

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN
CONVOCATORIA 2011-2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA**

ENLACE CIUDADANO: DISPOSITIVO DE LA REVOLUCIÓN CIUDADANA

MARÍA LORENA PLÚA CEDEÑO

MARZO 2014

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN
CONVOCATORIA 2011-2013

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA

ENLACE CIUDADANO: DISPOSITIVO DE LA REVOLUCIÓN CIUDADANA

MARÍA LORENA PLÚA CEDEÑO

ASESOR DE TESIS: DR. MAURO CERBINO
LECTORAS: NORMA MALUF
DIANA CORYAT

MARZO 2014

DEDICATORIA

A mi familia, por todo su apoyo y comprensión.

AGRADECIMIENTOS

A mi asesor de tesis el Dr. Mauro Cerbino, por la orientación y ayuda que me brindó para la realización de esta tesis.

Al Dr. Franklin Ramírez por su disposición, claridad y enseñanza para el desarrollo de este trabajo.

Al Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación por todo su apoyo a lo largo de la maestría.

ÍNDICE

Contenidos	Páginas
RESUMEN.....	1
CAPITULO I.....	3
SITUANDO LAS BASES TEÓRICAS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y SU VINCULACIÓN CON EL POPULISMO.....	3
1. Comunicación Política.....	3
1.1 El marketing político: una visión de la comunicación política entendida por la mercadotecnia.....	7
1.2 Otras perspectivas analíticas de la Comunicación Política.....	11
1.3 Comunicación y Gobierno.....	14
1.4 Mediatización Política.....	18
1.5 Populismo.....	22
1.5.1 Populismo y Medios de Comunicación.....	24
CAPÍTULO II.....	29
CONTEXTO POLÍTICO Y COMUNICACIONAL PREVIO A LA ELECCIÓN DE RAFAEL CORREA.....	29
2.1 Los aspectos políticos:.....	29
2.1.1 El sistema político y los partidos políticos.....	29
2.1.2 El declive de la visión programática de los partidos y el neoliberalismo.....	34
2.1.3 Aplicación de políticas neoliberales.....	36
2.2 Revolución Ciudadana y proceso político.....	41
2.2.1 El brazo político de Correa: Alianza País.....	43
2.2.2 Revolución Ciudadana.....	44
2.3 La importancia de la comunicación en la Revolución Ciudadana.....	48
2.3.1 Escenario comunicacional previo a la llegada de Rafael Correa.....	48
2.3.2 Situación comunicacional del Gobierno.....	51
2.3.3 Ley de Comunicación.....	57
CAPÍTULO III.....	61
ENLACE CIUDADANO: DISPOSITIVO DE LA REVOLUCIÓN CIUDADANA.....	61
3.1 Condiciones favorables para la creación del Enlace Ciudadano.....	61
3.2 Historia del Enlace Ciudadano.....	63
3.3 Aló Presidente, un referente para el Enlace Ciudadano.....	67
3.4 La Diversidad Temática del Enlace Ciudadano.....	71
3.5 Enlace ciudadano: dispositivo de la Revolución Ciudadana.....	76
3.5.1 La composición de piezas.....	78
3.5.2 Flujos de Comunicación.....	82
3.5.3 La respuesta a emergencias: El dispositivo en su nivel estratégico.....	83
3.6 <i>Arenas de relacionamiento: Gabinetes Itinerantes</i>	86
CAPÍTULO IV.....	89
ENLACE CIUDADANO COMO INTERFAZ SOCIOESTATAL Y DE RENDICIÓN DE CUENTAS.....	89
4.1 Enlace Ciudadano: <i>una interfaz compleja</i>	89
4.2 Proyecto político: rendición de cuentas y participación ciudadana.....	91
4.3 Rendición de Cuentas.....	97
4.3.1 ¿Qué tipo de participación se refleja en el enlace?.....	98
4.3.2 ¿Qué tipo de RdC representa el enlace ciudadano?.....	101

CONCLUSIONES.....	104
BIBLIOGRAFÍA.....	114
DOCUMENTOS.....	120
ANEXOS	123

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo describir las características del Enlace Ciudadano como un espacio novedoso de comunicación política dentro del proyecto político de la Revolución Ciudadana. Para ello, en primer lugar se pasa revista por las teorías que nos dan una mirada y comprensión sobre el fenómeno de la comunicación política *per se*, para luego introducirnos en la corriente del populismo como estrategia política y discursiva de las actuales sociedades latinoamericanas. En este sentido, las nociones de Ernesto Laclau sobre “dicotomía del espacio social y “campos enfrentados” nos ayudan a dar cuenta de aquellos significantes construidos por el gobierno que refuerzan el vínculo entre el presidente Rafael Correa y los ciudadanos.

En segundo lugar, se realiza un contexto histórico y social previo a la llegada de Correa al poder. Para tal efecto, se examina el debilitado sistema político ecuatoriano, con la consecuente crisis de los partidos y los vínculos ofrecidos por fuera de la institucionalidad. Todo ello dentro de una comprensión de las políticas económicas adoptadas por los gobiernos neoliberales que explica el desgaste por el que atravesaba la sociedad ecuatoriana y la consecuente subida al poder de una figura que se presentó como *outsider* del sistema político tradicional.

Con la llegada de Correa al poder y su capacidad para modificar las reglas de juego, se revisa las principales líneas de cambio que llevó a cabo la Revolución Ciudadana sobre todo en el aspecto comunicativo, las estrategias mediáticas adoptadas y la situación del enemigo público por excelencia, la prensa. Además se realiza una recapitulación de la situación comunicacional previo a su mandato, para realizar una comparación con el espacio mediático que ocupa la figura presidencial en la actualidad.

Un tercer aspecto, lo conforma el análisis del enlace ciudadano (EC) como “dispositivo” de la Revolución Ciudadana, en este sentido se remarca la necesidad de su apareamiento en la escena pública, su evolución y sus líneas estratégicas para posicionar y legitimar la figura presidencial.

Finalmente, se revisa, desde la tipología propuesta por Isunza, la relación socioestatal que se desarrolla en el EC. Así, se explica cómo la propia arquitectura del EC impide recrear nociones más amplias de lo que se entiende como “agencia”, es decir, de la capacidad de los actores sociales de incidir en la esfera estructural. Se analiza además, los singulares espacios de relacionamiento que conforman los gabinetes itinerantes.

En el último apartado se explora la noción de rendición de cuentas como ejercicio de transparencia de la función pública. Desde esta perspectiva, se examina rápidamente la noción de participación ciudadana dentro del proyecto político del gobierno y se explica las falencias del diálogo socioestatal, principalmente por el control que adopta el Ejecutivo en todas las arenas de relacionamiento.

CAPITULO I

SITUANDO LAS BASES TEÓRICAS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y SU VINCULACIÓN CON EL POPULISMO

1. Comunicación Política

El campo de investigación de la Comunicación Política ha adoptado a lo largo de estos últimos años distintas perspectivas analíticas. En ciencia política, los estudios sobre la “americanización de la política” (Maarek, 2009:2), el papel de los asesores de mercadotecnia política, y la consecuente profesionalización de los políticos en esta materia es clave para la explicación del fenómeno. Por otro lado, los comunicadores han reflejado interés por el lugar central que ocupan los medios de comunicación y sus alcances en el electorado.

Los estudios de comunicación de la década del cuarenta y cincuenta se dedicaban sobre todo a la investigación de los efectos de los medios masivos sobre el comportamiento político y las condiciones de una posible influencia (Lazarsfeld, 1957). Las investigaciones dieron como resultado el efecto limitado de los *media* en los electores, y “el papel que jugaban los líderes de opinión en su rol complementario para evaluar la información y orientar a sus redes familiares de modo interpersonal” (Katz, 1957:63). A partir de allí se hizo generalizable la idea de que los impactos comunicativos no son directos y el agente juega un rol activo en su proceso de recepción. Para la década de los sesenta y setenta, de la mano de autores como McCombs y Shaw se comprobó la distinción entre la influencia de los medios de información y la relevancia de los temas. Para McCombs, “el papel como fijadores de la agenda que tienen los medios informativos consiste en su influencia sobre la relevancia de un tema; es decir como si un número importante de personas piensan que vale la pena tener una opinión de un tema en cuestión” (McCombs, 2004:25). Estos estudios y sus respectivos resultados representaron solo algunos presupuestos que marcaron fuertemente la investigación en la Comunicación Política.

Si bien estas investigaciones destacaron el papel fundamental de los medios de comunicación en posicionar, seleccionar y estructurar la información, dejaron por fuera

la perspectiva de la agencia o, en otras palabras, de “la capacidad de actuar de las personas como agentes primarios de sus acciones y decisiones, con sus poderes y propiedades específicos; como actores, que emprenden acciones estratégicas que contribuyen a plasmar tanto la esfera estructural como la cultural” (Sanders et al., 2008). También se dejaron por fuera las valoraciones de tipo sociológico - político en la cual los *mass media* figuran como empresas sujetas a las leyes del mercado y funcionan como instituciones de estructuración de lo simbólico.

Hoy sabemos que la perspectiva adoptada por los estudios ya descritos se enfocaron más en los métodos de exploración dentro de una relación *top-down* con sus audiencias/electores y que manifestaron un estado problemático para el desarrollo de la Comunicación Política.

Otras perspectivas han hecho su aparición a la luz de la evolución que han tenido los medios de comunicación en las democracias modernas. En esta línea, se encuentra la perspectiva de Gianpietro Mazzoleni. Para este autor, “en el siglo XX con el apareamiento de la radio, la televisión y el cine se establecen las condiciones para hablar de comunicación política en sentido pleno” (Mazzoleni, 2010:21). Mazzoleni se refiere sobre todo a “la maduración” de los instrumentos de comunicación aplicados a la política, en particular al marketing político perfeccionado en Norteamérica:

(...) el mayor laboratorio de la comunicación política, tal como lo conocemos en la actualidad, fue Estados Unidos: la estabilidad de las instituciones democráticas y la amplia libertad del sistema de información y comunicación son sin duda el motivo del desarrollo interno y de la posterior exportación de modelos complejos y avanzados de comunicación política. La dialéctica entre el poder político y el poder de los medios, que culminó con el Watergate, si bien mitificada, representó un ideal a imitar por muchos países con democracias jóvenes (Mazzoleni, 2010:21)

El desarrollo al que se refiere Mazzoleni ganó terreno con la televisión, instrumento que sirvió para dar visibilidad e identidad a los políticos. En este sentido, la televisión de los años ochenta concedía espacios para los debates entre los líderes políticos, los programas políticos, las ceremonias y rituales. Los líderes y los gobiernos empezaron a moverse en lo que algunos teóricos han denominado el “nuevo espacio público

mediatizado” (Mazzoleni, 2010:22) en el cual la visibilidad se convirtió en un factor clave para el ejercicio del poder.

Mazzoleni define a la comunicación política “como la interacción que surge de tres actores: instituciones políticas, medios de comunicación y ciudadanos-electores” (Mazzoleni, 2010:51). La pregunta que surge inmediatamente después es por la importancia y el lugar que tiene cada uno de ellos en el espacio público. Para responder a esta interrogante, Mazzoleni propone algunos modelos que ejemplifican los vínculos que se generan entre ellos.

El autor italiano, propone el modelo “propagandístico dialógico” (Mazzoleni, 2010:26) para explicar la interacción entre los tres actores otorgando un peso mayor a la relación entre los políticos y los ciudadanos. Mientras que, según su “modelo mediático” (Mazzoleni, 2010:28) se otorga un lugar preponderante a los medios, al punto de enmarcar cualquier tipo de interacción entre los actores de la comunicación política bajo este esquema. En este último modelo, se ubica a los actores de la política y a los ciudadanos en una relación de subordinación en cuanto a la adopción de la lógica de la comunicación de masas. En palabras simples, bajo este esquema reduccionista, la comunicación política se genera únicamente bajo las reglas que el propio sistema mediático impone.

El grado de importancia o valor que se otorga a cada uno de los tres actores que influye en la escena pública varía entonces de acuerdo a las dinámicas que se establecen entre ellos; y puede decirse que las reglas y los acuerdos que se juegan al interior del espacio político y mediático son determinantes para su relacionamiento con la ciudadanía. Por ahora, es posible al menos mencionar los distintos tipos de relaciones que ocurren entre estas tres esferas.

Así, entre el sistema político y el sistema mediático, la interacción está marcada por propósitos de regulación y control del primero hacia el segundo – aunque no solo esto – y, cuando invertimos la relación, puede observarse una interacción que se desplaza “desde la información, pasando por la vigilancia y crítica hasta la imposición de

lenguajes mediáticos en lo político” (Mazzoleni, 2010:34). Ahora bien, frente a la ciudadanía - en lo revisado por Mazzoleni en “Comunicación Política” sobre las formas y modelos que adopta la comunicación política - la relación casi resulta unidireccional, pues el tipo de acercamiento o flujo de comunicación entre el sistema político y los ciudadanos está marcado por propósitos propagandísticos, o a su vez, destinado a informar hechos de interés público – obsérvese que no se dice consultar, poner a discusión - . Algo parecido sucede con la relación que surge entre los medios y los ciudadanos-electores. Por su carácter de difusión masiva, los medios establecen una relación de información partidaria y también de propaganda con sus públicos.

Las relaciones muy limitadas de estos dos sistemas con la ciudadanía son fuertemente cuestionadas, pues ven en el modelo citado una fuerte dominación vertical imposible de modificar. Otras perspectivas buscan justamente desentrañar este conflicto irresuelto sobre el papel de la ciudadanía dentro de la comunicación política. Desde una perspectiva alternativa, la ciudadanía no se resuelve únicamente como el depósito de mensajes persuasivos, propagandísticos y partidarios, sino también dentro de un marco potencial que, reconociendo las restricciones existentes, pueden ejercer presión y en determinados momentos llegar a plasmar sus acciones en medio de estrategias de negociación.

Retomando el análisis de este campo, no es posible dejar de señalar que la comunicación política ha extendido sus investigaciones, sobre todo gracias al apareamiento de estudios empíricos que aportan sustancialmente a la construcción del campo. Hoy, es posible hablar de estudios que van desde la comunicación electoral, la retórica política, pasando por las conductas y comportamientos políticos, hasta el enfoque y desarrollo de la problemática sobre el espacio público y su relación con los medios de información.

Por otro lado, ha existido la identificación del fenómeno conocido como “mediatización” (Mazzoleni, 2010) que explica en la actualidad la fusión entre técnicas de comunicación y discurso político. En este sentido, algunos teóricos como Dominique Wolton expresan su preocupación de una “mediatización sin límites”:

(...) la lógica de la comunicación llega a ser el criterio último, en virtud del siguiente silogismo: lo que se conoce se mediatiza y por lo tanto lo que es legítimo se mediatiza. Lo que no es mediatizado, no solo no se conoce, sino que en definitiva no es legítimo. Es el nexa “conocido legítimo” lo que se ha vuelto demasiado fuerte. (Wolton, 1998:119)

Igualmente, el fenómeno de la “mediatización” se está encargando de igualar los puntos de vista y generar equilibrio social, en particular con el uso predominante de la televisión:

Una de las consecuencias es que una parte de los políticos cambia los enfoques inspirados en las ideologías y en los ideales cívicos por una comunicación más atenta a las variaciones en el clima de la opinión. Otra consecuencia es la organización más científica de las campañas electorales: los candidatos ya no expresan sus ideas directamente a los electores sin antes someterse a una prueba de eficacia comunicativa de la mano de expertos (Mazzoleni, 2010:48)

En efecto, “la mediatización sin límites” (Wolton, 1998:118) pone en marcha un pensamiento de la gestión de la comunicación al interior de los discursos políticos. Así, la proliferación de los profesionales de la comunicación que intentan hacer llegar los mensajes de modo más estratégico, están en la actualidad, convulsionando las formas de entender la política. Prueba de ello, es la proliferación de mensajes políticos por distintos canales de comunicación, trayendo como consecuencia el abandono del esquema tradicional dentro del cual las identificaciones eran más estables y los intercambios menos mediados por las instituciones mediáticas.

1.1 El marketing político: una visión de la comunicación política entendida por la mercadotecnia

Como se dijo previamente, dentro de los enfoques más comunes en que se aborda el campo de la comunicación política es el marketing político. Algunos estudiosos del fenómeno incluso aseguran que esta técnica y estrategia utilizada en la política es “la verdadera política de la comunicación política” (Maarek, 2009:75). Esta definición va a ser cuestionada más adelante, mientras tanto, es de utilidad conocer sus principios para posteriormente objetarlos.

Para definir al marketing político, Maarek basa su explicación en el paralelismo y sobre todo en la diferenciación de éste con el marketing comercial. Así, el autor señala que a

pesar de que el marketing en su esencia permite aumentar el valor simbólico de los objetos en cuanto a su valor de uso, en el caso del marketing político, tal valor es casi nulo, pues no existe un beneficio directo tangible y, por lo tanto la comparación entre ambos tipos de enfoque, el comercial y el político son diferentes.

Otra oposición clave que manifiesta Maarek es aquella que pone una frontera entre el marketing y la publicidad política. El marketing, para este autor tiene una perspectiva amplia, mucho más estratégica y planificada en su acción.

Hacer comunicación política ya no consiste en diseñar y hacer imprimir carteles con un mensaje sin preocuparse del destinatario: es efectuar un proceso complejo de marketing, desde la encuesta que precede a la definición del concepto hasta las pruebas de ensayo, pasando por la definición del público objetivo, etc. (Maarek, 2009:82)

Marketing y comunicación política establecen hoy en día un lazo importante, pues los políticos buscan asesorarse cada vez más en estrategias para adherir electores. Esto tiene su explicación en la escasa identificación que tiene la ciudadanía con los partidos políticos otrora indispensable en el ejercicio político y el impacto de los medios de comunicación en cuanto su capacidad de difusión para llegar a grandes públicos. El marketing político es por tanto, en la contemporaneidad, una estrategia clave que utilizan los líderes en su competición por el poder – pero no la única como pretendiera este enfoque-. Asimismo, esta disciplina requiere de una profesionalización de los políticos en cuanto a técnicas propias del marketing político. Existen pues, normas generales de conducta y planificación estructurada por objetivos.

En este sentido, Maarek describe estos “principios de comportamiento” o principios de conducta que maneja el marketing, sobre todo en tiempos de campaña electoral, y que se convierten en reglas a seguir por parte de los políticos. Aquí estarían: a) coherencia en todas las decisiones que integran la campaña; b) no repetir una campaña de comunicación de forma idéntica en caso de haberse presentado más de una vez, c) enfocarse en los rasgos de diferenciación del político, d) y mantener la regla de “máxima seguridad” en la cual no se deben adelantar ni apostar con información que no haya sido verificada previamente. (Maarek, 2009:83-85) Todas estas “reglas” que se

siguen en la elaboración y puesta en marcha de una campaña reflejan la dimensión estratégica y táctica que el marketing maneja a su favor.

Existe toda una estrategia que se desarrolla en etapas y que entre otras cosas realiza el análisis del contexto o terreno donde se ubican las características de los electores, una determinación de los públicos objetivos, un plan de campaña y su puesta en práctica. Finalmente, la imagen tiene un valor primordial y se convierte en un proceso complejo donde se juntan las ideas y la personalidad.

La imagen se construye tanto en la emisión como en la recepción: sus componentes, es cierto, las determinan, con mayor o menor precisión, los especialistas en marketing político; pero en realidad, no termina de estar verdaderamente formada hasta que no ha sido apreciada, experimentada, por los destinatarios de la comunicación (Maarek, 2009:99)

La importancia que adquiere la recepción en este caso es, para los especialistas, el signo que necesitan para seguir trabajando o a su vez manteniendo la imagen del político de acuerdo a dos variables: a) que calce con su personalidad en la medida de lo posible, lo cual evitará problemas en el futuro y, b) mantener ciertos rasgos que “el público espera de un político que aspira a asumir responsabilidades” (Maarek, 2009:103). Es decir, un comportamiento de acuerdo al cargo que presumiblemente ocupará. El tema de la imagen adquiere un valor primordial en este proceso, pues a pesar de ser vulnerable, este artificio juega hoy en día como un elemento primordial del poder. Muchos aseguran que manejar una imagen con cautela y siguiendo los principios establecidos que se mencionaron, los líderes políticos pueden ejercer influencia, liderazgo, dominio, así como oportunidades para “vender” mejor sus ideas.

Una última observación respecto a esta perspectiva, tiene que ver con los temas que se eligen para desarrollar la campaña del político. Bajo el formato mediático no es posible hablar de todo y menos hacerlo ampliamente. Este principio es bien conocido por los especialistas que con mucha astucia reducen las ideas hasta convertirlas en “paquetes de promoción” adaptados a la lógica mediática. También hay que considerar que los temas están en competencia con los otros postulantes o candidatos, es decir, el político y sus asesores están atentos y vigilantes a las propuestas de los otros, pues sin esta vigilancia

no es posible sobresalir en la marcha. En este mismo sentido, los medios imponen una agenda de temas a tratar y esto obliga al político a responder lo propuesto por los periodistas en su papel de ser el “portavoz de la opinión pública”.

En esta explicación se observa un predominio por la eficacia del marketing político, dejando de lado aspectos esenciales de la política en términos más amplios de organización social. Es necesario aclarar que la eficacia del marketing político no puede probarse expresamente y, a pesar de observar su utilización, no es la única forma que adopta la comunicación política como pregonan algunos expertos en esta materia. En este sentido, la comunicación política debe entenderse en términos más amplios donde intervienen otros factores adyacentes: las posiciones políticas e identitarias de los ciudadanos hacia los políticos, las ideologías y las formas de interacción entre los distintos actores. Por otro lado, la exposición de las ideas no produce un efecto automático. Se trata más bien de un proceso más complejo dentro de un campo de mediaciones y una predisposición de ideas partidarias y compartidas mucho antes que la estrategia del marketing entre en marcha. Se conoce igualmente que las campañas intentan abarcar a un público fluctuante e indeciso que podría estar más propenso a ser influenciado en alguna medida a los mensajes propuestos.

Por otro lado, en lo que atañe a la política como tal, no es posible separar la cultura del entramado en que se gesta la acción política. En este sentido, tiene relevancia lo que manifiesta Jesús Martín Barbero en cuanto a la importancia de las mediaciones y la matriz cultural de la cual se nutren esas mediaciones. Es decir que, toda la praxis comunicativa y el ámbito de las interacciones cotidianas, que son asumidas por medios concretos, terminan siendo el campo de negociación para los actores políticos. En otras palabras, los políticos producen un efecto en los votantes articulando las raíces culturales de los individuos para desde allí, interpelarlos. Claro está que, esta interpelación necesita de un conocimiento que redescubra las raíces culturales y es justamente el espacio político donde existe una reconstitución permanente de articulaciones y mediaciones. De hecho, dice Barbero “en lo que atañe a la política lo que estamos viviendo (...) es la reconfiguración de las mediaciones en que se constituyen sus nuevos modos de interpelación de los sujetos y representación de los

vínculos que cohesionan la sociedad” (Martín Barbero, 2008:44). En este mismo sentido, la trama cultural viene a formar parte de los discursos y de la acción política misma.

De hecho, para los políticos, el espacio de las mediaciones (no solamente los medios de comunicación), resulta “socialmente productivo”, puesto que la mediación produce “la densificación de las dimensiones rituales y teatrales de la política” (Martín Barbero, 2008:45).

Esta producción de la que hablamos aquí, reintroduce nuevas formas de sensibilidad mediada y desde este punto de vista, la política y la televisión resultan ser excelentes correligionarios no solo para introducirse en el ámbito doméstico, sino también para negociar a través de la corporeidad y gestualidad aquello que Barbero ha llamado la “materialidad significativa” (Martín Barbero, 2008:45) que no es más que el conjunto de interacciones de la cual se nutre nuestra vida cotidiana.

Desde este punto de vista, pensar la política desde la comunicación y no únicamente desde el marketing político, significa poner en primer plano los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder, sin olvidar que hoy en día no es posible hablar del carácter democrático de una sociedad sin considerar a la comunicación como el principal eje articulador de las esferas públicas.

Recordemos que el marketing político es una técnica utilizada sobre todo en el desarrollo de las campañas electorales. En la política, las relaciones que se establecen con sus poblaciones suelen variar y estar gestionadas por otros procesos más complejos que entran en funcionamiento. Relaciones pueden estar marcadas por redes de beneficio mutuo, sistema de intercambio de favores o mediaciones informales que se insertan entre los actores principales de la comunicación política.

1.2 Otras perspectivas analíticas de la Comunicación Política

Como se ha visto, la comunicación política ha tenido fuerza en tanto instrumento para llegar a los electores. Esta visión está siendo contrastada por otras categorías y teorías

desde un lugar más amplio. En efecto, la visión que presenta Gosselin junto a Jean Mouchon en “Comunicación y Política” nos abren la perspectiva de este campo. Para estos autores, la comunicación política puede “imaginarse dentro de dos ejes bipolares: un primer eje horizontal que va de la acción a la recepción y un segundo eje vertical, que va de las arenas a los territorios” (Gosselin, 1998:9)

Esta concepción permite ver los ámbitos de acción de la comunicación política, la interacción de los actores políticos y los espacios de expresión de la comunicación política. Así, el ámbito de los “territorios” permite delinear fronteras en tanto sectores sociales (grupos de presión, movimientos sociales, empresas) enmarcados por factores estructurales, contextuales y de acontecimiento que definen sus oportunidades a partir de estos “marcos”. Mientras que, el espacio de las *arenas* es el lugar dentro del cual se expresan los discursos de los actores políticos. Así, las *arenas* de la comunicación política pueden entenderse como las acciones que llevan a cabo los políticos en un espacio que incluye el accionar comunicacional:

Las arenas de la comunicación política están constituidas por el conjunto de dispositivos, formulas, los marcos, las reglas y las estrategias que definen las situaciones de interacción en las que pueden confrontarse, difundirse públicamente y evaluarse los discursos de los actores políticos. Es el terreno de las actividades políticas que tienden al accionar comunicacional (Gosselin, 1998:10)

La comunicación política “necesita desarrollarse en arenas” (Gosselin, 1998:10) donde las acciones pueden estar determinadas por distintos propósitos puesto que, los políticos se conducen en un marco de amplias posibilidades. Desde este punto de vista, esta teoría toma prestado “la tipología de acción social” (Weber, 1964 en Gosselin, 1998:12) de Weber en la cual el quehacer de los actores se desplaza en ámbitos que abarcan acciones de tipo teleológico, axiológico, por habitus, afectiva, dramática y comunicativa.

Por otro lado, esta teoría entiende el eje de acción - recepción ubicando a esta última en un espacio de igualdad de posibilidades. Aunque no deja de reconocer que en la recepción existen diferentes “grados cognitivos que no necesariamente conducen a la

acción” (Gosselin, 1998:18), es importante observar que el mensaje político en última instancia termina provocando una toma de posición del receptor, y en el mejor de los casos, una acción concreta en un plazo determinado. Este tipo de acciones son más observables en los roles que el ciudadano asume como votante, sin embargo no se limitan a este aspecto, puesto que las operaciones/estrategias que emprenden los actores sociales pueden desarrollarse hasta alcanzar iguales oportunidades de acción, atribuidas normalmente a los actores dominantes de la comunicación política.

Para esta investigación, son útiles los conceptos de “arenas y territorios” en tanto se pretende indagar los dispositivos de la comunicación gubernamental, sus formas de organización y expresión y los marcos dentro de los cuales se produce o no la interacción con los territorios. En este sentido, la investigación de las arenas de la comunicación política supone observar todas las acciones de las cuales se valen los políticos junto a los actores sociales para establecer un marco de inter-comprensión.

Por lo anteriormente expuesto, y como punto de partida para el análisis empírico posterior, el concepto de “acción dramática” (Goffman, 2001 citado en Gosselin, 1998:13) que Gosselin toma de Goffman resulta interesante. Según Gosselin, la acción dramática describe un tipo de acción “de aquellos que intentan salir a escena y producir en aquellos ante quienes se muestran una imagen que esperan controlar del mejor modo posible, sabiendo muy bien que el público desea tener un acceso más directo a sus intenciones, sus pensamientos y sus sentimientos verdaderos” (Gosselin, 1998:13). Siendo esto así, el juego de la “autopresentación” puede manejarse en un amplio campo de valores, desde los más positivos hasta la manipulación de las impresiones.

Asimismo el concepto de “acción comunicativa” (Habermas, 2001 citado en Gosselin, 1998:13) es útil en tanto describe esas formas de intercomprensión - no siempre en igualdad de condiciones - entre los actores para dar “definiciones comunes de las situaciones que comparten” (Gosselin, 1998:17). El concepto de “acción comunicativa” resulta estratégico en la medida en que las “definiciones comunes” son indispensables para el conjunto de acciones premeditadas de quien domina el campo de la

comunicación política (normalmente el sistema político y sus representantes o el sistema mediático).

Posteriormente, en el análisis son importantes no únicamente las formas de entender los distintos tipos de acción que ejercen los políticos sino también unas explicaciones que permitan comprender las nuevas formas de representación e interpelación de los gobiernos actuales, particularmente el de Rafael Correa.

1.3 Comunicación y Gobierno

La representatividad política viene siendo un problema de larga data en América Latina en la medida en que los ciudadanos no sienten que sus demandas están representadas ante los gobiernos. De hecho, en las democracias actuales aún existe desconfianza ante las instituciones políticas y los partidos políticos como respuesta a un pasado autoritario, marcado por la corrupción y exclusión.

En este escenario, las democracias latinoamericanas han apostado por nuevas formas de consolidar el régimen democrático y la respuesta que han encontrado parece hallarse en la comunicación gubernamental y más específicamente en la gestión de comunicación del gobierno. Se trata de un proceso de gestión que intenta entablar una relación entre el “polo gobernante” y el “polo gobernado” (Exeni, 2006:97-98) que obligue a tomar mejores decisiones a los gobiernos. En este sentido las acciones del gobierno tienen por objetivo “obtener capacidad institucional y condiciones de gobernabilidad que doten de consenso a las gestiones” (Riorda, 2006:23). Se pretende entonces que:

(...) la gente pueda interpretar los actos del gobierno de acuerdo a los intereses o definiciones que de manera previa o posterior se vayan instalando desde el gobierno mediante su comunicación. Se intenta acercar o limitar los intereses o atención de los ciudadanos a ciertos tópicos en cuestión, capturar la dinámica e interactividad de los procesos para dotar de significados a los eventos políticos, sobre la base de investigaciones previas. (Riorda, 2006:25)

Por otro lado, además del mantenimiento de la imagen, un modelo de comunicación centrado en la figura presidencial está muy presente. El nuevo liderazgo presidencial propone una forma de gobernar como si estuviese en “campana electoral permanente”

(Blumenthal, 1980). Esta noción constituye una expresión que combina la creación de la imagen con el cálculo estratégico. Según Blumenthal se trata de un “programa de escenografía” en el cual se ubica una figura central en contraposición de otra.

Esta experiencia comunicativa en la que el presidente es la figura central sigue dos estrategias según Mazzoleni: “soslayar o atraerse a los news media”. Para el autor italiano: “objetivamente los medios representan un obstáculo para los intentos presidenciales de llegar directamente a la opinión pública o de controlar la agenda política, porque imponen a la comunicación presidencial un caro peaje en forma de “tratamiento editorial”, que además queda fuera de su control”. (Mazzoleni, 2010:56). Lo expuesto por Mazzoleni expresa la tensión que puede surgir entre el gobierno y los medios masivos sobre todo en regímenes de tipo presidencialista donde la acción del jefe de Estado requiere de una transformación a nivel comunicacional para dirigirse a los ciudadanos.

El régimen presidencialista requiere del control de los canales de comunicación que establece con el electorado. Desde este punto de vista, se explica la influencia que ejerce la televisión y la relativización que se otorga a la información proveniente de los medios privados de comunicación. La gestión de una estrategia comunicativa bajo este tipo de régimen ayuda a aminorar los costes que producirían las eventuales crisis y permitiría relativizar los prejuicios de la oposición (Riorda, 2006). En este aspecto también cuenta aquí la personalidad del líder, su carisma personal y el cuidado de su imagen pública. Igualmente, el formato televisivo es un aliado fundamental: constituye para todos los actos simbólicos de la política “un extraordinario medio de puesta en escena” (Roland Cayrol, 1986).

Volviendo a las estrategias planteadas por Mazzoleni sobre la relación comunicacional con los *news media*, está puede adoptar vínculos de interacción que se expresan en un proceso de “cooperación, colateralismo, intercambio y competición” (Mazzoleni, 2010:95). Para esta investigación es útil la tipología ilustrativa de Mazzoleni, en tanto permite establecer un ámbito desde el cual pensar la relación entre medios y sujetos

políticos y cómo esta relación marca un escenario de cooperación/competición para definir estrategias que finalmente son usadas en el ejercicio del gobierno.

Según Mazzoleni, una de las formas en que los actores de la comunicación política entablan su relación se ilustra en la tipología definida como “modelo adversario”. Según esta tipología, los medios y la práctica periodística son antagónicos. Para el caso, el periodismo se convierte en el *watchdog* (perro guardián) de la actividad política. Este modelo clásicamente aplicado en los Estados Unidos donde “los medios y los políticos se mantienen a distancia, cada cual en su lógica, sus fines y sus estrategias, que en muchos casos pueden entrar en colisión” (Mazzoleni, 2010:96) es una representación de lo observado en términos de campos en disputa. En este caso, el trabajo periodístico, específicamente de cobertura mediática se define “en términos de carrera de caballos o de encuentro deportivo” (Mazzoleni, 2010:96), esto refleja hostilidad cuando los medios ven su libertad en peligro. Pero, *¿a qué le temen los medios?*. Según este enfoque, los medios tienen la necesidad de protegerse de los políticos en ese intento que tienen estos de controlar y “quitar privilegios” al mundo de la información. Estas “presiones” pueden reflejarse de distintas maneras: a través de “amenazas que intentan quitar los beneficios fiscales y económicos con que suelen contar estas empresas –según el régimen político -, querrelas penales, favoritismos a los periodistas más acomodaticios”, entre otros. (Mazzoleni, 2010:96).

