

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Configuración de Proyectos

Propuesta de Auditoría y Asesoría de Imagen Para:

Presidente Rafael Correa Delgado

106664

USFQ - BIBLIOTECA

Belén Bustamante

20 de mayo del 2012


**Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes
Contemporáneas**

**HOJADEAPROBACION
DEPROYECTO DE TITULACIÓN**


**Propuesta de Auditoria y Asesoría de
Imagen Para: Rafael Correa**

**Belén
Bustamante**

Gustavo Cusot, MA,
Asesor del Proyecto de
Titulación



Hugo Burgos, Ph.D.
Decano del Colegio de
Comunicación y Artes
Contemporáneas



Quito, 18/05/2012

Tabla de Contenidos

I.	Perfil personal.....	2
II.	Perfil profesional.....	2
III.	Análisis del lenguaje verbal.....	3
IV.	Análisis del lenguaje no verbal.....	4
V.	Encuestas.....	4
VI.	Resultados de encuestas.....	6
VII.	Entrevista.....	7
VIII.	Monitoreo en medios de comunicación.....	15
IX.	Redes sociales.....	18
X.	Conclusiones.....	19
XI.	Recomendaciones.....	21
XII.	Bibliografía.....	24
XIII.	Anexos.....	25

I. Biografía personal

Rafael Correa Delgado nació en Guayaquil el 6 de abril de 1963. Fue miembro de una familia de clase media baja, trabajadora y cristiana. Su padre fue Rafael Correa Icaza quien falleció el 10 de junio de 1995 y su madre Norma Delgado Rendón quien tuvo que mantener a su familia con los escasos ingresos de su trabajo. Sus cuatro hermanos son: Fabricio Correa, Pierina Correa y Bernarda Correa.

Rafael Correa realizó sus estudios de primaria y secundaria en el Colegio San José La Salle de Guayaquil. Fue presidente de la Asociación Cultural Estudiantil Lasallana (ACEL) y dirigente de Tropa del Grupo 14 "San José - La Salle" y también uno de los fundadores del Grupo 17 "Cristóbal Colón" de la Asociación de Scouts del Ecuador (docstoc.com). En 1987 se graduó de Economista de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y presentó su tesis en la "Evaluación de los Programas de Apoyo al Sector Informal en Guayaquil." En 1987 participó como voluntario de la Misión de los padres Salesianos. Diseñó y ejecutó varios proyectos de desarrollo rural especialmente en alfabetización y asesoría en el desarrollo de microempresas para las comunidades indígenas vivían en extrema pobreza en la parroquia de Zumbahua, provincia de Cotopaxi.

Continuó sus estudios en la Universidad Católica de Lovaina la Nueva (Bélgica) y obtuvo su master en Artes en Economía en 1991. En el año 1999 obtuvo un segundo master en Ciencias en Economía en la Universidad de Illinois (Estados Unidos) en la misma en la que finalizó el doctorado en Economía en el 2001. En la actualidad, está casado con Anne Malherbe, una profesora belga a la que conoció cuando realizaba sus estudios de doctorado en la Universidad Católica de Lovaina en Bélgica en 1990. Tiene tres hijos: Sofía, Anne Dominique y Rafael Miguel.

II. Biografía profesional

Rafael Correa se dedicó a la docencia antes de finalizar sus estudios académicos. Fue asistente de cátedra en 1983 y en 1993 comenzó su trabajo como profesor de Economía en la Universidad San Francisco de Quito (USFQ). Fue instructor del departamento de Economía en la Universidad de Illinois desde 1997 hasta el 2001, año

en el que fue nombrado director del departamento de Economía de la USFQ, hasta el año 2005.

El 20 de abril de 2005 – durante el gobierno de Alfredo Palacio - Rafael Correa fue nombrado Ministro de Economía y Finanzas. Como ministro, Rafael Correa. Correa, en sus 106 días de gestión, impulsó proyectos que provocaron polémica dentro y fuera de fronteras ecuatorianas (IFIS.choike.org). Se mostró escéptico ante la firma del TLC con Estados Unidos, comenzó a reestructurar el fondo de estabilización del petróleo con el fin de designar un mayor porcentaje de los beneficios de este sector al gasto social y buscó disminuir la dependencia del Ecuador de los préstamos del Fondo Monetario Internacional (FMI) y del Banco Mundial. Correa renunció a su puesto como ministro el 8 de agosto del 2005.

Tras su renuncia al Ministerio de Economía, Correa fundó el movimiento Patria Altiva y Soberana (Alianza País), partido con el cual fue nombrado presidente de la República del Ecuador EL 26 de noviembre del 2006. En el 2008 reformó la Constitución del Ecuador con vigencia desde 1998, y fue reelegido como presidente el 26 de abril del 2009. Su segundo período presidencial concluirá el día 10 de agosto del 2013.

III. Análisis del lenguaje verbal

A través de los videos analizados, entrevistas y cadenas sabatinas se ha podido observar que el Presidente Correa cuenta con una buena entonación de voz y modulación correcta, la cual llama y retiene la atención del público. Asimismo, su modo de hablar es persuasivo y motivante, haciendo que su público crea aún más en él. El Presidente utiliza un lenguaje correcto de acuerdo al público y ejemplifica sus puntos clave, por ello, su discurso más claro y entendible. De igual manera, su lenguaje es coloquial, utiliza términos como "compañerito" que generan simpatía y empatía con un segmento importante de la población ecuatoriana. Por otro lado, la frecuencia con la que utiliza palabras despectivas y calificativos negativos es alta. Consecuentemente, su discurso llega a perder validez. Adicionalmente, el Primer Mandatario se exalta con facilidad por ello sube la voz hasta un tono que se puede interpretar como grosero. Adicionalmente su discurso es irónico porque se ríe al criticar a los demás. Además, su discurso está

polarizado cuando se trata de categorizar según su postura, así sus enemigos se convierten en los "pelucones y malos" y sus defensores, "el pueblo" es catalogado como bueno.

