

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

106638

Campaña Integral y Global de Mercadeo Social:

Esclerosis Lateral Amiotrófica,

ConócELA

“Alas para volar”.

Rossana Mikaela Pazmiño Ludeña

USFQ - BIBLIOTECA

Quito, 18 de mayo de 2012

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

**HOJA DE APROBACION DE
PROYECTO DE TITULACIÓN**

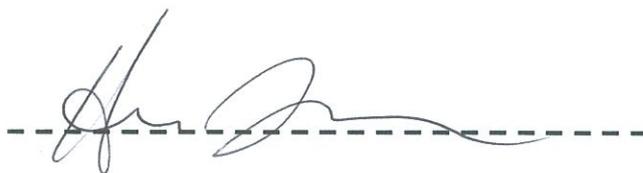
**Campaña Integral y Global de
Mercadeo Social: Esclerosis Lateral
Amiotrófica, ConócELA “Alas para
volar”.**

Rossana Mikaela Pazmiño Ludeña

Sebastian Salgado, MA
Profesor tiempo parcial
Comunicación para
Mercadeo Social



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



ANTECEDENTES

La Esclerosis Lateral Amiotrófica es una enfermedad neurodegenerativa que ocasiona parálisis muscular de manera progresiva y es fatal. Es parte de las patologías conocidas como “enfermedad de neurona motora³” dentro de la cual también se encuentran: La atrofia muscular progresiva, la esclerosis lateral primaria, entre otras.

En la actualidad se desconocen las causas que la ocasionan y no existe cura. Además por su gravedad infiere un alto nivel de sufrimiento y daños psicológicos para quien la padece y para su familia ya que demanda un cuidado excesivo mientras se sigue desarrollando. Requiere de mucha sensibilización por parte de la sociedad ya que es poco conocida pero, no es infrecuente.

Historia: La primera descripción conocida se atribuye a Charles Bell quién, en su empeño por demostrar la independencia de las funciones motoras y sensitivas, publica en 1830 en su trabajo “The nervous system of the human body”, el caso de una paciente con afectación bulbar inicial que se extiende progresivamente a las cuatro extremidades, sin daño sensitivo ni de otras funciones distintas a las motoras (Ministerio de Sanidad, 2009). Posteriormente fue descrita en 1869 por el neurólogo francés Jean-Martin Charcot, quien la consideró como una enfermedad de pobre pronóstico e incurable. El método de Charcot se basa en la observación minuciosa de los síntomas clínicos y de su progresión en cada paciente, para después correlacionarlos con las lesiones anatómicas comprobadas en la autopsia. El término esclerosis lateral amiotrófica lo utiliza Charcot por primera vez en 1874 y desde esas fechas la ELA se conoce universalmente con el epónimo de enfermedad de Charcot. (Ministerio de Sanidad, 2009).

CAMPAÑA ConócELA – Alas para volar

Dada la situación en el país, la falta de conocimiento, de difusión y de socialización de la enfermedad, desarrollamos la campaña ConócELA. El objetivo de la Campaña fue dar a conocer la enfermedad a la sociedad y capacitar a los neurólogos del país sobre su método de detección así como generar aportes económicos para apoyar la investigación.

El slogan alas para volar se refiere a la frustración que siente un paciente que tiene ELA al sentirse atrapado en su propio cuerpo, sin poder detenerla. Es por ello que queremos darles alas para volar a través de la campaña

Para cumplir con nuestro objetivo realizamos una serie de actividades que nos ayudaron a difundir la enfermedad. Como parte de las herramientas utilizadas se realizó:

- Evento: Taller de Electromiografía
- Producto: Pulseras con información de ELA
- BTL: Alas para volar
- Madrina: Asambleísta María Cristina Kronfle
- Activismo: Difusión en redes sociales a asambleístas
- Lobbying: Cartas y material publicitario a presidentes de comisiones
- Cuña radial
- Difusión en medios de comunicación: Free Press

EVENTO: TALLER DE ELECTOMIOGRAFÍA

Un punto importante que debía ser atacado de inmediato era la falta de precisión a la hora de diagnosticar esta enfermedad y la convicción errónea de ciertos neurólogos del

país al pensar que pueden saltarse de un paso importante para la detección como lo es la electromiografía. Dicho examen utiliza un pulso eléctrico para evaluar su conducción en músculos. El taller estuvo dirigido a neurólogos y fisiatras del país, quienes son clave para la detección de la enfermedad y encargados de proporcionar a sus pacientes la mayor cantidad de información posible. Este fue un primer paso que permitiría estandarizar los procedimientos que se requieren para diagnosticar la enfermedad.

Para este evento contamos con la visita del Dr. Johnny Salameh, Neurólogo especialista en neurofisiología, electromiografía, y enfermedades neuromusculares, profesor del departamento de Neurología del Centro Médico Memorial y codirector de la Clínica Neuromuscular en la Universidad de Massachusetts, Worcester.

Para llevar a cabo este evento se contó con el auspicio de Senescyt, quienes cubrieron todos los gastos del evento y la visita del Dr. Salameh. Gracias a esto el evento pudo ser gratuito.

El evento se realizó el sábado 5 de mayo de 2012 en el salón "Casa Blanca" de la Universidad San Francisco de Quito – Cumbayá, a las 14:00.

El evento se realizó con éxito, contamos con la presencia de alrededor de 70 personas entre estudiantes de medicina, médicos, neurólogos y fisiatras.

El evento tuvo su inicio con la bienvenida del doctor Gonzalo Mantilla, decano del Colegio de Ciencias de la Salud de la Universidad San Francisco y Director del hospital de los Valles, seguido de las palabras del Subsecretario de Investigación Científica, Dr. Fernando Cornejo

Posteriormente la Dra. Miriam Bucheli habló sobre los avances de la investigación en el país así como la ejecución campaña ConócELA.

A continuación el Dr. Salameh realizó una magistral exposición con estudios de casos reales y una explicación muy minuciosa sobre la realización de Electromiografías.

El evento se cerró con un panel de discusión con varios neurólogos del país y el Dr. Salameh. Surgieron una serie de preguntas y discusiones profesionales que retrasaron un poco el cierre el evento que finalizó con un cocktail.

PRODUCTO: PULSERAS CON INFORMACIÓN

Dado que el evento fue auspiciado por el Senescyt y fue gratuito los fondos que se obtuvieron fueron de la comercialización del producto.

El producto pretendía acercarse a un target joven, para difundir no únicamente a médicos ó especialistas sino también a comunidad en general. Para ello realizamos pulseras con colores llamativos y juveniles que capten la atención de nuestro target.

