras que impiden el cumplimiento de la LOTAIP en su totalidad. A continuación presentamos la información resultante de las audiencias y de reuniones de trabajo con equipos dentro de los ministerios que nos dieron la apertura para lograr resultados de forma conjunta.

I. Recursos Tecnológicos

La publicación de información mediante un sitio web o portal electrónico tiene implícitamente ciertos requisitos tecnológicos básicos, con los cuales las instituciones estatales deben contar. Es decir, se hace necesario al menos:

- Un servidor conectado al ciberespacio.
- El protector (firewall) tanto para el servidor como para la red interna.
- Red interna (intranet) institucional, con facilidad para correo electrónico.
- Un centro de cómputo con computadoras que cumplan con las características de hardware y software necesarias para cumplir con esta tarea.
- Además, deben existir suficientes computadoras para el personal de cada departamento, encargado de alimentar la página web.
- Medios telefónicos para comunicación rápida.

En lo referente a los requisitos tecnológicos, estos fueron algunos de los criterios emitidos en las audiencias:

El problema desde la Institución	La perspectiva de Lupa Fiscal
"Los subsecretarios de este ministerio recomiendan que en lugar de usar un firewall, se utilice solamente un antivirus como el Norton..."	Si bien el costo de un firewall bordea los 15 mil USD, el antivirus Norton no es suficiente para blindar a todas las computadoras de una institución contra la invasión de un virus. El reemplazo del firewall por Norton puede resultar más caro que la compra del sistema en cuestión.
"Hace dos años, este ministerio no tenía un centro de computa..."	La falta de recursos indispensables para elevar la eficiencia de los servicios de cada institución, redundan en costos adicionales de suministros y tiempo hombre.
"Estamos estrenando el servidor de correo electrónico desde hace 3 semanas..."	El correo electrónico facilita la comunicación interna y externa de cada institución.
"Recién este año hemos podido configurar una red interna para las oficinas centrales de Quito. Se tiene pensado configurar una red con las demás provincias para finales del presente año..."	Las oficinas de los ministerios en Quito deben liderar los procesos de actualización de tecnología; de lo contrario, la descentralización y desconcentración de responsabilidades se convierten en una misión imposible.
"Para comunicarnos dentro del Ministerio, era necesario hacer una llamada local debido a que no se contaba con una planta telefónica..."	Los ministerios adolecen de problemas que no pueden presentarse en la era de la informática. La falta de una central telefónica no solo vuelven lentas y deficientes las operaciones diarias: suma gastos corrientes de una llamada telefónica en lugar de capacitar al personal e incorporar proyectos que benefician a la población.
"El sitio web de este ministerio se lo elaboró con las computadoras más avanzadas del año 2000..."	Los equipos requieren de mantenimiento y actualización permanentes.

FASE 3

Audiencias de validación del resultado preliminar con las instituciones

(Septiembre - Octubre 2005)

2. Recursos Humanos

De la misma manera, la publicación de información que es transversal a toda la institución, demanda una organización eficiente y coordinada de cada departamento y la conformación de un equipo de trabajo permanente que sea liderado por un responsable para mantener actualizado el sitio web de estas instituciones.

Al respecto surgieron los siguientes comentarios:

El problema desde la institución	La perspectiva de Lupa Fiscal
"Hasta hace poco, existía solo una persona de planta encargada para todo el sistema tecnológico de este ministerio..."	La perspectiva sobre este tema es que la página web es solo una responsabilidad del técnico. Sin embargo, cada departamento debe decidir en equipo, cuál será la información que se va a publicar.
"Es difícil, yo solo no me basta. El gobierno ha dicho que no existe ni una partida más para contratación de personal para este departamento..."	Con una estructura de trabajo entre los departamentos y quienes hacen el trabajo técnico del portal, tal vez no se requiera de una nueva partida.
"La persona contratada se complicó tanto, luego no se dio abasto y por ello el portal está paralizado..."	Las funciones de cada funcionario en este proceso, deben estar detalladamente clasificadas para que el flujo de información sea eficiente y no caiga en una persona que no puede asumir responsabilidad y jurisdicción sobre temas que no le competen.
"No solo es responsabilidad del web master, es la organización de todo el recurso humano existente en el ministerio para que cada sección asuma su rol..."	El liderazgo en este proceso es crucial para catapultar este proceso.
"La falta inminente de personal, la tuvimos que solventar mediante pasantías de los estudiantes universitarios..."	Los pasantes no son una forma sostenible de mantener una página web. Este problema si depende de fondos, debería solucionarse en el MEF.