IV. Análisis del lenguaje no verbal

Por medio de los videos previamente mencionados pudimos analizar ciertos aspectos del lenguaje no verbal del Presidente. En su mayoría el Presidente Correa se muestra carismático al tratar con su público por medio de sonrisas y saludos amigables y afectuosos. De esta manera, podemos ver como tiene un alto nivel de contacto físico con la gente sin discriminación alguna. Por otro lado, su vestimenta pretende reflejar la cultura ecuatoriana, haciéndolo así embajador del país aún cuando para muchos y para las reglas protocolarias, no sea el vestuario apropiado. Miembros de su equipo de comunicación consideran que la vestimenta elegida por el Presidente ha sido un factor diferenciador entre los demás mandatarios y no ha traído repercusiones a nivel internacional. Sin embargo, el Presidente tiene un mal uso del micrófono de mano ya que con frecuencia lo mueve de manera inapropiada causando distracción en el público. Así mismo, el uso de la silla giratoria es otro factor de distracción por lo que su equipo de asesoría de imagen intenta corregirlo y evitarlo. La expresión facial del Presidente transmite de manera clara sus sentimientos haciendo que su enojo sea fácilmente percibido y se muestre despectivo en situaciones que perjudican a su imagen como en entrevistas, saludos, ruedas de prensa, etc. Es así que varias personas se han sentido agredidas por el Presidente sin necesidad de haber entablado conversación.

V. Encuestas

- 1) ¿Cuál es su postura frente al modo de gobernar del Presidente Rafael Correa?
 - a. A favor
 - b. En contra
- 2) ¿Considera que los resultados que este gobierno han traído al país, son en su mayoría positivos o negativos?

- a. Positivos
- b. Negativos

3) ¿Cómo describiría el discurso político del presidente?

- a. Populista
- b. Solidario
- c. Elocuente
- d. Irrespetuoso
- e. Honesto
- f. Inteligente
- g. Manipulador
- h. Esperanzador
- i. Demagógico
- j. Crítico
- k. Otra

4) ¿Lo considera usted un político de élite, del pueblo o neutral?

- a. Élite
- b. Pueblo
- c. Neutral

5) ¿Votaría por Rafael Correa si se lanza para la reelección?

- a. Si
- b. No

6) Si usted trabajaría como asesor del presidente, ¿qué recomendación le haría para mejorar su imagen?

VII. Entrevista a Fernando Alvarado – Secretario de la Comunicación del Presidente Rafael Correa

- 1) ¿Cuánto tiempo lleva trabajando con el presidente?** Cuatro años y medio.
- 2) ¿Cómo está compuesto el equipo de comunicación?** Es grande. Hay un secretario en comunicación, tres subsecretarías y dos direcciones. La subsecretaría de información política, que solamente está captando temas políticos no tiene ninguna otra misión. Por ejemplo sale una noticia de un articulista político, y la subsecretaría lo que hace es que estudia ese articulista, por qué escribe así, de dónde viene, de una academia, de partidos políticos, tiene alguna relación con algunos medios para saber en que términos se puede responder ante esa opinión. Además da la información político, que dijo el New York Times, qué dijo el Washintong Post, qué dijo el diario de Uruguay de Argentina. La subsecretaría de información es la que fabrica el enlace ciudadano sábado a sábado (los contenidos de la agenda mediática que el presidente va a tener). Es la que provee de información para todos los medios, locales internacionales, pero información oficial o sea lo q el presidente dijo, el decreto que se firmó, es decir información oficial no opina, no editorializa nada. La subsecretaría de desarrollo de nuevos medios: el sistema del ciudadano, órgano oficial de noticias. Tenemos El Ciudadano impreso, web, El Ciudadano online en vivo. Dos direcciones, la de relaciones públicas e imagen es la dirección que siempre está preocupada por la imagen del

presidente en actos públicos. Se encarga de ver como va a salir al presidente, la vestimenta, la luz, cámaras, que el saco del presidente contraste con el fondo del estudio. La otra dirección es la de camarógrafos que se encargan de hacer reportajes a la gente, qué ha pasado en el pueblo, que ha pasado en la localidad. Esos reportajes nosotros los obsequiamos a medios privados, regionales principalmente.

3) ¿Cómo se maneja la imagen de un presidente con una personalidad tan definida como la de Rafael Correa? Nosotros lo que hacemos es adornar la escena. Pero el es absolutamente coherente el presidente es súper consecuente. "Lo que el piensa lo dice, y lo que dice lo hace, ahí no hay maquillaje." No trabajamos en la personalidad del presidente, asesoramos al presidente. Por ejemplo nos reunimos y el nos dice este tema me está molestando, yo lo voy a mencionar el sábado y nosotros le decimos espérese un ratito le vamos a proveer de alguna información antes de tocar el tema, o le decimos no lo trate usted nosotros lo vamos a tratar a través de las plataformas de comunicación. Pero su imagen como tal, decirle qué tiene que decir y que no tiene que decir es muy complicado. No hay maquillaje en absoluto. ¿Que mejoramos la escena? Si. ¿Qué hacemos? Le ponemos una pantalla súper grande atrás, cuando está mencionando algo le pasamos franjas sobre la visita que hizo a tal lugar, le ponemos imágenes para que la gente pueda entender muy bien cuál fue el trabajo que hizo el presidente. Pero no es un actor el presidente, no. El es tal cual. Nosotros podemos arreglar la escena pero el mensaje contundente el eje central y el espíritu siempre

va a ser el mismo. Sus molestias, su cara, su mirada, su tristeza es así, no hay maquillaje absoluto ahí, él es como es.