La venta de las pulseras se realizó en varias puntos de la ciudad como la Universidad San Francisco, Universidad de las Américas, Plaza de las Américas, Plaza Antara y CC. La Esquina.

El producto venía en un empaque que contenía la información respectiva de la enfermedad y de la campaña y su objetivo.

Las pulseras fueron vendidas a \$2,00 y el costo de cada pulsera fue de \$0,80. Se lograron vender 175 pulseras lo que nos permitió obtener \$210,00 que serán destinados a que la investigación se siga llevando a cabo a través del Proyecto ELA Ecuador.

BTL: ALAS PARA VOLAR

El BTL pretendía acercarse a la comunidad en general a través de una publicidad que capte la atención de los transeúntes y que genere impacto y recordación entre la gente que lo vea.

El BTL se realizó el lunes 7 de Mayo en el boulevard de las Naciones Unidas y en el parque La Carolina a lo largo del día.

Consistía en usar unas alas lo suficientemente grandes como para generar atención e impacto para acercarnos a la gente y difundir la enfermedad y sus terribles consecuencias.

MADRINA: ASAMBLEÍSTA MARÍA CRISTINA KRONFLE

La asambleísta María Cristina Kronfle al ser una persona joven con discapacidad y que lucha diariamente por los derechos de las personas con discapacidad en el país, nos pareció una excelente persona para ser la vocera de la campaña, ya que además es la presidenta de la Comisión Ocasional para discapacitados.

Ella accedió a formar parte de la campaña y juntos realizamos un video para difundirlo en varios medios digitales.

ACTIVISMO: DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES A ASAMBLEÍSTAS

El activismo lo realizamos a través de varios asambleístas del país y comunidad en general en redes sociales. La estrategia era realizar un video en donde la madrina de nuestra campaña se muestre como vocera de la campaña y hable sobre las terribles consecuencias de la ELA. A partir de esto difundir en redes sociales (Facebook y Twitter). Consiguiendo

que nuestro video sea visitado y lo vean, lo que queríamos lograr era llegar a los asambleístas a través de la presión social ejercida por jóvenes y miembros de la comunidad de Facebook y Twitter para eventualmente generar cambios en la asamblea respecto a ELA.

LOBBYING: CARTAS Y MATERIAL PUBLICITARIO A PRESIDENTES DE COMISIONES.

Para complementar el trabajo del activismo, realizamos acciones de lobbying para conseguir que la Esclerosis Lateral Amiotrófica pase a ser considerada como una enfermedad catastrófica para que puedan obtener todos los beneficios legales que se les concede.

Para ello realizamos cartas personalizadas para cada uno de los presidentes de las comisiones de la Asamblea Nacional y las fuimos a dejar personalmente. Lo que pretendíamos con esto es los asambleístas se concienticen al respecto, conozcan la enfermedad, sus graves consecuencias y el valioso aporte que ellos podrían realizar a través de sus curules.

CUÑA RADIAL

La cuña radial se realizó para conseguir que más medios de comunicación en radio y generar impacto en la sociedad.

DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN: FREE PRESS

Para continuar con nuestro objetivo de difusión masiva era necesario conseguir espacios en medios. Para ello se enviaron boletines de prensa a varios medios de comunicación y se hizo el respectivo seguimiento. Los medios que obtuvimos fueron Diario "El Comercio", en la sección sociedad donde se publicó la invitación al evento.

Además conseguimos entrevista en Radio Majestad, en donde nos proporcionaron una entrevista de aproximadamente 8 minutos para dar a conocer la campaña, los objetivos, el evento a realizarse y las actividades que estábamos desarrollando.

Radio Visión nos concedió un espacio en su agenda cultural para difundir la visita del Dr. Salameh y el evento.

Canal Uno nos concedió una pequeña entrevista para difundir la campaña y dar a conocer lo que estamos realizando, la entrevista no se realizó en vivo y nos comunicaron que saldrá al aire en esta semana.

CONCLUSIONES

- La ejecución de la campaña generó mucho impacto en varias personas y se cumplió el objetivo propuesto.
- Socialmente se consiguió mucho para las personas afectadas

BIBIOLGRAFÍA

- Morales-Valero, S. (2010). Esclerosis lateral amiotrófica: avances evidentes, soluciones pendientes. (Spanish). *Revista Médicas UIS*, 23(2), 76-80.
- Prida, J. (2009). Esclerosis lateral amiotrófica: una actualización. (Spanish). *Revista Mexicana De Neurociencia*, 10(4), 281-286.
- Martínez, H. R., Caro, E., Gil-Valadez, A., Cuevas, J., González-Garza, M., Molina-López, J., & ... Hernández-Torre, M. (2010). Amyotrophic lateral sclerosis and neurocysticercosis. *Revista Mexicana De Neurociencia*, 11(3), 240-242.
- Larraguíbel, L. (2009). Esclerosis lateral amiotrófica y Medicina Narrativa. (Spanish). *Revista Mexicana De Neurociencia*, 10(4), 255-258.
- Paz, F., Andrade-Palos, P., & Llanos, A. (2005). Consecuencias emocionales del cuidado del paciente con esclerosis lateral amiotrófica. (Spanish). *Archivos De Neurociencias*, 1017-18.
- Paz, F., Andrade-Palos, P., & Llanos, A. (2005). Consecuencias emocionales del cuidado del paciente con esclerosis lateral amiotrófica. (Spanish). *Archivos De Neurociencias*, 1017-18.
- Ministerio de Sanidad y Política Social de España. (2009). Guía para la atención de la esclerosis lateral amiotrófica (ELA). . (08-02-2012). Accedido de: <http://www.msc.es/profesionales/prestacionesSanitarias/publicaciones/docs/esclerosisLA.pdf>
- Entrevista Dra. Miriam Bucheli

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Auditoría de Imagen

Lenín Moreno

Vicepresidente de la República del Ecuador

Rossana Mikaela Pazmiño Ludeña

Quito, 18 de mayo de 2012

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

**HOJA DE APROBACION DE
PROYECTO DE TITULACIÓN**

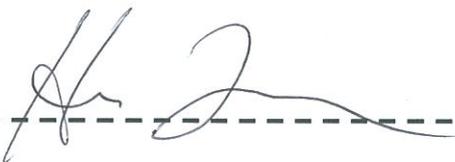
**Auditoría de Imagen
Lenín Moreno
Vicepresidente de la República del
Ecuador**

Rossana Mikaela Pazmiño Ludeña

Gabriela Falconí, MA
Profesor tiempo parcial
Configuración de
Proyectos

x 

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



1. Perfil Personal

Lenin Moreno nació el 19 de marzo de 1953 en Orellana-Ecuador. Está casado con Rocío Gonzales, con la que tiene tres hijas, Irina, Cristina y Carina.