Continuando con los modelos de Mazzoleni, es posible observar que las relaciones entre los dos actores de la comunicación política adoptan maneras distintas según los casos. Es decir, además de jugar el papel de “perros guardianes”, los medios pueden actuar en clave de “concordancia de intereses y finalidades”. Bajo el enfoque del “modelo de colateralismo”, los medios evitan el conflicto, en tanto y en cuanto les acarrearán costos a largo plazo. Actúan con una orientación de “bajo perfil”, aunque esto no significa la renuncia total a tomar partido, por ejemplo con alguno de los grupos en conflictividad entre fuerzas políticas (gobierno y parlamento). Una línea parecida ocurre cuando Mazzoleni explica el “modelo de intercambio” entre los actores. La mayoría de las veces ocurre la necesidad de “preferir la negociación o intercambio de recursos al conflicto” (Mazzoleni, 2010:98).

Una mirada complementaria de Mazzoleni al “modelo de adversario” se propone al introducir una concepción donde los medios de información buscan una “capacidad de influencia” que los políticos ven como suya y de exclusividad del mundo político. Aquí se produce el enfrentamiento entre poderes político y mediático, pues los medios invaden e introducen sus lógicas al mundo político, cuya consecuencia es la pérdida de vínculos tradicionales de las relaciones de fuerza. (Mazzoleni, 2010:99) Asimismo ocurre una “competición” entre sujetos políticos y medios lo que ocasiona que los periódicos y sus editoriales se conviertan en actores políticos y que “hagan política”. En este caso, según el autor, está en juego los mismos objetivos: “el liderazgo de la opinión pública, el consenso y la legitimación”. (Mazzoleni, 2010:99)

En este último asunto, cuando los medios actúan como opositores al régimen, los políticos actúan de forma que puedan dar lugar a una “verdadera” *contienda*. Para ello, los gobiernos hacen uso de sus propios medios de comunicación con enfoques en la lógica publicitaria y estrategias de comunicación política concentrados en la figura presidencial. En este sentido, se realiza un uso intensivo de códigos mediáticos: “los contenidos se vuelven mediatizables y se realiza un esfuerzo cotidiano de incidencia en la agenda periodística mediante una estructura comunicacional propia” (Cerbino y Ramos, en vías de publicación).

Antes de avanzar en esta dirección, la mirada complementaria de Exeni sobre “governabilidad mediática” (Exeni, 2006) resulta oportuna para explicar igualmente la relación entre el mundo político y el informacional. Para Exeni, se trataría de una gobernabilidad “sujeta con mayor o menor intensidad en las lógicas y mecanismos de la comunicación política” (Exeni, 2006:94). A juicio del autor, la comunicación política provoca algunos efectos, específicamente en la construcción de la agenda mediática y en la expresión de las demandas sociales y desafíos políticos por parte de la sociedad. La comunicación política permite activar mecanismos de atención y decisión y a través de la *mediatización* en el marco del gobierno representativo, actúa sobre las dimensiones de **legitimidad y eficacia de la gobernabilidad**. Aunque no únicamente esto. Exeni va más allá al identificar a los mass media como actores estratégicos, ya que

pueden intervenir con sus acciones en el control de la in/gobernabilidad en términos de “descontrol”, “detonación” o a su vez “control” y “normalidad” en el equilibrio del régimen democrático.

Siendo así, esta *doble dirección* que asumen los medios, en una situación orientada a la normalidad o dirigida ante un eventual escenario de crisis, sumada a otras variables, dice Exeni, podrían ser favorables o nocivas para la gobernabilidad. Favorables en tanto los medios están en capacidad de advertir al sistema político sobre “anomalías” que les permitan a los actores políticos tomar medidas y acciones para restablecer la “normalidad”. Mientras que, las acciones mediáticas resultan ser nocivas, en tanto están en capacidad de “amplificar y activar” el déficit de gobernabilidad. Sin embargo, y valga la aclaración que el propio autor realiza, las acciones mediáticas si bien resultan atractivas para mirar los procesos de in/gobernabilidad, el curso que se sigue depende de otros factores: “movilización de los actores sociales, la reacción que tiene a su cargo la función/responsabilidad del gobierno, la vinculación entre gobernantes y gobernados, el grado de institucionalización de los actores estratégicos involucrados y la fortaleza o debilidad de eventuales o arraigados factores antisistémicos”. (Exeni, 2006:97)

1.4 Mediatización Política

En el apartado anterior se explicó que los gobiernos actuales latinoamericanos han optado por mecanismos y estrategias comunicacionales para gobernar. Pues bien, en estas nuevas formas de gobernar, el efecto mediático en el accionar político es una de sus claves. Este fenómeno conocido como “mediatización” refleja de esta manera los efectos del *media power* y del conjunto de la acción mediática en las funciones de la política.

Una de las perspectivas para comenzar a mirar el fenómeno, puede observarse en la conceptualización que realiza Jeser Stromback. El autor, habla de la mediatización como un fenómeno complejo y contemporáneo que incluye y trasciende tanto los efectos de los medios masivos como la mediación en sí misma, en tanto fase original y necesaria primera etapa de todo proceso de mediatización. Stromback pone énfasis en la mediatización como un proceso no lineal al cual toda sociedad puede mutar y

desplazarse de acuerdo a las disposiciones políticas y los límites normativos que se impongan. El autor parte del aspecto observable en el grado de importancia que adquieren los mass media en tanto fuente de información dominante en la política y en la sociedad y en su papel como instituciones independientes en su autonomía administrativa. Stromback señala un aspecto relacionado con el grado en que los contenidos mediáticos son gobernados por la lógica política o por la lógica mediática y pone de manifiesto “el grado en que los actores políticos son gobernados por una lógica política o mediática (...) Estos aspectos conforman las dimensiones principales que, tomadas en conjunto, determinan el grado en el cual la política está mediatizada”. (Stromback, 2007:234)

En este mismo sentido, observamos una orientación complementaria en Winfried Schulz. A juicio de este autor, la “mediatización” (Schulz, 2004) es un cambio social de largo plazo. Su análisis se basa en las condiciones que hicieron posible el desarrollo de los medios y su rol central en las sociedades contemporáneas. Para Schulz, los medios cumplen las funciones de “extensión, sustitución, amalgamamiento y acomodación” (Schulz, 2004:88). Según estas categorías, los medios están en capacidad de: hacer que las posibilidades técnicas estén en permanente reconfiguración para superar sus propios límites (extensión) y que la definición de los medios se amalgame con su definición social. Por otro lado las funciones de sustitución y acomodación quizá sean las que más cercanas están de la mediatización. La sustitución, según Schulz:

(...) indica el cambio producido por los medios en múltiples actividades, relaciones e instituciones sociales, abarcando tanto aquellos casos donde actividades ajenas a los medios asumen la forma mediática, como la tendencia al reemplazo de formas tradicionales de comunicación por nuevos medios desarrollados en función de nuevas tecnologías comunicativas (Schulz, 2004:89).

Igualmente, el proceso de “acomodación” destaca el papel de la lógica mediática como estructura dominante de manera homogénea en diversos ámbitos de acción social individual y colectiva.

Por último, Schulz añade que el proceso de “mediatización” forma parte del desarrollo histórico de tres funciones que todos los medios masivos desempeñan: (1) retransmisión de mensajes acompañado de “procedimientos profesionales de filtrado”; (2) la función semiótica manifiesta en la codificación de mensajes con los imperativos de ciertos géneros periodísticos y rutinas profesionales con riesgos de redundancia y circularidad en la estructuración del sentido; y (3) por último, la función económica que a escala masiva muestra a los medios altamente dependientes de los desarrollos tecnológicos. (Schulz, 2004:90-93)

A juicio de Stromback y Schulz la “mediatización” es un cambio social e histórico que se da gracias al desarrollo de las tecnologías y al uso que de estas hacen los medios de comunicación. Los aportes de ambos teóricos tienen una perspectiva orientada por procesos y se enfocan en las transformaciones que los medios provocan en ámbitos que antes les eran ajenos. De igual modo, autores como Eliseo Verón dan importancia a la transformación de las prácticas sociales y hábitos culturales de consumo en función de la presencia de los medios y el lugar que juegan estas transformaciones en el largo plazo. Verón describe estas mutaciones al interior de “sociedades postindustriales” (Verón, 1992: 124) que homologa como “sociedades en vía de mediatización o sociedades en que las prácticas sociales (modalidades de funcionamiento institucional, mecanismos de toma de decisión, hábitos de consumo, conductas más o menos ritualizadas, etc.) se transforman por el hecho de que hay medios” (Verón,1992:124). Sin embargo, advierte Verón, el proceso no avanza al mismo ritmo en los distintos sectores de funcionamiento social. En el caso del campo político, esta mediatización es más visible, pero esto no significa que la sociedad esté dominada por una sola forma estructurante: “la mediatización opera a través de diversos mecanismos según los sectores de la práctica social que interese y produce en cada sector distintas consecuencias” (Verón, 1992:124)

La “sociedad mediatizada” que describe Eliseo Verón tiene una forma de organización del discurso político, informativo, científico que como él bien describe resultan de “unas formas de producción particulares que constituyen la forma en la cual la sociedad industrial se refleja y se comunica” (Verón, 1992:124). Es en el “reflejo”, en la forma

de representar lo social que los medios asumen un “cargo”. Cargo que se acompaña con dispositivos tecnológicos que condicionan y permean la forma de producción y recepción de información. Desde el ámbito político, esta “mediatización” se revela en la producción de acontecimientos, y unos vínculos con la ciudadanía que adoptan las formas mediáticas para al igual que lo hacen los medios: generar impacto, noticiabilidad, simplificación, singularidad. La mediatización entonces, se remite a la incorporación de nuevos reconocimientos significativos en otros campos, como el político donde el registro de la televisión se apodera de la “representación del contacto” (Verón, 1992).

Así, las modalidades discursivas igualmente sufren transformaciones. El directo de la televisión se vuelve dominante y “los políticos que antes ejercían su dominio en el orden simbólico” (Verón, 2001:27) se ven obligados a utilizar estos registros en una suerte de estrategias para encontrar el camino del contacto con sus ciudadanos-electores.

Dicho de otro modo, la mediatización de lo político fuerza a este campo a traducirse en códigos indiciales: la estrategia política deviene en estrategia de dominio de las configuraciones espaciales del imaginario televisivo y, simultáneamente, la puesta en espacio de los grandes programas políticos, en apuesta crucial. (Verón, 2001:27-28)

Este fenómeno puede palpase actualmente en el apareamiento de los neopopulismos, donde la comunicación juega un rol fundamental en la articulación de colectividades. El uso de los medios en este contexto, destaca la importancia de las significaciones en la vida política y la necesidad de contar con elementos simbólicos y modos de interpelación para generar vínculos. El neopopulista, comprende que los medios son artefactos simbólicos, y por lo tanto, el uso de estos “artefactos” y el impulso de una narrativa popular son dos aspectos innegables para la interpelación.

En este mismo sentido, los medios han constituido su orientación hacia las poblaciones marginadas y, el neopopulismo viene a resemantizar las demandas, aplicando los mismos códigos de costumbre y lenguaje popular como instrumento de integración.

La perspectiva mediática, modifica una comunicación política anteriormente basada en el partido, para reemplazarla por una comunicación personalizada que tiene detrás un soporte televisivo, haciendo más patente cualquier exacerbación, sea esta espectáculo político o reactivación de la participación política.

Antes de continuar explicando otros elementos sobre este fenómeno, es importante aclarar el concepto de populismo que ampara esta investigación.

1.5 Populismo

El populismo es a todas luces un fenómeno actual en las sociedades latinoamericanas, debido a las fuertes tensiones políticas y desigualdades económicas incesantes. El populismo, en una definición propuesta por Ernesto Laclau, aparece en un escenario de “dicotomización del espacio social donde los actores se ven a sí mismos como partícipes de uno u otro de dos campos enfrentados” (Laclau, 2005:56). Esto implica la presencia de un bloque hegemónico y uno subalterno que son opuestos y, que desde luego, encarnan claramente las divisiones sociales.

Según Laclau, el populismo emerge a partir de cuatro elementos: “unas demandas insatisfechas, la constitución de un pueblo, símbolos ideológicos a partir de los cuales se plasma la identidad colectiva y; la centralidad del líder como factor aglutinante” (Laclau, 2005:60). Es, a partir de estas dimensiones que la ruptura populista emerge para absorber las demandas sociales y devolverlas bajo un signo político.

Estas demandas insatisfechas, forman parte de lo que el autor argentino denomina “lógica de la equivalencia” (Laclau, 2005:57) dentro de la cual se forman “redes de solidaridad” entre quienes subsisten en la exclusión. Estas redes, serían vistas a la vez como “eslabones de una identidad popular común” (Laclau, 2005:60), rasgo fundamental que utiliza la forma populista en el discurso.

Así, la identidad colectiva es fundamental para el populismo. La diferenciación y demarcación del campo de disputa funciona como la condición previa a cualquier forma de identificación.

El “nuevo bloque histórico” o hegemónico en el poder requiere además de la construcción de un espacio social propio para la interpelación. Así, el antagonismo y la politización del espacio público cristalizan el deseo del populista para volcar la lógica de un sistema institucional deficiente. Según Laclau: “Los canales existentes para la vehiculización de las demandas sociales han perdido su eficacia y legitimidad, y la nueva configuración hegemónica supondrá un cambio de régimen y una reestructuración del espacio público” (Laclau, 2005:57).

El líder es determinante en el proceso de identificación política. Al no contar con mediaciones, éste establece una relación directa con el pueblo y la cristaliza a partir de una imagen que resume el estilo personal y su vínculo con el estado de opinión.

En una línea parecida, Chantal Mouffe argumenta que en las democracias actuales se vive una suerte de desdibujamiento de las fronteras entre izquierda y derecha. Los partidos tradicionales han dejado de marcar fuertes diferencias en cuanto a sus líneas ideológicas. Como consecuencia de este “estado” de la política, el populismo se presenta como un fuerte aglutinante de las identidades colectivas. Al no establecerse unas políticas significativamente diferentes, los líderes populistas logran a través de la interpelación del “nosotros” conseguir la identificación, y la diferenciación con su adversario (Mouffe, 2007). A esto se adhiere, una dimensión afectiva, rasgo esencial de la práctica política que el populismo capitaliza a su favor:

Cuando la política democrática ha perdido su capacidad de movilizar a la gente en torno a proyectos políticos distintos, y cuando se limita a asegurar las condiciones necesarias para el funcionamiento sin problemas del mercado, están dadas las condiciones para el surgimiento de demagogos políticos que articulen la frustración popular. (Mouffe, 2007:77)

El “modelo racionalista” propio de las democracias liberales, es para Mouffe vulnerable en comparación con el populismo en cuanto deja a las identidades en una suerte de espacio flotante, libre de vínculos poderosos que permitan su identificación, aglutinamiento y acción. Así, el populismo se constituye en un “esperanza para la gente” que sin dejar de ser problemático posibilita algún signo de inclusión que es fuertemente dirigida por el líder. Desde esta perspectiva, estos “campos enfrentados”

que plantea Laclau convierten al populismo en un fenómeno que permite la emergencia de entidades representativas cuya naturaleza podría ser concebida como una “comunidad política de igualdad”.

El concepto de populismo planteado por Ernesto Laclau y las aportaciones de Mouffe resultan imprescindibles para explicar los contextos políticos que se viven en la actualidad en relación a los liderazgos latinoamericanos, y en especial, resulta pertinente para el estudio de esta investigación mirar las relaciones entre gobernantes y gobernados y los vínculos que se establecen entre estos dos polos a partir del aporte de sus categorías analíticas. Si bien, el fenómeno del populismo como ha quedado establecido funciona como una lógica social que no termina de resolver el problema de la exclusión, se vuelve clave en cuanto entiende la política como una forma adversarial y pone de manifiesto las contradicciones que viven las sociedades contemporáneas cuyas desigualdades parecen crear el terreno propicio para su apareamiento.

Por otro lado, el populismo, puede resultar un limitante para abarcar la diversidad de demandas y hacerlas efectivas a partir de una consideración de doble vía. Es decir, pareciera que el líder populista recoge las demandas de los particulares para “politizarlas” y responder ante ellas de manera vertical. En las discusiones actuales se retoma esta premisa para explicar estos “vacíos” que deja el populismo. Esto es, analizar la conformación de esa “comunidad política” y el peso que tiene en el proceso, la comunicación mediatizada para el refuerzo de sus principios.

1.5.1 *Populismo y Medios de Comunicación*

Como se analizó con Mazzoleni, la presencia de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas, determinó un fuerte giro de la adopción de sus lógicas al campo de la política. La influencia del discurso mediático quedó de alguna manera corroborada con la aparición de teorías como la *agenda setting* donde se pone de manifiesto el papel que juegan los mass media en la construcción de la agenda pública, convirtiéndose en marcos referenciales significativos. Esta primera constatación, nos acerca a un primer planteamiento: nadie escapa de advertir el alcance que tienen en la actualidad los medios y menos aún, los políticos. Una segunda consideración que va de

la mano, es que la agenda política y la agenda mediática interactúan, a veces en cooperación y otras en oposición, y dependen de las demandas ciudadanas. Siendo esto así, el populismo no se aleja de ninguna de estas constataciones.

Previamente se mencionó como uno de los rasgos esenciales del populismo, la construcción de un vínculo político alimentado por una articulación antagónica, que crea una diferenciación “nosotros/ellos”. Pues bien, esta articulación parece en la actualidad sostenerse fuertemente a través de plataformas mediáticas. Algunos estudiosos del fenómeno como Guy Hermet plantean el concepto de “neopopulismo” (Hermet, 2001:15) para preponderar la nueva atribución que adquieren los medios en esta lógica política. Si el populismo se entendía como un momento de transición de una tensión social existente para dar paso a una dinámica de reconocimiento de las demandas, ahora el entorno desde el cual esa tensión se manifiesta incluye la participación de lo mediático. En este sentido, ese vínculo clásico del populismo, hoy se encuentra acompañado por un proceso masivo y “multimodal” de los medios de comunicación.

Desde esta perspectiva, el neopopulismo adquiere una relación con el tiempo que se asienta más cada vez que la lógica mediática se le impone. El cumplimiento de las promesas y programas populistas no solo que deben tener presencia mediática sino que los plazos de esos programas requieren lapsos breves. Así define Guy Hermet la relación del populismo con la temporalidad:

(...) según el pensamiento de Jaguaribe, los populistas mantienen con el tiempo una relación particular, radicalmente ajena a la relación que los practicantes comunes de la política tienen con éste. Preocupados por cautivar su auditorio presentándose como autores de milagros inmediatos, los líderes populistas desarrollan un estilo de comunicación política que apunta a satisfacer las esperanzas y a ganar la confianza de una clientela de masa sobre la base de la afirmación absoluta de una “realización de (sus) expectativas sociales si (lograran adquirir) un poder suficiente. (Hermet, 2003:10)

Evidentemente, el populismo y su concepción del tiempo producen una expectativa que se cumple en un período breve, o al menos así lo hacen creer sus líderes, y en ese intento, el formato que permite consolidar esta visión es el “tiempo real” de la

televisión. Así, el populismo puede entenderse como la realización de un “sueño” como menciona Hermet que ya no es ajeno ni representa un proyecto a futuro. El populismo en este sentido es el cumplimiento de la promesa no sometida a la realización de una utopía inalcanzable.

Por otro lado, la “felicidad inmediata” que promueve el populismo se ve acompañada de un discurso que apela a la comunidad política y que, con la emergencia de los medios de comunicación se transforma en comunidad mediática, es decir, un conjunto de audiencias que se siente parte, en mayor o menor ímpetu, del programa político que esta siendo compartido por el resto de miembros de esa comunidad en el mismo momento.

Este neopopulismo caracterizado por Hermet y diferenciado, según su perspectiva analítica, del populismo clásico, se apoya fuertemente en la televisión, y pone en escena a sus líderes, lo que le permite “vender” una imagen de candidato o de gobierno de una “manera comercial”. Este hecho es lo que posibilita además pensar la política en términos de personalización e incluir la participación de figuras públicas cuya notoriedad no depende de la profesión política. Se facilita así una “cultura del espectáculo” basada en atributos personales.

(...) este neopopulismo se limita a cultivar una ciudadanía en busca de emociones fáciles. Alimenta a su público con recursos seductores y fotogénicos con fines que por tanto no dejan de ser estrechamente electoralistas. Apunta a modernizar el rostro de la democracia representativa haciéndola entrar en la “videósfera”, pero sin cuestionarla como la hacen los verdaderos populistas (Hermet, 2001:16)

En su diferenciación con el populismo clásico, Hermet pone en evidencia las llamadas “tácticas populistas” (Hermet, 2001:15) que entran en acción con este neopopulismo mediático. Se refiere a un procedimiento mediante el cual se hace “préstamo táctico de los viejos temas populistas como la defensa de los excluidos y el llamado al orgullo nacional para intentar hacer digeribles unos planes de ajuste económico de corte liberal y carentes de atractivo” (Hermet, 2001:18). Para este autor estas “tácticas populistas” no siempre llegan a buen cauce. De hecho, en muchas ocasiones sucede, en el menor de los casos, un descenso en la popularidad del líder populista o a su vez un quiebre o crisis

social que hace vulnerable el uso de estas “tácticas” y pone entredicho el ejercicio de gobernabilidad.

De acuerdo a Guy Hermet el “neopopulismo liberal mediático” (Hermet, 2001:19) se caracteriza por “la acción de líderes que no se proponen desestabilizar o derribar la democracia representativa, sino, al contrario, consolidarla con una terapéutica no ortodoxa, introduciendo en ella una dosis controlada y subordinada de democracia plebiscitaria” (Hermet, 2001:19).

Desde la postura de Hermet, el populismo consolida la democracia representativa y esto funciona así ya que ambos se alimentan de la noción de soberanía popular, lo que supone un llamado de los gobernantes para hacer participe al pueblo, otorgándole su derecho a participar.

Así también, “la representación implica una transferencia de la voz del representado al representante y que en el populismo se sostiene fuertemente en el carisma y la demagogia” (Prud Homme, 2001:53), ahora enérgicamente asentados por los artificios de la comunicación mediática y la casi inmediata relación entre el líder y sus seguidores. En este sentido, las técnicas de fabricación de imágenes y de comunicación política exacerban el elemento carismático y el juego con los afectos.

Por otro lado, la democracia ha dejado una fragilidad institucional que hace converger relaciones de tipo formal e informal que se evidencian dentro del populismo. A decir de Guillermo O’Donnell:

(...) las prácticas informales como el clientelismo y el particularismo, resultado de una profunda sedimentación histórica, suelen ostentar un alto grado de institucionalización: un número importante de jugadores sabe a qué se juega y las reglas que se aplican aun si son implícitas. (O’ Donnell, 1997: 57).

La puesta en marcha de estas prácticas podría considerarse como falencias que posee el sistema democrático, estableciendo paralelamente una desigual distribución de bienes, algo que el neopopulismo sabe captar a su favor para apelar a “los de abajo”. A esto se

añade una larga historia de acceso desigual a los derechos y bienes públicos. “El particularismo al que se refiere O’Donnell no solo se expresa en el uso del libre albedrío en circunstancias especiales, es también y sobre todo que el particularismo tiene una historia que se refleja en la consolidación de la ciudadanía en muchos países”. (Prud’Homme, 2001:58) Este aspecto al que se refiere O’Donnell muestra la falta de aplicabilidad de los derechos universales y el acceso tardío y aún sin remedio de la extensión de los derechos sociales en los países latinoamericanos. Y es esta, una de las causas por las cuales los estilos populistas de hacer política reaparecen para llenar ese “vacío institucional” y estructural a través de una retórica propia de su estilo político.

(...) el acceso a derechos civiles, sociales y políticos en varios países produjo una ciudadanía abigarrada en donde queda mucho por negociar y ofrecer sobre la base de intercambios particulares entre políticos y potenciales clientelas. Esta situación, que no es nueva, favorece la supervivencia de relaciones políticas de corte populista (Prud’Homme, 2001:59)

En la actualidad, los neopopulismos utilizan una forma de intercambio clientelar que se apoya en una política pragmática con componentes simbólicos que se endosan para generar aprobación y credibilidad. Así:

La privación o falta de acceso a servicios colectivos por parte de amplios sectores de la población abre un campo inmenso para que los que tienen la posibilidad de controlar ese acceso lo usen para establecer relaciones de intercambio político de tipo clientelar (Prud’Homme, 2001:59)

Como sabemos, estos “intercambios clientelares” tienen componentes históricos y formas de adopción en una cultura política marcada por redes interpersonales e informales que hacen explicable la supervivencia del populismo. Aunque también cuentan el tipo de régimen y la consideración de relaciones entre los distintos poderes. La falta de contrapesos institucionales, hace más propicio el campo para que las estrategias populistas emerjan fácilmente.

CAPÍTULO II

CONTEXTO POLÍTICO Y COMUNICACIONAL PREVIO A LA ELECCIÓN DE RAFAEL CORREA

Uno de los aspectos claves dentro del cual analizar y explorar el campo político son los partidos políticos. En ellos se fundamenta gran parte de la identidad integradora y mediadora entre la sociedad y el Gobierno. En este capítulo se realiza un análisis del contexto previo de la llegada al poder de Rafael Correa, la crisis que experimentaron los partidos políticos y la emergencia del apareamiento de un líder personalista cuya figura se asentó en el discurso de la eliminación de la “partidocracia” en el país. En un segundo apartado, se examina el proceso político de la Revolución Ciudadana y los cambios en relación a la comunicación desde la llegada de Correa al poder.

2.1 Los aspectos políticos:

2.1.1 *El sistema político y los partidos políticos*

Partiendo del concepto del sistema político de Julio Echeverría y su vinculación con la teoría de la modernidad se explica el funcionamiento y el rol de la política como ámbito de integración y comunicación para entender las *dimensiones de sentido colectivas*. Si bien Echeverría coloca de antelala la modernidad para la explicación de su teoría, el autor deja en claro la función que será desarrollada de aquí en más por la política: “un efecto de interrupción de la *disgregación colectiva*” (Echeverría, 1997:85).

La teoría del sistema político de Echeverría abarca la incorporación de conflictos colectivos en medio de las fragmentaciones propias de la modernidad. Según el sociólogo, “el concepto de sistema político intenta reforzar el carácter pluralista de la democracia, porque asume la diferenciación y la complejidad como un dato del cual hay que partir e incluso como algo que hay que preservar para que el sistema político pueda modificarse y mejorar su capacidad selectiva”. (Echeverría, 1997:86). De esta manera, esta teoría permite entender la política desde la noción de “producir poder”, lo cual significa “transmitir decisiones vinculantes que sean recibidas por alguien y que cumplan su efecto, esto es, que se conviertan en premisas de comportamiento para la acción de otros actores sociales” (Echeverría, 1997:87)

La teoría del sistema político de Echeverría permite identificar elementos importantes para la comprensión de los partidos políticos o del sistema político representativo ecuatoriano en tanto explica la función que deben adquirir estos frente a las demandas sociales y el rol que cumple la política en la articulación social. La función fundamental del sistema de partidos según Echeverría sería:

(...) la de traducir la demanda social en demanda política. Esto quiere decir que la demanda social debe convertirse en un programa político, lo que al mismo tiempo requiere de la organización de la participación social al interior de las estructuras partidarias, o en su defecto, la capacidad de éstas en conocer, interiorizar y “hacer suyas” las demandas diversificadas de los actores sociales (Echeverría, 1997:98).

Desde esta perspectiva, es posible preguntarse *¿el sistema de partidos ecuatorianos ha incorporado efectivamente las demandas sociales o ha “hecho suya” su materialización y concretización?*

Según el análisis realizado por Catherine M. Conaghan sobre el sistema de partidos en el Ecuador, se afirma que a partir de la definición de partidos modernos en el país, en 1979, han existido tres elementos importantes que los caracterizan: 1) un sistema multipartidario extremo; 2) un electorado ecuatoriano con bajo nivel de adhesión continuada a partidos políticos específicos; y 3) la exclusión de los partidos de la formulación de políticas públicas, especialmente en el campo económico (Conaghan, 2003:220-221). Estos tres elementos a largo plazo han traído como consecuencia, el distanciamiento con el electorado y una volatilidad permanente en el sistema político. Según la politóloga, en el Ecuador:

(...) los partidos políticos no han desarrollado vínculos estrechos con grupos corporativistas de la sociedad civil -trabajadores, campesinos, pueblos indígenas- lo que ha provocado que estos mismos grupos no tengan una vinculación duradera y de una a otra elección dividan y cambien sus votos en una amplia gama de partidos (Conaghan, 2003:220).

En este mismo sentido, el multipartidismo extremo según su perspectiva, ha afectado el comportamiento de las elites y sus estrategias políticas. Los fraccionamientos han sido frecuentes, provocando la proliferación de partidos y adhesiones conflictivas. Conaghan señala que el incentivo de la proliferación “radica en las competencias intensas que

libran los políticos de carrera para obtener el control de las organizaciones partidarias y de la distribución de los favores políticos”. (Conaghan, 2003:220). Igualmente, se subraya en su análisis que el distanciamiento de las organizaciones partidarias de la formulación de políticas económicas – su función la cumplían los presidentes, asesores y acreedores- y sobre las decisiones que a ello respecta, razón por la cual, en la práctica, los electores ecuatorianos han optado por culpabilizarlos de las situaciones de inestabilidad y crisis acaecidas en el país, sobre todo desde la década de los noventa.

El aspecto que determina la política ecuatoriana y su sistema de representación se caracteriza por lo que Conaghan ha identificado como “la presencia de políticos flotantes y votantes flotantes” (Conaghan, 2003:245). Es decir, una “discontinuidad en los vínculos entre los partidos y el electorado” (Conaghan, 2003:245). Esta discontinuidad se demuestra en que ningún partido ecuatoriano ha podido retener la presidencia por más de un mandato y, por la información que recogen las encuestas de los años noventa, reseñadas en el estudio de Conaghan, existía hasta ese momento una fuerte desafección por los partidos políticos y un claro desinterés en la formación de una militancia partidaria a largo plazo. Esto explica que a lo largo de una década se halla desarrollado un vacío en la formación de identificaciones unificadoras de largo aliento, contribuyendo el terreno propicio al apareamiento de figuras con capacidades de concentración de poder.

Otra particularidad del sistema de partidos que acompaña lo mencionado, es la revitalización que ejercen los partidos con el electorado en el marco de las campañas electorales. Como se dijo previamente, los partidos en el Ecuador no han logrado crear lazos fuertes con organizaciones corporativistas, provocando en la mayoría de los casos, el apareamiento de redes clientelistas. Este fenómeno puede evidenciarse con claridad en época de elecciones donde las recompensas materiales están a la orden del día para la captación de votos. La explicación a este comportamiento puede entenderse dentro de lo que Echeverría ha denominado como el “cortoplacismo”, fenómeno característico de los sistemas políticos con una carencia de procedimientos institucionalizados de cognición de la estructura social y del campo de articulación de demandas y expectativas sociales. (Echeverría, 1997:94) Así, el sistema de partidos ecuatorianos no ha hecho viable un

proceso recurrente de procesamiento de las demandas, suplantadas por relaciones informales y clientelares cuyos apoyos, como es entendido, es frágil en tanto y en cuanto encuentren “patrones más efectivos”.

El fenómeno del clientelismo está ligado a los cambios socioeconómicos experimentados en los últimos veinte años en el país. La aceleración urbana de la década de los ochenta, una industrialización casi inexistente y la implementación de políticas económicas neoliberales que descuidaron la debida protección a la población mas vulnerable, produjeron un sector informal urbano en la economía:

Una gran parte de esta fuerza laboral no pertenece a las estructuras tradicionales de los movimientos sindicales, y por ende los sindicatos se han vuelto incluso menos importantes como transmisores potenciales de una identificación partidaria. La clase baja a menudo se organiza en base a su lugar de residencia y no a su lugar de trabajo; las organizaciones pueden incluir sus asociaciones pastorales de la iglesia, juntas de vecinos y asociaciones culturales. Estas organizaciones locales son difusas y en general, no cuentan con asociaciones “cupulares” que suman intereses a nivel nacional. (Conaghan, 2003:249)

Como consecuencia de la inexistencia de una estructura central que pudiesen utilizar los partidos para establecer vínculos sociales, las formas de relacionamiento con las clases bajas, según la autora, se establecieron de manera clientelar. A esto se añade la crisis económica que azotó desde los años ochenta y las políticas de ajuste que asumieron los distintos presidentes y partidos. Producto de una larga historia en restricciones económicas y sociales, el electorado se volvió escéptico frente a los partidos y sus líderes, sobre cayendo en ellos la responsabilidad de la ingobernabilidad del país.

A propósito del clientelismo subrayado por Conaghan, el sociólogo ecuatoriano Jorge León presenta algunos señalamientos sobre el tema. Según León, las prácticas clientelares han estado presentes mucho antes del fenómeno de la migración urbana. Para el autor, el clientelismo se exhibió dentro de una dinámica de dominación propia de la hacienda en las que se establecieron “múltiples formas de dependencia”. En su análisis, se puede identificar el apareamiento de figuras intermediarias en relación a los poderes locales:

(...) en los pueblos emergieron los “notables locales y tinterillos” que realizaban actividades de mediación entre los agentes de la dominación y el poder central y las poblaciones rurales étnicamente diferenciadas. (León, 1987:130).

(...) la figura de los “caciques y gamonales” sobresale por su capacidad de influencia local y regional. Su poder, podía así a través de las dependencias y las lealtades creadas, por servicios interpuestos (clientelismo), movilizar gente y/o obtener su apoyo (León, 1987:130).

Este dato histórico, permite establecer la pauta mediante la cual y según su análisis, los políticos se crearon alimentados por el padronazgo y caciquismo. Más tarde, señala León, con el fenómeno de la urbanización, estas prácticas no desaparecieron sino más bien se invisibilizaron, al mismo tiempo que se establecieron nuevas pautas. Los “nuevos barrios urbanos” y su búsqueda en el acceso de servicios públicos le permitió al político de la ciudad establecer nuevas clientelas estableciendo redes más complejas de apoyo. Un hecho destacado por León, es que las prácticas clientelares sobre todo desde la década del sesenta se ocultaron bajo la forma de ciudadanía, en conjunto con la ampliación del rol de distribución del Estado: el clientelismo como “forma de distribución funciona si el Estado dispone de recursos, sino el clientelismo político decae y/o tiende a favorecer formas más autoritarias y tradicionales de ejercicio del poder o influencia” (León, 1987:132)

Otra particularidad que resalta León sobre el clientelismo urbano es la transición de las ventajas individuales en beneficios colectivos, modo, según el autor, “de acceder a la ciudadanía, en la que se troca servicios por apoyo electoral, lo cual sería frágil y circunstancial” (León, 1987:132). Estas prácticas dejaron huella en el devenir ecuatoriano y en las corrientes populistas dentro de las cuales el líder hace las veces de mediador, incitando a la partición política a través del voto.