3. Recursos Económicos

El factor económico es clave para el alcance de las metas y objetivos no solo referentes al cumplimiento del Art. 7 de la LOTAIP, sino para toda la institución. Específicamente, en lo relacionado al cumplimiento del Art. en mención, es el Ministerio de Economía y Finanzas el encargado de proporcionar los recursos económicos necesarios. Referente al recurso económico, surgieron los siguientes comentarios:

El problema desde la institución	La perspectiva de Lupa Fiscal
"Lastimosamente, el dinero presupuestado nos llega en abril o mayo, eso implica 3 meses perdidos..."	La página web o portal debe presentar información actualizada y veraz. Sin los recursos suficientes, es imposible avanzar hacia el cumplimiento de la LOTAIP. El MEF debe tomar en cuenta que tal como planteado el ciclo presupuestario desencadena en una problemática con mayor complejidad.
"Se necesita alrededor de USD 15 000 para la compra del firewall, dinero que no está presupuestado y que por ello no podríamos publicar la página web..."	La instalación de un firewall es un proceso elemental para asegurar la red informática de cualquier organización estatal. En relación a la publicación de un sitio web existen otras alternativas económicas, como la contratación de espacio para alojar páginas web en servidores seguros del Ecuador u otros países.
"Hemos elaborado una propuesta para la modernización de los recursos tecnológicos, el costo total es de aproximadamente USD 100 000, la manera de solventarlos sería mediante un crédito, con la CAF por ejemplo..."	Hemos comprobado que una página web o portal que vaya cumpliendo por etapas la LOTAIP no requiere de este monto tan elevado. Existen experiencias dentro de los mismos ministerios que dan cuenta de esta realidad.



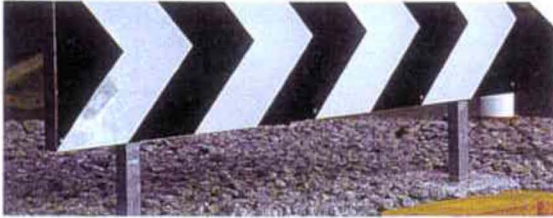
FASE 3

Audiencias de validación del resultado preliminar con las instituciones

(Septiembre - Octubre 2005)

4. Recursos Coyunturales

Existen, además de los recursos mencionados anteriormente, otras situaciones que inciden fuertemente en el cumplimiento de la ley. Entre ellas, se mencionaron las siguientes:



El problema desde la institución	La perspectiva de Lupa Fiscal
"Los funcionarios actuales, de este ministerio, hemos heredado tanto los aspectos positivos como los negativos de la administración anterior. Existen aspectos que consideramos no divulgables..."	Son pocas las entidades públicas que cumplen planes de trabajo pluri- anuales que blinden a la institución de cambios de personal. La planificación hacia 5 años con objetivos claros evitará comenzar desde cero a cada administración nueva.
Hemos tenido que limpiar todo este ministerio, para encontrarnos con informaciones como estas...", enfatizaba un funcionario, al mostrarnos un informe delicado y reservado.	Cada administración deja cosas buenas y malas y la evaluación de la nueva administración debe encaminarse hacia el cumplimiento de grandes metas.
"Bajo estas circunstancias, tenemos mil prioridades por atender. Qué es mejor para el país: tener todo publicado en la página web o alimentar todos los niños(as) pobres...?"	Es importante no descuidar la razón de ser de cada institución, pero los ciudadanos debemos saber cómo se están administrando nuestros recursos. La continuidad de los programas sociales debe ser evaluada en base a información eficiente y veraz.
"La ley obliga a publicar una estructura orgánico funcional, cuando desde hace tres años, todos los ministerios trabajan en organigramas por procesos..."	Urge actualizar a la LOTAIP.
"Si publicamos la información total de sueldos, mas beneficios aparte de la información de contacto, es probable que seamos sujetos de un secuestro express..."	La legislación nacional debe tomar en cuenta la aplicabilidad de ciertos puntos de esta y otras leyes.
"No es tan fácil como la ley lo dice..."	No es fácil por todos los problemas que se han encontrado, sin embargo a través del trabajo coordinado, hemos comprobado que no es imposible tampoco.
"Se sugirió al CONATEL en las talleres que realizaron, algunos cambios a la manera de publicar la información. Sin embargo, no hemos tenido respuestas..."	El CONATEL debería incorporar los puntos en los que se acordaron. Sin embargo, se puede iniciar el trabajo con el Manual para portales o páginas web del CONATEL y aplicarlo hasta el nivel que sea aplicable.
"En nuestro último taller con el CONATEL acordamos que las normas técnicas necesitaban algunas reformas sugeridas por nosotros, luego de ello, no hemos vuelto a saber nada de CONATEL. Nosotros pensábamos que, dichas normas, todavía eran una versión preliminar... No ha habido buena comunicación entre ellos y nosotros..."	Se puede construir norma desde la aplicación de la misma. Se podría pensar en un oficio de todos los encargados del portal en cada institución en cuestión para pensar en la reconfiguración de las normas.

FASE 4

Alianza Estado - Sociedad civil construyendo un camino hacia la transparencia

1. Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones: Caso MOP

El MOP —Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones— es una de las dos instituciones que respondió completamente a los elementos solicitados en el monitoreo activo. Además, este Ministerio, se caracteriza por ser el primero en concedernos la audiencia solicitada (Tabla I).

Luego de la primera audiencia (7/Sept./2005), se llevaron a cabo 3 reuniones con la persona del ministerio encargada de liderar el proceso. Finalmente, el 8 de Noviembre, fue posible la reunión con los principales funcionarios del departamento de informática.

Los principales logros obtenidos durante el proceso de reuniones son:

- Cumplimiento de la agenda presentada —el 8/11/05— por Grupo FARO.

- Entrega de información relacionada con los literales a, b, c y e del Art. 7 de la LOTAIP, desde el departamento de Recursos Humanos hacia el departamento de Informática, los mismos que están en proceso de aprobación por parte de las autoridades del Ministerio. Dicha entrega se hizo mediante memorando No. 103 -GRH- DI, del 7 de Noviembre del 2005.

- Construcción de una actitud positiva del ministerio para el trabajo conjunto con Grupo FARO.

- Cumplimiento de las Especificaciones Técnicas 1 y 3 emitido por el Consejo Nacional de Conectividad - CONATEL.

2. Ministerio de Economía y Finanzas: Caso MEF

La audiencia con este ministerio se llevó a cabo el 28 de Septiembre, en donde se entregó la misma información. Las autoridades presentes se comprometieron a estudiar tanto los resultados como la agenda preliminar propuesta.

El trabajo de seguimiento con este ministerio se ha realizado principalmente por teléfono, con el objetivo de concretar la segunda reunión de acuerdo a la agenda presentada. Sin embargo, en esas reuniones telefónicas, se aprovechó para recalcar sobre la importancia de cumplir con la LOTAIP, siendo que

el MEF es uno de los ministerios más avanzados tecnológicamente y está a la vanguardia.

Estos esfuerzos terminaron en un primer producto presentado mediante oficio No 5007 MEF-SGC-2005, con fecha 17 de Noviembre del 2005, en el que el MEF describe las sugerencias de mejora que Grupo FARO ha planteado en reuniones anteriores y las estrategias que ellos siguieron para avanzar en el cumplimiento.

Caso MIDUVI

El MIDUVI, por iniciativa del departamento de planificación, contrató una empresa privada para tercerizar la elaboración de la página web. Dicho diseño, sujeto a aprobación de las autoridades y por ende no publicado aún, contempla los temas del Art. 7 sugeridos por CONATEL.