Sacó su licenciatura en administración pública en la Universidad Central del Ecuador, que le ha ayudado a ser empresario y político. Su vida cambió drásticamente cuando en un asalto fue disparado en la espalda, lo que le dejó parapléjico, circunstancia que le ha originado la necesidad de ayudar a otros con el mismo problema y convertirse en un motivador. Después de esto fundó la fundación "Eventa" que promueve el humor y la alegría como la mejor medicina física y mental. Por esto también realizó estudios en Ciencias Sicológicas en la Universidad Central.

Moreno ha sido director de OMC Publigerencia Andina, gerente de ventas de Satho y gerente de comercialización de Zitro. Se ha destacado en el área de turismo fundando la Cámara de Turismo de Pichincha y ha sido director de la misma. Tiene varios años en la política y ha publicado varios libros como: "Filosofía para la vida y el trabajo", "Teoría y práctica del humor", "Ser feliz es fácil y divertido", "Los mejores chistes del mundo", "Humor de los famosos", "Trompabulario", "Ríase, no sea enfermo" y "Cuentos no ecológicos".

2. Perfil Profesional

- Desde 2007 hasta el presente: Vicepresidente del Ecuador como binomio de Rafael Correa
- Desde 2004 hasta el presente: Conferencista de Motivación y Humor para la Vida y el Trabajo
- 2001 - 2004 Director Nacional de Discapacidades
- 1997 – 1999 Director Ejecutivo de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo
- 1997 – 1999 Director Ejecutivo de la Cámara de Turismo de Pichincha
- 1996 – 1997 Director Administrativo Ministerio de Gobierno
- 1986 – 1992 Director OMC Publigerencia Andina
- 1985 – 1986 Gerente comercialización Zitro

- 1982 – 1984 Gerente de venta Satho
- 1976 – 1978 Director Centro de Formación Profesional Continental
- Lenin Moreno culminará su carrera política en este año. Durante 5 años acompañó al presidente Rafael Correa como binomio en las elecciones pasadas. En una entrevista durante el programa El Ciudadano TV, que transmite la

televisión pública agregó “Esto ha sido debut y despedida”.

- De la misma manera, señaló que la decisión de no postularse es una promesa que realizó a su familia “Ya hice la promesa a mi familia, ya conversé con el señor Presidente de la República. Él tiene mucha fuerza, mucha piola para seguir sirviendo a la ‘Revolución Ciudadana’ (proyecto político que impulsa Correa). Yo no es que no tenga deseos de hacerlo, pero quiero dedicarme a la vida familiar y un poco a mi salud también”.
- Por último, en un futuro puede colaborar con el Gobierno, pero no desde la vicepresidencia.

3. Análisis del lenguaje verbal

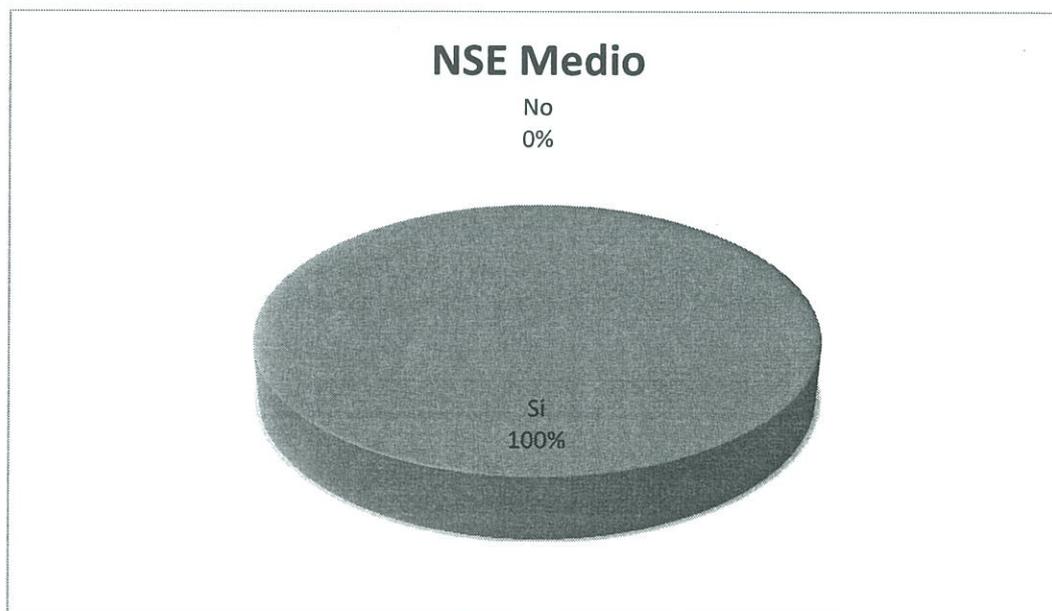
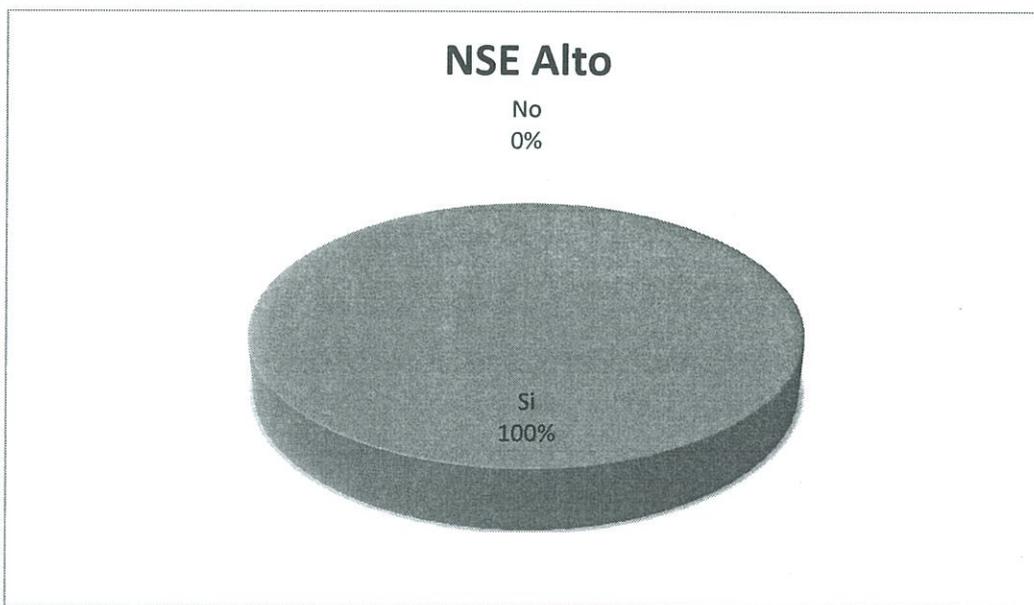
- En todos los medios se pudo encontrar una unificación en los mensajes del vicepresidente con un énfasis en los valores. En contraste a la imagen conflictiva del Presidente, el vicepresidente siempre toma una actitud reconciliadora.
- La prioridad para él es ser “mejores seres humano”, razón por la que se enfoca en la inclusión, respeto y solidaridad, lo que se evidencia en sus mensajes y relaciones con otras personas.
- Otro aspecto transcendental es la transparencia y honradez, por lo que siempre busca un contacto directo con las personas, tanto gente con la que se encuentra como con políticos internacionales con los que maneja relaciones muy sólidas.