Producto de estas formas de relacionamiento, en la actualidad, es posible identificar un apego más hacia las personas que los partidos como organizaciones estructuradas. La cultura política ecuatoriana se sostuvo y se soporta en condiciones clientelares. La realidad precaria en que viven las poblaciones urbano-rurales siguen siendo presa fácil para políticos que buscan sobre todo en tiempos electorales ganar el voto a través del intercambio de bienes y servicios. Además, a través del análisis propuesto por León, es

posible identificar que las prácticas clientelares vuelven objetivo el mundo de la política. Es decir, las valoraciones sobre los políticos no siempre resultan en el plano de lo abstracto, sino por el contrario, sobre relaciones que se establecen bajo condiciones objetivas como el clientelismo.

Al favorecer relaciones clientelares, el populismo – que dominó en el país por cuarenta años - estableció relaciones que en términos de Simón Pachano “propendían a la representación directa de los intereses particulares. Esta razón dificultó la consolidación de formas fuertemente institucionalizadas como son los partidos políticos”. (Pachano, 2002:121). Este último y una serie de factores más, como la falta de reclutamiento de militantes, el personalismo como condición de liderazgo, la escasa capacidad en el procesamiento de las demandas, y su alejamiento de posiciones ideológicas crearon una debilitada capacidad de representación y en consecuencia la escasa confianza de los ecuatorianos en el sistema político.

Resumiendo lo señalado anteriormente, los partidos políticos ecuatorianos han tenido altos déficits de representatividad gracias a sus prácticas excluyentes y a sus propios conflictos internos, que como se dijo crearon un multipartidismo extremo, y a las propias formas de relacionamiento con la población:

En este escenario no fue posible la agregación de intereses y la construcción del interés general, los intercambios se dieron por fuera del sistema institucional. Su escasa elaboración de propuestas políticas se identificaron como los elementos más significativos que limitan la posibilidad de echar raíces en la sociedad. (Pachano, 2002:126).

En este mismo sentido, se trató entonces, en términos de Echeverría de un “debilitado orden que no pudo a lo largo de estos años modificar sus estructuras de integración y de canalización de demandas, ni perfeccionar el proceso de traducción de expectativas y demandas en decisiones políticas legítimas”. (Echeverría, 1997:100)

2.1.2 El declive de la visión programática de los partidos y el neoliberalismo

Desde la visión de Conaghan, los partidos políticos y su declive – además de los factores que se mencionaron en el apartado anterior- se explica en gran parte gracias a

su alejamiento en la determinación de políticas económicas. La autora señala que “en ningún periodo después de 1978 (Roldós, Hurtado, Febres Cordero, Borja) los presidentes pidieron asesoría a sus partidos respectivos” (Conaghan, 2003:252). Esta situación ocupada por un período de política neoliberal condujo a los líderes a buscar tecnócratas, empresarios y economistas para su asesoría en las relaciones con organizaciones internacionales crediticias. De esta manera, los partidos políticos se mantuvieron alejados de la política económica. Según Conaghan se conformó así una autonomía de la economía en manos de tecnócratas:

La idea era asilar la política económica de la pluralista, y en especial de la interferencia en el Congreso. Dicho aislamiento era esencial porque permitía que los presidentes adoptaran medidas de estabilización que no habrían resistido la oposición pública que hubiera generado un debate público. La Constitución ecuatoriana dispone de una apertura legal que usan los presidentes para promulgar medidas económicas sin examinación previa del Congreso. Pueden promulgar dichas medidas como decretos económicos urgentes. (Conaghan, 2003:253)

El efecto de este comportamiento concentrado en el Ejecutivo y los agentes externos determinó que los partidos no se considerarán como parte del proceso de gobernabilidad. Igualmente, por su parte, los partidos tampoco hicieron mayores intentos por revertir esta situación, provocando así su propio aislamiento en esta materia. Paralelamente a ello, tampoco supieron responder ante las crisis con “alternativas programáticas”. En 1990 esto se evidenció con profundidad cuando el levantamiento indígena más importante del país tuvo lugar y los partidos políticos mostraron una incapacidad para escucharlos y procesar sus demandas.

Esta incompetencia ha dejado saldos en la cultura política y el propio sistema político. A pesar de ello, en cada elección se repiten los ritos de los candidatos por obtener votos, aunque cada vez más con una nueva particularidad en escena: el apareamiento de profesionales externos a la política.

El marketing político ha hecho su aparición y con él la escasez de la visión programática de los partidos y de los candidatos presidenciales. Esta práctica que

aparece ya en la época de los ochenta de la mano de Febres Cordero¹, parece instalarse en la actualidad y más precisamente en la figura de Correa, quien se valió de expertos para sobresalir y ganar las elecciones del 2006.

En este escenario que hemos recorrido, los partidos socavaron su capacidad de representación y articulación colectiva, situaciones que se explican además por la poca influencia que ejercieron a lo largo de estos años en la toma de decisiones que afectaron al conjunto de ecuatorianos, particularmente en los asuntos económicos que ahondaron aún más la desigualdad socioeconómica en el país.

2.1.3 Aplicación de políticas neoliberales

Las políticas económicas de corte neoliberal fueron aplicadas con fuerza en el Ecuador de los años ochenta, donde el precio del petróleo decayó y las fuertes inundaciones a causa del fenómeno del Niño afectaron a la producción agrícola y la economía en general. Además de ello:

(...) en el año 1982, el gobierno ecuatoriano ingresó en la ronda de las continuas negociaciones de la deuda externa con los acreedores internacionales, incorporando cada vez con mayor profundidad las recomendaciones y condicionalidades del capital financiero internacional, formuladas y presionadas por el FMI y el Banco Mundial. (Acosta, 2001:162).

Entre las condiciones que plantearon los acreedores internacionales se encontraba la adopción de una serie de condiciones económicas, resumidas en el Consenso de Washington que tenían entre sus preceptos: austeridad y disciplina fiscal; reestructuración del gasto público; privatización de empresas públicas; flexibilización en las relaciones económicas y laborales; desregulación del mercado financiero y apertura de la cuenta de capitales; garantía y cumplimiento de los derechos de propiedad privada, entre otros. (Acosta,2001:158).

¹ En el estudio de Catherine Conaghan se menciona que en 1984 la campaña de Febres Cordero contrató a Oscar Lombano, experto colombiano en relaciones públicas quien asesoró al presidente Belisario Betancurt. Igualmente, en 1988 Rodrigo Borja usó los servicios de asesoría del Sawyer Miller Group con sede en Washington.

El primero en adoptar las medidas de ajuste económico en el país fue Osvaldo Hurtado (1981-1984) sobre todo en relación a la flexibilización laboral y recorte de salarios. Consecuencia de ello “cayó la participación del factor trabajo en la distribución de la renta nacional de un 32% en 1980 a 12,7% en 1990 y 1991, para luego recuperarse levemente en a 13,9% en 1997, poco antes de la severa crisis de fin de siglo” (Acosta, 2001:162). Pero lo más significativo de su gestión fue la llamada “sucretización de la deuda externa privada”:

Con la sucretización lo que se hizo fue convertir las deudas de los agentes económicos privados en dólares, libremente contratadas fuera del país a deudas en sucres frente al Banco Central, en condiciones ventajosas. Mientras que el banco, a su vez asumió el compromiso de pago en dólares ante los acreedores internacionales (Acosta, 2001:169).

Estas medidas que favorecieron a los grandes grupos económicos, hicieron palpable la falta de control del Banco Central y el favoritismo de Hurtado hacia los agentes privados.

En 1984 asume la presidencia del Ecuador, León Febres Cordero (1984-1988), y con él la continuación de las políticas de ajuste de su antecesor. Durante su gobierno, se ampliaron las condiciones del pago de la deuda externa “sucretizada”, se realizó una conversión de deuda en inversión que ayudó a los bancos, se procuró la liberalización del mercado de divisas y demás medidas que beneficiaron a banqueros y empresarios. En el régimen de Febres Cordero se detectaron tasas crecientes de inflación y desempleo, situación que ocasionó un descontento en amplios sectores de la población. Todo ello acompañado de un modo de gobernar de tipo autoritario instalando en la sociedad ecuatoriana un sistema que “habría legitimado la violencia como forma de respuesta del Estado” (Tinel, 2008:131).

El ocaso del gobierno de Febres Cordero –en razón de la desregulación de los sectores económicos, reducción del gasto público y violencia social- llevaron a confiar en la figura de Rodrigo Borja (1988-1992). Borja se presentó inicialmente contrario a las tesis neoliberales, situación que se modificó una vez llegado al poder. En su gobierno “el logro del equilibrio macroeconómico se convirtió casi en un sustituto del desarrollo

económico y social, al cual se debería llegar posteriormente, en forma casi espontánea según los argumentos neoliberales, como producto de la propia estabilización” (Acosta, 2001:178). Al igual que en período anterior, las tasas de inflación fueron altas y las remuneraciones de los trabajadores bajaron sustancialmente. Tampoco se logró la renegociación de la deuda a pesar de los intentos de Borja en la participación del programa “Iniciativa de las Américas” presentado por los Estados Unidos como nuevo esquema para el manejo de la deuda. De esta manera, durante su período la economía ligada al pago de la deuda externa no condujo a ningún replanteamiento sobre el desarrollo del país.

Con la llegada de Duran Ballén (1992-1996) y Alberto Dahik al poder, se pudo concretizar aún más las políticas neoliberales en Ecuador. Durante su mandato, se firmó una nueva carta de intención con el Fondo Monetario Internacional y en la modernización del Estado se incluyó la “ privatización de las telecomunicaciones, los hidrocarburos y el sector eléctrico; así como la reforma del sistema de seguridad social, del mercado de trabajo y de las leyes laborales” (Acosta, 2001:183) El gobierno de Durán Ballén tampoco pudo revertir la situación de la deuda externa y su período se complejizó con la guerra del Cenepa en 1995. Al finalizar su periodo, el Ecuador estaba en una situación compleja ya que Duran Ballén priorizó con vigor la especulación de la banca financiera y dejó atrás el desarrollo productivo. Para el año 1996 con Bucarám en la presidencia, continuaron las políticas neoliberales. Su período intentó hacer viable la convertibilidad para tranquilidad de los inversionistas y debilitó aún más el Estado con las privatizaciones.

Cuando asumió la presidencia Jamil Mahuad, la política económica ecuatoriana se orientó claramente en beneficio de los intereses privados y ciertos grupos económicos. Durante su mandato se priorizó la protección a los banqueros, la eliminación de los subsidios y se incrementó el IVA (Impuesto al Valor Agregado). Pero lo más importante es que durante su mandato se liberalizó el sistema financiero y gracias a la promulgación del 1% a la circulación de capitales, algunos agentes económicos sacaron su dinero y debilitaron a la banca. Las medidas tomadas incentivaron la

desintermediación financiera y dieron como resultado una de las mayores crisis en el Ecuador:

El feriado bancario iniciado el lunes 8 de marzo de 1999 agravó las tensiones: por salvar al Banco del Progreso, cuyo dueño financió con 3,1 millones de dólares la campaña electoral de Mahuad y su partido, se contaminó aun más el sistema financiero. Pocos días más tarde, el lunes 15 amanecieron congelados los depósitos bancarios en sucres y en dólares las cuentas de ahorro, las cuentas corrientes y los depósitos a plazo pertenecientes a los particulares (Acosta, 2001:190)

Frente al “salvataje bancario”, la respuesta de los sectores sociales no se hizo esperar. Mahuad tomó algunas medidas para frenar los levantamientos y movilizaciones, aunque el descontento generalizado a esa altura era sumamente vigoroso. Entre las medidas tomadas en su afán de recuperar el equilibrio, restableció el impuesto a la renta, previamente eliminado y subió los tributos, situación que ocasionó el retiro del apoyo de la oligarquía guayaquileña. Previo a su derrocamiento se adoptó la dolarización con auspicio del FMI para continuar con el pago de la deuda externa.

La acumulación de frustraciones y el apareamiento de la figura de Lucio Gutiérrez (2002-2005) en la rebelión que derrocó a Jamil Mahuad, hizo que en el año 2002 se postule como candidato presidencial- con el partido Sociedad Patriótica en conjunto con el movimiento Pachakutik y el MPD- y gane la presidencia. Una vez en el poder –al igual que ha sucedido en previas ocasiones con otros “presidenciables”- cambió radicalmente su discurso para encaminarse a los grupos de poder y hacia los organismos de crédito internacional. Esta situación hizo que sus iniciales aliados (movimiento indígena) fueran tomando distancia de su gobierno. La etapa más complicada de su gestión llegó en el 2004, cuando Gutiérrez se alía al partido Roldosista Ecuatoriano y destituye inconstitucionalmente la Corte Suprema de Justicia, nombrando nuevos jueces. Además de ello, la política económica de Gutiérrez no varió en comparación con sus antecesores. De hecho, firmó una carta de intención con el FMI, “en la cual además del alza de los precios de las gasolinas y los servicios públicos, se compromete de forma explícita hasta el congelamiento de las pensiones jubilares para supuestamente lograr los tan necesitados flujos de inversiones y capitales para un crecimiento sostenido” (Correa, 2003:6).

La situación de inestabilidad política desembocó en la *Rebelión de los forajidos*, movimiento quiteño de clase media urbana que contribuyó a la salida de Gutiérrez. “Esto y el retiro del apoyo de las Fuerzas Armadas al gobierno hizo que Gutiérrez se convirtiera en el tercer presidente (antes fueron derrocados Bucaram y Mahuad) que terminó abruptamente su mandato en menos de una década” (Pachano, 2002:41). Una lectura sobre el derrocamiento de Gutiérrez puede leerse en Ramírez, quien pone hincapié en el rechazo de la población hacia la clase política y el sistema político en ese momento:

Si una parte de los manifestantes reivindicaba la vigencia del estado de derecho en el marco de una inédita defensa de las instituciones de la democracia liberal y otra se pronunciaba contra el giro programático de Gutiérrez y la continuidad del neoliberalismo, ambas se entreveraban en el rechazo a las élites y a los partidos políticos. La generalizada consigna “que se vayan todos”, articulaba los sentidos de la movilización sin alcanzar, no obstante, a dibujar efectivos horizontes programáticos y/o nuevas estrategias de acción política que permitieran socavar el statu quo (Ramírez, 2012:114).

Los tres derrocamientos, según Simón Pachano, no presentan un denominador común. Por el contrario, “estos muestran importantes diferencias en términos de composición social, del lugar que ocupan en la sociedad, de las estructuras organizativas y de las modalidades de movilización” (Pachano, 2002:42). Lo que es claro en el señalamiento del autor es que la acción de los partidos políticos y de las Fuerzas Armadas es clave ya que no es posible afirmar de manera precisa todas las condiciones de la movilización social. A pesar de ello, sí es posible observar sus componentes principales:

En el derrocamiento de Bucaram se combinaron los efectos de las medidas económicas adoptadas en su presidencia y su estilo caótico de gobierno... el en golpe contra Jamil Mahuad concurren como elementos importantes “el rechazo de la política económica y la participación directa de un grupo de militares” (Pachano, 2002:42)

(...) y en el caso de Gutiérrez, los contenidos de la movilización fueron más políticos que económicos, ya que no existió antecedentes de “paquetazos” y en ese momento existía la más baja tasa de inflación en la historia nacional (Pachano, 2002:43).

Como se ha visto, los derrocamientos y las pugnas políticas entre las élites, el rol de las Fuerzas Armadas y los comportamientos ciudadanos hacen que la idea de democracia en el Ecuador no se encuentre enfocada únicamente en los aspectos más normativos de esta. De hecho, las distintas destituciones presidenciales hicieron pensar en la imposibilidad de articular intereses y la consecuente deslegitimación de la política (Abad, 2005).

Por otro lado, durante la descripción del texto se ha podido observar los aportes sobre cultura política y los estudios sobre las motivaciones que llevan a los electores a elegir representantes de cargos públicos que suelen en ocasiones rayar en la línea de la legalidad (clientelismo). Siendo así la comprensión de la democracia ecuatoriana instalada desde 1979 y la gestión de los partidos políticos deben entenderse en un marco que tome en consideración las disputas políticas y la política económica como marco referencial en el comportamiento de los actores sociales. Si nos remitimos nuevamente a las nociones de Echeverría, las distintas crisis de gobernabilidad que ha atravesado el Ecuador, se debe fundamentalmente a la incapacidad de “reducir la complejidad como disminución de la incerteza y de la contingencia en los procesos de reproducción social” (Echeverría, 1997:101)

2.2 Revolución Ciudadana y proceso político

En medio de un escenario caótico, de crisis de representatividad y de escasa institucionalidad, aparece la figura de Rafael Correa Delgado, un académico crítico con el neoliberalismo, sin ningún tipo de afiliación política y definido por él mismo como “un humanista cristiano de izquierda”. Correa aparece en la escena pública a partir de su nombramiento como Ministro de Economía en el 2005 y, a pesar de su corto período en esa cartera de Estado, su figura adquirió relevancia pública gracias a su postura en contra del Fondo Monetario Internacional y su oposición al Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos. Sus posiciones lo llevaron a candidatizarse a la presidencia en el 2006 con dos mensajes claros: (1) El discurso de la “partidocracia”, responsable del grado de corrupción y escasa representatividad (relación sociedad-partidos inexistente) y (2) en consecuencia, la desintegración de la Patria como resultado de la imposición de políticas económicas promulgadas por la élite que sacrificaron el bienestar nacional.

Estos mensajes, fueron calando en una población golpeada por subsecuentes crisis y ávida de un cambio profundo. Como señala Ramírez:

El acceso al poder de Rafael Correa y la Revolución Ciudadana en enero del 2007 recogía una amplia corriente de demandas populares en procura de una renovación profunda de la clase política y contrarias a la deserción estatal promovida por los “neoliberales criollos” desde mediados del decenio de 1980. (Ramírez, 2012:110)

Con la intención de “recuperar la Patria”, una de las primeras acciones de su gobierno fue convocar a una Asamblea Nacional Constituyente para redactar la nueva Carta Magna y sustituir al Congreso Nacional. Una vez conformada la Asamblea, “el movimiento PAIS, brazo político de Correa, aseguró 80 de los 130 puestos en la nueva Asamblea (Conaghan, 2011:272), algo que sirvió para diseñar la nueva constitución fortalecida del brazo ejecutivo. Siguiendo a Conaghan, algunos ejemplos de la influencia del Ejecutivo se encontraban “en la posibilidad del presidente de convocar referendos en casi cualquier tema, superando así a los opositores legislativos. Y, la capacidad de disolver la legislatura y convocar nuevas elecciones una vez durante su mandato” (Conaghan, 2011:272). La nueva constitución también le abrió la posibilidad a Correa de “postularse para un mandato consecutivo adicional de cuatro años y de imponer su criterio en algunas de las reuniones mantenidas con los asambleístas de su movimiento en temas claves para el país”. (Ramírez, 2010:161)

A pesar de la influencia del Ejecutivo en la Asamblea, el proceso constituyente sirvió para recoger amplias demandas de los movimientos sociales. Se trataba de movilizar a la sociedad para construir “un proyecto de vida común”. En la Constitución del 2008 se afianzaron luchas históricas, entre ellas, otorgar derechos colectivos a los indígenas y afro descendientes, el reconocimiento de la justicia indígena, el otorgamiento de derechos a la naturaleza y, de la mano del movimiento sindical, la terminación de la tercerización y precarización laboral. En efecto como señala Carlos de la Torre:

Se instalaron mesas de diálogo y se recibieron a 1500 delegaciones de distintos sectores sociales y 1000 propuestas de partidos, organizaciones de la sociedad civil y aún de individuos. Los debates sobre interculturalidad y plurinacionalidad, por ejemplo, contaron con aportes de las organizaciones

indígenas CONAIE y FENOCIN y de académicos como Boaventura de Sousa Santos, Galo Ramón y Catherine Walsh (De la Torre, 2010: 160).

El escenario parecía ser el apropiado para el acercamiento entre el Ejecutivo y la sociedad civil, sin embargo en lo posterior se afirmaron los conflictos sobre todo con los movimientos sociales, por la urgente necesidad del gobierno de crear un Estado que regule todos los ámbitos de la vida nacional. Siendo éste el propósito, todo intento de representación corporativa o gremial fueron arrinconados y se fue construyendo a la par un núcleo de Alianza País lo suficientemente estratégico para llevar adelante su propia agenda.

2.2.1 *El brazo político de Correa: Alianza País*

Desde el inicio de su carrera política, Correa no contaba con un partido para su respaldo, sin embargo su proyecto político no era en solitario. De la mano de un grupo de militantes de izquierda fue dando vida al movimiento Alianza País (AP). “El grupo incluía a Ricardo Patiño, un economista y militante del partido socialista, Alberto Acosta, un académico conocido por sus columnas en el diario Hoy, Gustavo Larrea, un activista de los derechos humanos y Fander Falconí, un economista entrenado en Europa” (Conaghan, 2011:266). Junto a ellos, y desde el inicio concibieron su proyecto político y su movimiento como una posibilidad de transformar la realidad. Ello significaba “romper con el pasado, con el dogmatismo y el sectarismo” (Larrea, 2008:128).

Dos fueron los marcos referenciales de Alianza País para llevar a cabo una agenda para el cambio. El primero, tiene que ver con la formación de un proyecto nacional o, en otras palabras, concebir una estructura orgánica nacional. Así lo explicaba uno de sus integrantes:

En las últimas tres décadas la derecha no ha tenido mayoría en la Sierra sino en la Costa; la socialdemocracia y la democracia cristiana fueron fuertes en el mundo andino, pero han sido débiles en la Amazonía y en la Costa. El movimiento político actual (AP) logra sintonizar con las aspiraciones populares, y por esas razones, a diferencia de otros procesos, tiene que regionalizar su política y su estructura orgánica para transformar la realidad. No obedece a un recetario. (Larrea, 2008:128)

El segundo objetivo fue contar con una “organización territorial y familiar”. Para ello, el movimiento PAIS desde su origen resolvió no realizar coaliciones con otros frentes sociales sino trabajar territorialmente y para ello condujo la movilización de afiliados para construir fuerza en los cantones, parroquias y barrios.

Se resolvió promover un tipo de organización familiar para transformar la historia, puesto que no se trabaja solamente con los individuos sino con todos los integrantes de la familia quienes participan en las reuniones. Son encuentros familiares de carácter geográfico...con excepción del frente de los artistas, los compañeros y compañeras trabajan en todo el territorio buscando equidad de género y una forma orgánica adaptada a la vida de familia. (Larrea, 2008:129)

Prueba de esta formación, explica Gustavo Larrea que: “para el primer proceso electoral (15 de octubre de 2006) se formaron 200 mil comités familiares en todo el país. Para la segunda vuelta electoral el objetivo fue formar 500 mil comités familiares y formamos 508 mil y, para la última elección nuestro objetivo fue formar un millón de comités y formamos 1 millón 20 mil comités familiares”. (Larrea, 2008:131)

Paralelamente, y por necesidad, el movimiento fue ampliándose con una política de “puertas abiertas” y articuló organizaciones que querían integrarse siempre con el objetivo de ser mayoría en el país. Alianza País resultó ser una fuerza innovadora en comparación con anteriores formaciones políticas y el concepto de ciudadanía significaba una plataforma para seguir adelante, aunque con el tiempo esta “ciudadanía” fue replegándose cada vez más a un rol pasivo y receptivo de políticas gubernamentales. Cabe resaltar aquí, que desde su formación, el movimiento PAIS tuvo un componente altamente pragmático y, en consecuencia, la organización como tal fue determinándose en el camino. Como lo menciona Larrea “el objetivo de AP al organizarse no fue ser poder en 20 años, sino ser poder ya” (Larrea, 2008:129)

2.2.2 Revolución Ciudadana

Con las cartas a su favor, Correa y su movimiento pusieron en marcha la recuperación de las capacidades económicas y políticas del Estado Nacional. En este emprendimiento, sobresale la creación de empresas públicas en sectores estratégicos de la economía, la creación de la industria nacional, nuevas líneas de regulación de la

banca, reducción de la deuda externa y presencia estatal en los territorios, traducido en políticas de desconcentración y descentralización.

La acción pública fue el principal detonante del desarrollo y para ello, Correa construyó un “vigoroso gobierno central”. La vuelta al Estado, gracias a los beneficios de las rentas de las industrias de los recursos naturales fue significativo en el emprendimiento:

Las exportaciones de petróleo representaban aproximadamente el 35% de los ingresos del gobierno. Correa asumió el poder en el 2007 cuando los precios del petróleo se dirigieron a 100 dólares el barril y los ingresos se incrementaron en más del 200%. Uno de los espacios donde rápidamente se pudo palpar los ingresos provenientes del petróleo fue en el aumento del gasto social. Sectores como la salud, con servicios gratuitos para mujeres embarazadas y niños o el bono de Desarrollo Humano para asistir a las familias pobres fueron medidas de primer y alto impacto en los sectores vulnerables. Asimismo, se puso en marcha políticas crediticias que permitieron micro emprendimientos sobretudo en zonas seleccionadas de la industria manufacturera y la agricultura. (Conaghan, 2011:275).

En otros sectores sociales, pudo percibirse la capacidad de distribución de los ingresos. Los programas educativos con provisión de libros y uniformes y, la construcción de escuelas y carreteras forman parte del cambio en la distribución. Como lo señala Conaghan, “el gasto público como porcentaje de GDP se dobló del 2006 al 2009, creciendo del 5% al 14%” (SENPLADES, 2010 en Conaghan, 2011:276). De esta manera, el Estado se consagraba como ente asegurador y regulador de la economía y su desarrollo. Las intervenciones del gobierno en algunas áreas de la economía pueden considerarse como parte del proceso: “bajo las nuevas regulaciones, los bancos estaban sujetos a controles de todo, desde reservas de liquidez y las tasas de intereses nacionales, a las tarifas en los servicios financieros y los retiros en cajeros automáticos” (Conaghan, 2011:276).

“La inversión pública ha sido y continúa siendo la fuerza motora en la economía, haciendo del modelo Estado-céntrico de Correa altamente dependiente, al menos en el mediano y corto plazo, de los ingresos de las industrias extractivas actuales y potenciales del Ecuador” (Conaghan, 2011:277). En este mismo sentido, la repatriación de las reservas, el aumento de impuestos, la cooperación con países amigos y la

búsqueda de financiamiento externo se orientan en la continuidad de la elevación en el gasto público.

La política de “unidad latinoamericana” busca igualmente hacer hincapié en este sentido. “Correa buscó lazos comerciales más fuertes, se despojó de su condición de observador y, finalmente, firmó como miembro de la Venezuela liderada por el comercio regional bloque Alianza Bolivariana en 2009”. (Conaghan, 2011:278). Por ejemplo, la creación de compañías binacionales en minería y agricultura con Venezuela son primordiales para el Gobierno. Aunque no solo esto. Gracias a los acuerdos con ese país las exportaciones ecuatorianas a Caracas han pasado de \$7 millones en 2005 a \$20 millones en 2012.²

El modelo de desarrollo del gobierno, calificado por algunos teóricos sociales como “nodesarrollismo” (Ramírez, 2010) convulsiona un conflicto interno con las distintas fuerzas sociales ligadas a la izquierda y el movimiento ecologista. Como lo señala Ramírez: “la articulación entre decisionismo y nodesarrollismo no parece, tampoco, favorable para una efectiva incidencia y participación de un más amplio conjunto de actores sociales y políticos en la gestión del proceso de cambio al que asiste el Ecuador” (Ramírez, 2007:37)

Aunque el caso del movimiento indígena sea uno de los más significativos (una parte de este sector apoyaba a Correa), el gobierno a lo largo de estos años ha entrado en confrontación con los maestros, los sindicatos públicos y otros gremios. Según Carlos de la Torre estos conflictos se deben a cuatro factores: (1) El primero es que el Gobierno nacional, conformado por tecnócratas y científicos sociales de izquierda, se ve como la representación del interés nacional que está más allá de las agendas corporativas de los diferentes sectores de la sociedad civil”. (2) Se les ha quitado a los líderes sociales representatividad y para el Gobierno no son importantes sus agendas y la justificación de Correa es su popularidad y las elecciones ganadas durante estos años. (3) Otro tema es la visión diferente entre los grupos sociales sobre el desarrollo, Correa privilegia un modelo tecnocrático extractivista y (4) La estrategia populista del gobierno

² Diario El Hoy (2013). Disponible en <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-acuerdo-comercial-con-venezuela-esta-en-revision-587759.html>

de movilización desde el poder ha fragmentado al movimiento indígena además de haber implementado los Bonos de la Dignidad, y programas como Socio Páramo y Socio Bosque (De la Torre, 2010:162-164).

La deslegitimación del gobierno hacia los líderes sociales ha ocasionado aún más su exclusión de la agenda nacional y se toman acciones para frenar cualquier intento que contradiga la voz oficial. Ejemplo de ello lo menciona Jorge León cuando relata que:

Para frenar la marcha de la CONAIE en abril de 2012, desde la Amazonía a Quito, y que cuestionaba posiciones del gobierno, el ministro de Finanzas fue personalmente a entregar a los gobiernos locales, en dos provincias de fuerte población indígena, recursos financieros para proyectos o programas locales, antes de que pasara la marcha, de modo que se frenara el apoyo a las autoridades locales o de la población local a los caminantes. (León, 2012:396).

El presidente justifica sus acciones en una visión de “democracia mayoritaria” dentro de la cual todos los poderes están subordinados al Ejecutivo y sus decisiones se consagran gracias a sus privilegios plebiscitarios. La democracia de mayoría y, el irrespeto a las minorías supone correr el riesgo de una dirección voluntariosa y autoritaria. La concentración del poder político en la presidencia y la falta de controles procuran la consolidación hegemónica en manos de AP y su líder Rafael Correa en el Ecuador actual.

Por último, la participación ciudadana dentro del proyecto político de AP se encuentra subordinada a los fines del gobierno. En este sentido, Ramírez señala que: “desde el poder se crean y promocionan organizaciones sociales afines al gobierno, a la vez que se fragmentan, debilitan y cooptan a las organizaciones autónomas de la sociedad civil” (Ramírez, 2010:169). Esta situación ha provocado justamente, la deslegitimación de organizaciones independientes al Estado, y por otro, la ruptura de dinámicas plurales ciudadanas para el debate público. Esto permite afianzar una de las estrategias del Ejecutivo en relación al posicionamiento de las decisiones y arrinconar a la ciudadanía al interior de corrientes de opinión próximas a su persona, algo que se ha sedimentado gracias al crecimiento económico, y políticas sociales. En este sentido, es posible decir que se ha tratado de modular la acción según su capacidad para convencer. Sin embargo, como lo advierte Cheresky “gobernar con la opinión puede por supuesto

conllevar la tentación de la demagogia así como el peligro del inmovilismo” (Cheresky, 2008:59).

2.3 La importancia de la comunicación en la Revolución Ciudadana

Uno de los brazos fuertes de la Revolución Ciudadana y el presidente, sin duda corresponde a su política comunicacional y mediática. Como se explicó previamente, Correa asumió el poder sin contar con el respaldo de un partido político o de grupos sociales previamente organizados. Esta situación, lo condujo a generar estrategias mediáticas para ganar adeptos y sobre todo a construir en la prensa al enemigo político por excelencia. Antes de su llegada al poder, el escenario comunicacional estaba fuertemente determinado por los medios de comunicación privados y en consecuencia, la circulación de opiniones estaba restringida a los lineamientos de información comercial.

2.3.1 Escenario comunicacional previo a la llegada de Rafael Correa

A pesar de la escasa bibliografía existente sobre el papel que juegan los medios de comunicación y su vinculación con la política en el Ecuador, es posible ubicar a través de las disposiciones legales, en particular en la Ley de Radio y Televisión de 1975 promulgada en la dictadura de Guillermo Rodríguez Lara, los beneficios económicos que adquirieron los actores del mercado de la comunicación y la información privada. En una definición de los juicios que han regido las relaciones entre el Estado Ecuatoriano y los empresarios privados, Mauro Cerbino e Isabel Ramos anotan los siguientes criterios:

1. La transferencia de fondos desde el Estado central a las empresas mediáticas. En este sentido, el Acuerdo Legislativo No 105, declaraba que la radio y la televisión serían considerados “industrias de la publicidad” con la finalidad de que pudieran convertirse en sujetos de crédito de las instituciones financieras del Estado.
2. Los beneficios que contribuyeron a mejorar la rentabilidad de los medios, a través de la inyección de recursos provenientes de las entidades subnacionales de gobierno, los partidos políticos, los trabajadores de prensa y los ciudadanos comunes.
3. Medidas legales o reglamentarias que han proporcionado a las empresas periodísticas y medios de comunicación, un acceso privilegiado a espacios institucionales de toma de

decisiones que podrían incidir en la actividad del sector. En este sentido, se destaca la conformación en la Ley de 1975 del Consejo Regulador (CONARTEL) dentro del cual dos de sus integrantes eran el Presidente de la Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión (AER) y el Presidente de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador (AECTV), ambas entidades tenían interés en el área que se controlaba.

4. Regulaciones que facilitaron la concentración de la propiedad de los medios, la formación de conglomerados y el ejercicio de prácticas oligopólicas (Cerbino y Ramos, en vías de publicación)

En este mismo sentido, un estudio realizado por la UNESCO en el 2011 indicaba esta misma situación, en cuanto a niveles de concentración en manos de los medios de comunicación privados:

El sector de radio y televisión no ha sido regulado de manera justa o pluralista por los siguientes motivos: la concentración de los medios de comunicación social en un único sector, el privado; las reformas a la Ley de Radiodifusión y Televisión de 1995 que posibilitaron el incremento del número de frecuencias de radio y televisión bajo el control de una persona natural o jurídica; los mecanismos aprobados por el CONARTEL que permitieron una mayor concentración; la supresión de facto del CONARTEL; la subordinación del CONATEL al Ministerio de Telecomunicaciones y la discriminación de los medios comunitarios. (UNESCO, 2011:45)

El cuadro a continuación demuestra la situación de los medios de comunicación privados en 2010:

Categoría de Estación	No de Estaciones	%
Comercial Privada	1073	89.0%
Servicio Público	130	10.8%
Comunitaria	2	0.2%
Total	1205	100%

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones, diciembre 2010.