4) ¿Cuáles son los mensajes más importantes que se buscan transmitir? Los valores. ¿Por qué? Porque los ejes en la vida de un ser humano son sus valores. Por ejemplo, el valor del amor por la patria. Como nunca este aparato de comunicación ha desarrollado el amor por la patria. La canción patria, los símbolos, la bandera, el nacionalismo. Los autovalores, la solidaridad. Si tienes a un vicepresidente trabajando por los más desposeídos los más olvidados, y nos muestras eso con buenas imágenes y videos. Otro mensaje que se ha buscado transmitir es la inversión social del gobierno, en la amazonía, en Loja, en lugares que nunca el presidente se había interesado y les pones carreteras de concreto, se muestra que les interesa la gente. Nos preocupamos por los más débiles, por los que han sido excluidos. Otro valor, cumplir con la patria. El tema de los impuestos, todos pagan lo que tienen que pagar de acuerdo a la ley. Se han triplicado los impuestos, 36 mil millones de dólares en 6 años se recaudó en impuestos. En realidad lo que les puedo decir es que el presidente es auténtico. Nosotros mostramos al presidente como es, cuando en algún gabinete o un enlace aparece abrazando a la gente a los niños, se ha visto algunas fotos en los periódicos. Y él lo hace todos los días desde el día uno lo hace, le nace hacerlo le gusta la gente se acerca a la gente le abraza, le besa. Mostramos eso simplemente y obviamente tratamos de evitar mostrar las imágenes en las que sale

molesto. Pero no maquillamos la imagen del presidente. Convencerle de que se ponga polvo en una entrevista para que no brille, ha sido difícil.

- 5) ¿El presidente ha recibido algún curso de coaching o comunicación verbal y corporal alguna vez?** Imposible. Yo he querido desde hace 4 años y medio. Es más le he dicho al presidente, ¿usted ha visto alguna vez un enlace ciudadano completo? No. Tendríamos que verlo para ver qué corregir no se que, y algún día lo agendamos para el avión, pero en el avión se sentó a trabajar y no lo vio.
- 6) ¿Cómo hacen cuando ven algún defecto del presidente en el enlace ciudadano?** Se lo decimos cuando ya es muy muy fuerte. Por ejemplo el tenía el tic de mover la silla durante las entrevistas y le hemos dicho que no se mueva y en algunos casos hemos optado por no poner una silla que gire para que no pueda girar. Otro elemento que le hemos querido quitar es el micrófono en la mano, pero a el le gusta tener el micrófono. Hemos tratado de ponerle un micrófono de corbata para que tenga las manos libres pero no a el le gusta sostener el micrófono. Sería súper bueno y lo que yo quisiera, es tener al presidente de pie, hablado como en una conferencia y que se dirija al público como que fuera uno de estos predicadores evangelistas
- 7) ¿Qué defectos encuentra usted en el lenguaje verbal y no verbal del presidente?** Bueno, no lo llamaría un defecto. Pero si el presidente ahora mismo tiene un 80% de aceptación, estoy seguro que tendría un aumento si el usara un lenguaje menos duro, si fuera menos arrollador, ganaría talvez un 10% más. Pero también me he puesto a pensar que

podría perder un gran porcentaje que quiere un presidente fuerte, duro, arrollador, líder, entonces hemos preferido dejarlo como el es porque perdería también su naturaleza. Y en privado es igualito, en privado es idéntico. Es arrollador, dice "¿cómo puede ser?", "no estoy de acuerdo", "¿cómo es posible que nos atropellen así al país?" Yo me acuerdo cuando fue lo de Angostura, nos reunimos el domingo en su despacho. Y él sentía que habían violado nuestra soberanía y que Uribe nos había mentado, y en esa reunión él estaba muy muy enojado.

8) ¿Cuál ha sido la peor crisis de imagen del presidente durante su período presidencial, y qué estrategias utilizaron para enfrentarla? La de su hermano, la de Fabricio. Ese ha sido el golpe más terrible porque son hijos de los mismos padres. Porque los simpatizantes de Correa lo ven como una persona transparente, coherente, consecuente. Y de pronto sale un hermano de la misma matriz, que hace todo lo contrario. Que se ha aprovechado del poder para generar daños. Entonces hubo que en realidad, ese tema tratarlo muy personalmente con el presidente porque él mismo no sabía que hacer, esa duda que sentía los primeros días, cuando salió el reportaje en Expreso que decía "el presidente trató de defender a su hermano" era porque el presidente no creía en la prensa. Entonces el presidente dijo "bueno que me comprueben que mi hermano ha cometido alguna ilegalidad porque su hermano había dicho que él no había generado ningún contrato. Pero estuvo dos o tres días dudando. Entonces ahí ya dijo bueno, ¿yo le respondo o a mi hermano, o al pueblo ecuatoriano?. Nosotros como

comunicadores teníamos que esperar un poco una decisión humana, entonces el habló con su mamá... Nosotros metimos una batalla comunicacional muy fuerte contra el propio hermano del presidente, lo que si hicimos - me acuerdo con el presidente - fue dejarlo afuera a el. Hicimos un consejo y le dijimos presidente usted no le conteste a su hermano, no se pelee con su hermano, porque al final del día es la misma sangre. Dejemos que el gobierno pelee por su causa. Hemos sido demandados por el hermano del presidente, ministros, medios, acabo de ganar una causa penal que si la perdía me metían preso.. Pero si incluso si uno lo ve, si uno tiene acceso a las encuestas en esa época hay un bajón impresionante y luego ya cuesta pero hay que volver a subir porque la credibilidad del presidente se va muy abajo.