4. Análisis lenguaje no verbal

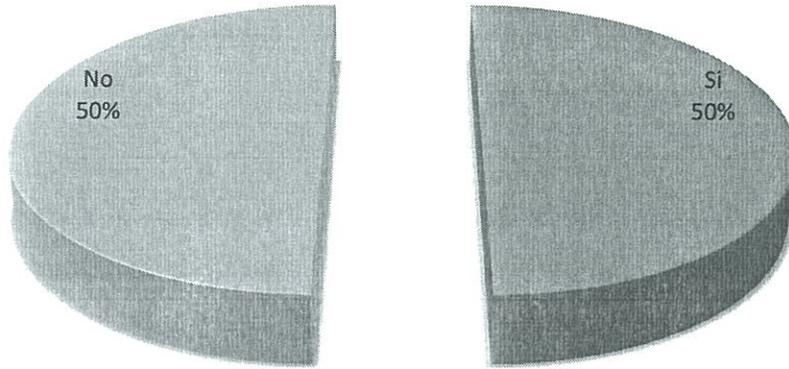
- Entendiendo que su movimiento es un poco restringido al estar en silla de ruedas, el énfasis recae en sus manos y su expresión.
- Siempre mantiene una expresión cálida y serena. Busca captar la atención de las personas viendo directamente a los ojos.
- En cuanto a sus manos tiende a responder directamente a la situación, en momentos tranquilos apoya sus manos en sus piernas, mientras que hablando o explicando sobre algún tema de interés tiene mayor movimiento, sin ser amenazador pero más efusivo.
- Basado en sus creencias, algo importante para él al acercarse a una persona (en especial alguien discapacitado) es mandar mensajes de corazón sin decir en voz alta, ya que verbalmente pueden ser malinterpretados pero al ser de corazón igual se transmiten de manera positiva.

5. Encuestas

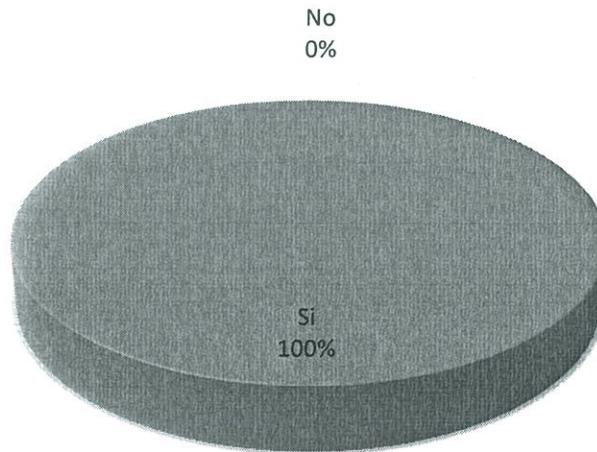
- ¿Sabe cómo se llama el vicepresidente del Ecuador?



NSE Bajo

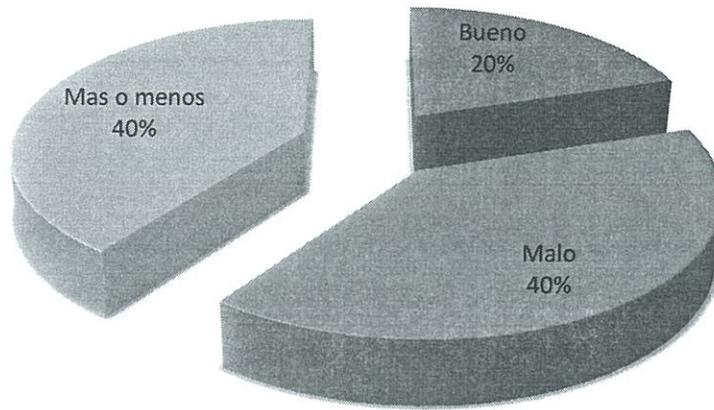


Taxistas



- ¿Le parece que el vicepresidente Lenin Moreno ha sido bueno o malo?
¿Cómo considera o percibe al vicepresidente Lenin Moreno? ¿Por qué?