Esta situación dispuso como consecuencia, la limitada circulación de ideas y opiniones, puesto que existían sectores excluidos del acceso a los medios de comunicación o de la

propiedad de medios propios para expresarse libremente (UNESCO, 2009:46). Al igual que la radio y la televisión, la prensa se benefició de la transferencia de fondos públicos:

La publicación por la prensa como requisito indispensable para proporcionar validez a convocatorias, edictos, sentencias, citaciones, anuncios, apercibimientos y sanciones, entre muchas otras clases de contenidos, ha sido consagrada principalmente a través de las sucesivas Leyes de Elecciones, de las normativas del Poder Judicial y de las más diversas reglamentaciones administrativas (Cerbino y Ramos, en vías de publicación).

En este escenario se acentuó lo que Cerbino y Ramos denominaron una relación de “connivencia e incluso de colusión” (Cerbino y Ramos, en vías de publicación) en las relaciones entre medios de comunicación y los sucesivos gobiernos que han atravesado la historia del país desde el retorno a la democracia. Los puestos y cargos públicos ocupados por periodistas y propietarios de medios de comunicación también forman parte de esta connivencia. Los autores ratifican igualmente que la Ley de Radiodifusión concedió ventajas para la concentración debido a la existencia de limitaciones en el número de frecuencias que podían asociarse a una misma estación matriz (Cerbino y Ramos, en vías de publicación).

La Ley de Radiodifusión y Televisión, con ciertas reformas, desde 1975, permitía en el Art. 10 que una misma persona, natural o jurídica, pudiese obtener hasta 24 canales de onda media (uno por provincia), 24 canales de frecuencia modulada (uno por provincia), 24 canales en cada una de las nuevas bandas que se crearen en el futuro (uno por provincia), un canal para zona tropical y un sistema de televisión nacional (UNESCO, 2011:70)

A través de las informaciones citadas arriba, es posible constatar que en Ecuador, las posibilidades de otros actores sociales -además de los privados- de acceder a los medios de comunicación se habían limitado en términos jurídicos. Dicho de otra manera, las empresas mediáticas privadas incidieron para que sus intereses fueran legitimados a través de las leyes promulgadas. Además de ello, existieron arreglos en las relaciones de los medios con los actores políticos en distintos gobiernos, lo que posibilitó la exclusión de personas y organizaciones ajenas a estos dos ámbitos. Tan solo un ejemplo de ello, son las regulaciones impuestas para el desarrollo de medios comunitarios, teniendo como consecuencia solo el 0.2% de estaciones de radio, estado que demostró la nula igualdad de oportunidades en un sector dominado por el ámbito tecno-empresarial.

El poder que obtuvieron los medios de comunicación en el ámbito legal permitió una abierta interrelación con la esfera política en un escenario conservador. De tal forma se constituyó esta relación dentro de la cual:

Los mayores medios de comunicación han tendido a apoyar la institucionalidad y la estructura de poder levantadas por este modelo (neoliberal) proclive a la privatización, desde su capacidad para construir, reforzar o modificar imaginarios, los que los ha convertido en “actores-clave” de una democracia con tintes autoritarios, corporativos y excluyentes como la ecuatoriana (Ospina, 2009 en Reyes, 2010:156)

Uno de los ámbitos en que los medios funcionaron como actores claves fueron las elecciones, a través de la imposición sobre determinados candidatos. Según Reyes, los medios:

No solo se convierten en el espacio de disputa discursiva más importante sino que en algunos casos amplificaron la imagen de ciertos candidatos sobre la base de invisibilizar a otros, generalmente aquellos más distanciados de las propuestas afines al modelo de desarrollo imperante (Reyes, 2010:156)

De lo que se acaba de citar son hechos que constatan la actuación de los medios como actores políticos buscando siempre conservar sus intereses en cada uno de los períodos presidenciales. De allí que la relación entre medios de comunicación y los distintos gobiernos previos a la llegada de Rafael Correa pueda identificarse la ausencia de conflicto y la “connivencia” pacífica entre ambos.

2.3.2 Situación comunicacional del Gobierno

En el año 2006, Rafael Correa nombró a Vinicio Alvarado como director de su campaña presidencial. Alvarado es un experto en publicidad comercial y, en la actualidad, es considerado como “el gestor de la estrategia publicitaria del Gobierno”. Alvarado ha sido el encargado de posicionar la imagen del presidente en cada una de las contiendas electorales a través de estrategias de comunicación y marketing. Algunos de los spots publicitarios dan cuenta de su capacidad creativa y emotiva con la gente. Por ejemplo, en la campaña de 2006 el discurso fue la burla a la partidocracia a través de personajes

como el payaso y el hombre enmascarado³; mientras que en el 2009 emocionaba con rostros de cientos de ecuatorianos que escuchaban al presidente a través de los medios de comunicación⁴. Además, durante la campaña del 2006 se hizo hincapié en el uso sistemático de la radio y el Internet. Según una investigación realizada por Conaghan:

(...) al frente de la operación de radio de Correa estuvo Emilio Espinoza, un productor veterano de la radio de Guayaquil, que había trabajado previamente con Bucaram. Según Espinoza, “Correa era muy consciente del poderoso impacto de la radio, sobre todo en las provincias”. (Conaghan, 2011: 269)

En el año 2008, Vinicio Alvarado fue nombrado Secretario de la Administración Pública, bajo ese cargo supo dirigir y armar una estrategia de “campaña permanente” (Conaghan y de la Torre, 2008) que ha consolidado aún más al régimen. En sus funciones, “las relaciones públicas armadas en campaña establecieron la comunicación en el palacio presidencial y se convirtieron en un ambicioso plan de políticas de comunicación que animarían a mantener la popularidad presidencial” (Conaghan, 2011:273).

Además del nombramiento de Alvarado para gestionar la política comunicacional, un hecho trascendental marcó el nuevo escenario de los medios de información en el país, la incautación que realizó la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) a 195 empresas vinculadas con los hermanos Isaías, ex propietarios del Filanbanco con el fin de recuperar una parte de los más de 660 millones que los ahorristas y el Estado habían perdido a favor de tales grupos en la crisis bancaria de 1999. (Ramírez, 2010:181). Dentro de las empresas incautadas, constaban dos canales de televisión abierta (TC Televisión y Gamavisión- hoy Gama TV) y dos canales por cable (Cable Noticias y Cablevisión). En el caso de TC y Gama TV los directivos fueron nombrados por el Ejecutivo. Los medios incautados hasta ese momento tenían los ratings más altos y cubrían un segmento medio y bajo de la población ecuatoriana. Este hecho permitió tener el control de una comunicación directa con estas fracciones de la población y establecer una “disputa política” que considera la escena mediática como el punto más

³ El video puede verse en: <http://www.youtube.com/watch?v=h7q-s48sEJw>

⁴ El video puede verse en: <http://www.youtube.com/watch?v=MaoXuljcJTk>

álvido. En el proceso de incautación estuvieron además dos radioemisoras (Carrusel y Súper K) y dos revistas (La Onda Juvenil y El Agro).

Cabe destacar en el nuevo contexto, el aparecimiento de medios públicos en el país. “Desde hace 40 años hasta el 2007 el Ecuador contaba con un solo medio público, la Radio Nacional del Ecuador. En enero del 2011 el escenario cambió y de un medio se pasó a 19, incluidos los medios gubernamentales y los incautados”⁵. El primero en aparecer fue el canal público Ecuador TV (ECTV) cuya primera transmisión fue el 29 de noviembre del 2007, desde la sede de la Asamblea Nacional Constituyente, en Montecristi. ECTV se caracteriza por “una parrilla de programación en la cual se trata de dar espacio a la diversidad de grupos sociales que existen en el país, sin dejar de dar prioridad a lo gubernamental y oficial como fuente informativa, lo cual se hace evidente en su espacio noticioso estelar de las 19h00” (CIESPAL, 2009:6). En el mismo año, el gobierno adquirió el diario público El Telégrafo producto de la incautación que hizo la AGD. El diario tiene como principal accionista al Ministerio de Finanzas y a partir de la incautación cuenta con nueva imagen y, según una encuesta realizada por CIESPAL en Quito y Guayaquil, el periódico tiene gran acogida entre la ciudadanía de esas dos ciudades (CIESPAL, 2009:40).

“Radio Pública del Ecuador forma parte del conglomerado de medios públicos. Con sede en la capital de la República, sus emisiones llegan, además, a Guayaquil, Loja y Manta y busca cubrir todo el territorio nacional” (CIESPAL, 2009:7). La programación de la radio es variada y está cruzada por los ejes de: construcción de ciudadanía, interculturalidad, deconstrucción del pensamiento androcéntrico y creación de nuevos imaginarios. Otro medio considerado como vocero de la RC es el diario digital El Ciudadano, este diario creado a finales del 2008 tiene dos componentes: El Ciudadano TV y El Ciudadano Radio. El diario, efectivamente corresponde a la agenda y gestión del presidente Correa.

⁵ Diario El Universo (2011) <http://www.eluniverso.com/2011/01/11/1/1355/cuatro-anos-regimen-cuenta-19-medios-comunicacion.html>

Por último, en noviembre de 2009 se creó la Agencia Nacional de Noticias de Ecuador y Sudamérica (Andes). Según sus gestores, se trata de una agencia de carácter multimedia para realizar productos de radio, prensa, televisión e internet para posicionar las noticias generadas en el ámbito nacional e internacional.

La creación de medios públicos y con ellos el apareamiento de medios gubernamentales más aquellos que se encuentran en manos del Estado, conforman un conglomerado que sirve de plataforma para exponer cada paso de las políticas de la Revolución Ciudadana y establecer canales de comunicación múltiples con el público. Para ello, también se cuenta con estudios y mediciones estadísticas para la implementación de estrategias nuevas y convincentes. Como lo menciona de la Torre:

(...)cada acto del gobierno se basa en sondeos de opinión y en focus groups que ayudan a que los publicistas elaboren cuñas de televisión y otras estrategias mediáticas para vender su imagen, destrozarse a sus opositores y crear la sensación de que se vive una revolución que despierta conspiraciones” (De la Torre, 2010:165).

Otro canal importante de comunicación con los ciudadanos constituye aquello que se denomina como pauta oficial, es decir los espacios publicitarios que contrata el gobierno en los medios de comunicación. A través de la publicidad oficial, los ciudadanos pueden percibir y dar cuenta de las acciones del Gobierno y algo más importante aún, mantienen cierta fidelidad con el proyecto político gracias a la promoción del presidente. Las cifras varían según las fuentes, sin embargo todas coinciden con un gasto elevado en cuanto a la pauta oficial corresponde. “Según un monitoreo realizado por Infomedia-Ibope, el Estado gastó \$ 14 894 000 en pautas publicitarias en los medios tradicionales de comunicación (prensa escrita, radio y televisión), de enero a noviembre de 2008”. (Ramos, 2010:222). A inicios de enero de 2010, una publicación del diario El Comercio situaba la inversión publicitaria en \$40 000 000 (Ramos, 2010:217) y en la sabatina presidencial del sábado 31 de Agosto de 2013, el presidente Correa hablaba de un gasto de 31 000 000 presupuestado en 2012. Según estas cifras, el gasto desde el 2008 al 2010 se triplicó y atendiéndonos a las cifras oficiales habría tenido un descenso en 2012. Por otro lado, se habla de picos de intensidad en la pauta según la coyuntura política. Ejemplo de ello, es el reporte del

diario El Comercio donde sitúa la intensificación de la pauta en febrero de 2010 en una disputa entre el presidente y el acalde de Guayaquil por el reparto de rentas para el puerto, así como en junio de 2010, para posicionar los beneficios de la Ley de Comunicación; de igual manera sucedió en octubre del mismo año cuando el Gobierno intentaba dar su versión de los hechos del 30 de septiembre⁶.

Según estos datos, es posible argumentar que el Gobierno absorbe el conflicto y lo proyecta de manera mediática. “El medio más utilizado para realizar el pautaaje es la televisión con el 71%” (Ramos, 2010:226). El gobierno utiliza la pauta como un mecanismo de activación de ideas y en épocas preelectorales ha servido para promocionar sus candidatos y atacar adversarios políticos.

Otro hecho importante alrededor de la pauta oficial tiene que ver con el decreto ejecutivo que prohibía en el 2009 “la contratación pública de empresas que tengan su domicilio en los llamados “paraísos fiscales” y obligó a todas las compañías que pretendan tener contratos con el Estado presenten la lista de sus propietarios y accionistas” (Ramos, 2010:224). Esta medida logró que los ingresos de los medios de comunicación en 2009 tuvieran gran impacto puesto que la Secretaría de Comunicación aducía que:

El Comercio tenía 49% de participación de empresas de Islas Vírgenes, Estados Unidos y Panamá. Asimismo, señaló que el diario El Universo pertenece a empresas de las Islas Gran Caimán; mientras que la revista Vanguardia, en un 55%, pertenecía a empresas de Colombia y de las Islas Vírgenes. También señaló que un 26% del diario La Hora corresponde a empresas de las Bahamas y Gran Bretaña (Ramos, 2010:224)

Muy rápidamente como hemos visto, Correa no solo promovió la creación de nuevos medios y se hizo cargo de los medios incautados, sino que estableció una campaña en contra de la prensa por él denominada como “corrupta”. La verdadera oposición ya no eran los partidos políticos sino “sus representantes” (en sus palabras)- refiriéndose a toda la élite dominante. Este discurso contra la prensa que se repite semanalmente en el

⁶ Diario El Comercio (2013) http://www.elcomercio.com/politica/pauta-oficial-crecimiento-0_378562196.html

espacio del Enlace Ciudadano – del cual hablaré más adelante – sostiene su discurso de polarización bajo el cual el presidente define los nombres de las cosas y, en consecuencia, asegura para sí las definiciones en el espacio público. Esta disputa con la prensa ha ocasionado inclusive que se repitan de forma sistemática la aparición de spots publicitarios aquello que para el gobierno “la prensa ha desinformado”. Como lo menciona Jorge León:

La queja del presidente era que “la prensa no decía lo que la Presidencia quería o proponía, o no divulgaba las acciones que él consideraba debían ser realizadas, de ahí el incremento de las cadenas de radio y televisión y de las cadenas sabatinas que de una hora o algo más ya rebasan las dos o tres horas”. (León, 2012:394)

Siendo esta la situación, la “campana permanente” es clave para el gobierno. Esto se constata no solo en los enlaces ciudadanos, sino en la misma pauta oficial, tildada de inequitativa y poco transparente.

Un aspecto importante de su estrategia comunicacional justamente se dirige a quitar peso y debilitar a sus opositores, sean estos, organizaciones de izquierda, partidos políticos, prensa, o incluso individuos que no coinciden con su visión de sociedad o “proyecto de país”. Aunque esta no sea una estrategia únicamente comunicacional puesto que como se describirá en lo posterior existe un personal encargado de frenar cualquier desmán por ejemplo en el espacio de las cadenas sabatinas o, asimismo, “en el aparato público de varios ministerios que se encargan de la prevención temprana de conflictos o detección para impedir su emergencia en el espacio público” (León, 2012:397).

En suma, es posible decir que el presidente mantiene su popularidad e impone sus ideas en el espacio público a partir de una estrategia comunicacional intensa y sistemática, que no deja piezas sueltas al azar y, que expresa en términos más amplios y políticos la inadecuada sostenibilidad que lo acompañó desde el inicio – sin partido y sin organizaciones sociales para su apoyo -. El carácter comunicacional de su gobierno demuestra el vacío que existe en cuanto a la participación social como vía de fortalecimiento democrático en el país.

2.3.3 Ley de Comunicación

El escenario comunicacional previo a la presidencia de Rafael Correa, como se citó en este apartado, favorecía a los medios de propiedad privada en su monopolización y concentración en el espacio mediático. A partir de la Constitución del 2008, se establecieron mecanismos institucionales efectivos para garantizar los derechos a la comunicación, y orientar el camino para autorizar la nueva Ley Orgánica de Comunicación. En septiembre de 2009, tiene lugar la presentación de tres proyectos de Ley en la Asamblea Nacional: el del entonces asambleísta César Montúfar quien proponía crear un consejo de protección de los derechos de la comunicación y una secretaría de administración del espacio radioeléctrico; el segundo proyecto a cargo de El Foro de Comunicación cuya voz representante era Lourdes Tibán; esta propuesta buscaba sobre todo la redistribución de frecuencias de radio y, por último, la propuesta del ex asambleísta de AP, Rolando Panchana cuyo documento favorecía la presencia mayoritaria del Gobierno en el Consejo de Regulación propuesto en la Ley. Para debatir las tres propuestas presentadas se creó la Comisión Ocasional quien para noviembre de 2009 había unificado los tres proyectos, sumando varios aportes.

El proyecto de ley propició la discusión y posicionó una disputa entre el gobierno y las empresas mediáticas privadas en una suerte de “club de la pelea” (Abad, 2010). Entre los apartados de mayor conflicto constaban la existencia de medios de propiedad privada, pública y comunitaria, - que finalmente quedó repartida 34% medios comunitarios, 33% públicos, 33% privados - la presencia de un consejo de regulación y la necesidad de información “veraz y contextualizada”. Por otro lado, el proyecto de ley establecía principios de transparencia en la gestión y participación de los ciudadanos a través de veedurías para el cumplimiento de los derechos a la comunicación.

En medio de la disputa, los medios privados asumieron una posición en defensa de sus intereses corporativos y, a su vez el gobierno de Correa se dedicó a descalificar el trabajo periodístico y denunciar el accionar político de los dueños de los grandes medios. En este escenario, el gobierno estableció un posicionamiento al estilo populista entre buenos y malos instalando una visión sobre la prensa en general que perdura hasta

el momento, esto es, según el presidente, su accionar corrupto y en consecuencia, su poca credibilidad.

En este contexto, la comunicación gubernamental conserva el control a través del influjo que ejercen los medios públicos y gubernamentales para posicionar y legitimar el discurso oficial. Esto hace que el ejecutivo ejerza el *management* de la comunicación, o en otras palabras, se adjudique como guía en la gestión y, se convierta en fuente de información personal y oficial de la agenda pública.

Para julio del año 2010, la Ley quedó postergada en la Asamblea Nacional por falta de acuerdos políticos y fuertes rechazos de los bloques opositores en connivencia con los medios privados. En este mes tiene lugar la campaña propagandística conjunta del gran espectro de medios privados (AEDEP y SIP) denominada “Mas Respeto”, que consigue importantes repercusiones internacionales⁷. Debido a la falta de acuerdos, en mayo de 2011, se llevó a cabo la consulta popular, en la cual el pueblo ecuatoriano debía decidir sobre varios problemas relacionados con la seguridad ciudadana, el sistema judicial, la banca y los medios de comunicación. En este último, la consulta en su pregunta número tres citaba al sector comunicacional: *Con la finalidad de evitar conflicto de intereses, ¿está usted de acuerdo con prohibir que las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas de comunicación privadas de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, sean dueños o tengan participación accionaria fuera del ámbito financiero o comunicacional, respectivamente, enmendando la Constitución como lo establece el anexo 3?*

Los resultados de la consulta dieron al SI como victorioso y se exigía de esta manera, que los banqueros no tuvieran participación accionaria en el ámbito comunicacional y viceversa. La legitimidad de la consulta, permitió el inicio de acciones por parte del Gobierno para dar paso en las transformaciones del ámbito de la comunicación.

⁷ Diario El Comercio (2010) http://www.elcomercio.ec/politica/LeyComunicacion-AsambleaNacional-Ecuador-libertadexpresion_0937106468.html

En enero del 2012, las empresas mediáticas fueron obligadas por el gobierno a incorporar nuevos pisos salariales para sus trabajadores, un sector fuertemente precarizado que no cuenta con referentes gremiales. Además, el Ministerio de Relaciones Laborales ha realizado durante el año pasado (2011) una serie de inspecciones sorpresivas en las redacciones de periódicos y las estaciones de radio y televisión para comprobar las condiciones en las que trabajan los periodistas (Ramos, 2010:12)

En este mismo año, el 18 de julio, Mauro Andino, asambleísta de Alianza País, presentó al titular de la Asamblea el informe definitivo para llevar a cabo la votación. Los grupos de oposición aseguraron que ese documento tiene normas adicionales que no se discutieron. Para el 14 de junio de 2013 y con una Asamblea Nacional con mayoría oficialista, se llevó a cabo la votación, dando punto final a una serie de debates que alcanzaron cerca de cuatros años antes de la aprobación de Ley.

A pesar de que la ley fue aprobada,- durante la investigación- algunos colectivos y organizaciones vinculadas al ámbito de la comunicación, entre los que constan CORAPE, ALER, ALAI, Colectivo Churo Comunicación y académicos vinculados al área, han hecho reparos en algunos artículos de la ley. Por ejemplo, en el artículo 83 que autoriza la creación de medios públicos de carácter oficial, puesto que según las organizaciones un medio público debe tener “vocación pluralista y una línea editorial independiente” y al ser oficial puede crear ambigüedad en cuanto a asegurar concesiones a medios públicos no oficiales. Por otro lado, el artículo 26 sobre linchamiento mediático ha desencadenado una serie de tergiversaciones, como citan estas mismas organizaciones, puesto que podrían apuntar a coartar el rol del periodismo de investigación en hechos de interés público.

Si bien la ley presenta avances en materia de democratización de la comunicación, en la actualidad no se vislumbran aún los mecanismos a través de los cuales se dará fiel ejecución de los artículos propuestos en la ley y, de la aplicación de sanciones en caso de incumplimiento.

En resumen, en este apartado sobre la situación comunicacional en el gobierno de Correa hemos podido constatar al menos tres nociones que merece la pena mencionar: A) un cambio en el escenario comunicacional a partir de la creación de medios públicos

y gubernamentales, así como la incautación de medios pertenecientes otrora a banqueros, lo que ha facilitado un canal de comunicación directo del presidente con la población. B) la sistemática “campaña permanente” acompañada de spots televisivos, cuñas radiales y demás material comunicacional para establecer la voz oficial y ejercer influencia en el espacio público. C) Un escenario comunicacional reglamentado que a pesar de recoger demandas históricas en cuanto a los derechos de acceso a la comunicación e información, presenta ambigüedades en su concepción y aplicación en el futuro. Estos mecanismos sin duda se han implementado a partir de estrategias de posicionamiento y legitimación del gobierno actual. En el siguiente capítulo se tratará con mayor detenimiento el más importante canal de comunicación en la historia reciente, el Enlace Ciudadano, dispositivo creado por la Revolución Ciudadana para incidir en el espacio público.

CAPÍTULO III

ENLACE CIUDADANO: DISPOSITIVO DE LA REVOLUCIÓN CIUDADANA

El texto a continuación presenta en detalle el análisis del Enlace Ciudadano como un “dispositivo argumentativo” de la Revolución Ciudadana. En este capítulo se analiza en primer lugar los aspectos más visibles del dispositivo, su arquitectura y sus componentes, posteriormente se examina las piezas que componen el dispositivo y su nivel estratégico para, finalmente describir sus “arenas de relacionamiento” y sus implicaciones en el espacio público.

Para realizar este capítulo se adoptaron los siguientes criterios metodológicos: a) una revisión de los enlaces ciudadanos a partir del año 2009 hasta el 2012 iniciando desde el primer mes del año e intercalando los meses. De esta manera, se pasó revista a cinco enlaces por año, dando un total de 20, que sirvieron para dar lectura a la evolución de la sabatina. b) Se adoptó la metodología de observación participante en la visita realizada a 5 sabinas en el mes de junio de 2013. c) Se utilizó una matriz interpretativa para leer cada uno de los registros audiovisuales (Adjunta en el anexo), d) por último, se realizaron entrevistas.

3.1 Condiciones favorables para la creación del Enlace Ciudadano

Los procesos de reestructuración del Estado en la gestión del gobierno de Rafael Correa, implicaron la reconfiguración del aparato administrativo, y crearon las condiciones necesarias para un vínculo distinto con la sociedad civil. En este clima de cambios, se propuso el Enlace Ciudadano (en adelante, EC) como institución de contacto entre la sociedad civil y el Estado y como un mecanismo de rendición de cuentas (en adelante, RdC) del presidente a sus mandantes.

A partir del desencantamiento político provocado por el vacío que dejaron las élites dominantes, y en particular la crisis del aparato estatal como ente regulador, el actual régimen y su proyecto político se volcaron a la recuperación, modernización y democratización del Estado. La expresión de aquello se tradujo en un nuevo funcionamiento de la administración pública y en el desarrollo de espacios para apelar a

“ciudadanías diferenciadas” (Cunill, 2010:167). La llamada “revolución política” del gobierno de Correa apuntó en esta dirección, proponiendo espacios de encuentro entre los ciudadanos y las instituciones públicas, asegurando para sí un punto de contacto con la realidad. En este mismo sentido, la creación de un sistema de planificación nacional de carácter descentralizado contribuyó a alterar la lógica política y determinar la hoja de ruta de las acciones estatales y de reasignación de responsabilidades en todos los ámbitos. El conjunto de cambios descritos implicaban igualmente una nueva relación Estado-sociedad que reclama por un lado, efectividad, y por otro, la autoridad visible del jefe de Estado.

Además de reformar el Estado y sus instituciones, el actual régimen generó una nueva cultura política con valores de cambio. El contacto directo con las poblaciones le daría el énfasis necesario para tal propósito, sobre todo por la previa inexistencia de vínculos socioestatales con las características del enlace. Según lo observado, el EC funciona como un mecanismo dedicado a la integración política y a generar lazos de “compañerismo” con el régimen, esto se gestiona gracias a los discursos que el presidente Rafael Correa pronuncia y materializa alrededor de la nación y el pueblo. Según Sonia Fleury en relación a las reformas del Estado en América Latina, se podría hablar en este sentido de la regeneración de relaciones de confianza, permitiendo la “previsión de las expectativas y comportamientos y la organización eficiente y cooperativa de las interacciones” (Fleury, 1999:73). Por lo tanto, generar apoyos y consensos mediante la organización de la integración se vincula a este precepto.

La vuelta al Estado ha contribuido a forjar de esta manera la valoración del representante y la esperanza de recibir respuestas por parte del mandatario. Los procesos de desarrollo social y las gestiones a nivel político, han conseguido la reconstrucción de una comunidad política, y la restauración de la confianza, aunque se trate de un proceso en el cual no están ausentes las contradicciones. Este mecanismo se refleja en el Enlace Ciudadano, dispositivo gubernamental que además de servir al propósito de información y en consecuencia de creación de opinión pública, concibe la participación, de manera informativa y consultiva.

3.2 Historia del Enlace Ciudadano

El 15 de enero del 2007 inicia el Enlace Ciudadano de la mano del presidente Rafael Correa y la entonces Secretaria de Comunicación, Mónica Chuji. Según la propia definición de Chuji, en sus inicios se trataba de establecer un espacio plural de diálogo:

En efecto nace como diálogo con el presidente, la propuesta nació con mi equipo de trabajo de ese momento, basado sobre todo en la experiencia del presidente Hugo Chávez. Previamente hicimos una visita a Venezuela y hablamos con el Ministro de Comunicación y de su estrategia de comunicación y de intercambio con la ciudadanía. Ellos tenían el programa ALO PRESIDENTE, que consistía en que la ciudadanía llamaba por teléfono al presidente y le planteaba preguntas, o presentaba reclamos, o cualquier inquietud de la ciudadanía. Entonces pensamos en esa lógica, bueno lo que se trata es de que el presidente de la República pueda estar por un lado en contacto con la ciudadanía, relacionado con la ciudadanía de una manera espontáneamente y sobre todo informada, pero lo habíamos pensado un espacio bastante plural y abierto por eso es que el dialogo con el presidente empezó con la invitación a periodistas de todas las tendencias para que no se piense de que se invita periodistas inclinados que apoyen el partido de gobierno, un espacio abierto que pueda generar debate en estos espacios, así estuvo planteado el “diálogo con el presidente”. (Mónica Chuji, entrevista, 2013)

En la actualidad, existe una nueva definición de lo que significa el enlace. Según la Presidencia se trata de “un espacio semanal de comunicación que tiene por objetivo tratar temas coyunturales y rendir cuentas de las acciones gubernamentales a la ciudadanía”⁸. El EC inicia cada sábado desde las 10:00 am y tiene un tiempo de duración de tres horas y media. (Tiempo que se puede incrementar según las necesidades del mandatario)

En su lanzamiento, la cadena sabatina estaba a cargo de 53 estaciones radiales. Hoy cuenta con más de 400 estaciones de radio y más de 100 canales de televisión que lo retrasmiten⁹.

Cuando inició, el enlace ciudadano constaba de tres segmentos: agenda semanal, diálogo con periodistas y segmento de ciencia y tecnología. Sin embargo, con el paso de

⁸ Esta información puede leerse en la página oficial de la presidencia de la República. <http://www.comunicacion.gob.ec/enlace-ciudadano/>

⁹ Agencia Andes (2012) <http://www.andes.info.ec/es/pol%C3%ADtica/9952.html>

los años, los segmentos han ido incrementándose de acuerdo a las estrategias políticas del gobierno. Uno de los giros más importantes que ha tenido el EC ocurrió a partir del incidente del 19 de mayo de 2007, fecha en la cual fue expulsado del salón amarillo el periodista Emilio Palacio, quien increpó al presidente y se refirió a su familia en una discusión sobre asuntos políticos. Así relata el episodio el coordinador de nuevos medios de la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM):

Al principio el presidente participaba con otros periodistas de diferentes medios de comunicación del país, conversaba sobre temas determinados. El presidente planteaba temas, los periodistas le entrevistaban y un poco esa era la dinámica. El punto de quiebre en ese sentido fue en algún momento cuando invitado también Emilio Palacio del diario el Universo en un evento que se lanzó en Carondelet, digamos que se pasó de la raya. El presidente le pidió que salga de ese evento. A partir de allí hubo una reconsideración del manejo del EC. Y luego se convirtió en un informe de labores estrictamente del presidente, en donde el presidente informa puntualmente durante lo que hace la semana de las reuniones, de las visitas que hace a las obras, de los recorridos de los eventos. (Marco Antonio Bravo, entrevista, 2013)

Tras el incidente, el segmento “Diálogo con los periodistas” fue eliminado y, a partir del 2008 el EC se convierte en un espacio retransmitido por televisión. A la par, Correa empieza a desplazarse por todo el territorio nacional para cumplir con los informes semanales. Hasta el mes de agosto del 2012, cuando el EC cumplió su edición 300, “el EC había recorrido las cuatro regiones del país; había estado en las 24 provincias, 72 ciudades y 29 poblaciones”¹⁰.

El recorrido varía en función de la agenda del presidente, sin embargo puede adquirir un nivel estratégico su presencia en el territorio. En cada enlace existe una planificación muy precisa en cuanto a su arquitectura y se invita previamente a las asociaciones barriales, a los líderes comunitarios, comités de la Revolución Ciudadana, asociaciones y colectivos. Asimismo se prepara toda información de manera minuciosa:

Depende de los eventos, dentro del equipo del EC por lo menos unas 15 personas de contenidos y producción pero si hay algún evento de algún ministerio, participa el ministerio, envía la información, la unificamos y la

¹⁰ Agencia Andes (2012) <http://www.andes.info.ec/es/pol%C3%ADtica/9952.html>

ponemos en escena. El presidente revisa las presentaciones y él es el que expone por lo tanto debe conocer con anterioridad lo que va a presentar y obviamente él hace su propia evaluación y observaciones. (Marco Antonio Bravo, entrevista, 2013)

En cada uno de los enlaces, se recibe a los asistentes con música nacional y material comunicacional colocado en cada una de las sillas. Normalmente, se trata de revistas (Opinión Pública) y panfletos de la Revolución Ciudadana (Pelucolandia). Mientras esto sucede, los equipos de tv y radio preparan la retransmisión. El inicio de la sabatina ya se ha convertido en un ritual. El Himno a la Bandera y la música nacional del grupo invitado, recrean un ambiente festivo dentro del cual se da inicio al relato de una serie de exposiciones correspondientes a las actividades del presidente, en combinación con proyectos y políticas de interés nacional y alocuciones del presidente para deslegitimar a sus adversarios. En este sentido, quizá el mayor contrincante son los medios de comunicación privados y es, en el segmento “La Libertad de expresión ya es de todos”, donde Correa establece con claridad el campo de disputa y legitima su proyecto en un hábil juego lingüístico.

Este campo de disputa se refleja en los segmentos del EC, los cuales en su mayoría representan una alusión en contra de la prensa privada, sus editorialistas, periodistas, y académicos que escriben en los diarios de circulación nacional. Los segmentos, en consecuencia, se preparan con una fuerte carga evaluativa para juzgar la calidad de información y contrarrestarla con argumentos morales. Aunque para ello, como se constató, se incrementen el número de segmentos para articular esta dinámica. Así en los últimos enlaces del 2013 vemos la aparición de segmentos como “la cantinflada de la semana”, “la caretucada de la semana”, “la amargura de la semana”, “aprendamos de la historia” “la doble moral”. Con respecto a los segmentos incluidos, Bravo señala:

Es una dinámica que se da por sí sola, es decir, si durante la semana nosotros revisamos los diferentes medios y vemos muchísimas informaciones tergiversadas, manipuladas de parte de los medios, eso insinúa que nosotros en nuestro segmento “La libertad de expresión ya es de todos” tenemos que aprovechar y exponer cuales son los puntos de vista del gobierno. La cantinflada de la semana, por ejemplo, tiene que ver con el manejo que realiza cierta prensa nacional que asume un papel político protagónico de oposición que no debe hacer. (Marco Antonio Bravo, entrevista, 2013)

Por otro lado, el EC ha permitido un acercamiento del mandatario con la población nunca antes visto en la historia ecuatoriana reciente. Estamos ante una forma directa y personalista de relacionamiento entre el presidente y sus mandantes. Como lo expone Carlos de la Torre:

El enlace además ayuda a que semanalmente y por dos horas se renueve el lazo carismático entre el presidente y sus electores que escuchan al menos parte del programa en las tiendas de los pueblos, en los autobuses o en sus hogares. Los enlaces se transmiten desde lugares remotos a los que casi nunca llegó un presidente y se invita a los pobladores a que estén presentes y a que aparezcan en la televisión. (De la Torre, 2010:166)

En este sentido, puede decirse que se trata de un mandatario sometido en el espacio público y por lo tanto, sujeto a una prueba cotidiana de legitimidad. Esta característica, forma parte de las estrategias populistas que han adoptado los presidentes de la región. En efecto:

Lo específico de los nuevos liderazgos de popularidad es, entonces, su sustento en la opinión pública, la relación sin mediaciones que con ella se construye y su poder proveniente de la fuente decisiva en las sociedades democráticas: o son competitivos electoralmente o han salido triunfadores en la contienda. (Cheresky, 2008:36)

El espacio del EC, considera efectivamente algunos rasgos de los liderazgos populistas. El lenguaje sencillo para llegar al público, los símbolos utilizados y la dicotomía entre amigos y enemigos sugiere una operación que materializa los esfuerzos del populista para llenar el campo de relaciones. Por ello, el EC es el espacio por antonomasia del gobierno de Correa:

El EC es el programa más importante del gobierno, es el espacio que permite directamente al presidente informar sobre sus actividades. El gobierno también tiene otros espacios, en donde informa lo que sucede, pero el EC tiene una especial significación porque es el mismo Presidente de la República que informa que debate, que detalla sobre diferentes temas importantes del país. Entonces al ser el programa más importante tiene especial significado para el gobierno nacional. (Marco Antonio Bravo, entrevista, 2013)

La sabatina posee una especial significación para los ciudadanos, puesto que las expectativas por alcanzar la legalidad e institucionalidad, en un país atravesado

previamente por crisis, tienden a ver que, el sacrificio de la deliberación no es tan importante como el sentido de la acción pública. Así, los ciudadanos valoran mucho más los resultados que los procedimientos a través de los cuales se llega a ellos.