- 9) ¿La imagen del presidente varía según el público al que se dirige?** Si eso es normal. Por ejemplo si se presenta ante un grupo mayoritariamente indígena, ¿qué es lo que hace? Un discurso muy local, usando quichua. Pero si está frente a empresarios por ejemplo el discurso es otro, porque el quiere captar a los empresarios quiere ganar confianza. Si está ante un público internacional, que como la ONU, la OEA etc, va a tener un discurso mucho más diplomático más internacional, sin perder los principios. Nunca se pierden los principios, pero si moldea el discurso.
- 10) ¿Varía la vestimenta según el público?** Eso es casi obligatorio, porque va llegando y le van poniendo el poncho o la vestimenta o el sombrero que le regalan las personas de la comunidad, y tiene que ponérselo porque sería una ofensa no ponérselo. A la gente le

encanta ver a su líder que esta ahí vestido como ellos se visten, entonces eso no es maquillado, sabemos que obligatoriamente le van a poner un poncho

11) ¿Le ha afectado a su imagen internacionalmente? Yo creo que no. Creo que más bien es algo positivo.

12) ¿Qué parámetros se utiliza para medir la imagen del presidente? Hay varios parámetros y hay varias encuestadoras. Perfiles de opinión le dio un 80%. ¿Qué es lo que hace perfiles de opinión? Hace un cruce de lo que es credibilidad, aceptación, gestión. Una cosa es, "yo creo en este hombre pero realmente es mal administrador". O "yo creo en el trabajo que está haciendo este hombre pero realmente me cae mal". "Puede ser me cae mal Correa pero realmente está haciendo un bien al país". Pero le das el voto por alguna de estas tres circunstancias al final del día.

13) ¿Con qué tres palabras usted describiría la imagen del presidente?

- a. Pasión por la patria
- b. Coherencia
- c. Transparencia

Es difícil que al presidente se le cocine un huevo en la boca. Yo le digo presidente no diga eso, y me dice "ok bueno". Me aceptó que no lo iba a decir, y al final del día lo terminó diciendo. Me rompe mi esquema de comunicación.

14) ¿Pero si está abierto a sugerencias? Si, cuando son importantes. Yo le digo que a muchas mujeres les molesta cuando dice, esta muchacha tan guapa que nos fuimos de farra que esto que el otro. Yo he tratado de bajar un poco esa expresión porque se puede malinterpretar. Para nosotros la farra es el baile el trago la vaina, así. Pero para el la farra es estar en un gabinete en la tarima cantando hasta las tres de la mañana. Y eso es para el la farra. Cuando la gente si imagina uy el viejo en la discoteca

15) ¿De qué temas no habla el presidente en una entrevista? Normalmente no le gusta hablar de su familia. O sea es súper cauteloso con su familia. El quiere que su familia esté protegida de la esfera pública. Siempre hemos tenido solicitudes de revistas y medios para hacerles fotografías a los chicos. Incluso sus hijos han tenido logros y todo y por ahí nosotros sacamos alguna cosa, pero el prefiere que no. Su familia es muy sencilla. Si ustedes vieran como es la casa del presidente verían que es una casa muy sencilla. Mi esposa ya hubiera cambiado un par de muebles que hay en la entrada. Una casa muy digna pero muy sencilla.

16) ¿Cómo se maneja el tiempo del presidente para entrevistas? Hay varios parámetros. Hay un protocolo. Cuando el presidente visita un remoto rincón del país hay una entrevista. Si son entrevistas con medios nacionales escogemos muy bien los temas porque podría un periodista si no tenemos un acuerdo previo, querer hablar de temas, o decirle al presidente, presidente mil gracias por darnos la

entrevista, "quiero preguntarle sobre su hermano Fabricio Correa, ¿quien es su hermano? Y bueno y su esposa por qué nunca aparece, y sus hijos?" Siempre se llega a un acuerdo con los periodistas. No les decimos qué preguntar. Pero si les decimos mira tienes una hora al presidente al frente. No queremos que se toquen temas familiares. O no queremos que le hagan preguntas que son demasiado específicas al presidente y que no tiene por qué saber porque no le corresponde, no le compete. No piden las preguntas antes. Pero si los temas. No se limita la información, pero si se la direcciona un poco para aprovechar el tiempo del presidente

- 17) Durante las próximas elecciones, ¿qué estrategia de comunicación se piensa utilizar, tomando en cuenta el último reglamento de difusión en medios de comunicación?** Bueno en realidad eso ha sido también una gran mentira de la prensa ha construido. No hay ninguna restricción. No ha cambiado en nada. En realidad lo que se ha hecho es puntualizar lo que es correcto. Que ningún medio pueda beneficiar a tal o cual candidato. Lo que hizo por ejemplo Vistazo. Un editorial en el día de las elecciones que decía "Vota No".

VIII. Monitoreo de medios

Una vez realizado el monitoreo de medios al Presidente Rafael Correa, se puede observar que su aparición en los medios de comunicación está dividida en dos tendencias marcadas, la positiva y la negativa. No obstante, sus apariciones negativas (57%) fueron mayores a las positivas (43%). El clipping se realizó en distintos medios públicos y privados, en radio, televisión, prensa, revistas y medios internacionales. Este seguimiento se llevó a cabo desde el 12 de enero hasta el 21 de febrero del presente

año. Durante este tiempo, se pudo recaudar 44 apariciones principales del Primer Mandatario en los medios previamente mencionados.