NSE Alto



NSE Medio

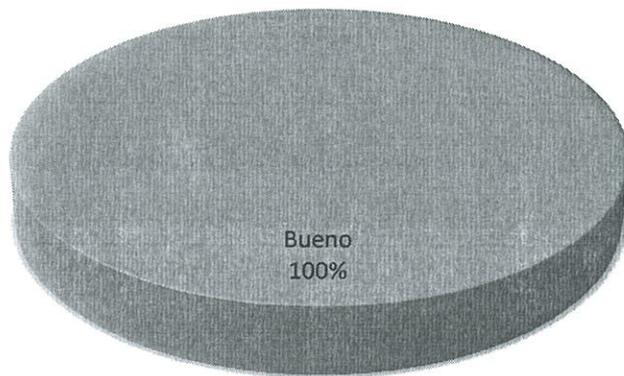
Malo 0% Mas o menos 0%



NSE Bajo

Mas o menos
0%

Malo
0%



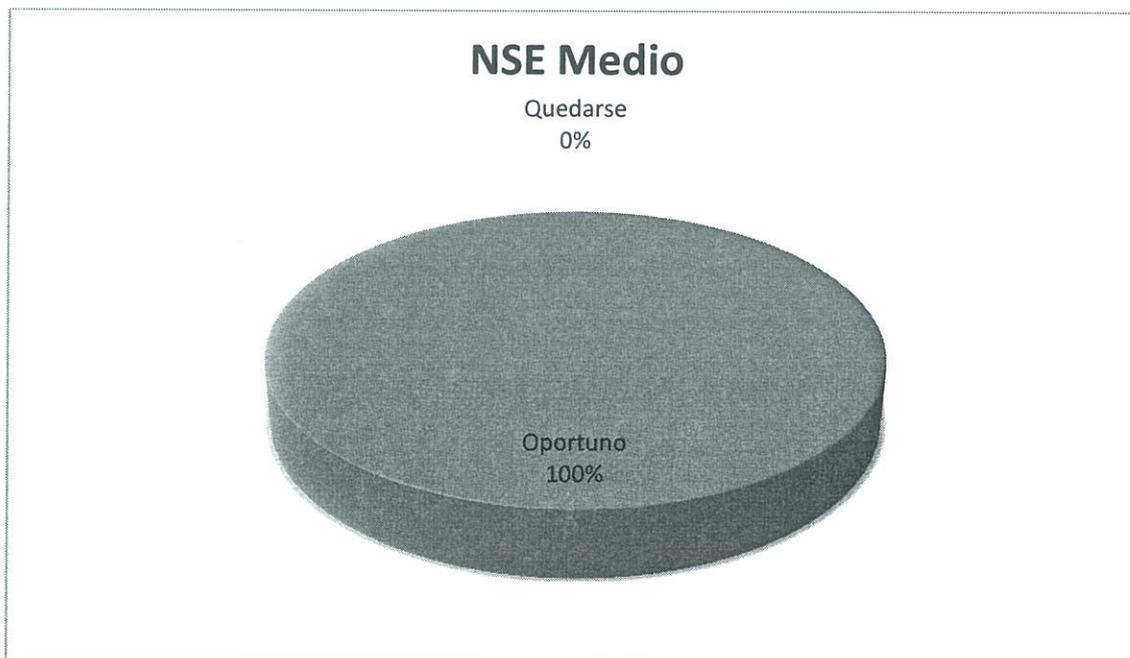
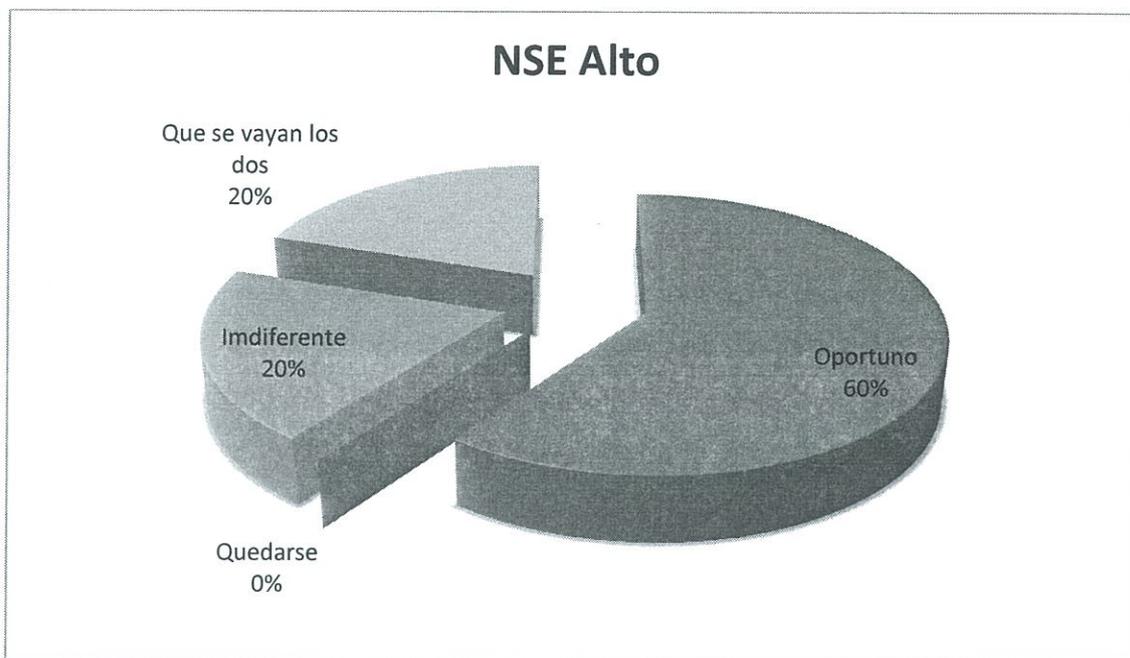
Taxistas

Mas o menos
0%

Malo
0%

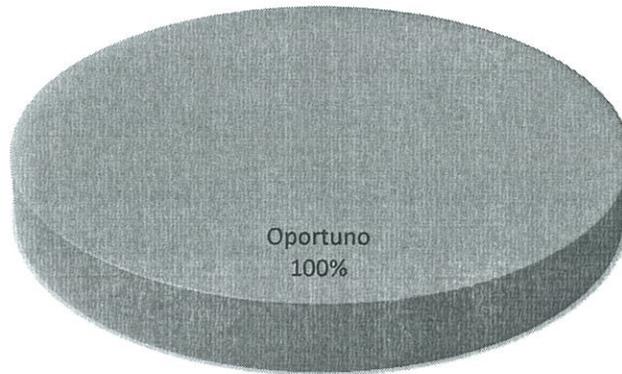


- ¿Qué opina que deje la vicepresidencia? ¿Oportuno o que debería quedarse con Correa?