Además, en las sabatinas ocurre que es el propio presidente el encargado de anunciar las decisiones más importantes, - acompañado con altas dosis de voluntarismo-. De tal manera que se asemeja a un noticiero donde se ejercen la comunicación reactiva, proactiva y contable por igual.¹¹

3.3 Aló Presidente, un referente para el Enlace Ciudadano

La construcción de un dispositivo mediático no es un asunto únicamente del proyecto político de la Revolución Ciudadana. De hecho, la referencia más inmediata del Enlace Ciudadano compagina de forma análoga con el programa Aló Presidente, implementado por el gobierno del fallecido presidente venezolano, Hugo Chávez. Existe un conjunto de similitudes sobre todo en relación con su origen, puesto que en ambos casos el uso de un dispositivo mediático emerge en un contexto histórico compartido por el asenso de gobiernos progresistas y la puesta en marcha de una política estratégica más cercana con el pueblo.

Al igual que sucedió en Ecuador, Venezuela previo al ascenso de Chávez al poder en 1999, vivió un década de debilidad institucional y aplicación de políticas de corte neoliberal que condujeron al país a una aguda crisis social. Este escenario, es el telón de fondo compartido que constituye el ascenso de dos figuras que aunque disímiles en su formación - él uno académico y el otro militar - asumen el poder para transformar la política y por consiguiente, asegurar la transición hacia modelos de corte progresista.

¹¹ Felipe Noguera se refiere a la comunicación reactiva cuando el gobierno reacciona ante los hechos que se suceden, prevista o imprevistamente y debe comunicar. Mientras que la comunicación proactiva es una iniciativa que se usa estratégicamente para adelantar la agenda del gobierno. Y, la comunicación contable se busca asentar en la mente del electorado, los logros de la gestión del gobierno.

En el caso venezolano, la figura de Hugo Chávez fue tomando fuerza con el advenimiento de una serie de medidas adoptadas en cuanto asumió la presidencia. El referéndum constitucional y su aprobación con el 80% del voto popular, rápidamente capturaron la atención en la región. Se trataba de un líder que ponía sobre su discurso la construcción de una política soberana amparada en la figura de Simón Bolívar, aunque esto se traduciría en lo posterior en la propagación de un mito reforzado por Chávez en cada una de sus alocuciones públicas. Esta también la puesta en marcha de una política caracterizada por concentrar medios de comunicación, enfrentar a las empresas mediáticas privadas a través de decisiones unilaterales de sanción, intimidaciones con los propietarios de los medios y el establecimiento de lazos de conexión directa con los venezolanos.

Chávez se erigió así, como el primer mandatario de la región en cuestionar el rol mediático y su vinculación con la oposición. Se dio cuenta además que el escenario primordial para que la política se desarrolle a nivel simbólico, atravesaba necesariamente los medios de comunicación. Si previo a Chávez se percibía un contexto de medios de corte liberal en Venezuela, a partir de su presidencia, se pasó, a decir de Cañizalez, a identificar “el espacio gubernamental como el sitio de mayor presencia en el espacio de las comunicaciones” (Cañizalez, 2012:34). Esto sustentado en el cambio sustancial de propiedad de los medios de comunicación en el país caribeño:

De una sola señal, venezolana de televisión, se paso a siete: Venezolana de Televisión, TVES, VIVE, ANTV, AVILA TV y TELESUR. El estado maneja tres circuitos radiales con carácter nacional y más de 250 emisoras comunitarias, la mayoría de las cuales son meras repetidoras de la línea oficialista. Más tres diarios financiados con fondos públicos: Vea, el Correo del Orinoco y Ciudad CCS. (Cañizalez, 2012:59)

Este cambio fundamental de la relación de propiedad fue el impulso que permitió ir creando en Chávez una figura hegemónica en Venezuela y con efectos expansivos hacia la región. El eje articulador comunicacional de su gobierno lo posicionó aún más en la escena pública. Su programa Aló Presidente retransmitido cada domingo no solo dio forma a nivel nacional a un mito, sino que permitió calar en los sentimientos y raíces populares de los venezolanos apelando a la figura a héroes históricos, logrando así la

“recomposición política e ideológica” de Venezuela. En esta recomposición es fundamental la figura de Bolívar, como bien señala Cañizalez el sentimiento bolivariano está fuertemente grabado en la historia venezolana: “la lucha por la independencia y la acción de Bolívar pasa a convertirse en el principal referente histórico, elemento que cohesiona, amalgama y cobija a la sociedad venezolana” (Castro Leiva, 2005 en Cañizalez, 2012:66).

El Aló Presidente es retransmitido por medios del Estado y por un elevado número de estaciones privadas de radio y televisión. Cuenta con una gran diversidad de temas que se tratan en el espacio de 6 horas (puede extenderse hasta 8 horas). Según el análisis de Cañizalez:

(...) existe una aparente ausencia de un tema central por cada programa, debido a la heterogeneidad (...) pero la misma parece atada – al menos discursivamente - a ideas que ha remarcado el jefe de Estado en cada uno de sus espacios y que apuntan entre otras cosas a cuestionar el modelo político previo a 1998, a favorecer la idea de un modelo comunal (2004) o socialista (2007) y a resaltar los logros de su gestión en materia social. (Cañizález, 2012:110)

Estas características señaladas por Cañizález funcionan de manera parecida en el Enlace Ciudadano. Correa llegó al poder y asumió un liderazgo carismático, apostando por la transformación del Estado, con fuertes componentes nacionalistas y representando el sentimiento de exaltación por un cambio en la clase política ecuatoriana.

El enlace ciudadano nació con un horizonte de referencia en el Aló Presidente de Hugo Chávez, y si bien sus elementos comunes se basan sobre todo en un performance comunicativo que incluye elementos simbólicos, también destacan por un funcionamiento diferenciado.

En el caso venezolano, el Aló Presidente presentó algunos cambios con el paso del tiempo. Hasta el 2012 se cumplieron 13 años desde su primera emisión en 1999. Durante ese tiempo puede analizarse una curva cuyos picos representativos están marcados – al menos en el discurso – por los logros de la “revolución bolivariana”, una crítica pública contra los medios de información privados, anuncios presidenciales de

todo tipo – el más representativo la orden del presidente Chávez al entonces ministro de defensa Gustavo Rangel para que situase tropas en la frontera con Colombia (10 batallones) en respuesta a un ataque colombiano a las FARC en Ecuador que mató al líder guerrillero Raúl Reyes – y una preocupación por formar ideológicamente a las clases populares. En este último aspecto resalta el Aló Presidente Teórico (2009) cuyo objetivo consistía en educar a las clases populares en el socialismo, basado en una filosofía que pretendía unir la teoría con la práctica. Así inauguraba el presidente Chávez este espacio:

Con este programa es Aló Presidente Teórico, traje aquí una prueba corta. Traje aquí de muestra unos libros: ¿cómo es la comuna popular?, la experiencia china, y este libro maravilloso de Orlando Borrego: Rumbo al socialismo. Problemas del sistema económico y la dirección empresarial. Pudiéramos leer aunque sea la mitad esta noche de este otro; Más allá del capital, de István Mészáros” (Aló Presidente Teórico #1; 11 junio 2012).

En este aspecto, para el caso venezolano, la formación ideológica de las clases populares era fundamental para el proyecto político; algo muy diferente en el caso del espacio del enlace ciudadano, que funciona más bien con un tipo de “ideología arbitraria” (Gramsci, 1984:56) que recrea disputas que a decir de Gramsci, se consolidan como verdad. (Gramsci, 1984:54).

Lo que sí es cierto es que ambos programas se insertan dentro de una estructura que intenta reconfigurar la relación con la sociedad, (entendida como ciudadanía para Correa y como pueblo para Chávez) con una vinculación paradójica que en el enlace ciudadano es mucho más evidente. Por un lado se hace un llamado a la participación como forma de inserción política y al mismo tiempo los canales de acceso están supeditados al oficialismo, es decir que, el vínculo que se establece con la población, en el caso ecuatoriano, pasa por una adaptación de los participantes a las lógicas asignadas por la Revolución Ciudadana.

Por otro lado, tanto el Aló Presidente como el Enlace Ciudadano plantean un escenario estratégico de la política, puesto que recuperan su dimensión simbólica, o “su capacidad de representar el vínculo con los ciudadanos” (Martín Barbero, 2008:45) y al mismo

tiempo es “productiva socialmente” ya que concentra las dimensiones rituales y teatrales de la política, y por otro lado da paso a formaciones que en ambos casos implica la apropiación de sentido en los proyectos políticos (Revolución Ciudadana- Revolución Bolivariana). Claro está que esto no hubiera podido suceder sin un cambio en la dinámica de la propiedad de los medios de comunicación, instancias claves de mediación que en este caso sirven como orientación política adecuada a cada uno de los procesos revolucionarios.

3.4 La Diversidad Temática del Enlace Ciudadano

El enlace ciudadano es un espacio dentro del cual se presentan una heterogeneidad de temas abordados a lo largo del tiempo, sin embargo se ha podido identificar, dentro del rango de estudio, que las curvas de variación tienen relación directa con las necesidades políticas del proyecto de la Revolución Ciudadana. Así, en los primeros años de emisión del enlace se podía notar (1) la necesidad de facilitar el ocaso de los partidos políticos tradicionales y consagrar la reorganización del Estado en la figura del presidente Correa y su proyecto político. En este sentido, son importantes las acciones que se llevaron a cabo para el cierre definitivo de los bancos en liquidación Filanbanco y Progreso, bancos que marcaron el detonante para lo que sería la mayor crisis financiera del país (1999). En el enlace número 153 del 2 de enero de 2010, Correa declaraba al mismo tiempo el cierre de la Agencia de Garantía de Depósitos que cumplió su papel – en el gobierno de la RC - en la recuperación del dinero de los ecuatorianos que fueron afectados por la crisis bancaria:

Después de grabar este enlace voy a firmar el decreto que definitivamente cierra la Agencia de Garantía de Depósitos, después de 11 años en que al menos hasta antes de nuestro gobierno eso sirvió para encubrir las fechorías de los banqueros corruptos, no para proteger al Estado, no para proteger a los depositantes. Entonces eso ya es parte del cierre definitivo de este capítulo tan triste en la historia del Ecuador como fue la crisis bancaria de 1999. (Enlace # 153, 2 de enero de 2010)

Asimismo, en el programa 153, se pudo constatar el interés por poner sobre la mesa del debate la redistribución salarial para el año 2010, favoreciendo la idea de un gobierno responsable y comprometido con el cambio estructural del Estado, sobre todo en la

economía, rescatando desde el discurso la perspectiva tecnocrática que ha marcado la manera en que se gestionan las políticas públicas en el país:

(...) Cuidado que el nuevo salario básico unificado que el gobierno lo ha propuesto en \$240 dólares son una parte, una partecita de la política salarial, porque la política salarial se lanzará la primera semana de enero, esto significa muchas cosas, salario de la dignidad, entre otros.

Este salario básico unificado por mí pues, como pedían los trabajadores si fuera posible lo elevaríamos a \$320 dólares pero debemos ser sensatos compañeros, es decir tenemos que buscar el adecuado equilibrio entre mejorar las remuneraciones sin que se destruya empleo, tampoco vamos a caer en el cuento de ciertos empresarios que no hay que subir los sueldos porque se genera desempleo, con ese criterio volvamos a la época esclavista y van a demandar muchísimo trabajo y trabajadores, pero por Dios Ah! destruiríamos el bien moral en este país, ¿verdad?, ósea no con el cuento de generar empleo, vamos a permitir la explotación laboral, pero obviamente hay que ser sensatos, hay que ser técnicos y esta medida se ha tomado muy técnicamente considerando niveles de inflación, considerando el incremento de la productividad, y considerando un indicador que le llamamos de equidad, precisamente acercar a lo que dice la Constitución el salario básico unificado a un ingreso familiar que permita cubrir la canasta básica y sacar a la familia de la pobreza, pero eso no se lo puede lograr en un año y hay que considerar las condiciones de la economía. (Enlace #153, 2 de enero de 2010)

En las alocuciones presidenciales del 2010, se nota el desarrollo de una estrategia comunicacional y una retórica enfocada fundamentalmente en atacar a los medios de comunicación privados. Paralelamente, este es un año en que la gobernabilidad se legitima gracias al cambio de propiedad de los medios de comunicación iniciado desde el 2007 y cuya fuerza se vio plasmada en 2009. Tanto los medios públicos como gubernamentales conforman un eje clave en la consolidación de un nuevo escenario, (2) marcado por la confrontación y división de fronteras políticas:

(...) 7:00 am entrevista con la Agencia Andes que es la nueva agencia gubernamental de noticias para mandar las noticias sobre todo a nivel internacional. No había agencia pública, la gran mayoría de los países tienen estas agencias públicas, entonces de repente los medios internacionales tenían que coger las noticias que elaboraban agencias privadas, los medios de comunicación privados nacionales o incluso agencias de ciertos sectores como la CONAIE. Por ejemplo en los últimos levantamientos donde yo creo que solo un necio puede negar lo que pasó, ahí está registrado, etc., cuando hubo 40 policías heridos con perdigones, cuando hubo un muerto por perdigón de la nacionalidad shuar, mandaron la versión al mundo que éramos unos criminales y que

nosotros habíamos asesinado al compañero Bosco Wisuma, en una campaña total de desinformación, entonces ya va a haber esa agencia pública, no gubernamental, pública de noticias para decir la verdad en forma exhaustiva. (Enlace # 153, 2 de enero de 2010)

La fuerte controversia con los medios de comunicación ha estado presente en todas las intervenciones de las sabatinas estudiadas, aunque pudo evidenciarse que uno de los momentos de mayor tensión se centralizó en el debate de la Ley de Comunicación. En este sentido, Corea impulsó y continúa impulsando la idea de que los medios atentan contra el Estado de Derecho y que constituyen un poder ilegítimo poco saludable para nuestras democracias:

Nunca ha habido, revisen la historia, nunca ha habido tremenda ofensiva mediática para tratar de impedir una ley. El tema recurrente es la Ley de Comunicación, entonces tenemos toda una campaña, revisen la historia si alguna vez han sacado portada, contraportada para tratar de impedir una ley no? Y hablan de “Más Respeto”, más respeto a sus intereses, a sus bolsillos no?, nosotros tenemos mas respeto para el pueblo ecuatoriano y no nos vamos a dejar engañar por todo ese despliegue de poder, despliegue nunca visto, porque estamos afectando intereses, sencillamente los grandes negocios dedicados a la comunicación no quiere que nadie los regule, nadie los supervise, perdóneme todo poder debe estar sometido a la sociedad a la cual se debe.

(...) Yo no estoy de acuerdo con una mayoría gubernamental en el Consejo de Comunicación, sí estoy de acuerdo con el Consejo de Comunicación ni siquiera, necesariamente que pueda suspender a los medios pero si sanciones pecuniarias adecuadas por el daño que puedan ocasionar. Lo que establece la ley actual es máximo 10 salarios básicos pero en todo caso ahora, en estos momentos la ley del año 1995 socialcristiana, que nadie se me pierda, de los 18 diputados que habían 13 eran socialcristianos, establece el Consejo de Comunicación con mayoría gubernamental, era el Conartel y con capacidad de sancionar a los medios. ¿por qué no dijeron nada durante 15 años?...¿saben por qué? porque eran los que estaban en el poder, creían que la ley era letra muerta, que nunca se la aplicaba, ahora están que tiemblan porque no tienen el poder y la ley no es solo para los de poncho, sino para todos. Ese es todo el problema, que nadie se me pierda, ni un paso atrás compañeros!. (Enlace #153, 2 de enero de 2010)

En el año 2011, existe una fuerte consolidación del régimen que aparece también manifiesta en las alocuciones presidenciales. El referéndum constitucional y la consulta popular para la aprobación de reformas sobre asuntos relativos al sistema judicial, la seguridad, el medio ambiente, la banca y los medios de comunicación se convierten nuevamente en bandera de lucha del proyecto político. La ganancia del SI en las

preguntas planteadas en el referéndum, posibilitó una nueva victoria de la Revolución Ciudadana y por consiguiente, la manifestación del respaldo popular al gobierno. En el programa número 221, es claro el entusiasmo de Correa por los resultados electorales, particularmente el que se refiere a la prohibición de la participación de instituciones financieras, en calidad de accionistas, directores o titulares, en los medios de comunicación:

¡Que victoria popular compañeros, hemos ganado en seguidilla en las 7 provincias más pobladas, en las 12 donde hemos ganado suman casi el 80% de la población nacional, donde ganó el SI duela a quien le duela, traten de darle la vuelta quien quiera y qué victoria popular, 10 veces SI por la Patria, gracias a los Ríos, gracias Ecuador, gracias migrantes, ganamos también en el exterior y ellos saben que jamás les fallaremos, gracias a los que votaron SI, gracias a los que votaron NO, lo importante era participar con espíritu democrático y aquellos que tal vez votaron NO por el miedo que le metió cierta prensa porque nuestros grandes adversarios en esta gesta electoral no fue esa fanesca política de oposición, ni ellos mismos votaron por ellos (risas), fue la prensa que día a día nos inundó con calumnias, con desinformación con miedo...se acaba la libertad de expresión, se va a meter mano a la justicia, nunca estaba politizada la justicia de acuerdo a ellos ahora si se va a politizar, también de acuerdo a ellos. No a ellos, a ustedes queridos hermanas y hermanos ecuatorianos a los que votaron SI a los que votaron NO (...) les vamos a demostrar que lo único que buscamos es una Patria mejor, una Patria sin justicia corrupta, una Patria con más seguridad, una Patria sin abuso de los poderes fácticos, una Patria donde el poder esté desconcentrado, una Patria con un ambiente más sano para nuestras familias, nuestros jóvenes, una Patria sin saqueadores, una Patria sin explotación laboral. (Enlace # 221, 21 de mayo de 2011)

Igualmente, la heterogeneidad que presentan los enlaces se evidencia en la facilidad de los “saltos temáticos” que realiza el presidente, aunque guardando una línea discursiva que favorece al proyecto político. En el enlace 221, el presidente anuncia proyectos ambientales para Guayaquil, habla de la economía social y solidaria, pasa revista a las obras implementadas, se colocan videos sobre la construcción de centros integrados de seguridad, al tiempo que, habla sobre los planes de vivienda, las reuniones de gabinete, entre otros. Pero por sobre todo, se aprovecha el espacio para posicionar uno de los temas más significativos para el gobierno nacional: el 30 de septiembre (2010), fecha en la cual una revuelta policial provoca una crisis de estabilidad gubernamental, calificada por Rafael Correa como “intento de golpe de Estado” y que en la actualidad continúa generando controversia particularmente por las repercusiones legales o indirectas de los participantes de la revuelta:

¡Que vergüenza!, miren lo que quieren dejar en la impunidad, con el poder de los medios, aquí tienen un gran ejemplo del poder de los medios, gracias a Dios lo del 30 de septiembre es tan claro y categórico que no se puede borrar de la memoria colectiva del pueblo ecuatoriano pero miren cómo con la mayor caradura, la mayor desfachatez, la mayor miseria humana, la mayor corrupción y falta de ética quieren decir que no paso nada y que por fin se hizo justicia (en referencia a la portada de la revista Vistazo en la que el coronel Carrión sale en portada con el título al fin se hizo justicia), o sea el video miente, no cerró la puerta este señor, que hacía con mandil, él que no es médico, nunca dijo eso la prensa no?, no explican que hacía con mandil (...) saben lo que pasó y aquí tengo colaboradores que les pueden justificar eso, entraba y salía disfrazado de médico, nosotros creíamos que era médico hasta que mi seguridad se da cuenta que estaba pasando información a los manifestantes, y ahí siendo director y todo se le impidió pasar a la habitación del presidente y se me impidió a mi tomar agua, recibir algo del hospital porque sabíamos que estábamos en peligro pero la prensa corrupta lo quiso convertir en víctima y lo quiere dejar todo en la impunidad. (Enlace # 221, 21 de mayo de 2011)

En el 2012, en la emisión 279, se enfatizan los mensajes en torno al cambio del concepto de desarrollo que ha adoptado el país (Sumak Kawsay) y las repercusiones de estas transformaciones evidenciadas en la asesoría para otros países de la Región. En este sentido, el presidente Correa extiende su discurso contemplando la necesidad de dar un salto hacia “el socialismo del buen vivir...que defiende la supremacía del ser humano por encima del capital”:

Ecuador esta en la mira, en la mira de la Región, en la mira de organismos sobre todo especializados en Economía, me refiero en este caso a la Comisión Económica para América Latina, un organismo de las Naciones Unidas (...) que aportó muchísimo para el desarrollo de nuestra América con el estructuralismo o la escuela cepalina, la estrategia de desarrollo de la posguerra para la región, esa industrialización sustitutiva de importaciones.

(...) en mi discurso me enfoque en el desarrollo que además hay que redefinir el desarrollo, hablan de población y población está definida, pero ¿qué es desarrollo? Vivir como en New York, vivir en estado primitivo como pretenden algunos grupos fundamentalistas o vivir bien con dignidad, satisfaciendo derechos pero entendiendo que también tiene derecho la naturaleza, entendiendo que parte del derecho de preservar las culturas, entendiendo que hay que vivir en armonía con otros seres humanos, esa es nuestra visión de desarrollo, la que hemos llamado el Buen Vivir. (Enlace # 279, 7 de julio de 2012)

En el mismo programa, se puso énfasis a los logros obtenidos a partir del cambio de la función judicial, cuyo punto de partida fue la victoria de la consulta popular. En este sentido, Correa se presenta como un estadista y con un gran sentido pragmático:

Veamos la evolución en el caso de delitos flagrantes, uno de los problemas que teníamos es que se atrapaba a los delincuentes ..delito flagrante es cuando se los atrapa a los delincuentes y se los encuentra con la pistola, cuando los encuentran con el cuchillo y lo soltaban. 70% los soltaban ese mismo rato. Ahora las cosas han cambiado, tenemos 72% del total de aprendidos en delito flagrante guardan prisión preventiva, un 19% son liberados porque puede haber algún error y un 9% tienen medidas sustitutivas porque delito flagrante también es un delito de tránsito, pero bueno, si un padre de familia sin querer atropelle a alguien no es que es un delincuente, entonces se le puede dar medias sustitutivas. (Enlace # 279, 7 de julio de 2012)

El último programa de la muestra audiovisual analizada fue el número 289, emitido el 15 de septiembre de 2012. El énfasis estuvo en relación a la defensa de Correa a favor del entonces presidente del Directorio del Banco Central y primo del presidente, Pedro Delgado, por las acusaciones y denuncias publicadas en medios nacionales e internacionales sobre las cuentas y propiedades que el funcionario tiene en Miami y la apertura de cajas fuertes en Rusia. En esta ocasión el presidente Correa se encargó de desmentir las acusaciones y culpar a la prensa por la falta de contrastación de la información. Según Correa las acusaciones contra los funcionarios – existió otra acusación sobre el involucramiento del padre del entonces Ministro de Sectores Estratégicos, Jorge Glas, en un caso de violación a una menor- “forma parte de una campaña sistemática para afectar al proyecto político”. En este espacio igualmente se evidenció el llamado de los asistentes a la reelección del presidente Correa para el año 2013.

3.5 Enlace ciudadano: dispositivo de la Revolución Ciudadana

El concepto de dispositivo que se emplea para el análisis del enlace ciudadano, nos remite a la idea mediante la cual Foucault denominaba un conjunto de relaciones a modo de red de intercambios temporales. En efecto, Foucault señala:

Lo que trato de situar bajo este nombre (dispositivo) es, en primer lugar, un conjunto decididamente heterogéneo, que comprende discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas; en resumen: los elementos del

dispositivo pertenecen tanto a lo dicho como a lo no dicho. El dispositivo es la red que puede establecerse entre estos elementos (Foucault, 1984)

Los dispositivos, según Foucault aparecen en una etapa en que se requiere de la administración de las cosas al interior del Estado. La idea de “gubernamentalidad” nos remite entonces, a la necesidad de “administrar la población, de entenderla bajo un conjunto de instituciones y procedimientos de análisis y reflexiones y, de la creación de dispositivos” (Foucault, 2007:213) como instrumentos técnicos en su conocimiento.

Este concepto se complementa con la noción de “dispositivo argumentativo” de Fabienne Thomas. Según el autor, este dispositivo “no tendría un carácter fijo o repetitivo, sino que se dispone dentro de un contexto espacio-temporal situado afectivamente y cognitivamente y en presencia de un medio y sus técnicos”. (Thomas, 1999:219)

La noción de “dispositivo argumentativo” de Thomas, conduce a la reflexión sobre la capacidad de mediación que posee el dispositivo, más precisamente la mediación de conocimientos del cual desencadena su potencial. Al ser un espacio de acción cognitiva, se destaca la elaboración de razonamientos y conclusiones, procedimiento propio de la lógica argumentativa, y de la puesta en marcha de pruebas para juzgar acciones de manera razonable. Así, la suma de razones conducen a la implantación de ideas que no admiten contradicción, los contenidos se elevan al rango de verdades admitidas.

Este procedimiento argumentativo, versa sobre los planteamientos de la lógica aristotélica, discurso válido por excelencia. Y a pesar de que la mediación argumentativa tiende hacia él, no presenta los mismos parámetros de rigor.

La argumentación a la que nos referimos aquí se sostiene gracias al discurso del experto, es él quien asume la autoridad y divide el campo cognitivo entre el “*sachant/non sachant*” (conocedor/desinformado). Al tratarse en este caso del EC como dispositivo de mediación de conocimiento sobre la realidad social y política, este esquema está ligado a las estructuras oficiales de aprendizaje. El EC desde esta perspectiva es una propuesta de razonamiento que en lugar de dejar en el vacío las

construcciones mentales sobre los asuntos de interés público, los ordena para proponer a los asistentes/televidentes significados sobre problemas no resueltos.

3.5.1 La composición de piezas

El concepto de dispositivo nos remite a la idea de una arquitectura o conjunto de instalaciones arquitectónicas. En tal sentido, el EC supone una estrategia de tipo espacial, un programa de ordenamiento territorial. El equipo del presidente viaja por todo el territorio nacional, y su desplazamiento depende de múltiples variables:

(...) por ejemplo cuando el presidente no ha ido a un lugar determinado, se trata de hacer en las diferentes regiones del país. Hubo un tiempo después de las elecciones en donde se visitó los cantones que más votación se obtuvo o se visitaron cantones donde no se había ido en campaña. Tiene un significado especial las invitaciones que recibe el presidente de la República para que se pueda realizar el EC allí en esa localidad. Es decir, son diferentes factores, factores que tienen que ver con la misma agenda del presidente, por ejemplo si el presidente está cumpliendo actividad en una localidad tratamos de que esté cerca para que pueda tener un mejor manejo logístico, son diferentes factores los que determinan donde debe realizarse el EC. (Marco Antonio Bravo, entrevista, 2013).

Desde este punto de vista, el recorrido que realiza el presidente semanalmente no es una característica menor, puesto que forma parte de la dinámica que se estableció en el origen del proyecto político del movimiento Alianza País. Y, por otro lado, responde a la conservación de espacios poco conflictivos en una dinámica que se sustenta en los procesos electorales. La arquitectura del enlace en consecuencia, configura la idea de un gobierno que trabaja en función de orientar las posibilidades de conducta y disponerlas con distintos propósitos.

Por otro lado, la movilidad del dispositivo, instala en el imaginario social la idea de un gobierno menos burocratizado e informal. El gobierno activo supone engendrar en la mentalidad de los ecuatorianos el interés del gobierno y su presidente en la responsabilidad de asumir los problemas y la conducción que el Estado reclama para su subsistencia.

En la composición de piezas del dispositivo es posible considerar al menos dos aspectos: (A) una red de construcciones discursivas muy latentes y (B) una dimensión estratégica que desborda el carácter estático.

El EC llama la atención por su diseño y puesta en escena. En este sentido, es necesario destacar dos ideas: la primera, postulada por Gosselin dentro de la cual “la comunicación política necesita desarrollarse en arenas, es decir en lugares sociales en los que el juego de la teatralidad puede expresarse mediante la confrontación” (Gosselin, 1998:10). Ante un escenario previsto en combinación de elementos técnicos y simbólicos se desplaza el ordenamiento del discurso del jefe de Estado. Un aspecto central de éste se manifiesta en el papel relevante que adquiere lo antagónico. Durante la observación empírica, fue posible constatar que el conflicto - que se manifiesta con fuerza en relación a los medios de comunicación privados- permite a las poblaciones identificarse al interior de la posición del jefe de Estado - si bien esta situación no se verbaliza, se asegura la identificación mediante el reconocimiento y aprobación basada en la emocionalidad del momento -. Por otro lado, el conflicto se vuelve intencional y extensivo toda vez que entran en juego las plataformas mediáticas; los medios son los encargados de publicar cada uno de los anuncios que realiza el presidente y de generar “clima de opinión” (Noelle-Neumann, 1977) en relación a los temas que se plantean durante la sabatina. Así, puede hablarse de una lucha por los significados que se genera a partir de esta relación en disputa.

Este aspecto comunicativo y dramático nos habla del lenguaje del poder. La articulación de un discurso afectivo forma parte de las expectativas de las poblaciones que han permanecido excluidas y, es en la figura del Ejecutivo donde se organiza y se concentran mejor ciertos recursos simbólicos. Durante el EC, estas formas se expresan en: los eslóganes, las canciones, determinadas formas retóricas, frases repetitivas, todas ellas encargadas de movilizar sentimientos fuertes en alianza con el presidente. Normalmente, cada sábado se alaban con bondad las virtudes de las localidades visitadas:

Aquí esta la respuesta a todos los que intentan detener esta revolución
compañeros, a prepararnos para una victoria popular más, no de Rafael

Correa, yo soy un soldado más, sino de este cambio profundo, radical y rápido que la patria esta viviendo, que todos los sentimos que nadie lo puede negar por más pequeñez de alma que tenga y sobre todo lo pueden testimoniar los manabitas verdad?. Acuérdense como estaban esas carreteras de Manabí, compañeros. Tantos años, décadas de asalto robo y saqueo de la partidocracia y qué alegría estar aquí en Rocafuerte, un abrazo a las autoridades de Rocafuerte, nuestro querido compañero...(Enlace #188, 18 de septiembre de 2010)

En este sentido, es posible decir que en la comunicación del Ejecutivo con los ciudadanos existe una preeminencia por ubicar a los participantes en una situación que anteriormente les era ajena, es decir, en un posicionamiento que aunque sea de manera simbólica, los incluye en el proyecto político y los reposiciona como actores de la política. Por otro lado, esta situación de fuertes golpes emotivos, hace que las poblaciones encuentren en el representante, un sujeto que gestiona y valora sus demandas.

Con respecto a la puesta en escena del dispositivo, existe una metódica organización. El EC es un espacio retransmitido por radio y televisión, y en este sentido, existe una dinámica preparada y dispuesta para las condiciones televisivas y audiovisuales. El jefe de Estado debe ser visible para todos. La organización del espacio físico donde se realiza el EC – según las localidades visitadas se utilizaron espacios verdes, sobre todo canchas de colegios y terrenos amplios– es compartido con algunas instituciones públicas que ofrecen sus servicios.

La disposición principal se compone del escenario frontal y dos carpas laterales dejando sitio por un lado, a los Ministros de Estado -previamente solicitados por la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM)- y por otro, a todo el equipo de comunicadores de la SECOM encargados de gestionar la información que se presenta durante el EC. Existe asimismo un lugar destinado para el equipo de traducción del ECORAE quienes realizan la retransmisión en las lenguas ancestrales kichwa, shuar y wao.

De la distribución del espacio es posible señalar que:

- a) La movilidad de las personas durante el EC es sutilmente controlada y depende del número de asistentes (pueden alcanzar entre 1500 a 1800 personas). Durante el EC se puede solicitar a las personas permanecer en silencio. Existen carteles que así lo anuncian: ¡POR FAVOR SILENCIO, EVENTO EN VIVO!
- b) Presencia de tecnología y soportes audiovisuales: pantallas planas ubicadas en sitios adecuados para que nadie pierda de vista al presidente.
- c) Personal encargado de gestionar que las sillas se encuentren ocupadas.
- d) Personal encargado de asistir a las personas que pretenden llamar la atención del presidente con peticiones y agradecimientos.
- e) Personal encargado de la seguridad presidencial.
- f) Miembros de la fuerza pública ubicados en lugares estratégicos.

De las características mencionadas, podemos decir que el EC funciona por un lado, con una suerte de operatividad mecánica y ritual; y por otro, mantiene una dimensión estratégica mediante la cual se organizan los contenidos. Resulta claro además, que existe una presencia mediática que permea el dispositivo: la producción de la información y las estrategias que se adoptan en relación al contenido del EC están enfocadas en la lucha con los medios de comunicación privados. Así lo señala el subsecretario de Información y Nuevos Medios de SECOM:

Desde un principio los medios de comunicación han asumido un papel político y de oposición, porque la oposición política partidista ya no existe, han sido liquidados por el pueblo ecuatoriano quien a través de las urnas se ha expresado en apoyo a un gobierno que lleva 6 años y que tiene altísima popularidad y en contra de los partidos políticos tradicionales que nunca hicieron nada por el país, entonces digamos que responde a una dinámica de la sociedad y que esta aquí enmarcado en ciertos medios de comunicación (Marco Antonio Bravo, entrevista, 2013)

Desde este punto de vista, una gran proporción del contenido del EC trabaja en función de la crítica a los medios de comunicación privados. Asimismo, en el informe presidencial están presentes las reglas de juego mediáticas. Regularmente, el informe de actividades está acompañado de imágenes con las que se explican los proyectos, las obras y las políticas a implementarse. Y, en este sentido, el formato mediático como ha quedado establecido no solo que tiene influencia en el efecto de la transmisión de

información pública, sino también que nos dice mucho acerca del grado de importancia del consumo mediático previamente acumulado en el imaginario social.