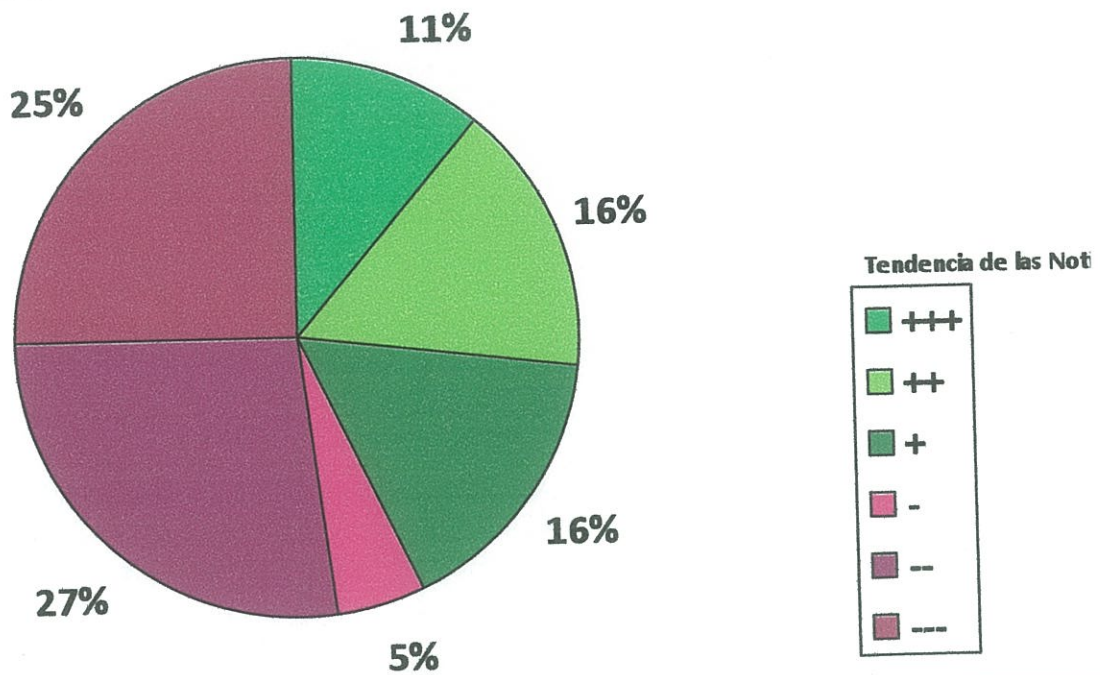
Se debe mencionar que existió un balance entre el monitoreo de medios públicos, que tienen una postura de apoyo frente al gobierno del Presidente Correa, y de medios privados, cuya línea editorial es de oposición frente a su mandato.

Por ser el Presidente de la República sus apariciones son múltiples y por ello es relevante seleccionar las más relevantes, relacionadas a temas de interés nacional ya sea en el ámbito político, social, económico, jurídico.

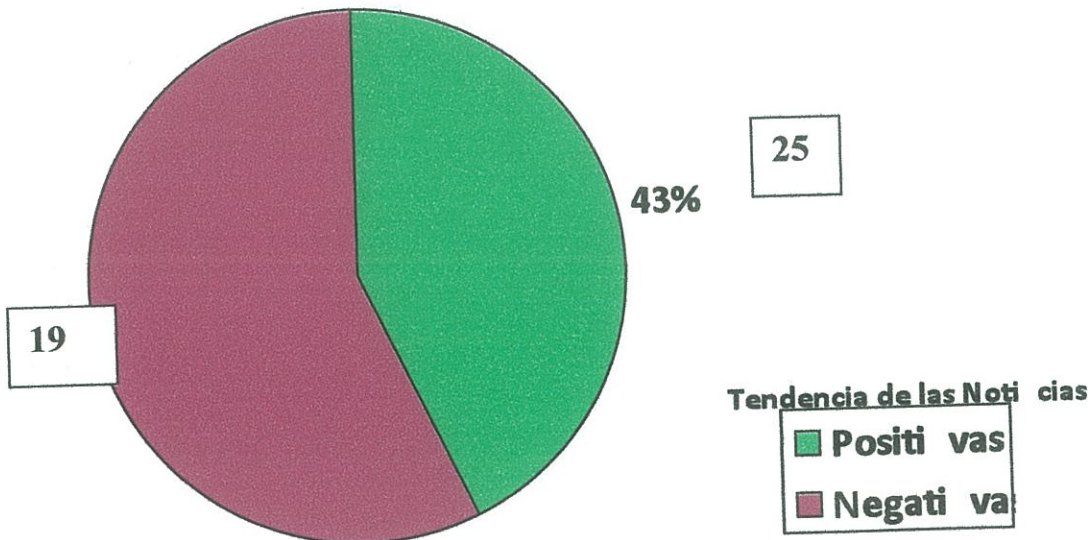
La mayoría de las apariciones del Presidente en los medios durante este periodo de monitoreo, estuvieron relacionadas con el vínculo entre el Primer Mandatario y la prensa. Los temas de mayor recurrencia fueron los de la demanda que el Presidente realizó al diario El Universo y a los periodistas autores del libro El Gran Hermano. Varios medios internacionales también publicaron noticias criticando estas sentencias. La mayoría de noticias que mencionan negativamente al presidente expresan que sus medidas coartan la libertad de prensa, de expresión y que tiene monopolizada la justicia en el Ecuador.