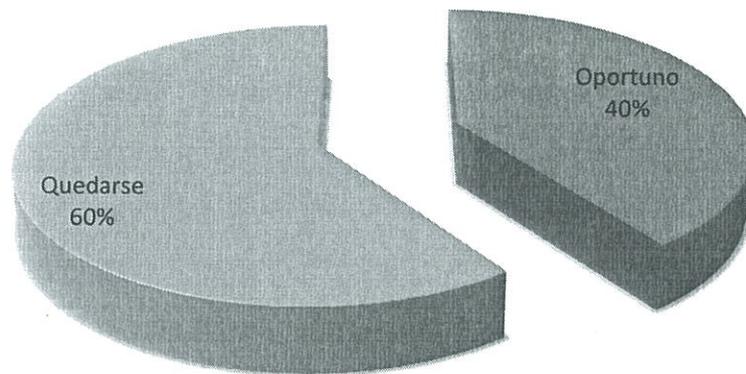


NSE Bajo

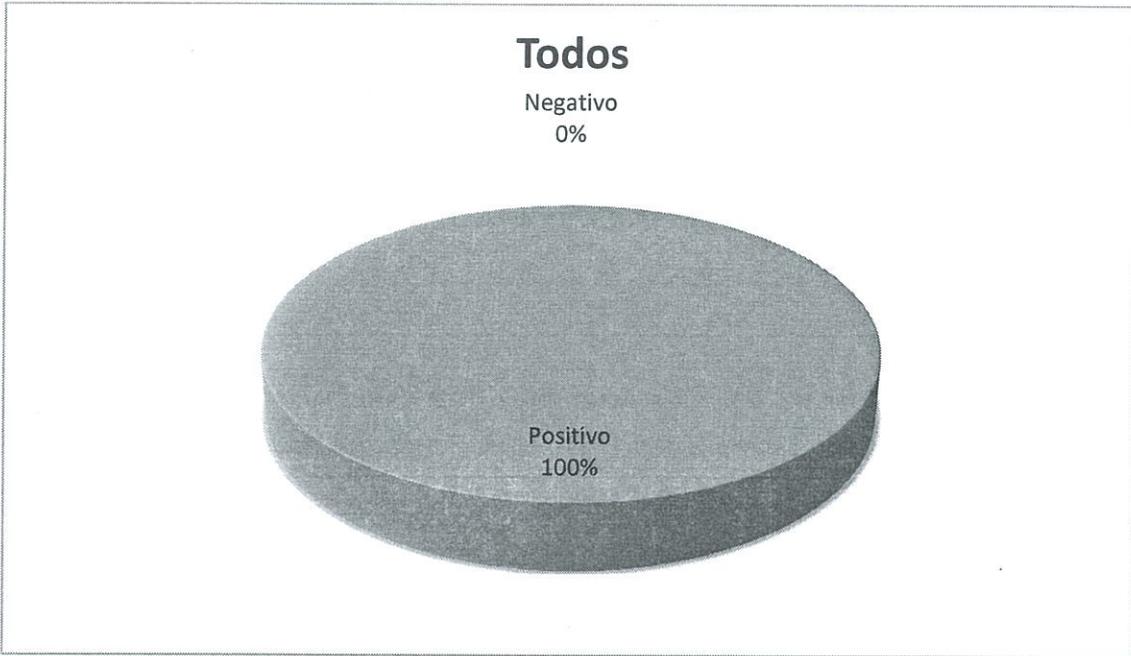
Quedarse
0%



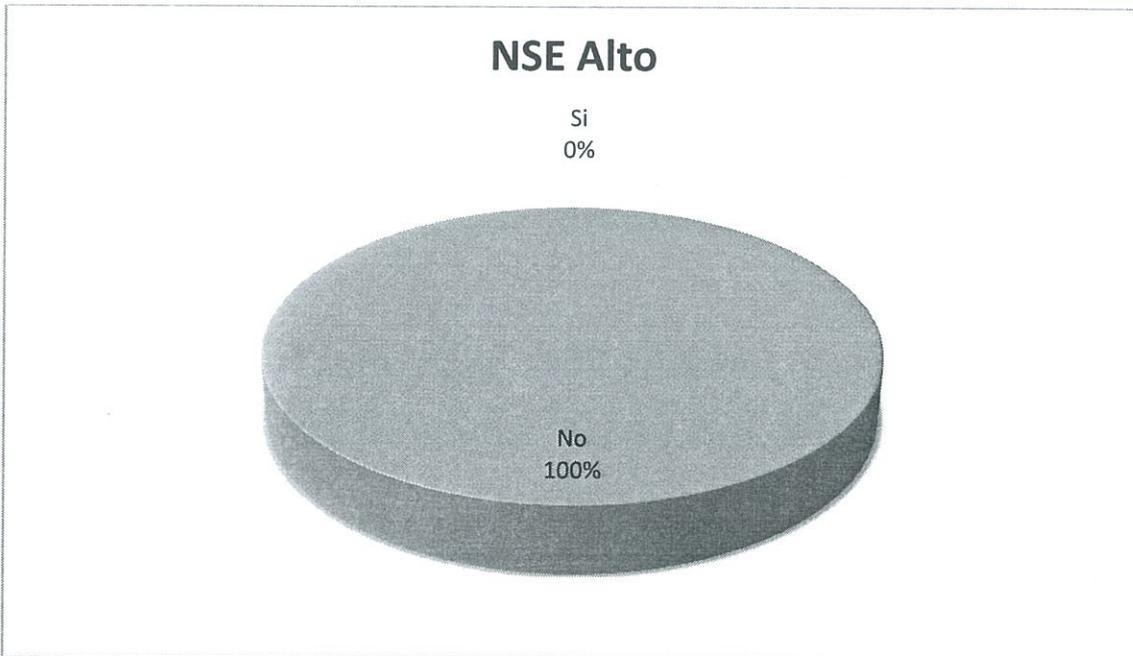
Taxistas



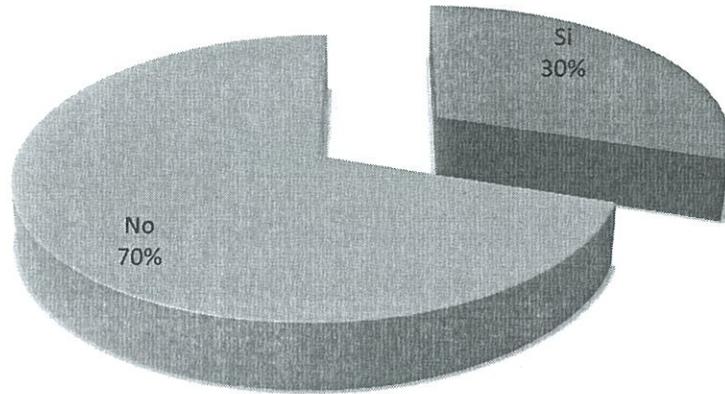
- ¿Le parece que el impacto con las personas incapacitadas ha sido positivo o negativo?



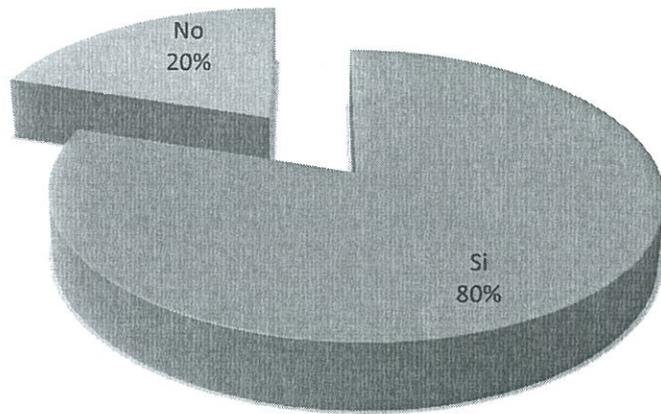
- ¿Usted confía en lo que dice el vicepresidente?