3.5.2 Flujos de Comunicación

La noción de intercambio en la comunicación política es de gran utilidad para situar los contenidos de interés público. Tomando como referencia la información provista por la SECOM se pasa revista al flujo de información del EC. La instancia clave de este flujo de comunicación está compuesto por la información suministrada por los ministerios:

Los ministerios e instituciones que presentan la información de proyectos, labores, gestión, durante la semana deberán revisar y corregir la información inmediatamente después de la presentación al Presidente, para después enviarla de manera urgente al equipo del Enlace Ciudadano. Esta información debe ser sencilla, es decir fácil de entender para el común de los ciudadanos (SECOM, Procesos 2010)

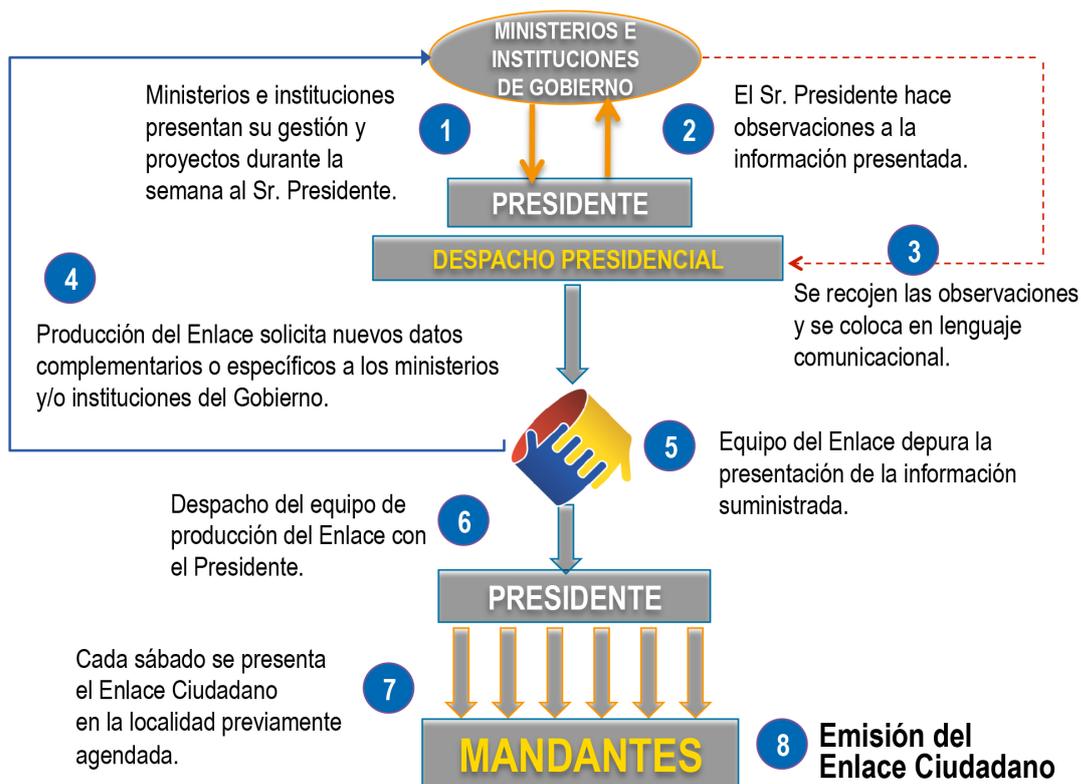
El ciclo se compone así de la información proporcionada por las instituciones del Estado, a la cual el presidente realiza observaciones, mismas que serán depuradas y “adaptadas en un lenguaje comunicacional” por el equipo del Enlace Ciudadano. Posteriormente, esta información puede ser complementada por el equipo de producción del Enlace y finalmente, se realiza una reunión de despacho entre el equipo del Enlace y el Presidente.

Por otro lado las presentaciones consideran las siguientes características;

- Información legible y entendible para la ciudadanía
- Piezas de Comunicación Política
- Capacidad de síntesis de las presentaciones

Y la siguiente estructura:

- Antecedentes
- Datos y cifras: datos económicos o cifras que demuestran la gestión realizada
- Gráficos y fotografías: enfocados a la propuesta, visualización del estado actual y de ser posible, futuro
- Beneficios: del proyecto o labor realizada.



FUENTE: PROCESOS SECOM, 2010

3.5.3 La respuesta a emergencias: El dispositivo en su nivel estratégico

Un carácter central del dispositivo es su dimensión estratégica. El dispositivo se justifica en su urgencia, en su necesidad de instalarse y responder ante situaciones imprevistas. Posee por lo tanto, un carácter abierto determinado por la contingencia. Esta característica ya determina su función: la de responder a acontecimientos urgentes. Como señala Peraya:

El dispositivo constituye un ensamblaje de medios centrados al servicio de una estrategia, de una acción con una finalidad, planificada en orientación a la obtención de un resultado. Un dispositivo es una instancia, un lugar social de interacción y de cooperación procedente de intenciones, de su funcionamiento material y simbólico, sus modos de interacción propias. (Peraya, 1999:153)

La reorganización del Estado requiere un carácter urgente y presencial. Al instalarse el presidente y sus ministros en las localidades, sea en el EC o a su vez, en los gabinetes itinerantes (se hablará más adelante sobre esto) aparece la noción de un sistema político

que actúa “ahora”, que brinda respuestas a las necesidades de las poblaciones. Es la representación del Estado y su aparente inmediata acción la que hace que su presencia se vuelva trascendental. Aunque también está la propia figura del presidente y su liderazgo lo que permite la credibilidad en las acciones del gobierno por un lado, pero por otro, reactiva mecanismos de inmediatez en la resolución de los problemas. De esta manera, en el EC interviene necesariamente un control político y técnico de las decisiones.

Por otro lado, en el EC es posible considerar un nivel estratégico a partir de los contenidos que se gestionan para posicionarlos en el espacio público. Dirigir la atención ciudadana a determinados temas, capturar la dinámica e interactividad de los procesos para dotar de significados a los eventos políticos sobre la base de investigaciones previas, forma parte de la agenda de los sábados. Estamos ante un proceso continuo y dinámico de gestión de información, pero sobre todo de ordenación y dirección de las interpretaciones, parte esencial de los dispositivos. Al respecto podría hablarse de un espacio de mediación de saberes:

Los dispositivos son un modo de observar el entorno y formar un ambiente, más que como un espacio de adquisición de conocimiento, como uno de transmisión de saber o una red de mediación de éste, en donde, siendo la mediación central, no se puede determinar que será aprendido y puesto en práctica (Berten, 1999:59).

El ejercicio de control del EC, se expresa en el dominio de las representaciones. El EC permite establecer las reglas de juego, es el objeto mismo de la escenificación. En este mismo sentido, el acompañamiento de la televisión –sobre todo por su constante repetición- facilita su instalación. El uso en la sabatina de ciertos géneros (reportaje, noticia) y ciertos modos (el informativo, el lúdico) de los cuales se posee ya una integración aceptada, así como de componentes de espectacularización son esenciales en la instalación de representaciones que intentan naturalizarse.

Durante el EC se trabaja en función de la “producción de la verdad”, de la instalación de evidencias y certezas que se ponen en circulación para delimitar el campo interpretativo, y de manera sistemática hacer desaparecer discursos ajenos a la posición oficial. Trabaja

entonces como un procedimiento de exclusión de otros discursos. Esta visión está muy bien acompañada por una razón que además contiene valor, verdad y justicia. Como sugiere Foucault, “el discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que y por medio del cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse”. (Foucault,1970:15)

Es preciso citar aquí que la “producción de la verdad” se valida particularmente por el alocución técnica y, en este sentido el discurso de los sábados está plagado de referencias de hechos que se justifican bajo el discurso del experto:

(...) la OPEP puede ser ese instrumento que cambie la relación de fuerzas por ejemplo poniendo un impuesto sobre las exportaciones petroleras que es mucho más eficiente que los otros controles porque es la fuente de la contaminación, la quema de combustibles fósiles, el petróleo. Se pone un impuesto del 5%, eso es más de 40 mil millones de dólares anuales con lo cual podemos ayudar a los países pobres a salir de la pobreza, a prepararse para el cambio climático, a diversificar su matriz energética, a ayudar a la concentración y la lucha del calentamiento global. Entonces la OPEP es una gran esperanza pero no se porqué no hay esa decisión política, lo sé, no lo puedo decir, de algunos países de la OPEP para utilizar la OPEP con todo el alcance que puede tener cambiando las relaciones de poder a nivel mundial. (Enlace # 213, 19 de marzo, 2011)

Por último, el desplazamiento del enlace implanta la idea de un “control sobre el territorio”. Como se explicó previamente, el proyecto político de la Revolución Ciudadana se sustenta a través de políticas territoriales, busca la “equidad territorial” y, en esta tarea sirve el EC como método estratégico de participación en las localidades, o al menos de los efectos que produce su presencia. Asimismo, esta política sustenta en términos más amplios el discurso nacionalista que tiene por condición el territorio y la soberanía.

Este carácter nacional también se expresa constantemente en las alocuciones presidenciales en los más variados temas:

Cada rincón de la patria, cada provincia, los mismo derechos y misma atención del gobierno nacional. En Cañar fuimos a Guapán y recorrimos caminos vecinales que ha hecho el gobierno aunque le corresponden a la prefectura. En el 2008 - 2009 había poca inversión en carreteras en el Cañar.

Ahora tienen cerca de USD 900 000 para las obras de carreteras. (Enlace # 324, 1 de junio de 2013)

3.6 Arenas de relacionamiento: Gabinetes Itinerantes

El dispositivo del EC, cuenta con otras arenas de relacionamiento que le sirven para constituirse como una instancia de interacción. Se trata de los gabinetes itinerantes o espacios de reunión entre los ministros de Estado y el presidente con el propósito de poner a discusión las prioridades en materia de políticas públicas e inversión social, entre otros temas relacionados con la coyuntura política.

La dinámica del gabinete se establece por lo general un día antes de la sabatina y se compone de tres fases: (1) Reunión de gabinete ampliado del Presidente con sus Ministros, donde se tratan temas de interés nacional. (2) Una reunión ampliada entre las autoridades del gobierno central, el Prefecto y los alcaldes de los diferentes cantones. (3) Mesas sectoriales de ministros y secretarios de estado con los representantes de la comunidad (gremios, colegios empresariales, representantes de las juntas parroquiales, asociaciones, etc.) (Muñoz, 2010:163). Estas últimas sesiones (representantes del Estado - ciudadanos) funcionan de forma paralela al EC. En una descripción más precisa de su funcionamiento, Bravo expresa:

El gabinete es en Piñas el día viernes y el sábado es el EC en Piñas, además porque las actividades del gabinete arrancan el día viernes con entrevista del presidente con medios locales, durante todo el día gabinete ministerial, en la noche, la noche cultural, al siguiente actividad deportiva del presidente, el es muy dinámico, luego participa con los invitados y autoridades en un desayuno en un mercado y más adelante con las diferentes autoridades locales, es decir todos los alcaldes de los diferentes cantones de la provincia, el prefecto, etc. Luego el EC y finaliza con un almuerzo con autoridades e invitados especiales. Entonces si hay una concordancia, si hay un acuerdo digamos un trabajo conjunto entre los que organizan un gabinete itinerante y el EC. (Marco Antonio Bravo, entrevista, 2013)

De esta manera, en los gabinetes itinerantes, ministros de Estado acompañan al presidente y atienden a los ciudadanos en todos los cantones del país. Se realizan cada tres semanas y resultan ser claves para escuchar las demandas y peticiones de las poblaciones. Para ello, la instalación de mesas de trabajo que reúnen a los ministros, coordinadores zonales, y asesores sirven al interés de los ciudadanos, que tras llenar

fichas con sus datos, intervienen en un lapso de tiempo de tres minutos para exponer sus reclamos.

Este espacio creado por la Revolución Ciudadana tiene algunas implicaciones novedosas en materia de participación: (1) Las demandas o peticiones se las realiza directamente al ministro o funcionario en cuestión. (2) Se trata de una metodología de trabajo que sirve para medir las demandas y posteriormente tomar decisiones. (3) En ocasiones, puede inclusive tratarse de un trato personalizado – sobre todo en temas relacionados con procedimientos jurídicos mediante asesoría – (4) Y, permite una cooperación entre entidades provinciales y locales.

En una lectura de cómo contribuye la dinámica de los gabinetes en la administración de la “cosa pública”, Patricia Muñoz señala que:

Correa se propone una metodología de trabajo que promueve la credibilidad de los ciudadanos en las instituciones públicas y en la democracia, y al mismo tiempo fortalece la integración y cooperación entre el gobierno nacional, las entidades provinciales y locales (Muñoz, 2010:162).

De esta manera se articularía un trabajo coordinado que permite coincidir las demandas con las acciones adoptadas en materia de administración y gestión pública.

En los últimos años, el espacio de los gabinetes itinerantes han adquirido una relevancia particular, puesto que uno de los aspectos claves acerca de ellos, es que se instalan en espacios, sea regiones o comunidades, que han estado “excluidas del desarrollo” (Muñoz, 2010:162). Este hecho hace que se fortalezca aún más la imagen del gobierno de Correa, aun cuando tanto en el procedimiento como en su eficacia posean deficiencias –sobre todo por el propio funcionamiento de la burocracia.

Más allá del modo en que operan, los gabinetes generan la imagen de un gobierno activo y en consecuencia, de un régimen presente para la resolución de los conflictos. A largo plazo, esta situación genera un sentimiento de compromiso y una “deuda” que se archivará hasta el momento del sufragio. Se trataría igualmente de generar una base de

apoyo para el proyecto político, y de atender a diversos mecanismos para administrar el Estado.

Estos espacios de relacionamiento son entonces, parte integrante de un proyecto político que busca extenderse en el tiempo, encerrando fidelidades y compromisos con la población a través de la intermediación con los órganos gubernamentales. En efecto, la adhesión al proyecto sigue siendo una parte integral para la Revolución Ciudadana, como lo explica León:

(...) el arte de Correa ha sido el de integrar a los demás a un “proyecto” al cual se adhieren y al que todos se refieren como un acto de adhesión gubernamental o de adhesión a Correa. Las exigencias del proyecto son tales que bien pueden implicar abandono de las propias posiciones y adhesión a las que siguiendo las circunstancias define el presidente (León, 2010:379)

Por otro lado, los gabinetes itinerantes al igual que los enlaces ciudadanos forman parte de las arenas del dispositivo puesto que, sin olvidar lo que se dijo previamente, sirven para obtener un conocimiento sin el cual no podría sostenerse el gobierno en su comprensión para “disponer las cosas” (Foucault, 2007:201). O en otras palabras, utilizar unos medios y unos instrumentos que le faciliten la recuperación del Estado en forma amplia.

Por último, si bien los gabinetes itinerantes representan un salto sustancial en el tema de relacionamiento entre Estado y sociedad, para este caso, el regreso del Estado hace que el tipo de participación que generan los espacios de relacionamiento sigan contaminados de prácticas de control trayendo como consecuencia que estos espacios de relacionamiento se conviertan sobre todo en instancias de escucha y reclamo.

CAPÍTULO IV

ENLACE CIUDADANO COMO INTERFAZ SOCIOESTATAL Y DE RENDICIÓN DE CUENTAS

A partir del concepto “interfaz socioestatal” de Ernesto Isunza, el presente capítulo analizará el tipo de relacionamiento que existe entre el Estado y la sociedad civil al interior del enlace ciudadano. Por otro lado, se analizará si las características del enlace determinan la existencia de una rendición de cuentas. Para ello, se tomará en consideración la participación ciudadana y el proyecto político de la Revolución Ciudadana para su corroboración.

4.1 Enlace Ciudadano: una interfaz compleja

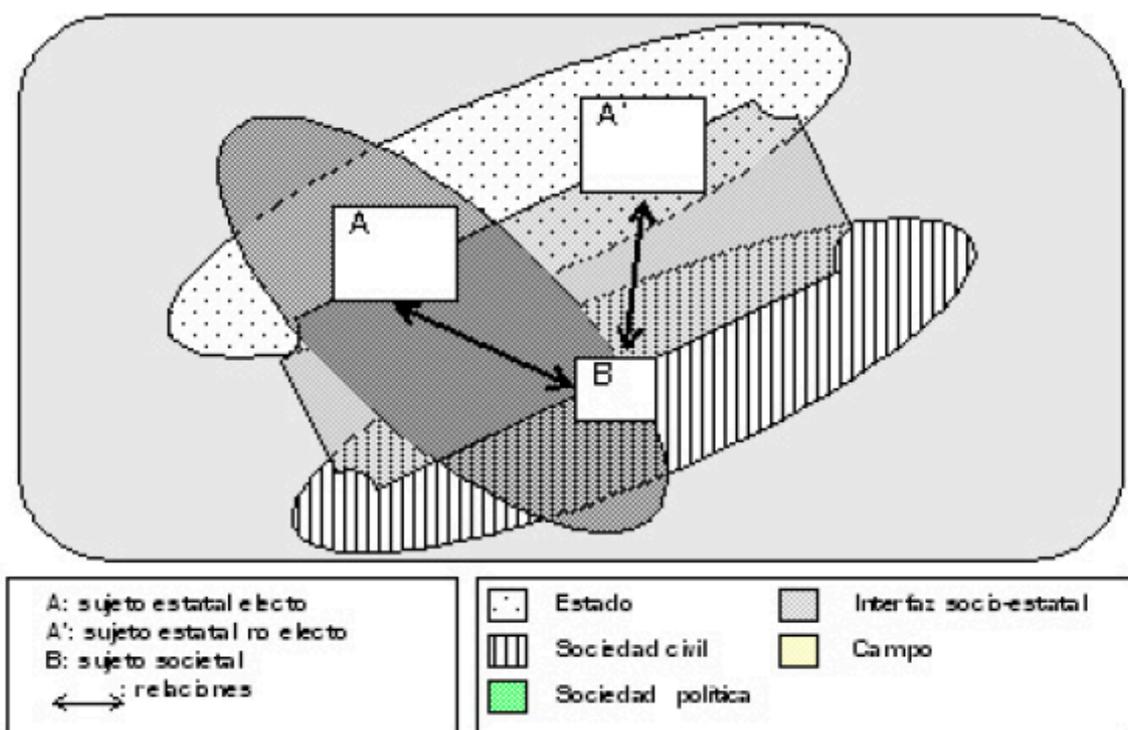
Existen al menos dos tipos de intercambio básico para entender la relación entre el Estado y la sociedad civil que se reconocen en la práctica. En el primero, la relación se sostiene en el intercambio de información sin acuerdos vinculantes. Se trata de relaciones que Isunza describe como “tipos ideales cognoscitivos” (Isunza, 2006:272) o como relaciones cuyo propósito reside en intercambiar información (relaciones de “Hacer-saber”). Por otro lado, se despliegan mecanismos vinculantes, o “tipos ideales políticos” (Isunza, 2006:272) que traducen las relaciones socio-estatales en un “hacer-hacer”. Bajo este criterio podemos concebir las relaciones socioestatales al interior del tipo de régimen político y más ampliamente, a la noción de democracia que se gestó dentro de él.

Uno de los objetivos de la ampliación de espacios públicos de la gestión del gobierno actual podría apuntar a una relación dentro de la clasificación “ideal cognoscitivo”, y es, en esta tarea que se pretende profundizar en el conocimiento del Enlace Ciudadano como un espacio de relacionamiento estado-sociedad o “interfaz socioestatal” y, evaluar la lógica de su funcionamiento.

El concepto de “interfaz” en Isunza se compone “por sujetos que entran en interacción ya sea por una iniciativa de demandas, participación ciudadana, o bien por la facticidad de una política pública” (Isunza, 2005:18). De esta manera, podemos entender a la

interfaz como un espacio donde entran en juego proyectos, fuerzas y estrategias de los actores en la consecución de determinados bienes (sean estos materiales o abstractos).

Al ser el EC un espacio de intercambio, se evidencia la existencia de desniveles en sus vínculos. En primer lugar, el peso mayor lo sostiene el Ejecutivo (SUJETO A) y el equipo de comunicación de SECOM (A1) mientras que, la carga menor se mantiene en el espacio de lo societal (SUJETO B). Sin embargo, existen subtipos de relaciones: actores locales estatales con su respectivo poder a escala micro (gobernadores, alcaldes, jefes y tenientes políticos) y sujetos sociales agrupados en distintas organizaciones. En este último aspecto cabe una distinción: por un lado, asociaciones y movimientos sociales, y por otro, colectivos afiliados al partido del gobierno a través de los comités de la Revolución Ciudadana formados en las localidades. Podemos decir que cada uno de ellos ocupa un lugar dentro del espacio de interacción y sus acciones están dotadas de intencionalidad.



FUENTE: Ernesto Isunza, Interfaces Socioestatales, 2010

4.2 Proyecto político: rendición de cuentas y participación ciudadana

En esta interfaz creada para la rendición de cuentas (en adelante, RdC) es determinante examinar el contexto en el cual se ha desarrollado y para ello, la noción de proyecto político junto con la de participación son fundamentales en su apareamiento.

Dentro del eje programático de la Revolución Política del gobierno de Correa, es imperativo “la transformación del Estado, en todos los niveles de gobierno y la democratización de las relaciones con la sociedad, a fin de garantizar los derechos consagrados en la Constitución” (Revolución Política y Constitucional, s/f: 177). Este principio, en conjunto con “un acuerdo territorial” expresado en la descentralización del Estado define la nueva distribución de poder político. En tal sentido, se ha desarrollado una operación dentro de la cual reside un cambio institucional y la vía de acceso en la construcción de un Estado amparado bajo los principios de modernización, participación y rendición de cuentas.

Esta “Revolución Política” requiere no solo de una nueva cohesión social sino también de una “revolución ética” de lucha contra la corrupción. Según el Manifiesto ideológico, Programa de Acción y Régimen Orgánico de Alianza País, la ética sería una práctica cotidiana: “No daremos un solo paso, ni legal ni político, que no cuente con un referente ético, de responsabilidad pública y de transparencia” (Manifiesto ideológico, 2010:12). Este principio se presenta en la interfaz reafirmando valores a través del discurso. Asimismo, se trata de imponer un tipo de moral (al menos discursiva) dentro del proyecto político, premisa que le sirve a AP para sostener la tan anhelada transparencia en la función pública.

Por otro lado, la noción de participación ciudadana dentro del proyecto político de la Revolución Ciudadana no ha sido definida de forma clara. La organización, la participación y la inclusión de actores se han ido produciendo en el transcurso de la gestión del régimen. Un ejemplo de ello, es la creación de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2010) dentro de la cual se brinda una serie de mecanismos, instancias, y procedimientos para la organización social y la interlocución democrática entre Estado y la sociedad.

Al amparo de la Nueva Constitución (2008), los mecanismos de participación ciudadana se han diversificado. Además de la participación electoral, dentro de la cual la “comunidad política” aumentó, - a través de la inclusión del voto para las Fuerzas Armadas, Policía Nacional y jóvenes de 16 años- existe el mecanismo de la “democracia directa” dentro de la cual “se destaca la posibilidad de que los ciudadanos convoquen a consulta popular sobre cualquier asunto, que presenten proyectos de ley o de reforma constitucional al Poder Legislativo, así como que demanden la revocatoria del mandato de todas las autoridades de elección popular, incluida la del Presidente de la República”. (Ramírez, 2012:144)

Siguiendo con las instancias de participación popular, la llamada “democracia comunitaria” es otro mecanismo presente en la nueva carta magna. Este tipo de democracia otorga “el derecho a las organizaciones y pueblos indígenas a desarrollar sus específicos mecanismos de autoridad y justicia” (Ramírez, 2012: 144). En este sentido, las consultas locales sirven para la toma de decisiones asentadas en los territorios. De igual manera, se han desarrollado espacios de participación para la construcción de “agendas de política pública” (Ramírez, 2012: 145) para los distintos niveles de gobierno.

Estos espacios de participación a nivel local, permiten un diálogo entre autoridades y ciudadanos sobre cómo fijar una agenda para el desarrollo e inclusive ayudan en la orientación de la inversión pública. Es decir que, la sociedad civil tiene la posibilidad de presenciar la elaboración, diseño y control de las políticas públicas en este nivel.

En este mismo sentido, se instaló con el actual régimen, el llamado “quinto poder” o Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS). El objetivo del CPCCS consiste en “promover el ejercicio de los derechos de participación y control social de lo público, la lucha contra la corrupción y la promoción de la transparencia, y designar u organizar procesos de designación de las autoridades que le correspondan de acuerdo a la Constitución y la Ley”¹².

¹² Página web del Consejo de Participación Ciudadana y control social. Disponible en: <http://www.participacionycontrolsocial.gov.ec>

El CPCCS establece dispositivos como veedurías, observatorios y mecanismos de RdC. De esta manera, el papel del Consejo sugiere la existencia de un control social anteriormente relegado en la historia ecuatoriana reciente. En efecto, “el rol fiscalizador de la sociedad civil quedó así consignado en la concepción constitucional del CPCCS, como una de las funciones fundamentales de la participación ciudadana en la vida pública del país (Ramírez, 2012:148)

A pesar de la normativas vigentes, existen contradicciones acerca de la formulación de lo que debiera entenderse como participación ciudadana en el país. Un ejemplo de ello, y en un estudio realizado por Christian Andrés Ortiz, se refleja la naturaleza conflictiva que desencadena la diversificación e instalación de mecanismos de participación. En el estudio mencionado, se hace referencia al concepto de participación manifestado por algunas voces oficiales del movimiento Alianza País. En las declaraciones que recoge el estudio, la participación se define como “ciudadanía de a pie” en detrimento de una ciudadanía organizada. Según Ortiz, este concepto estaría impregnado en las instancias institucionales claves:

(...) uno de los roles del CPCCS, sería entonces asegurar que la sociedad civil se adapte a las nuevas necesidades de este “cambio de época”, donde la función crítica y contestataria de los movimientos sociales debe ser reemplazada por una ciudadanía dispuesta a trabajar en procesos de planificación, ejecución y control de políticas públicas delineadas por el gobierno “progresista” y en base a la ideología construida desde la Revolución Ciudadana la cual finalmente deberá interpelar a la sociedad civil y definir lo que “deba ser” para jugar el rol requerido desde el proyecto estatal (Ortiz, 2012:121-122)

De lo mencionado hasta el momento, podemos decir que existe una promoción de la participación ciudadana entendida dentro de la dinámica gubernamental, lo que puede llevar a representar un impedimento significativo para establecer el potencial de una participación autónoma en la vida política ecuatoriana. En efecto, esto podría deberse por un lado, “al peso del ejecutivo en todos los procesos políticos, lo que resta posibilidad de influencia real de los ciudadanos sobre la cima del poder político en la toma de decisiones” (Ramírez, 2012:149). De igual manera, el actual régimen ha cerrado las puertas del diálogo con determinados grupos sociales – particularmente el

movimiento indígena – lo que implica una exclusión de sus agendas y, por último, la participación ciudadana ha disminuido significativamente en los últimos años, una tendencia que se expresa tanto a nivel nacional como local. Según Ramírez:

En el año 2001 casi el 34% de los ecuatorianos manifestaron haber participado en “comités pro mejoras” o en “juntas de mejoras para la comunidad, para el año 2008 este indicador se ubica en 26,6%, colocando al país por debajo del promedio latinoamericano de participación (29,6%) (...) la participación en el gobierno local decayó aproximadamente en un 47%: del 10,8 en 2001, al 5,7 en 2008. (Ramírez, 2012:149)

Estos datos demuestran que, a pesar de la oferta institucional en aumento, la implicación de la sociedad civil en los mecanismos de participación ciudadana simplemente no es la esperada. Esto repercute asimismo para las instancias de RdC puesto que el poder de control ciudadano se ve mermado ante la ausencia y el desinterés de los participantes en los asuntos públicos.

Según lo revisado, es posible advertir entonces que existe una inclinación del proyecto político por garantizar la participación ciudadana de manera normativa, y en instancias no vinculantes. La ejecución de las políticas públicas en Ecuador se definen a partir de “un núcleo estratégico del Estado donde no se comparte el poder” (Isunza, 2005:23). En este sentido, a pesar del reconocimiento de la necesidad de un cierto tipo de participación ciudadana, está se enfoca principalmente en la incorporación de demandas para el funcionamiento de la “cosa pública” y se concentra en la necesidad de mejorar el desempeño gubernamental.

En la investigación empírica, esto se evidencia a partir de un mecanismo de recolección de demandas que realiza la oficina de Asesoría Presidencial durante el enlace. Este departamento itinerante, fue creado para la escucha y recolección de peticiones de los ciudadanos que llegan al EC buscando precisamente algún mecanismo para presentar sus demandas de cara a la presidencia y a las distintas entidades públicas. A continuación se presentan algunos datos que contemplan el número de documentos recibidos por esta oficina en el primer semestre del 2013:

ENLACE	FECHA	LUGAR/ RECORRIDO	DOCUMENTOS RECIBIDOS	DOC. ENVIADOS	DOCUMENTOS CANALIZADOS	DOCUMENTOS ARCHIVADOS
253	05/01/2013	TULCÁN	27	-	22	5
254	12/01/2013	CUENCA	24	-	23	1
255	19/01/2013	SAN ISIDRO DEL INCA	35	-	35	-
256	26/01/2013	MONTECRISTI	58	-	55	3
258	02/02/2013	LA MAGDALENA	41	-	27	14
259	16/02/2013	SAMBORONDON	51	-	38	13
310	23/02/2013	NARANJAL	75	-	52	23
311	01/03/2013	BABA	62	-	62	-
312	09/03/2013	PIQUIUCHO	32	-	30	2
313	16/03/2013	SEVILLA DE ORO	34	-	30	4
315	30/03/2013	OLMEDO	43	-	43	-
316	06/04/2013	COLIMES	14	-	14	-
317	13/04/2013	RIOBAMBA	16	-	15	1
319	27/04/2013	MOCACHE	59	5	59	3
320	04/05/2013	ESMERALDAS	174	5	153	16
321	11/05/2013	QUITUMBE	32	-	32	-
322	18/05/2013	MOCHA	70	8	62	-
324	01/06/2013	SAN ANTONIO DE PICHINCHA	72	-	72	-
325	08/06/2013	IBARRA	110	1	109	-
326	15/06/2013	ATAHUALPA	111	13	89	-
327	21/06/2013	SAN JOSÉ DE MINAS	10	1	9	-
328	29/06/2013	EL AROMO	30	-	30	-
		TOTAL	1180	33	1061	85
FUENTE: ASESORÍA PRESIDENCIAL, 2013						

De las estadísticas presentadas, se observa que los documentos con peticiones y demandas de las poblaciones visitadas en el recorrido del EC durante el primer semestre del año 2013 alcanzan los 1180 documentos y, de estos, 1061 fueron direccionados y canalizados a las distintas instituciones públicas para su respectivo seguimiento. Mientras que, existe un rango de 119 escritos que no fueron regularizados. Podemos decir entonces, que un 90% de los documentos recibidos en los primeros seis meses del año, pasan a ser oficiales gracias al aval de la oficina de Asesoría Presidencial y por lo

tanto reciben algún tipo de tratamiento por parte de la Presidencia, bien sea para direccionarlo a la institución correspondiente o bien para brindar las indicaciones necesarias de acuerdo al tipo de demanda. En segundo lugar, podemos deducir que los documentos que se reciben, dependen de las necesidades y demandas de las poblaciones ubicadas en las ciudades capitales o cantones provinciales donde se lleva a cabo la sabatina presidencial. Otro factor importante es el número de asistentes que acude al EC. En este primer semestre, se observa una diferencia puntual en localidades como Esmeraldas, y el cantón Atahualpa de la provincia de El Oro, poblaciones donde se registra un número mayor de peticiones dirigidas a la Presidencia.

Aunque estas estadísticas reflejan una tendencia, existen casos donde el número de demandas se relacionan directamente con los asistentes del enlace. Ejemplo de ello, fue el EC realizado en Ibarra, que a pesar de ser una población que ha recibido mayores atenciones en cuanto a sus recursos, representa políticamente uno de los nudos centrales de Alianza País.

De esta manera, estaríamos hablando del EC como una “interfaz de contribución” (Isunza, 2006: 272) mediante la cual la sociedad civil informa al Estado. Normalmente, como hemos visto, esto se traduce en mecanismos de atención ciudadana, asesoría, recolección de demandas en las localidades, buzones de quejas y escucha ciudadana.

La modalidad de participación en este sentido, se define de manera informativa, dotando al Estado y en particular al Ejecutivo de un conocimiento adecuado para la implementación de políticas públicas. Y, contrariamente a lo esperado en una interfaz de RdC, los públicos no están llamados a crear fórmulas de control social. Si bien existe una “porosidad del Estado” (Isunza, 2006:285) en cuanto a la escucha ciudadana y a la activación de mecanismos de atención, podría pensarse a corto plazo que existen débiles probabilidades de que se generen condiciones que amplíen una participación de otro tipo, al menos en lo que respecta a esta interfaz.

El tipo de relaciones que se establecen en este espacio dependen así, por un lado, del propio diseño de la interfaz, que tiene como propósito un “ideal cognoscitivo”, y por

otro lado, la dinámica de la representación continúa concentrada en la figura presidencial cuyo peso es fundamental en el sostenimiento del enlace.