Por otro lado, varias noticias también mencionan el alto índice de popularidad del presidente del 80%, su vínculo con las comunidades, el gasto público que realiza y los aportes de su gobierno para los sectores vulnerables. En los anexos se puede encontrar la tabla del monitoreo de medios, que detalla las noticias en donde el Presidente ha tenido alguna aparición, el carácter negativo o positivo de las mismas y la información sobre los medios que publicaron las noticias respectivas.

Clipping



Clipping



IX. Redes Sociales

El 29 de julio del 2011 el Presidente Rafael Correa abrió la cuenta de Twitter como @mashirafael, y al cabo de 4 horas ya contaba con 3,276 seguidores en su portal. El mismo día abrió su cuenta en Facebook igualmente como Mashi Rafael. Para ambas redes utiliza el nombre "Mashi" que significa amigo o compañero en Kichwa. Además del nombre, el presidente utiliza la misma foto - con su camisa verde, el puño en alto, y la bandera de Ecuador de fondo - para ambas redes sociales. Su página de Facebook está conectada con su Twitter para que cualquier persona que ingrese pueda hacer click en su cuenta de Twitter. Además en su información ha puesto el link de su blog "Economía en Bicicleta" para que todos estos medios sociales estén conectados y relacionados. Esto evita que las personas tengan confusión sobre su verdadera cuenta, y además le ayuda a mantener continuidad en su imagen social.

Hasta el día de hoy, el Presidente Rafael Correa cuenta con 237,482 seguidores en Twitter, y ha publicado un total de 1,386 Tweets. Este es un medio que permite tanto a sus simpatizantes como oponentes estar en contacto directo con él. Además, a pesar de la cantidad de mensajes que recibe, en muchas ocasiones el responde a los Tweets que recibe, creando un medio bidireccional e inmediato. Los Tweets del presidente son tanto sobre temas políticos, como personales o sociales. En muchas ocasiones utiliza el Twitter para manifestar su descontento con la oposición, prensa, u otros actores políticos. En otros casos lo utiliza para informar sobre su rutina diaria. Para mostrar un ejemplo, este fue su primer Tweet a penas creó su cuenta: "Hola a tod@s, estoy en una reunión + aburrida q bailar con la suegra, luego les escribo, l@s quiero mucho, sobre todo a l@s envenenad@s!"

Por otro lado, en su página de Facebook tiene – hasta el día de hoy – 10,420 personas “les gusta esto” y 2,766 personas “están hablando de esto.” Las fotos que publica en esta página contienen imágenes de burla contra la oposición, imágenes que reflejan su obras, las visitas a distintos pueblos del Ecuador en el que aparece abrazando niños y mostrando su lado caritativo, visitas a países y presidentes, etc. Además utiliza su muro como un medio para informar a los seguidores sobre noticias y eventos como puede ser una rueda de prensa o algún programa en vivo. Publica comentarios y fotos que tienen una inmensa acogida y respuestas por su público.

X. Conclusiones

Positivas

Mediante la auditoria de imagen, se ha podido constatar que el Presidente Rafael Correa tiene fortalezas en manejo de su imagen y gestión, que se evidencian en el alto índice de popularidad que mantiene tras cinco años de mandato. No obstante, también tiene defectos relevantes que de no ser corregidos podrían paulatinamente influir negativamente en su imagen global, contiendas electorales y no sólo en un pequeño segmento de la población.

Dentro de sus fortalezas se encuentra la coherencia que existe entre su discurso y mensaje en los diferentes medios y redes sociales. El Presidente tiene un discurso consistente, basado en sus ideales, que lo manifiesta en cualquier aparición mediática o acción que lleva a cabo. Por otro lado, su mensaje es fuerte y variado. Él conoce el poder de su voz para captar la atención del público, por ello cuando quiere enfatizar una idea puede subir el tono de su voz.

Un aspecto relevante de la imagen del Primer Mandatario es que es firme y coherente en cuanto a lo que quiere proyectar. Si él tiene una posición crítica hacia algún asunto determinado, la hará pública y no se retractará, firmeza que es valorada por sus seguidores.

El Presidente, adicionalmente, se asegura que su lenguaje no verbal respalde sus mensajes verbales. Por ello, su discurso es unificado y persuasivo. El uso de las manos para transmitir fuerza a sus palabras, el contacto visual que realiza con la gente en los enlaces sabatinos, y su mirada penetradora cuando transmite una postura personal, logra captar la atención del las personas, sean éstas simpatizantes o no.

Una de las fortalezas más grandes que tiene el Presidente Correa es el amplio y bien estructurado equipo de comunicación que tiene detrás. Este grupo de expertos se ha encargado de explotar la personalidad carismática del Primer Mandatario y al mismo tiempo de fortalecer su discurso e imagen al mostrar continuamente las inversiones que su gobierno realiza en los sectores vulnerables, comunicar que el Presidente desea cambiar viejos esquemas en el país y lo ha mostrado como un presidente de pueblo.

Negativas

Una de las debilidades más grandes que tiene el Presidente es su relación quebrantada con la prensa. El porcentaje de noticias negativas que lo mencionan, es mayor que al de noticias positivas que también lo hace. La mayoría de medios nacionales sienten que su libertad de prensa está siendo coartada, por ello gran parte de las noticias en las que se menciona al Presidente Rafael Correa tienen un tinte negativo. A largo plazo, el hecho de que el Presidente sea plasmado negativamente en los medios podría desacreditarlo gravemente entre el pueblo. Por otro lado, los medios de comunicación internacionales, en vista de los últimos acontecimientos relacionados con el caso El Universo y El Gran Hermano, han publicado varios editoriales en los que se critica tanto la imagen como la gestión del Primer Mandatario. El hecho de periódicos como el New York Times o el Washington Post tengan posturas negativas hacia el Presidente, también debilita su imagen.