En la reunión de monitoreo al cumplimiento del Art. 7 de la página web, aún no publicada, se comprobó que de publicarse en ese momento, el cumplimiento del MIDUVI pasaría de 0 a 44.2%. Además, se sugirieron ciertas modificaciones relacionadas con uniformidad y usabilidad de la nueva página.

Para la formalización de la entrega de información por parte de las diferentes unidades y la aprobación definitiva de la pá-

gina web, la unidad de planificación —responsable de la página web— propuso una reunión con el ministro y todos los subsecretarios. Dicha reunión todavía no se ha concretado en su totalidad. Luego de la aprobación de dicha página, se tiene planeado seguir la agenda presentada por Grupo FARO para mejorar el nivel de cumplimiento y lograr su publicación.

Con este ministerio, estos son los logros más notables:

- Creación de sinergia Grupo FARO - MIDUVI para el avance en el cumplimiento.

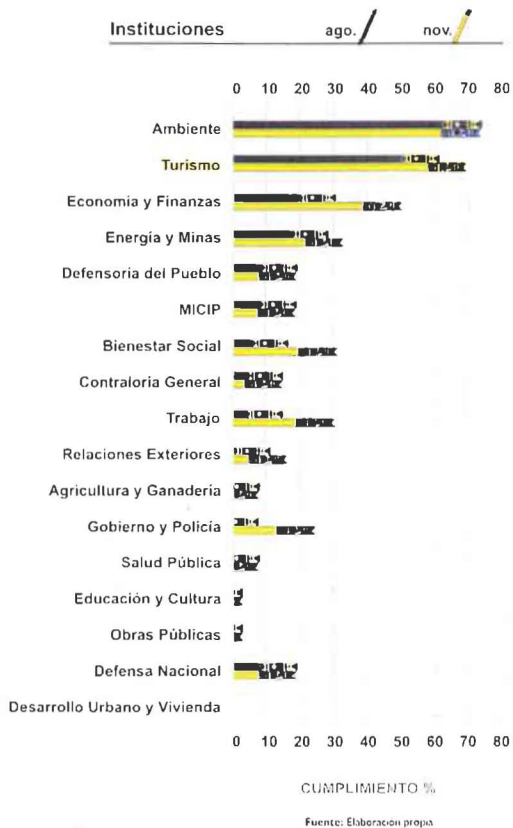
- Aceptación del trabajo siguiendo la agenda planteada.

FASE 5

Consolidación de la versión final de los resultados

La segunda evaluación de las páginas web de los ministerios, defensoría y contraloría se llevó a cabo en la última semana de noviembre. Los resultados que se resaltan responden a cambios ocasionados debido al trabajo conjunto entre Grupo FARO – Instituciones como por iniciativa propia de los ministerios

Gráfico 5. Comparación del cumplimiento Institucional. Agosto 2005 y Noviembre 2005



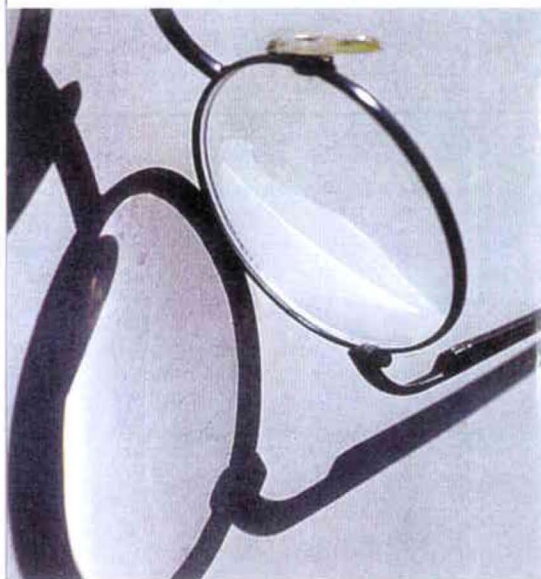
Lo principales cambios experimentados por los ministerios que se reflejan en la figura anterior, son detallados en el siguiente cuadro.