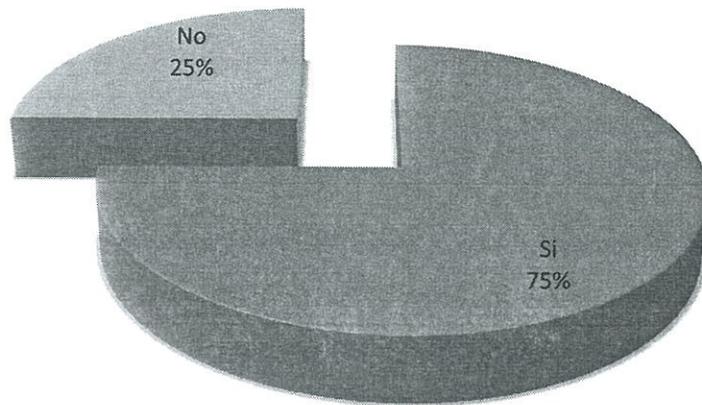
NSE Medio



NSE Bajo



Taxistas



- A comparación del presidente Rafael Correa, ¿cómo le parece que es la actitud del vicepresidente?

NSE Alto

Positivo	Negativo
<ul style="list-style-type: none">• Solidario• Respetuoso• Ecuanime	<ul style="list-style-type: none">• Son lo mismo

NSE Medio

Positivo	Negativo
<ul style="list-style-type: none">• Muy buena• Conciliadora• Transparente• Pacífica	<ul style="list-style-type: none">• Regular, busca justificar actitudes negativas quedando él mal

NSE Bajo

Positivo	Negativo
<ul style="list-style-type: none">• Pasivo• Solidario• Admirable• Amigable	<ul style="list-style-type: none">• Nada

Taxistas

Positivo

- Recto
- Sincera
- Sin prepotencias/machismo
- Pasiva

Negativo

- No es competencia para Correa
- No es lo que parece, es frío y distante

6. Redes sociales

En el caso de Lenin Moreno, aunque encontramos un sitio oficial en Twitter, no maneja ninguna red social. Existen páginas en Facebook no oficiales, pero en ningún portal existe información aparte de una biografía corta con una imagen. Como nos explicó el vicepresidente, él no utiliza redes sociales porque prefiere un contacto físico con las personas, no uno virtual, razón por lo que él no ve la necesidad de utilizar esta herramienta.

Por otro lado, la vicepresidencia en general si maneja estas redes sociales anunciando las diferentes noticias o comentarios de eventos relevantes.

7. Entrevista

- **¿Cómo se describe a sí mismo?**

Bueno, yo soy un ser humano que lucha por vencer los miedos que puede generar el ser solidario. Las trabas que tenemos todos adentro que hay que superar para tratar de ser mejores seres humanos. No porque nadie nos este viendo o nadie nos está juzgando a la final la vida es para ensayar un poco, creo que debemos, si hay parámetros, si hay valores que son trascendentes, los cuales debemos nosotros todos los días procurar cumplirlos, como la lealtad, como la solidaridad, la honradez, la honestidad, la transparencia, la verdad, la alegría, el entusiasmo, la fe, el buen humor, etc, etc. Sí, soy un ser humano que trata de ser más humano reforzando, fortaleciendo, dichos valores.

- **¿Cómo cree que le perciben sus votantes?**

Bueno, mis ex-votantes, yo creo que piensan que soy una persona sincera, soy una persona leal y que me he puesto en la cabeza la firme convicción que la política no es sino servir. Si es que no aprovechamos el momento político que nos proporciona un votante para servir a los demás definitivamente vamos a desperdiciar nuestro tiempo.

- **¿Alguna vez ha tenido una asesoría de imagen? Si ha tenido, ¿cómo se sintió? ¿Percibió algún cambio?**

Sí, los asesores de imagen te enseñan a ser uno mismo sugiriéndote que seas otro. Sé tú mismo, siendo otro para ser tú mismo. Yo procuro no hacerles mucho caso a los asesores de imagen. Pero si tengo asesoras de imagen caseras, mi esposa y mis hijas que son duras críticas de los errores que ellas piensan que cometo, eso es lo que me permite enderezar criterios, enderezar condicionamientos.

- **¿Usted busca algún medio específico para comunicar sobre sus proyectos actuales?**

Siempre nos valemos de todos los medios, revistas, televisión, medios de comunicación distintos, periódicos, conferencias, pero nosotros creemos que la gente percibe exactamente cuál es nuestra actividad. Podemos desplegar a lo nacional, todas las personas tienen o conocen por lo menos a una persona con una discapacidad que ha sido visitada por la Misión Manuela Espejo y hasta fines de este año serán atendidos todos.

- **¿Qué tanta importancia le da usted a las redes sociales ya que en sus páginas oficiales no existe mucha actividad? ¿Le dan más importancia a las de la vicepresidencia?**

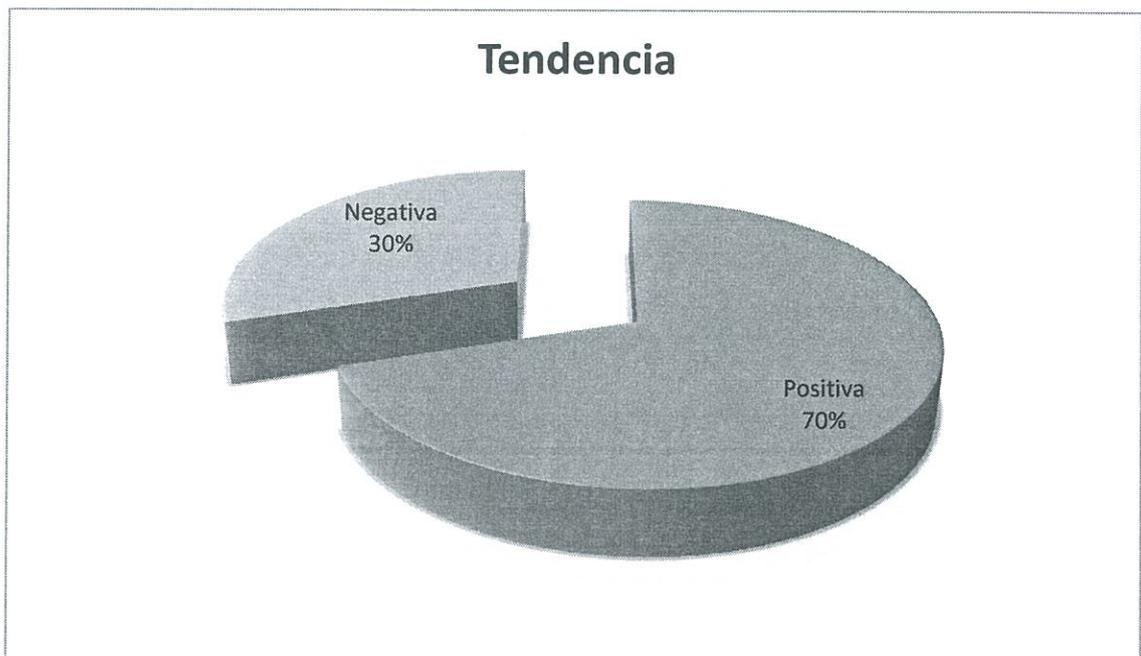
Yo no tengo, yo no estoy en Facebook ni Twitter. Yo soy un apasionado de ver a la gente en persona, soy un apasionado de conversar con la gente por teléfono, no me gusta escribir a la gente. Antes me gustaba escribir cartas, el género epistolar me parece muy lindo, pero definitivamente esas cartas, mal escritas, con faltas de ortografía, no soy muy afecto a eso. Me gusta más ver a la gente, me gusta más poder estar con ellas, tomar un café. Disfruto más de ir a las calles, verles y darles un beso. Disfruto más de eso.