Por otro lado, existe una evidente división frente a su imagen y gobierno por parte de los ecuatorianos. Si bien es cierto, que el Primer Mandatario cuenta con una gran aceptación entre la población, el segmento de la misma que se declara en total oposición al Presidente es relevante. Se debe mencionar, que varias personas, incluso aquellas pertenecientes a las clases bajas, lo consideran prepotente, grosero y populista.

Por otro lado, una debilidad del Presidente de la República es que no muestra apertura para dejarse asesorar en su lenguaje verbal y no verbal. El Presidente debería estar consciente que cambiar hábitos como el de rodar en la silla, o sostener correctamente el micrófono pueden acercarle más a su público y proyectar una mejor imagen. En comunicación cada detalle cuando es puesto bajo el lente de la cámara es maximizado.

Por otro lado, una debilidad que también muestra el Primer Mandatario es el constante uso de términos peyorativos para dirigirse a ciertos públicos, que en su mayoría son vistos como falta de respeto y que a largo plazo pueden desembocar en una pérdida de simpatizantes y de credibilidad.

XI. Recomendaciones

Considerando que Ecuador es un país donde varios presidentes han sido derrocados por segmentos pequeños de la población, el Presidente no puede mantener una relación tan conflictiva con ciertos grupos de interés como empresarios, medios de comunicación y la clase alta ecuatoriana. La recomendación es que el Primer Mandatario debería empezar a utilizar un discurso más unificador para lograr sostener su alto índice de popularidad y poder mantener la gobernabilidad del país. Relacionado con esta sugerencia, se presentan otras recomendaciones. La primera es que el Presidente Rafael Correa debe controlar su lenguaje agresivo y los calificativos despectivos que usa para dirigirse, principalmente a sus detractores. El uso reiterativo de este lenguaje agresivo hace que cada vez más ecuatorianos lo perciban como grosero.

En cuanto a la emisión de juicios de valor, a un segmento relevante de los ecuatorianos les agrada que el Presidente tenga posturas firmes y que sea crítico. Sin embargo, los juicios de valor que él emita deberían relacionarse con posturas o situaciones y no como ataques personales a las personas que sostienen estas actitudes. Otra recomendación que sería de gran utilidad para el Mandatario es seguir mostrando la fuerza que tiene, su inteligencia, pero al mismo tiempo adoptar una actitud más humilde. Una actitud que logre desarraigar esta percepción que varios ecuatorianos tienen de Rafael Correa como una persona prepotente. Se debe sugerir al presidente entregar lo que él exige.

El presidente también debería mostrar más apertura para escuchar las recomendaciones de la gente y de su propio equipo de comunicación. Un líder debe estar atento a lo que el público espera de él, por ello es importante que brinde oportunidad para recibir críticas constructivas del pueblo. Asimismo, es relevante que escuche los consejos que su equipo de comunicación le otorga ya que ellos son profesionales que podrían sugerirle que controle sus impulsos, que tenga un mejor dominio del micrófono o que muestre facetas de su vida que lo conectan emotivamente al público, como su relación con su familia.

Una de las recomendaciones más relevante para el Presidente es que éste debe armonizar la relación con los medios de comunicación. Si la mayoría de medios de comunicación privados tienen una postura opositora hacia él y diariamente las noticias que transmiten tienen una posición negativa, su imagen se está deteriorando paulatinamente. Se debe recordar que la prensa representa una amenaza para la imagen del Primer Mandatario ya que los medios de comunicación son una gran fuerza opositora para su mandato. Por ello, se deben abrir espacios al diálogo.

Por otro lado, se recomienda al Presidente mantener el carisma, su naturalidad y energía que fueron los elementos que consiguieron su aceptación por parte de los ecuatorianos. A la mayoría de la población, le agrada que el Primer Mandatario sonría, hable en términos coloquiales, recurra al término "compañerito" y que se sitúe en una

posición de amistad con los pobladores de cualquier cantón que visita. Se recomienda que siga usando los discursos naturales, explicativos y cargados de emoción.

Finalmente el Presidente debería contratar profesionales que auditen su imagen periódicamente. Se debe entender que tanto la imagen de un presidente como de su gestión pueden modificarse abruptamente en situaciones coyunturales. Por ello, es necesario someterse continuamente a este tipo de auditorías ya que los resultados que éstas arrojen constituyen retroalimentación sobre virtudes, defectos y le proporcionan al Presidente herramientas para poder gestionar su imagen positivamente.

XII. Referencias Bibliográficas

- Biografía de Rafael Correa. Infolatam: Información de Análisis de América Latina. (2012) Obtenido el 5 de febrero del 2012 desde <http://www.infolatam.com/2008/05/28/biografia-de-rafael-correa-presidente-de-ecuador/>
- Rafael Vicente Correa Delgado. Migrante Ecuatoriano. Obtenido el 5 de febrero del 2012 desde <http://www.migranteecuadoriano.com/ecuador/174-presidentes/324-rafael-vicente-correa-delgado->
- Amado, Rafael. Biografía de Rafael Correa, Presidente del Ecuador. Obtenido el 5 de febrero del 2012 desde <http://www.docstoc.com/docs/1643744/Biograf%C3%ADa-de-Rafael-Correa>
- La renuncia de Rafael Correa, Ministro de Economía del Ecaudor: ¿Un ejemplo de las IFIS? (2005). IFIS.Choike.org. Obtenido el 5 de febrero del 2012 desde <http://ifis.choike.org/esp/informes/134.html>