Tabla 4. Cuadro comparativo de las mejoras en los ministerios

Ministerios que sí cambiaron

	ago. %	nov. %
1 Economía y Finanzas	31	50
2 Defensa Nacional	0	19
3 Gobierno y Policía	8	25
4 Bienestar Social	15	31
5 Trabajo	15	31
6 Turismo	62	69
7 Energía y Minas	27	31
8 Relaciones Exteriores	12	15

Fuente: Elaboración propia



FASE 5

El nuevo "ranking" resalta principalmente los ascensos del Ministerio de Defensa Nacional, Economía y Finanzas, Bienestar Social, entre otros.

Cuadro 6. El ranking de Transparencia a noviembre 2005

MINISTERIOS

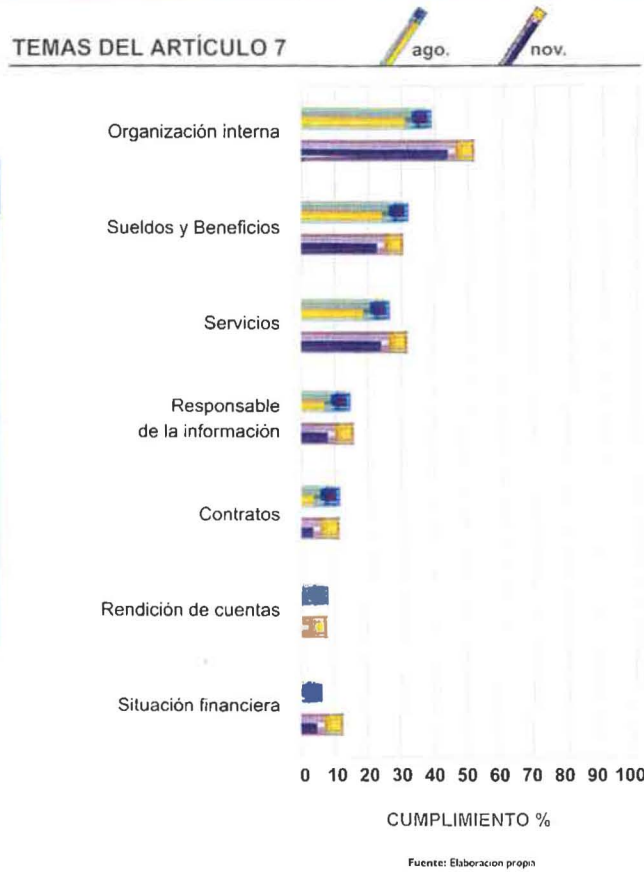
	nov. %
1 Ambiente	73
2 Turismo	69
3 Economía y Finanzas	50
4 Energía y Minas	31
5 Bienestar Social	31
6 Trabajo	31
7 Gobierno y Policía	25
8 Defensoría del Pueblo	19
9 MICIP	19
10 Defensa Nacional	19
11 Contraloría General	15
12 Relaciones Exteriores	15
13 Agricultura y Ganadería	8
14 Salud Pública	8
15 Educación y Cultura	4
16 Obras Públicas	4
17 MIDUVI	0

Fuente: Elaboración propia

FASE 5

Consolidación de la versión final de los resultados

Gráfico 4. Comparación del mejoramiento a nivel temas del Art. 7 de la LOTAIP



Conclusiones

Ranking de transparencia octubre y noviembre 2005

Entre Agosto y Noviembre, los temas que experimentaron mejora en las 17 instituciones monitoreadas fueron: Organización interna, Servicios, Responsable de la Información y Situación Financiera. Las experiencias con los ministerios demuestran que existen algunos temas que pueden ser mejorado a corto plazo –como los listados anteriormente–, mientras que temas como contratos, sueldos y beneficios e información reservada exigen plazos medianos y mejor organización institucional interna.

FASE 6

Difusión

Las Fases 4, 5 y 6 del presente informe están en la mitad del proceso. Es decir, mientras el trabajo de la alianza Sociedad civil – Estado avanza, la consolidación de los resultados y su definitiva difusión es un proceso que no termina ni con la finalización del proyecto sino con el pleno alcance de la transparencia.