4.3 Rendición de Cuentas

Según la Ley de Participación Ciudadana, tanto las autoridades del Estado como las personas jurídicas del sector privado que manejen fondos públicos están obligadas a rendir cuentas. De esta manera, ambas instancias en todos sus niveles, deben proveer de información de sus actividades y “rendir cuentas por realizar actividades de interés público en la comunidad”¹³. Por otro lado, los ciudadanos están en posibilidad de reclamar la RdC:

Las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual o colectiva, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblos afro ecuatoriano y montubio, y demás formas lícitas de organización, podrán solicitar una vez al año la rendición de cuentas a las instituciones públicas o privadas que presten servicios públicos, manejen recursos públicos o desarrollen actividades de interés público, así como a los medios de comunicación social, siempre que tal rendición de cuentas no esté contemplada mediante otro procedimiento en la Constitución y las leyes. (Ley Orgánica de Participación Ciudadana, 2010; Artículo 46)

Como vemos, al igual que las instancias de participación ofertadas por el Estado, la RdC forma parte de los mecanismos vigentes para ampliar la visión de democracia representativa. Sin embargo, y según un estudio realizado por Franklin Ramírez, el cumplimiento de las instituciones en la entrega periódica y regular de información para la RdC no se llevan a efecto dentro de los plazos establecidos por el CPCCS, aún más, en algunos casos las instituciones siguen contraviniendo la normativa.

En términos generales, se observa que aunque entre 2011 y 2012 ha habido progresos, los procesos de rendición de cuentas aún son irregulares y no se ajustan a los tiempos establecidos por la normativa vigente. Ello es más evidente en las instituciones públicas que actúan a nivel local (municipal y parroquial) y, sobre todo, “en las instancias desconcentradas, adscritas o dependientes tanto de las principales funciones del Estado así como de los gobiernos autónomos descentralizados” (Ramírez, 2013:159)

¹³ Definición manejada en los informes emitidos por el Consejo de Participación y Control Social.

De igual manera, la RdC es obligatoria para los medios de comunicación y las instituciones del sistema financiero. En ambos casos, Ramírez expone los bajos niveles existentes para estas esferas. “En cuanto al campo mediático, se reporta que el nivel de incumplimiento alcanza el 99,6% de un total de 869 medios de comunicación. En relación al sistema financiero ninguna institución (de 86 existentes) ha informado públicamente sobre su gestión”. (Ramírez, 2013:159)

Según lo explicado, estaríamos ante procesos de participación y RdC con grandes dificultades para realizarse de manera efectiva. El tema de la participación si bien es facilitado desde las instancias estatales, se encuentran viciados por nociones de participación dentro de las reglas de juego del régimen y, a esto se suma el poco interés de la sociedad civil en la implicación de la “cosa pública”, un fenómeno que según Ramírez no es reciente. Además, la RdC de las instituciones del Estado, forma parte de un proceso en marcha que a penas cumple los tres años.

En relación al EC, y según la definición del régimen, este sería otro mecanismo para rendir cuentas a los ciudadanos, sin embargo debido a la arquitectura que presenta, a sus características, alcances mediáticos y efectos, representa más bien una esfera de influencia en una ciudadanía interpretada como opinión pública. En primer lugar, no es un mecanismo que permita un diálogo entre el Estado y la sociedad – como primer nivel de RdC – sino todo lo contrario, una exposición de argumentos basado en el estrecho margen de interpretaciones oficiales. En segundo lugar, no existe ningún tipo de control hacia el poder ejecutivo, por lo tanto esta instancia tiene plena capacidad de realizar una agenda propia libre de vigilancia social. Y finalmente, quizá el único modo de correspondencia con la sociedad se sostenga en los mecanismos electorales. En otras palabras, el control ejercido por el voto (que sirve a la vez como premio o castigo) es la única medición para calificar la gestión del régimen.

4.3.1 ¿Qué tipo de participación se refleja en el enlace?

Con la llegada de Correa al poder, el sentido de la participación de la sociedad civil, como se vio, está sujeta a las reglas que propone el oficialismo. En la actualidad, el

sentido de democratización de las sociedades toma en consideración dos conceptos importantes: el de soberanía popular y el de publicidad o deliberación pública. En este sentido y a decir de Avritzer, se trata de recuperar la sociedad a nivel de la esfera pública. En este sentido, cobran importancia los dispositivos participativos en el marco de políticas públicas.

Según Avritzer, existen algunos tipos de participación que se registran en el contexto de los nuevos gobiernos de izquierda que han asumido el poder. Existen al menos tres formas de participación que deben ser analizadas en el marco de las experiencias nacionales. Estas serían: (1) formas de participación institucionalizadas; (2) movilizaciones no institucionales; (3) formas semi-institucionales dependientes del gobierno (Avritzer, 2009:182-183).

Con respecto a la primera, las formas de participación institucionales no cuestionan la legitimidad como tal, es decir, son formas de participación “que no crean conflictos importantes con las estructuras representativas del sistema político” (Avritzer, 2009:184). En cuanto a las movilizaciones no institucionales, estas están directamente relacionadas con las agendas de los movimientos sociales. Tal como ocurrió en el pasado, las movilizaciones convocadas en el país para frenar las políticas neoliberales de los gobiernos de Mahuad, Bucaram y Gutiérrez forman parte de una participación no mediada por las instituciones. Y por último, las formas de participación semi-institucionales son formas de participación dependientes del gobierno y por lo tanto no se sostienen a partir de un carácter autónomo.

En el caso ecuatoriano, estamos ante la presencia de al menos dos tipos de participación predominantes, aunque si hacemos un análisis en perspectiva, es importante considerar a la tipología de Avritzer de forma dinámica. En el primer caso tenemos un tipo de participación institucional formulada de “arriba hacia abajo”. Aquí encontramos los consejos de igualdad promovidos a partir de la Constitución del 2008, así como consultas ciudadanas, consejos consultivos, gabinetes itinerantes, foros de discusión sobre políticas sectoriales, todos formulados desde la centralidad del Estado. Todos estos procesos dentro de la dinámica de la gestión del Estado continúan siendo débiles.

En la consulta ENPC 2008 solo el 3% de los consultados participaban en estas instancias (Senplades, 2010).

En cuanto a la participación no institucional, es claro que está tiene fuertes contradicciones en el gobierno central. La ruptura en el diálogo con los movimientos sociales, la deslegitimización de los líderes indígenas y las acusaciones judiciales amparadas bajo la figura de “sabotaje y terrorismo” han ocasionado rupturas con implicaciones de alejamiento en la relación Estado-sociedad. Sin embargo, hay que considerar que las irrupciones de acción colectiva siguen siendo parte sustantiva de una participación contestaría presente en el escenario político ecuatoriano.

La participación semi-institucional es quizá la forma que más típica y evidente en el caso ecuatoriano, donde la participación depende y está fuertemente determinada, tanto a nivel normativo como operativo, a partir de una dinámica central gubernamental en la que el sentido de participación está determinado por una afiliación partidaria, marcada en ocasiones por asegurar condiciones materiales más óptimas. En términos generales, es posible argumentar que la participación en el país es un desafío aún por superar y que para ello es sustancial la revitalización de espacios colectivos para la socialización y cooperación entre el estado y la sociedad.

Por otro lado, en relación al enlace ciudadano y la participación dentro de este espacio, tiene un carácter jerárquico, amparado en el paraguas oficialista. Desde este punto de vista, es posible decir que la política en este espacio es sacralizada, lo que significa que los participantes conforman aún un espacio periférico dentro del “monopolio interpretativo” (Avritzer, 2000) de razones del jefe de Estado. En otras palabras, no existe un reconocimiento dentro del espacio público de actos comunicativos por parte de los participantes en el enlace, lo que conduce a concluir que existe un cierre deliberativo y evidentemente el sentido de la participación se disuelve en “acompañamiento” político.

4.3.2 ¿Qué tipo de RdC representa el enlace ciudadano?

El proceso de RdC puede entenderse como el “evaluar, juzgar, o verificar colectivamente algo”(Isunza, 2006:279). Dentro del proceso de RdC pueden reconocerse al menos tres dimensiones básicas según Schedler: la informativa, la explicativa y la exigitiva (Schedler, 1999:15 citado en Isunza, 2006:280). En relación al EC, es posible identificar las dos primeras. El presidente informa a los ciudadanos sobre las actividades que ha realizado durante la semana, pone a discusión temas de la política coyuntural y realiza anuncios sobre futuras reformas legales. Detalla verbal y gráficamente los proyectos en marcha y, expresa su optimismo/malestar sobre el trabajo realizado.

Ahora bien, la dimensión exigitiva implica por un lado, el reconocimiento de lo correcto y el castigo de lo errado. Esta última dimensión no se evidencia en el dispositivo estudiado, pues para ello se requiere del empoderamiento de quienes reclaman la RdC. En este sentido, en la “interfaz” del enlace ciudadano a lo sumo existe una penalización verbal que ocurre públicamente y se expresa al interior de las altas esferas de la función pública.

El presidente pide a los mandos locales y funcionarios públicos evidenciar “el estado de cosas” de las localidades visitadas, dando como resultado una “vigilancia” de sus actividades y sobre todo posicionando una moral pública de “castigo” que comprende – al menos en el momento – una aprobación o rechazo del funcionario en cuestión. A pesar de que este mecanismo no se expresa de manera regular, la idea de que el representado deba exigir a su representante, comienza a emerger a paso demasiado lento para pensar en una dimensión exigitiva como tal. Aunque también, debe considerarse que esta dimensión, de manera idónea, debería estar en manos ciudadanas, y contar con las atribuciones necesarias para realizar tal función, algo inexistente en la práctica.

La visita del presidente únicamente se aprovecha para conocer el trabajo de las localidades y el diálogo con los funcionarios representantes del Ejecutivo en las localidades, así como para corroborar la ejecución de las políticas territoriales, tomar decisiones y analizar proyectos y programas en marcha. El funcionamiento de este

proceso se revela sobre todo en los gabinetes itinerantes que sirven para tratar los requerimientos de los distintos cantones del país y para monitorear las políticas locales. En efecto, estamos hablando más bien de la capacidad que ejerce el Ejecutivo en término de cumplimiento y eficiencia en la aceleración de los procesos.

Como vemos, en las visitas, es el propio presidente el encargado de controlar a sus coidearios; mientras que la existencia de una inspección entre agencias estatales no se ha podido constatar. Al igual que la formación de instancias colectivas ciudadanas que busquen hacer efectivo un control hacia las autoridades públicas.

En cualquier caso, podríamos pensar que el EC abarca una rendición de cuentas de “tipo procesal” (Isunza, 2006:284), aunque sin el involucramiento de la ciudadanía, es decir, como un acto en el que se narra y explica las acciones que están en marcha y que forman parte de la competencia del Estado. Además, la trascendencia que adquiere la política coyuntural en el proceso de RdC, supera en importancia del balance de los resultados de la gestión del régimen. Y desde este punto de vista, una “RdC retrospectiva” (Isunza, 2006:284), según la cual se rinde cuentas una vez terminada la acción, se combina con un ejercicio político de ordenamiento del escenario coyuntural y formación de opinión pública.

En resumen, estaríamos frente a un tipo de dispositivo que cumple al menos dos de las tres condiciones que aseguran la rendición de cuentas:

1. Cumple con la acción de informar y paralelamente justificar las decisiones públicamente, lo que obliga al presidente ejercer una capacidad argumentativa, comunicativa y hasta pedagógica.
2. Cumple con un derecho ciudadano, que como se explicó anteriormente está normado: acceso de la ciudadanía a la información pública.
3. No cumple con la necesidad de crear agencia, ni generar espacios en los que el poder ciudadano este en capacidad de exigir, y sancionar eventualmente a funcionarios públicos que incurran en falta. A decir de Peruzzotti, una rendición de cuentas debe situarse en dos vías. En este sentido, afirma que “no es

suficiente con que haya actores dispuestos a rendir cuentas, la *accountability* requiere de actores dispuestos a exigir cuentas”. (Peruzzotti, 2008:6)

Por otra parte, el ejercicio de RdC que se realiza en el Enlace Ciudadano puede llegar a confundirse con su justificación, o con una noción de transparencia gubernamental. Y, si bien la RdC requiere de una gestión pública transparente, en la experiencia recibida, se comprende que: a) existe un difusión selectiva de información que sale a la luz pública y que por lo tanto, cuenta con un tratamiento adecuado previo a su exhibición; b) se desconoce el criterio de selección de la información que se hace pública y; c) finalmente un supuesto en el que podemos señalar que el poder político no puede ser controlado por completo (Schedler, 1999 en Monsiváis, 2005:7) De aquí que podamos concluir que la rendición de cuentas del EC tiene más bien una dimensión política y por ello la preocupación constante del equipo que lo coordina por los contenidos y efectos que produce este dispositivo en el espacio público.

CONCLUSIONES

A través de esta investigación, se ha descrito en primer lugar, el contexto histórico y social por el que ha atravesado el país previo a la elección del presidente Rafael Correa. Como hemos constatado, durante casi una década, el Ecuador adoleció de un vínculo con “la política” y una desafección con los partidos políticos. Como consecuencia de ello, la inclusión de las demandas, la formación de identificaciones políticas, y la participación dentro del funcionamiento de la política, quedaron postergadas y substituidas por otros mecanismos y estrategias con carencias de procedimientos institucionalizados.

La igualdad sociopolítica se vio suplida entonces por formas de relacionamiento dentro de una dinámica de dependencia, provocando ventajas individuales y colectivas a cambio de apoyos electorales. En este sentido, coincidimos con aquello que Jorge León afirma en relación a que estas prácticas han dejado huella en la cultura política ecuatoriana y esto, podría ayudar en el entendimiento del rol del líder como mediador y posibilidad de acceso a los servicios públicos inexistentes. De allí que, el rol que desempeña cada sábado el presidente, le permita convertirse en aquella persona que vuelve objetiva la política, pues su sola presencia en el territorio moviliza a quienes carecen y buscan en el encuentro algún tipo de beneficio, aunque este en la mayoría de las veces se traduzca tan solo en una escucha por parte de las instituciones y representantes del Estado.

El proceso de la Revolución Ciudadana y la insistente urgencia de Correa de generar un cambio radical y de “recuperación de la patria”, condujeron a la creación de un Estado que tenga la competencia necesaria para reorganizar todos los ámbitos de la vida nacional. Para ello se requería de la presencia de sus representantes en el territorio para emplear una correcta planificación y sobre todo tener conocimiento del “estado de las cosas”. En otras palabras, se necesitaba “disponer las cosas para poder gobernar” (Foucault, 2007:201) y utilizar medios para tener el conocimiento necesario en este tránsito. En este sentido, se comprende que la implementación de “dispositivos” o instrumentos técnicos, acompañado de un conjunto de instituciones para administrar el Estado y tomar decisiones necesarias y urgentes.

En el contexto de este programa de ordenamiento territorial, - que se constituye en el nudo central del proyecto político de Alianza País- se propone el Enlace Ciudadano (EC), como un “dispositivo argumentativo”. Este dispositivo no tiene un carácter fijo o repetitivo, se dispone dentro de un contexto espacio-temporal situado afectivamente y cognitivamente y en presencia de un medio y sus “técnicos”. (Thomas, 1999:219) Se tomó este concepto para determinar las características del enlace sobre todo y principalmente porque su carácter central son las líneas argumentativas que le permiten establecer una dimensión estratégica al presidente al identificar “campos de disputa” que le brindan un nivel de poder al gobierno.

Como todo dispositivo, el enlace presenta novedades en su evolución. Durante la revisión en el archivo audiovisual, pudo constatarse en primer lugar, la variación en su arquitectura, sobre todo en la implementación de instrumentos mediáticos. Desde el 2008, año en que el enlace se empieza a retransmitir por televisión y hasta la actualidad, el uso de tecnología para su puesta en marcha se ha ido incrementando con el paso de los años. En segundo lugar, y a decir de Deleuze, todo dispositivo cuenta con un tenor de novedad y creatividad (Deleuze,1969) y en efecto, los cambios implementados se revelan mejor a nivel de los segmentos que componen el enlace. En sus inicios, el EC constaba de tan solo tres segmentos: Informe de la Agenda Presidencial, Diálogo con los periodistas y el segmento de Ciencia y Tecnología. En la actualidad, cuenta con la introducción de segmentos como: La libertad de expresión ya es de todos, La Cantinflada de la semana, La caretucada de la semana, entre otros. Todos ellos puestos en marcha en el establecimiento del campo de disputa con los medios de comunicación. La dosis de creatividad, se acompaña a manera de noticiero con tintes cómicos y burlescos hacia cada uno de los antagonistas de la escena.

Por último, pero no menos importante, es la noción de verdad que produce este dispositivo. En este aspecto, no fue posible establecer líneas variables, puesto que la reproducción de la “verdad” pasa por el filtro mismo del dispositivo EC. En otros términos, el enlace permite al presidente producir “verdades”. Sabemos que gracias a su formación académica, el presidente logra articular un discurso coherente y explicativo

de las formulas políticas de su gestión, y por otro lado, el ejercicio de autoridad se refleja cada sábado en forma de alocuciones para reprender a su equipo e increpar a las autoridades o instancias ajenas a su ideología política. En efecto, estamos ante un dispositivo a nivel de control del saber y, de las interpretaciones en el espacio público.

A través de distintas miradas académicas se ha podido determinar y explicar este interés de controlar el espacio público. Una de ellas, apunta a una legitimidad presidencial que se afirma mediáticamente. El enlace se constituye en un espacio dedicado exclusivamente para el presidente y para su comunicación directa con el pueblo ecuatoriano. Esto le permite armar un campo cognitivo de “verdades” que reafirman constantemente su imagen y su gestión.

Por otro lado, no pocos autores (Carlos de la Torre (2010); Jorge León (2010); Conaghan (2011)) sugieren que la implementación del proyecto político de la Revolución Ciudadana ha ido generando una serie de fracturas con las organizaciones sociales del país y con otros actores claves de movilización social, algo que ha traído como consecuencia la insistente necesidad del gobierno y su presidente de crear estrategias mediáticas y publicitarias que sostengan el proyecto.

Otra mirada que nos conduce en la misma dirección es aquella mediante la cual “para el gobierno no tiene sentido procurar la movilización de una sociedad harta y distante de la política y prefiere interpretarla como opinión pública” (Ramírez, 2010:191). Bajo esta mirada resulta menos complejo dinamizar la movilización social y más eficiente “formatear” la acción gubernamental a través de los medios para visibilizar los logros del gobierno.

Por último, “absorber la conflictividad” y “cerrar las opciones del debate público” (Ramírez, 2010:190) le permiten al Ejecutivo afirmar el liderazgo presidencial. En este caso, a pesar que el enlace sirve para influir e intervenir en la opinión pública, también se constituye en un eje de la cohesión social, de la construcción y legitimación de la política. De esta manera, el “cierre” consolida la representación y le provee una significación importante al proyecto político de Alianza País, más aún en un contexto

como el ecuatoriano de inexistencia al acceso de una esfera pública como ejercicio relacional con las instituciones del Estado.

Por otra parte, resulta más fácil en política mantener un modelo centrado en la figura presidencial, puesto que en tiempos donde ha existido fraccionamiento, la “adhesión a un líder es menos comprometida”(Cheresky, 2008:35), es decir no requiere de la participación dentro de un partido o movimiento, sino más bien que la pertenencia se establece a partir de la persona y el proceso de adaptación es mucho más ágil y por lo tanto se valora mejor. Por ello, podemos decir que la expectativa que genera el presidente se concentra en su estilo personal y su vínculo con el estado de opinión. Así, mucho del crédito que tiene, se deriva de su dominación del discurso público y la ausencia de deliberación como la contracara de una misma moneda.

Lo que existe en el enlace, es un intento de pensar la política como integración desde la comunicación para entender aquello que Echeverría denomina como las “dimensiones de sentido colectivas” (Echeverría, 1997), el apoyo ciudadano se lee entonces desde la expectativa, puesto que el presidente representa todas los reclamos postergados y en este sentido, su presencia conmueve, es visto como el defensor de los intereses “de los más pobres”, en sus palabras.

En resumen, y por lo observado en las visitas de campo es posible decir que:

- Se trata de un “dispositivo” que permite tener un conocimiento parcial del territorio – que se complementa con los gabinetes itinerantes - donde se pone en marcha, un vínculo con las autoridades locales, y un vistazo de las acciones implementadas en los territorios por la gestión del gobierno.
- Se intenta desde el dispositivo controlar el espacio público absorbiendo una conflictividad que a largo plazo puede ser costosa. Es un espacio de delimitación de las interpretaciones o de “control cognitivo” que sobre todas las cosas busca la producción de verdades.

- Se trata de una comunicación política que interpreta a la ciudadanía como opinión pública y por tanto requiere del refuerzo de una imagen y un proyecto político “coherente” que soporte cualquier desacierto.
- Dentro de sus contenidos, es posible definir la comunicación de manera “reactiva” y “proactiva”, es decir que el presidente reacciona ante los hechos y que por otra parte, adelanta la agenda de las políticas a implementarse, lo que desorienta a la acción colectiva, pues aparecen como medidas indiscutibles.
- Se trata también de una comunicación política que sirve para “racionalizar éxitos y fallos” (Riorda, 2006), lo que permite legitimar las acciones del gobierno y crear un campo de valores para la consecución de ciertos objetivos del proyecto político.
- Se trata igualmente de un tipo de comunicación persuasiva. Es decir conlleva objetivos conscientes, prefijados y específicos destinados a influir en las creencias, las actitudes y las conductas. “Influir no es solo cambiar o convertir a un ciudadano, sino que también contempla la clásica distinción de reforzar o fortalecer posiciones previas, así como también poder desactivarlas”. (Martín Salgado, 2002)
- Los significados del mundo político se adquieren dentro de un proceso dinámico que requiere de interpretaciones constantes, de esta manera se ponen en funcionamiento diferentes pensamientos o sentimientos.
- La creación de unos lazos de confianza a través de una comunicación personal, con ayuda de valores, acompañado de la retórica de la estabilidad y logros del gobierno.

Por otro lado, durante la investigación, se constató que el enlace cuenta con dos instancias o “arenas de relacionamiento”. La primera de ellas, son los gabinetes itinerantes que sirven para establecer un diálogo entre las instituciones del Estado y la sociedad civil para conocer de cerca las necesidades de las poblaciones. A través de las “mesas sectoriales” los ciudadanos pueden exponer sus necesidad e interpelar directamente a los ministros, con lo cual se da un tratamiento a las demandas. Durante la observación, pudo constarse una fuerte valoración de los asistentes a este espacio y

una explicación de las políticas territoriales de la gestión del régimen. Entre los puntos sobresalientes me permito citar que:

- Los gabinetes son un mecanismo que sirve para medir demandas y tomar decisiones.
- Potencia un relacionamiento socioestatal y en consecuencia re-articula la confianza política.
- La imagen del gobierno es enormemente fortalecida gracias a este diálogo con las autoridades.
- Aún no existen estudios en detalle que expliquen los resultados de estos espacios de relacionamiento socioestatal, - esta investigación no tuvo ese propósito-, sin embargo análisis posteriores ayudarían en la comprensión de la importancia que adquieren los gabinetes en las poblaciones.
- En los gabinetes el diálogo normalmente se resuelve a través de fidelidades y compromisos verbales.
- En la actualidad, estos espacios se entienden sobre todo como espacios de escucha y reclamo.

Por otro lado, esta investigación pretendía corroborar el tipo de relacionamiento que se establece entre la sociedad civil y el Estado utilizando para ello el concepto de “interfaz socioestatal” de Ernesto Isunza (2006). Bajo este concepto se pudo determinar que el tipo de relación socioestatal del enlace ciudadano corresponde a un “tipo ideal cognoscitivo”, o en otras palabras, a un tipo de relación cuyo propósito reside en el intercambio de información. En este sentido, uno de los mecanismo que ayudan en el intercambio lo conforma la Oficina de Asesoría Presidencial, mecanismo igualmente itinerante presente en todos los enlaces, encargado de recibir y dirigir las demandas ciudadanas.

Este departamento itinerante, nos lleva a la conclusión de que el enlace funciona igualmente como “interfaz de contribución” (Isunza, 2006:272) puesto que la sociedad civil informa al Estado acerca de sus necesidades, y le sirve al Estado como referente en la implementación de políticas sociales en la zonas visitadas. Igualmente este espacio se

convierte en un mecanismo de atención y escucha ciudadana. De allí que podamos concluir que el dispositivo EC y sus arenas de relacionamiento – Oficina de Asesoría Presidencial y Gabinetes Itinerantes – si bien permiten un acercamiento con el Estado, este acercamiento no implica una participación ciudadana activa y adopta las siguientes características: a) las relaciones ocurren entre actores con poderes desiguales; b) espacios dedicados al “reclamo” por la ineficiencia del Estado en las respuestas a las demandas ciudadanas; c) son relaciones particularistas, que en ningún momento adoptan la forma colectiva de interpelación al Estado.

Igualmente, los asistentes al enlace buscan dentro de sus redes potenciales algún tipo de beneficio. Ejemplo de ello, son los miembros de los comités de la Revolución Ciudadana, quienes se involucran en estos espacios para recibir algún tipo de bien, sobre todo económico y a cambio se mantienen solidarios dentro del comité y les sirve como mecanismo de protección ante las necesidades. Estas relaciones, dentro de lo observado, lo coordinan los tenientes políticos de las poblaciones quienes se encargan asimismo de convocar a los miembros de los comités al enlace.

Hay que recalcar sin embargo, que los intercambios socioestatales se establecen conforme a lo prescrito formal. Los documentos recibidos por la Oficina de Asesoría Presidencial se dirigen hacia las instituciones o ministerios competentes para que den seguimiento de las peticiones hechas en los territorios. De esta manera, existe un cierto carácter organizativo dentro de un marco institucional. Esto forma parte además del cambio y reestructuración del Estado en su planificación. Recordemos que el gobierno de Correa necesitó de una reformulación en materia económica y política para llevar a cabo una coordinación inter-institucional. Específicamente se podría volver a insistir en la necesidad de la creación de dispositivos como estos para alcanzar un grado de conocimiento sobre los territorios.

En otro ámbito, el discurso que maneja el gobierno en relación al enlace se orienta en una llamada “rendición de cuentas” (RdC en adelante). Ahora bien, según lo revisado, la RdC requiere de varias fases, entre ellas por supuesto la informativa pero complementada por otra fase explicativa y exigitiva. En este aspecto, se determinó que

efectivamente los dos primeros niveles de la RdC se encuentran presentes en el enlace. Sin embargo, la fase exigitiva no se contempla ni a mediano o largo plazo. Esta última dimensión de la RdC requiere de un empoderamiento ciudadano para exigir y controlar las acciones implementadas por el Ejecutivo y el resto de instituciones del Estado.

En relación a la RdC se concluye que en el enlace no existe algún tipo de mecanismo que active “la agencia” y menos aún que este en condiciones de exigir y sancionar a los poderes públicos. A pesar del discurso, en la práctica lo que se evidenció fue que la exigencia de cuentas no existe. La programación de la llamada RdC que representa el enlace según el gobierno no es más que una noción informativa de la agenda presidencial con una incesante posicionamiento del campo de disputa que le sirve al presidente para su legitimación. Además, tanto el diseño de esta instancia de RdC como su puesta en escena la dispone el Ejecutivo y un equipo de producción, interesado sobre todo en sus efectos mediáticos.

Por otra parte, podríamos decir que el enlace puede interpretarse como aquello que Tilly denominó “redes de confianza” (Tilly, 2005), es decir, existe un cierto grado de incorporación de redes sociales en el ámbito de la política pública que permiten afianzar la vigencia del gobierno de Correa. Existen como dijera Tilly “algún tipo de transacción” que hace que el vínculo entre el presidente y los ciudadanos permanezca. El proceso de integración política que en el enlace se presenta de dos maneras, en forma de discurso y de recolección de demandas – acompañado de la presencia del Estado en los territorios –permite sostener y valorar masivamente este espacio.

Sin embargo existen elementos contradictorios al analizar estas relaciones inclusivas. Una de ellas se traduce en el peso que tiene el ejecutivo para ejercer y comandar todas las decisiones, por otro lado, el gobierno no se muestra demasiado abierto a dialogar con actores de la movilización social tradicional, algo que impide hablar de un avance democrático en estas arenas. Y por último, no existe una ciudadanía empoderada para participar en el diálogo con las instituciones. Por lo observado, el diálogo se traduce únicamente en reclamos de las necesidades insatisfechas, muchas de ellas no se han internalizado como derechos sociales.

Por otro lado, se identificó que el fenómeno de la participación ciudadana en Ecuador es bajo en comparación con otros países de la Región. Y a pesar de que el gobierno de la Revolución Ciudadana y sobre todo a partir de la Constitución del 2008 se abrieron dispositivos participativos para la sociedad civil, existen dos tendencias. La primera, dentro de la cual los ciudadanos no participan del todo y la segunda, en la que el involucramiento de la sociedad civil se da de manera más idónea en los espacios locales. Otro inconveniente en cuanto a la participación es que el diseño de los dispositivos están en manos del Ejecutivo y esto es un factor altamente condicionante de las normas que se gestionan al interior de ellos.

Por último, en relación al dispositivo del enlace no se prevé a corto plazo un cambio radical en cuanto a su funcionamiento, puesto que a decir de uno de los más cercanos colaboradores del equipo, las estrategias continuarán siendo las mismas, con excepción de los temas que se posicionaran en el mediano plazo:

Nosotros siempre seguiremos siendo muy claros en la información que damos a conocer, no nos callaremos cuando hay mala información de parte de los medios de comunicación, siempre estaremos respondiendo para que la comunidad tenga la información certera, verídica que lleva el gobierno nacional. (Marco Antonio Bravo, entrevista, 2013)

(...) Nosotros debemos comunicar adecuadamente lo que significa el cambio de matriz productiva, el cambio de matriz energética, queremos informar adecuadamente todo el trabajo que esta realizando el gobierno en esa área, entonces eso va a ser muy fuerte en los próximos años, no es que solo se va a volcar a eso va a tener una agenda bastante fuerte que sin duda será fundamental para la comunicación. (Marco Antonio Bravo, entrevista, 2013)

A través de esta respuesta, podemos decir que la “campaña permanente” (Conaghan y De la Torre, 2008) en cuanto al cambio de matriz productiva se prevé igual o más intensa que la llevada a cabo hasta el momento y, en ese sentido, el enlace es y será fundamental en el posicionamiento de estos temas. Así, la dinámica comunicativa contribuirá a ajustar posturas para evitar divergencias y se prevé que tanto las condiciones de producción como de recepción de los mensajes tengan por finalidad

establecer una relación con la población en la cual la motivación del contacto con el Ejecutivo siga siendo exclusivamente mediática.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, Alberto (2001), *Breve Historia Económica del Ecuador*. Ecuador: Corporación Editora Nacional.

Abad, Gustavo (2005). *25 años de democracia en Ecuador 1979-2004*. Quito: El Conejo.

Alianza País (s/f). “Revolución política y constitucional”. En *35 propuestas para el Socialismo del Buen Vivir. Programa de Gobierno 2013-2017*.

Avritzer, Leonardo (2000). “Teoría Democrática, Esfera Pública y Deliberación”. *Metapolítica*, número 14: pp 76-87.

Avritzer, Leonardo (2009). “La Nueva Izquierda, la crisis de representación y la Participación Social en América Latina”. En *La Nueva Izquierda en América Latina: Derechos Humanos, Participación Política, y sociedad civil*. Cynthia J. Arnson y Ariel C. Armony (Comp.): 177-188. Washington DC, Estados Unidos: Woodrow Wilson International Center for Scholars.

Barbero, Jesús Martín (2008). “Pistas para entre-ver medios y mediaciones”. *Anthropos*, número 219, pág. 43.

Berten, André (1999). “Dispositif, Médiation, Créativité: Petite Généalogie”. *Hermès* número 25, <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/14983> (visitada en septiembre 12 de 2013)

Cañizález, Andrés (2012). *Hugo Chávez: La Presidencia Mediática*. Venezuela: Editorial Alfa.

Cayrol, Roland (1986). *La Nouvelle Communication politique*. Paris: Larousse.

Conaghan, Catherine M. (2003), “Políticos versus Partidos: discordia y desunión en el sistema de partidos ecuatoriano”, en *Antología Democracia, gobernabilidad y cultura política*, Felipe Burbano de Lara, (Comp): pp 219- 259. Quito: FLACSO

Conaghan, Catherine M. (2011). “Ecuador: Rafael Correa and The Citizens’ Revolution”. En *The Resurgence of the Latin American Left*. Steven Levitsky y Kenneth M. Roberts (Comp.): pp 260-281. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

Cerbino Mauro e Isabel Ramos (s/f). “La disputa por la opinión pública: de la mediatización política a la politización de los medios en Ecuador”. En vías de publicación.

Correa, Rafael (2003), “La política económica del gobierno de Lucio Gutiérrez. Una perspectiva desde la economía política”. *ICONOS*. Revista de Ciencias Sociales No.16: 6-10

CIESPAL (2009). “Percepción sobre los medios públicos en Ecuador”. Disponible en http://www.flacsoandes.org/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_300.pdf visitado en agosto 2013.

Cunill, Nuria (2010). “Espacios públicos no estatales para mejorar la calidad de las políticas. Una visión sobre América Latina”. En *Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil participación ciudadana y control social*. Ernesto Isunza y Alberto J. Olvera (Coordinadores): pp167-189. México.

Cheresky, Isidoro (2008). *Poder presidencial, opinión pública y exclusión social*. Buenos Aires: Manantial CLACSO.

De la Torre, Carlos (2010). “El gobierno de Rafael Correa: posneoliberalismo, confrontación con los movimientos sociales y democracia plebiscitaria”. *Temas y Debates*, número 20: pp 157-172

Echeverría Julio (1997). “La Teoría del Sistema Político”. En *Antología Democracia, gobernabilidad y cultura política*, Felipe Burbano de Lara (Comp): pp 83-105 Quito: FLACSO

Exeni, José Luis (2006). “Gobernabilidad mediática. Mass media y grado de gobierno: difícil (des) encuentro”. *Organicom*, número 4: pp. 91 – 105.

Elizalde, Luciano, Damián Fernández Pedemonte y Mario Riorda (2006). *La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental*. Argentina: La Crujía Ediciones.

Fleury, Sonia “Reformas del Estado en América Latina”. En *Retos de las reformas de segunda generación ¿Mercantilización y neoclientelismo o reconstrucción de la Administración Pública?* Nuria Cunill Grau (Comp). Nueva Sociedad, número 160 Abril, 1999

Foucault, Michel (1984). “El juego de Michel Foucault”. Disponible en http://www.upv.es/laboluz/leer/books/juego_foucault.pdf visitado en marzo 13 de 2013.