XIII. Anexos

Tabla de resultados

		+++	++	+	-	--	---
Noticia	Fecha/ Medio/Título/Tamaño o duración						
1	17/01/2012. Ecuavisa- Televistazo/Las reformas electorales han sido criticadas por imponer censura. Duración: 2 minutos 10 segundos.					X	
2	21/01/2012.El Comercio/ Misión de la ONU califica al 30- S como un intento de desestabilización.					X	
3	22/01/2012.El Comercio/Vuelta Atrás.						X
4	23/01/2012. Miami Herald/ OAS should stand firm against Correa.						X
5	23/01/2012.The New York Times/ An Assault on Democracy.						X
6	24/01/2012. Telerama/"No hay una democracia sana en el país sino una democracia con cáncer". Asambleísta, Susana González. Duración 10 minutos con 45 segundos.						X
7	24/01/2012.El Universo/ "Un asalto a la democracia, dice el NY Times sobre el caso El Universo"					X	
8	29/01/2012. Metro Ecuador/Ecuador		X				

	eliminará mil 400 fuentes de contaminación ambiental.						
9	01/02/2012. Foxnews/Companies Look To Boost Production at Mature Oil Fields In Ecuador			X			
10	03/02/2012. América Economía/Rafael Correa es el mandatario mejor evaluado en el 2011.		X				
11	05/02/2012. El Tiempo, Venezuela/Rafael Correa parece tener todo a favor para continuar al mando.		X				
12	05/02/2012. Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica-ANDES/Rafael Correa marca un estilo particular de contacto con los ciudadanos.	X					
13	07/02/2012. Radio Centro/ Crítica a las reformas hechas por el Presidente al Código de la Democracia. Entrevista. Duración 7:15 minutos					X	
14	07/02/2012. Ecuavisa/Rafael Correa inaugura Centro Nacional de Seguridad.			X			
15	07/02/2012. Radio Majestad/ Corte en favor de los intereses del ejecutivo. Duración 3 minutos con 45 segundos.					X	

16	08/02/2012. El Extra/ iMillones de Dólares por "Daño Moral"!					X	
17	08/02/2012. Teleamazonas/ Sentencia por el caso El Gran Hermano Duración 1 minuto con 27 segundos.				X		
18	09/02/2012. Andes – Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica/ "Gestión del Presidente Rafael Correa registra el 80,5% de calificación positiva."	X					
19	10/02/2012.El Comercio/O´Globo critica a Correa en editorial.					X	
20	10/02/2012. Hoy /¿No tiene precio?. Editorial.					X	
21	10/02/2012. El Cudadano/Grupos Opositores tratan de desestabilizar el Gobierno, advierte Mandatario			X			
22	11/02/2012. El Telégrafo/Correa: Maquinaria usada para minería ilegal será destruida."		X				
23	11/02/2012. El Universo/Rafael lamentó robo a turistas en el Cuyabeno y les ofreció viaje a Galápagos."			X			
24	12/02/2012.Radio América/ Presidente debería presentar evidencia de daño moral. Duración 2						X

	minutos, 30 segundos.						
25	13/02/2012. Radio Católica/Diarios internacionales critican la falta de libertad de prensa del gobierno de Correa. Duración: 45 segundos.					X	
26	13/02/2012. Edición 328.Revista Vanguardia/La justicia oficial ya es esotérica.						X
27	14/02/2012. El Comercio/Los desalojados de las invasiones en Guayaquil reciben viviendas		X				
28	12/02/2012. Ecuavisa/Andrés Roche acepta el reto del presidente Rafael Correa					X	
29	15/02/2012. Wall Street Journal/ Ecuador to invest \$180 In Block 3 in Gulf Of Guayaquil			X			
30	15/02/2012. Telesur/Manifestantes apoyan al Presidente Rafael Correa.			X			
31	15/02/2012. Miami Herald/ Obama should take the offensive on Cuba					X	
32	15/02/2012. Ecuador TV/ Rueda de Prensa del Presidente Correa sobre el caso El Universo.	X					
33	16/02/2012. Miami Herald/ALBA nations want Cuba at summit with U.S.,					X	

	but no decision on threatened boycott						
34	16/02/2012.El Ciudadano/Los medios de comunicación tienen que comunicar no injuriar.		X				
35	16/02/ 2012. Washington Post/ Ecuador's high court upholds pro-Correa libel verdict, including prison terms						X
36	16/02/2012. Gamatv/ Cientos de ciudadanos en vigilia de apoyo al Presidente. Reacciones a la audiencia del caso El Universo".	X					
37	17/02/2012. El Comercio. "Si son machitos vengan uno a uno, no sean cobardes": Correa.			X			
38	17/02/2012. El Comercio/Correa Perdió la mejor oportunidad de su vida.						X
39	17/02/2012. La Nación/El "gran hermano" de Carondelet.						X
40	18/02/2012. El Ciudadano/Presidente reitera compromiso por los más necesitados.	X					
41	18/02/2012. El Ciudadano/Presidente afirma que hará		X				

	respetar el Estado de Derecho.						
42	20/02/2012. La Hora/ Las 5 armas del Presidente Correa para controlar la prensa.						X
43	21/02/2012. El Universo/ "Folha de Sao Paulo llama dictador a Rafael."					X	
44	21/02/2012. El Comercio/ ¡Así se hace, Señor Presidente!						X
TOTAL	44	5 +++	7 ++	7 +	2 -	12 --	11 ---
Total positivas	19						
Total negativas	25						