Foucault, Michel (2007). “La gubernamentalidad”. En *Ensayos sobre biopolítica. Excesos de la vida*, Gabriel Giorgi y Fermín Rodríguez (Comp): pp 187-215. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

- Foucault, Michel (1970). *El orden del discurso*. Barcelona, España : Tusquets Editores.
- Gosselin, André (1998). “La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades”. En *Comunicación y política*, Gauthier Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (Comp): pp 9-27. Barcelona: Gedisa.
- Goffman, Erving (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gramsci, Antonio (1984). *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Habermas, Jürgen (2001). *Teoría de la Acción comunicativa*. Madrid: Taurus
- Hermet Guy (2001). “Del populismo de los antiguos al populismos de los modernos”. En *Del populismo de los antiguos al populismos de los modernos*. Jean-François Prud Homme, Soledad Loeza (Comp.): pp13-33. México: El Colegio de México. Centro de Estudios Internacionales.
- Hermet Guy (2003). “El populismo como concepto”. *Revista de Ciencia Política*, número 1, pp. 5-18, en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32423101> (visitada en julio, 16, 2012)
- Hjarvard Stig (2008) “Mediatization. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change”. *Nordicom Review* número 29: pp 105-134.
- Isunza, Ernesto (2005). “Interfaces socioestatales y proyectos políticos. La disputa entre Rendición de Cuentas y Participación Ciudadana desde la perspectiva de la igualdad compleja”. En *Políticas de transparencia: ciudadanía y rendición de cuentas*, Alejandro Monsiváis (Comp.): pp 17-29. México. Disponible en <http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2500/4.pdf>
- Isunza, Ernesto (2006). “Para analizar los procesos de Democratización: Interfaces socioestatales, proyectos políticos y Rendición de Cuentas”. En *Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil participación ciudadana y control social*, Ernesto Isunza y Alberto J. Olvera (Coordinadores): pp 265-288. México.
- Katz, Elihu (1957). “The two-step-flow of communications: an Up-to-Date-Report on an Hypothesis”. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 21, Número 1, pp. 61-78.

Lazarsfeld, Paul (1957). "Public Opinion and the Classical Tradition". *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 21, número:1. pp. 39-53.

Larrea, Gustavo (2008). "Alianza País: una apuesta política novedosa". En *La innovación partidista de las izquierdas en América Latina*. Franklin Ramírez (Comp): 126-132. Ecuador: ILDIS – FES.

León, Jorge (1987) "Clientelismo y política en sectores urbanos". *Ecuador Debate* número 13: pp 129-140.

León Jorge (2012). "Correa: dinámica de concentración del poder y modernización conservadora". En *Balance de la revolución ciudadana*. Sebastián Mantilla (Comp.): pp 373-400. Quito: Centro Latinoamericano de Estudios Políticos:

Laclau, Ernesto (2006). "La deriva populista y la centroizquierda latinoamericana". *Nueva Sociedad* número 205: pp 56-61.

McCombs, Maxwell (2004). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.

Mazzoleni, Gianpietro (2010). *La comunicación política*, Madrid: Alianza Editorial.

Mazzoleni, Gianpietro (2010). "Modelos y efectos de la interacción política-medios". En *La Comunicación política*, pp: 91-115. Madrid: Alianza Editorial.

Maarek, Philippe (2009). *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós

Mouffe, Chantal (2007). *En torno a lo político*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Muñoz, Patricia (2010). "Gabinetes itinerantes, enlaces ciudadanos y consejos comunales". *Ecuador Debate* número 80: pp155-178.

Monsiváis Alejandro (2005). "Rendición de cuentas: un campo contencioso". En *Políticas de transparencia: ciudadanía y rendición de cuentas*, Alejandro Monsiváis (Comp): pp 7-16. México. Disponible en <http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2500/4.pdf>

Noelle-Neumann, Elisabeth (1995). *La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social*. Madrid: Paidós Ibérica.

Noguera, Felipe (2002). “La campaña permanente” En *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Izurieta, Roberto (Comp). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

O’Donnell, Guillermo (1997). “¿Democracia Delegativa?”. En *Contrapuntos. Ensayos escogidos sobre autoritarismo y democratización*: pp 287-304 Buenos Aires: Paidós.

Ortiz, Christian (2012). “La sociedad civil ecuatoriana en el laberinto de la revolución ciudadana. Discursos y percepciones en torno a la interrelación Estado-sociedad civil, en el contexto de la construcción de escenarios participativos en el proyecto político de Rafael Correa”. Disertación doctoral, FLACSO.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). “Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador – 2011”. Disponible en: www.unesco.org/quito, visitado en 16 noviembre de 2012.

Prud’Homme, Jean François (2001). “Un contexto evasivo: el populismo en la ciencia política”. En *Del populismo de los antiguos al populismos de los modernos*. Jean-François Prud’Homme, Soledad Loaeza (Comp.): pp 35-63. México: El Colegio de México. Centro de Estudios Internacionales.

Pachano Simón (2002). “Partidos Políticos y clientelismo en Ecuador”. En *Dadme un balcón y el país es mío. Liderazgo político en América Latina*, Wilhelm Hofmeister (Comp): pp 117-140. Río de Janeiro: Fundación Konrad.

Pachano Simón (2005), “Ecuador: cuando la inestabilidad se vuelve estable”. *ICONOS. Revista de Ciencias Sociales* número 23: pp 40-46.

Peraya, Daniel (1999). “Médiation et Médiatisation: Le campus virtual”. *Hermès* número 25, <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/14983> (visitada en septiembre 12 de 2013)

Peruzzotti, Enrique (2008). “Marco Conceptual de la rendición de cuentas”. Ponencia preparada para la Reunión Técnica de la Comisión de Rendición de Cuentas de la Organización Centroamericana y del Caribe de Entidades de Fiscalización Superior (OLACEFS), Auditoría General de la Nación, agosto 28 y 29, en Buenos Aires, Argentina.

Ramírez Franklin (2012), “Perspectivas del proceso de democratización en el Ecuador. Cambio político e inclusión social 2005-2010”, en *Democracias en Transformación. ¿Qué hay de nuevo en los nuevos Estados andinos?*, Anja Dargatz y Moira Zuazo (Editoras): pp103-151. La Paz: Fundación Friedrich Ebert (FES-ILDIS).

Ramírez Franklin (2013). “Tendencias de la participación popular. Asociatividad, participación socio-estatal y activismo de protesta”. *Nuda Política* número 1: pp137-161.

Ramírez, Franklin (2010). “Post-neoliberalismo indócil. Agenda Pública y relaciones socio-estatales en el Ecuador de la Revolución Ciudadana”. *Temas y Debates*, número 20: pp175-194.

Ramírez, Franklin (2007). “Sujetos a Correa”. *Entre Voces*, número 12: pp 33-38.

Ramos Hernán (2010). “Medios públicos y poder político en la era de Rafael Correa”. En *La palabra rota: seis investigaciones sobre el periodismo ecuatoriano*, César Ricaurte (Comp): pp 209-290. Quito: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios.

Reyes Hernán (2010). “Pos-neoliberalismo y luchas por la Hegemonía en Ecuador: los entrecruces entre la política y la comunicación”. En *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas*, Susana Sel (Coordinadora): pp 153-181. Buenos Aires: CLACSO

Riorda, Mario (2006). “Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso”. En *La construcción del consenso: gestión de la comunicación gubernamental*. Luciano H. Elizalde, Damián Fernández Pedemonte, Mario Riorda (Comp.) pp17-129.

Stromback Jesper (2007) “Four Phases of Mediatization. An Analysis of the Mediatization of Politics”, Ensayo presentado en ICA Conference, mayo 2007. San Francisco, Estados Unidos.

Schulz, Winfried (2004) “Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept”, *European Journal of Communication*, pp.87-101

Sanders, Karen (2008). “La investigación en Comunicación Política: La búsqueda de la perspectiva para ver el ‘elefante de la habitación’”. *Telos*, N° 74, Enero-Marzo, en <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/home.asp?idrevistaant=74.htm> (visitada en junio, 13, 2012)

Secretaría de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2010). “Informe resultado reducción de la pobreza”. SENPLADES. Quito, Ecuador.

Secretaría de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2010). “Tendencias de la participación ciudadana en el Ecuador”. SENPLADES. Quito, Ecuador.

Tomas, Fabienne (1999). “Dispositifs narratif et Argumentatif”. *Hérmes* número 25, <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/14983> (visitada en septiembre 12 de 2013)

Tinel, François-Xavier (2008). Las voces del silencio: Procesos de resistencia de los indígenas de Chimborazo durante el gobierno de León Febres Cordero, 1984-1988. Quito: FLACSO - Sede Ecuador: Abya-Yala.

Verón Eliseo (1992) “Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada”, en *El nuevo espacio público*, pp 124-139. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/27939451/Eliseo-Veron-Interfaces-Sobre-La-Democracia-Audiovisual>

Verón, Eliseo (2001). “El living y sus dobles: arquitecturas de la pantalla chica”. En *El Cuerpo de las Imágenes*. pp. 13-40. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Wolton, Dominique (1998). “Las contradicciones de la comunicación política”. En *Comunicación y Política*, Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon (Comp.): pp.110-130. España: Gedisa S.A.

Weber, Max (2006). *Conceptos sociológicos fundamentales*. Madrid: Alianza

DOCUMENTOS

Ley de Participación Ciudadana y Control Social. 12 de abril del 2010.

El Comercio (2010). “La pauta oficial creció en 4 momentos”, *Política*, noviembre 25.

El Comercio (2013). “Cronología: El proyecto de Ley de Comunicación lleva 46 meses en la Asamblea”, *Noticias*, junio 13.

El Universo (2011). “En cuatro años, régimen cuenta con 19 medios de comunicación”, *Política*, enero 10.

El Hoy (2013). “El acuerdo comercial con Venezuela está en revisión”. *Actualidad*, agosto 6.

Manifiesto ideológico, Programa de acción y Régimen Orgánico ALIANZA PAÍS

ENLACES CIUDADANOS

Año: 2009

Sábado 3 de enero. Enlace # 102

Sábado 14 de marzo. Enlace # 112

Sábado 23 de mayo. Enlace # 122
Sábado 25 de julio. Enlace # 131
Sábado 12 de septiembre. Enlace # 138

Año: 2010

Sábado 2 de enero. Enlace # 153
Sábado 13 de marzo. Enlace # 163
Sábado 22 de mayo. Enlace # 173
Sábado 31 de julio. Enlace # 181
Sábado 18 de septiembre. Enlace # 188

Año 2011:

Sábado 1 de enero. Enlace # 202
Sábado 19 de marzo. Enlace # 213
Sábado 21 de mayo. Enlace # 221
Sábado 30 de julio. Enlace # 231
Sábado 3 de septiembre. Enlace # 236

Año: 2012

Sábado 7 de enero. Enlace # 253
Sábado 17 de marzo. Enlace # 263
Sábado 26 de mayo. Enlace # 273
Sábado 7 de julio. Enlace # 279
Sábado 15 de septiembre. Enlace # 298

2013 (Visitas de campo)

- Cantón San Antonio de Pichincha, Provincia de Pichincha: Enlace Ciudadano 324 (sábado 1 de junio de 2013)
- Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura – Colegio Salesiano Sánchez y Cifuentes: Enlace Ciudadano 325 (sábado 8 de junio de 2013)
- Cantón Atahualpa, Provincia del El Oro: Enlace Ciudadano 326 (sábado 15 de junio de 2013)

- Cantón San José de Minas, Provincia de Pichincha: Enlace Ciudadano 327 (grabación viernes 21 de junio de 2013)
- Barrio Atucucho, Provincia de Pichincha: Enlace Ciudadano 337 (sábado 31 de agosto de 2013)

Matriz utilizada para el Análisis de los Enlaces:

Análisis de la formación discursiva a la que pertenece un discurso

Discurso	Articulaciones	Dicho (Visible)	No dicho (Invisible)
Fuente: Fecha: Título:	Instituciones:		
	Tecnologías:		
	Arquitecturas:		
	Normas:		
	Leyes:		
	Filosofía:		
	Valores:		

Fuente: Christian León.

ANEXOS

Entrevista Sr. Marco Antonio Bravo SECOM

¿Cómo nace la idea del Enlace Ciudadano?

Yo llevo trabajando ya cinco años en el gobierno aproximadamente. La necesidad sin duda de que el presidente de la república de a conocer un informe de labores, de gestión, una especie de RdC. Al principio el presidente participaba con otros periodistas de diferentes medios de comunicación del país, conversaba sobre temas determinados. El presidente planteaba temas, los periodistas le entrevistaban y un poco esa era la dinámica. El punto de quiebre en ese sentido fue en algún momento cuando invitado también Emilio Palacio del diario el Universo en un evento que se lanzó en Carondelet, digamos que se paso de la raya. El presidente le pidió que salga de ese evento. A partir de allí hubo una reconsideración del manejo del EC. Y luego se convirtió en un informe de labores estrictamente del presidente, en donde el presidente informa puntualmente durante lo que hace la semana de las reuniones, de las visitas que hace a las obras, de los recorridos de los eventos y digamos en aproximadamente tres horas informa sobre lo que sucede en la semana como primer elemento y, como segundo elemento expone temas importantes que tiene que ver con las posiciones que adoptan ciertos medios de comunicación sobre diferentes temas que suceden en el país.

¿Cuándo y por qué se decide hacer el EC por fuera de Carondelet?

Primero no fue un conflicto con periodistas, fue un tema muy puntual con Emilio Palacio, lo demás fue un tema una muy buena relación que existe hasta ahora del presidente con los periodistas. Yo no diría que desde allí, yo diría que el presidente es una persona muy trabajadora y le gusta mucho ir por todo el país. Por ejemplo, realiza habitualmente los gabinetes itinerantes que antes se realizaban cada 15 días hace un par de años, el gobierno entero iba a una localidad determinada y allí se reunía todo el gabinete con presidente y vicepresidente y con las autoridades locales para saber la marcha del país y también preocuparse por los temas locales, entonces el gobierno siempre ha sido itinerante, siempre ha estado fuera de Quito. Luego en consecuencia de esta situación, también se decide que el EC comience en realizarse en otros sitios porque además se recibían muchísimas peticiones de autoridades, de comunidades de gente que quería que se realice el EC en su localidad y hasta ahora nosotros recibimos muchísimas localizaciones porque le quieren tener al presidente en su localidad.

¿Se trata de descentralizar el Estado?

Desde un inicio ha sido así el gobierno, siempre ha realizado gabinetes itinerantes, antes se realizaba dos por mes, ahora es uno por mes, eso no se ha suspendido se mantiene porque es un dinámica interesante. Imagínesse usted, va todo el gabinete ministerial y van todos los ministros no es que envían delegados, van todos los ministros, presidente, vicepresidente, todos los representantes de las instituciones adscritas a la función Ejecutiva, van asesores, van periodistas, imagínesse usted en una localidad; digamos en Mocha que llegue todo un gabinete, estamos hablando de unas 300 personas que llegan

a esa localidad, entonces además de recibir todo el impacto político que significa la presencia del gabinete, por supuesto con el presidente de la república, significa un interesante movimiento y manejo económico y dinamismo económico porque la gente llega allá, almuerza allá, duerme allá, hay gente que va con unos 4 o 5 días de anticipación, con una semana de anticipación para dejar listo las locaciones, los lugares donde van a realizarse las actividades. Es una dinámica muy interesante que también es parecida al EC. El gabinete es en Piñas el día viernes y el sábado es el EC en Piñas, además porque las actividades del gabinete arrancan el día viernes con entrevista del presidente con medios locales, durante todo el día gabinete ministerial, en la noche, la noche cultural, al siguiente actividad deportiva del presidente, el es muy dinámico, luego participa con los invitados y autoridades en un desayuno en un mercado y más adelante con las diferentes autoridades locales, es decir todos los alcaldes de los diferentes cantones de la provincia, el prefecto, etc, y luego el EC y finaliza con un almuerzo con autoridades e invitados especiales. Entonces si hay una concordancia, si hay un acuerdo digamos un trabajo conjunto entre los que organizan un gabinete itinerante y el EC.

¿ El EC sirve para monitorear las políticas a nivel local?

El EC aborda siempre temáticas nacionales de la gestión del presidente. Indiscutiblemente al EC asisten las autoridades locales y cuando el presidente tiene alguna inquietud que profundizar, alguna información local siempre toma nota con alguna de las autoridades asistentes, sea representantes de la asamblea o sea representantes de los gobiernos seccionales. Entonces sí permite ese vínculo, sin embargo el gabinete itinerante es el sitio adecuado para pasar revista de todos los temas locales. El EC si bien en algún momento adopta esa circunstancia siempre lo que hace es abordar temas nacionales.

¿Qué importancia tiene el EC en la configuración de la imagen del Presidente?

Digamos que el EC está perfectamente enmarcado en la necesidad de la gente de conocer lo que realiza un presidente. Antes los presidentes no informaban en detalle lo que hacían y ese era uno de los problemas del distanciamiento del gobernante con el pueblo. En este caso, es diferente porque el presidente además de informar sobre una reunión estratégica con ministros e invitados especiales, que tienen que ver con la refinera del Pacífico, la refinera de Esmeraldas o con la termoeléctrica, etc. además de informar esos temas técnicos, esos detalles el también informa que visitó a una localidad rural, se entrevistó con diferentes líderes de allá, informa también lo cotidiano no solamente la parte oficial, la parte de la gestión, sino también lo cotidiano y eso es lo que le gusta a la gente. Mire, el presidente esta semana comió esto, visitó acá, el presidente hizo eso porque de toda el segmento de medios que retrasmitem el EC, hay muchísimas emisoras que llegan directamente a la población y se enteran de todo lo que sucede alrededor de la gestión del presidente.

¿Qué persiguen cómo proyecto de comunicación política y cómo proyecto político?

El EC es el programa más importante del gobierno, es el espacio que permite directamente al presidente informar sobre sus actividades. El gobierno también tiene

otros espacios, en donde informa lo que sucede, pero el EC tiene una especial significación porque es el mismo presidente de la república que informa que debate, que detalla sobre diferentes temas importantes del país. Entonces al ser el programa más importante tiene especial significado para el gobierno nacional.

¿Y como proyecto político?

El gobierno siempre ha tenido las puertas abiertas, el gobierno siempre ha estado abierto a visitar las localidades del país no solamente en tiempos de elecciones visita las localidades, es permanentemente. Por ejemplo, el presidente todos los martes visita la ciudad de Guayaquil, visita las obras de Guayaquil, conversa con las autoridades de la provincia del Guayas, conversa con la gente allá. Eso significa que no solamente le interesa al presidente gobernar desde la capital ecuatoriana, desde Quito, sino también salir a las poblaciones. Entonces, todo tiene su beneficio político y todo es político dentro del gobierno, eso es indudable pero lo que quiero insistir es que no persigue un rédito político la realización del EC específicamente porque el gobierno tiene las puertas abiertas y es un régimen itinerante que siempre esta en las diferentes localidades para poder comunicarse, para poder escuchar para poder entender la problemática local que sin duda configura en su momento determinado a la problemática nacional.

¿Con qué criterio se eligen las localidades donde se lleva a cabo el EC?

Por ejemplo cuando el presidente no ha ido a un lugar determinado, se trata de hacer en las diferentes regiones del país después hubo un tiempo después de las elecciones en donde se visitó los cantones que más votación se obtuvo o se visitó cantones donde no se había ido en campaña. Tiene un significado especial las invitaciones que recibe el presidente de la república para que se pueda realizar el EC allí en esa localidad. Es decir, son diferentes factores, factores que tienen que ver con la misma agenda del presidente, por ejemplo si el presidente está cumpliendo actividad en una localidad tratamos de que esté cerca para que pueda tener un mejor manejo logístico, son diferentes factores los que determinan donde debe realizarse el EC.

¿Cuál es la importancia de la participación en el EC?

Nosotros al abordar temas que interesan a la comunidad en su gran mayoría, creemos que si tenemos una participación también de la comunidad, físicamente digamos se han dado en algunos momentos participaciones de diferentes líderes de las localidades, entonces allí hay un punto importante pero la dinámica de la información determina que nos ceñimos a la gestión, a la agenda presidencial y a los temas de interés nacional

¿A corto o largo plazo se ha pensado en una participación activa?

Estamos en el análisis de hacer ciertos ajustes y cambios en el EC. Pero usted puede imaginarse un EC con un promedio de 1800 personas cada sábado, cómo manejamos un poco la participación. Si hay en algunos momentos, pero hacerlo cada sábado es un poco complicado, pero se esta en análisis para ver esta consideración.

¿Cómo se trabaja el enlace, cuál es su lógica interna?

Digamos que el espacio del EC es un espacio trabajado muy técnicamente es decir, se trabaja muchísimo durante la semana para exponer un programa el día sábado en donde se dan a conocer diferentes aspectos.

Existen muchas reuniones previas, digamos si el presidente de la república tuvo un despacho con los representantes de los sectores estratégicos y allí ellos expusieron como camina cada una de sus responsabilidades, lo que nosotros hacemos es recopilar la información, sistematizar la información y ponerla en escena para que la gente lo entienda. Eso se hace a través de una presentación PowerPoint y si es necesario la elaboración de un video. Es decir, se trabaja muchísimo en elementos técnicos para que esto pueda procesarse de la mejor manera. El segmento de libertad de expresión es una respuesta a la posición que adoptan diferentes medios de comunicación cuando informan de manera negativa, o desinforman y cuando debemos aclarar ciertos elementos para que la comunidad este debidamente informada, entonces no es como se menciona un populismo mediático sino mas bien la exposición de distintos temas importantes, técnicamente bien elaborados y que no tienen mayores discusiones, mayores rechazos de parte de la comunidad.

¿Cómo se trabajan los contenidos?

Depende de los eventos, dentro del equipo del EC por lo menos unas 15 personas de contenidos y producción pero si hay algún evento de algún ministerio, participa el ministerio, envía la información, la unificamos y la ponemos en escena. El presidente revisa las presentaciones y el es el que expone por lo tanto debe conocer con anterioridad lo que va a presentar y obviamente el hace su propia evaluación y observaciones.

¿Cómo ha visto UD la evolución que ha tenido el EC a lo largo de estos 6 años?

Yo pienso que el hecho de que nosotros hagamos una medición y la gente permanentemente este conectada con el EC, la gente quiere que llegue el sábado para saber que es lo que esta sucediendo, hay una muy buena sintonía tanto de los ciudadanos que escuchan radio y que ven televisión, entonces yo creo que si tiene un impacto importante y la evaluación es positiva aunque permanentemente tratamos de ajustar cosas de mejorar cosas, para que siga siendo un evento importante y mucho mas dinámico.

¿Hacia donde va el EC, cuál es su perspectiva?

Nosotros siempre seguiremos siendo muy claros en la información que damos a conocer, no nos callaremos cuando hay mala información de parte de los medios de comunicación, siempre estaremos respondiendo para que la comunidad tenga la información certera, verídica que lleva el gobierno nacional. Entonces nuestra comunicación permanente siempre será directa a la comunidad, sea a través del EC, sea a través de una cadena nacional donde hay que aclarar la mala información o desinformación de parte de los diferentes medios o actores políticos, hay espacios e informes de lo que hace el gobierno durante la semana, es decir, hay diferentes y

diversos espacios políticos que el gobierno con toda legitimidad utiliza. Ahora mucho más cuando estamos con una Ley de Comunicación que permite que la comunidad conozca de cerca todas las actividades que realiza el gobierno nacional y que obviamente se las dispone de manera permanente.

¿Con qué criterios manejan para los segmentos del EC?

Es una dinámica que se da por sí sola, es decir, si durante la semana nosotros revisamos los diferentes medios y vemos muchísimas informaciones tergiversadas, manipuladas de parte de los medios, eso insinúa que nosotros en nuestro segmento “La libertad de expresión ya es de todos” tenemos que aprovechar y exponer cuales son los puntos de vista del gobierno. La cantinflada de la semana, por ejemplo, tiene que ver con el manejo que realiza cierta prensa nacional que asume un papel político protagónico de oposición que no debe hacer. Entonces la propia dinámica del manejo informativo implica que es necesario tener diferentes segmentos porque repito es un espacio mediático que debe ser muy atractivo, dinámico y que no puede ser lineal y que no puede estar en el mismo esquema 3 horas, a veces 3 horas y medios, entonces debe tener muchísimo dinamismo para que pueda captar el interés de la comunidad.

¿Desde su perspectiva, los medios seguirán siendo de importancia para el gobierno?

Desde un principio los medios de comunicación han asumido un papel político y de oposición, porque la oposición política partidista ya no existe, han sido liquidados por el pueblo ecuatoriano quien a través de las urnas se ha expresado en apoyo a un gobierno que lleva 6 años y que tiene altísima popularidad y en contra de los partidos políticos tradicionales que nunca hicieron nada por el país, entonces digamos que responde a una dinámica de la sociedad y que esta aquí enmarcado en ciertos medios de comunicación. Entramos en dinámica más técnica dentro del gobierno en donde los sectores estratégicos serán fundamentales para el presente y el futuro del país, por tanto el esfuerzo del gobierno será encaminado en esos sectores para obtener mejores rendimientos en cuanto a los mejores resultados para la población.

¿Qué significa exactamente esto? ¿un tratamiento informativo exclusivo sobre el tema?

Nosotros debemos comunicar adecuadamente lo que significa el cambio de matriz productiva, el cambio de matriz energética, queremos informar adecuadamente todo el trabajo que esta realizando el gobierno en esa área, entonces eso va a ser muy fuerte en los próximos años, no es que solo se va a volcar a eso va a tener una agenda bastante fuerte que sin duda será fundamental para la comunicación.

Siempre hay temas que están dentro del eje informativo o mediático y nosotros tenemos que explicar adecuadamente a la comunidad, el gobierno de la Revolución Ciudadana ha ganado ocho elecciones en 6 años, ha recibido siempre el respaldo popular yo creo que el apoyo popular significa que hay un apoyo tácito a la gestión y a las cosas que se están haciendo, entonces una estrategia que tenga que ver con los sectores estratégicos es igual que una estrategia que nosotros en un momento determinado adoptamos frente

al bombardeo de angostura, o frente al tema Chevron o frente a otros elementos de la CIDH, etc. Siempre adoptar estrategias de comunicación para que la información oportuna, directa y bien manejada le llegue a la comunidad.

Entrevista M.sc. Mónica Chuji
Ex secretaria de Comunicación del presidente Correa

¿Cómo nace la idea de tener un espacio de diálogo con el presidente?

En efecto nace como *diálogo con el presidente*, la propuesta nació con mi equipo de trabajo de ese momento, basado sobre todo en la experiencia del presidente Hugo Chávez. Previamente hicimos una visita a Venezuela y hablamos con el Ministro de Comunicación y de su estrategia de comunicación y de intercambio con la ciudadanía. Ellos tenían el programa ALO PRESIDENTE, que consistía en que la ciudadanía llamaba por teléfono al presidente y le planteaba preguntas, o presentaba reclamos, o cualquier inquietud de la ciudadanía. Entonces pensamos en esa lógica, bueno lo que se trata es de que el presidente de la República pueda estar por un lado en contacto con la ciudadanía, relacionado con la ciudadanía de una manera espontáneamente y sobre todo informada, pero lo habíamos pensado un espacio bastante plural y abierto por eso es que el dialogo con el presidente empezó con la invitación a periodistas de todas las tendencias para que no se piense de que se invita periodistas inclinados que apoyen el partido de gobierno, un *espacio abierto que pueda generar debate en estos espacios*, así estuvo planteado el dialogo con el presidente

Cuál era la propuesta inicial de comunicación política que quería implementarse en ese entonces?

Un espacio plural abierto que pueda generar debate, el de informar y relacionarse con la ciudadanía

¿Había un segmento de llamadas?

No había llamadas telefónicas, lo que hubo desde el inicio fue periodistas de distintos medios de comunicación y tendencias y la idea era que pueda preguntarle sobre las actividades de la semana y sobre los temas de la semana que había sido más trascendentales. También se tenía un publico que se invitaba abierto y que podía preguntar al presidente, así nace el primer enlace ciudadano con esa dinámica, al aire.

Después lo que produjo el enlace, una vez que invité a Emilio Palacios con el propósito que estos periodistas críticos puedan realizar las preguntas al presidente, después no fue la respuesta nada positiva y hubo una descoordinación. La respuesta del presidente, ocasiono la salida del periodista y al mismo tiempo se solidarizo otro periodista, sólo quedo Orlando Pérez en la mesa, y me parece que Miriam Carreño.

¿Cómo mira la evolución que ha tenido el EC, particularmente el hecho de traslado a las distintas localidades, a qué cree que responde esa lógica?

A partir de ese momento, con ese escenario que se dio por el periodista Palacio, el presidente de la República nos llamó a una reunión, los periodistas que se iba a invitar, serían básicamente a los apoyen al proceso de su gobierno y no necesariamente críticos duros, que no va a tolerar esas posturas. Ahí se hace una primera reestructuración del enlace, después vendrían otros cambios de reestructuración hasta que a los 6 meses renuncie. Posteriormente se incluía a periodistas locales. Después no era necesario que hubieran periodistas sino su informe y que tuviera una traducción simultánea al kichwa, se limitaría las preguntas del público porque no se sabía las preguntas del público y esta situación no podía salir en vivo. Poco a poco se dieron estos cambios y se restringía las preguntas.

¿Cuándo usted ocupaba el cargo de secretaria de comunicación que espacio tenía la noción de participación ciudadana?

Nace con la participación a la ciudadanía. La postura era que el gobierno este abierto para todos los actores, para el dominio público y que los periodistas críticos como Emilio Palacio vinieran y preguntaran, así como de otros canales.

El otro componente era que la ciudadanía participara, que preguntara, era un espacio abierto. Se realizaba una convocatoria pública y la idea era que participaran las personas en el espacio

¿Cuál era el plan de comunicación que existía durante su gestión?

Se planteo un plan de comunicación adicional al enlace que tenía varios ejes: hacer de la secretaria de comunicación un espacio multicultural y un espacio de intercambio, de socialización y de propuesta.

Se pretendía realizar una reestructuración a los medios públicos, la creación de una agencia de noticias que ahora es Andes, eso lo hicimos con mi equipo. Todo esto pensando en el viaje que realice a España, en donde quería conocer como funcionaban los medios públicos y obviamente contrarrestando un poco con lo que pasaba en Venezuela. Investigue como funcionaba la BBC de Londres, los medios de comunicación estatales que han tenido trayectoria por eso es que nuestra postura era que estos medios sean independientes y controlados por la sociedad civil. De ese planteamiento, la agencia, la TV pública y la reactivación de la radio pública. Con esos 3 han avanzado de lo que deje.

¿Qué queda de las propuestas generadas por Ud. y su equipo?

Ahora tiene otro matiz, era como un espacio se remitía a boletines de prensa a notificaciones, lo que se quería es incluso impulsar a medios alternativos, medios comunitarios, pero con el enfoque multicultural, siempre las disputa es que era la intervención o no del estado, desde la secretaria de comunicación era para que esos medios sean independientes y la postura era que la obligación del estado era otorgarles las herramientas necesarias por ejemplo; una de las cosas es que las universidades puedan tener sus propios medios de comunicación, en este caso era la universidad central, teniendo su facultad de comunicación que tuviera su propia radio y televisión,

que los periodistas puedan ejercer aquí sus prácticas profesionales. Además de contar con una agencia de prensa, el otro plan la radio reactivación de la radio pública nacional, el otro plan la creación de la televisión pública y esto básicamente, estos tres componentes se estaba trabajando cuando yo salí y el centro que nos concentramos fue la televisión pública y como iba a funcionar. En ese momento la secretaria de la administración planteó que tenía que depender de esa subsecretaría, y del Estado.

Y nosotros planteamos que no, que tiene que ser un espacio independiente compuesto por sector de la academia, sector de los medios privados, por representantes de pueblos y nacionalidades, por otros sectores, planteamos una representación plural y obviamente una representación del estado, eran otras de las polémicas que se armo cuando armamos el proyecto de la televisión pública.

Que el Estado cumpla con el ejercicio de la comunicación e información pública y de que estos espacios sean abiertos, la TV pública, uno de sus ejes era que fuera totalmente abierto a la ciudadanía, entonces que no sea un medio gubernamental sino un medio público y uno de los temas más polémicos en el gobierno.

¿Que cree UD que le brinda el enlace ciudadano al gobierno a nivel político?

Es una de las estrategias que han funcionado y va seguir siendo una de las estrategias estrellas del gobierno nacional porque si hacemos una mirada reconstructiva de los presidentes que hemos tenido, siempre los lugares que han visitado han sido Quito, Guayaquil y Cuenca, lugares privilegiados, lugares que no han sido lejanos de la ciudadanía. En cambio el presidente en muy poco tiempo se dio cuenta que el romper ese tipo de situaciones, de participación, de conversar e informar con la gente sin entrar en contenidos le daba muchísima popularidad. Por ejemplo, un día visitamos Chilibulo, nunca en la vida pensaron que iban a ver al presidente de la República. No importa lo que haga, lo importante es que el gobierno vino a visitar entonces ese es uno de los ganchos, principales, pilar fundante, pilar que le permite estar ligado a la gente eso se ha ido institucionalizando mucho más, por eso tiene una estructura más sólida, es todo un aparato el tema de los enlaces ciudadanos, esto que tenga un equipo de asesoría es obviamente, le brinda espacios de que la gente crea que va a leer su carta, su propuesta. Y va a seguir manteniéndose, no va a cambiar. La gente desesperada, no sabe lo que hace el ministro, entonces la gente tiene la esperanza de informar al presidente de sus necesidades.

¿Qué es lo que más le llama la atención del EC?

Me ha llamado la atención aquellos espacios que dentro del mismo enlace ciudadano, al final existe un espacio de la réplica, o de libertad de expresión, que el presidente responde a los actores políticos y les refuta con videos, sátiras, ese espacio maquiavélico me sorprende. Nunca pensamos, con los colegas que iniciamos esta situación, es un espacio de revanchismo de la ida y vuelta de la ciudadanía. El más impactante, el de poder usar ese espacio y aprovechar que esta la gente, que sale en vivo para descalificar, para confrontar quienes han dicho alguna opinión contraria.

¿Qué opina usted de la Oficina de Asesoría Itinerante que recoge las demandas ciudadanas durante el enlace?

No estaba al tanto. Primero el gabinete itinerante, fue planteado para que acojan las interrogantes de la población y el presidente de la República, el enlace ciudadano servía para hacer pública la demanda. No sabía de que se había conformado un equipo para receptor las quejas. Anteriormente, simplemente la asistente del presidente de la República era la que receptaba las quejas.