- **¿En los medios de comunicación sale que usted no se va a re-postular para la vicepresidencia, en ese caso, cuáles son sus planes a futuro? ¿Qué le hizo tomar esta decisión?**

Yo tengo dos pasiones, la una es el humor, la honestidad, la tolerancia, la hospitalidad que creo que hay que propiciarla, porque son valores extraordinarios que hacen ganar por lo menos el 50% de lo que se requiere para una buena relación. Si a ti te reciben con una buena sonrisa

ya ha hecho 50% de una buena relación, lo demás por supuesto ya corresponde a la técnica, el profesionalismo, del tiempo para que la persona pueda darte una buena atención. Eso por una parte, por otra parte mi otra pasión es la física cuántica aplicada a los valores, un poquito de lo que se trata, no de las fórmulas que bien lerdo soy para ellas, pero si de las conclusiones que sacan los científicos cuánticos como Stephen Hawking, Richard Feynman, entre otros. El momento en que empecé a leer los libros de Hawking me di cuenta de que había comportamientos en el microcosmos que desvirtuaban cualquier concepto de tiempo y de espacio, entonces la pregunta es: no será que el microcosmos tiene esas mismas leyes, esos mismos comportamientos anti tiempo y anti espacio, no será que el tiempo no es sino una ilusión de nuestra conciencia, que nos permite, a los acontecimientos que ya están dados ponerlos de manera ordenada para poder disfrutarlos o resolverlos moderadamente. Y no será que el espacio a lo mejor no existe, no será que el espacio no es sino un comportamiento de ver para alejarme de ti y no entender que somos una sola cosa

8. Monitoreo de medios (Anexo)



En cuanto al monitoreo de medios se pudo evidenciar una tendencia **positiva** del 70%. En la cual los temas más comunes son:

- Nominación al premio Nobel de la Paz
- Campañas para ayudar a personas discapacitadas
- Relaciones con políticos internacionales con el fin de replicar el modelo de ayuda para personas discapacitadas en sus países respectivos.

Por el otro lado, pudimos encontrar un 30% de noticias con tendencia **negativa**, ya que habían varias publicaciones en las que se utilizaba el nombre del Vicepresidente pero en noticias sin un trasfondo sobre él o su involucramiento, de igual manera se encontraron algunas en las que la visión de él era crítica, los temas se enfocaban en:

- Conflictos sobre casos de prensa (caso Universo y Gran Hermano)
- Inversiones políticas en publicidad

Cabe recalcar que en el caso de las noticias positivas el propósito de las noticias es comentar sobre sus logros o proyectos, mientras que en el caso de las negativas el enfoque va más hacia el partido Alianza País o conflictos del Presidente, situaciones en las que el Vicepresidente se mantiene sereno pero apoyando firmemente a sus colegas. Igual se puede ver un gran alcance mediático mundial, desde países vecinos Latinoamericanos hasta como Alemania, Rusia y China, demostrando así el gran alcance de Moreno.

9. Conclusiones

La imagen del vicepresidente Lenin Moreno es bastante sólida y global, sus mensajes son directamente relacionados con sus acciones, lo que permite tener una coherencia. El éxito de estas acciones conlleva a una imagen positiva del mismo. Además, ser transparente ante su público y transmitir su imagen tal como es, le lleva a ser reconocido a nivel nacional e internacional.

En los medios de comunicación se proyecta con una imagen pacífica y reconciliadora, para lograr un equilibrio en el gobierno. Por otro lado, su comunicación verbal, basada en los valores, le da un estereotipo e identidad marcada que se relaciona directamente con su labor social. La comunicación no verbal es respaldada por la comunicación verbal ya que mantiene una postura acorde a sus discursos.

En el público se evidenció que todos le reconocían, aunque el 50% de personas de NSE bajo no recordaban su nombre, lo ubicaban por sus acciones. De todos los niveles se pudo ver que hacen referencia al impacto positivo con las personas

discapacitadas. De igual forma los encuestados admiten que creen en lo que dice el vicepresidente, a excepción de los de NSE alto, lo que se puede atribuir a su rechazo al partido Alianza País.

Al pedir a los encuestados que comparen al primer mandatario con el Vicepresidente se pudo evidenciar que a Correa lo ven como conflictivo y prepotente, a diferencia de Moreno que es pacífico y humilde. De todas maneras, al hacer un juicio de valor personal, en el NSE alto se lo percibe como “la primera dama”, ya que se encarga de todo lo social. En el NSE medio y bajo tiene una aceptación positiva por sus obras sociales, al igual que con los taxistas, a diferencia de uno específico que comentaba la visión a través de sus amigos, que son guardaespaldas del Vicepresidente, que comentan que su actitud es negativa, a diferencia de Correa que se preocupa mucho por el bienestar de todo su grupo de trabajo.

Finalmente, una gran estrategia de comunicación que le ha dado reconocimiento internacional, es su candidatura al premio Nobel, que fue nominado por un grupo de ecuatorianos que viven en Noruega. Que va apegada directamente con sus mensajes relacionados a la solidaridad y compromiso, que ha reforzado su imagen y comunicación.

10. Recomendaciones

Es evidente que la imagen del Vicepresidente es bastante sólida; sin embargo, la falta de manejo de las redes sociales resulta en algo negativo ya que estamos en una época en la que la comunicación debe ser directa e inmediata, factor que se pierde al solamente buscar un contacto directo o medios masivos. Por otro lado, el no manejar estas herramientas crea una barrera entre su público y sus mensajes. En especial en su situación, que está dejando la política, las redes sociales pueden presentar no solo una técnica de informar sino también de dar a conocer sus planes a futuro, con lo que podría enganchar a sus ex-votantes a sus futuros proyectos.

La imagen con la que está saliendo de la Vicepresidencia es positiva ya que ha cumplido con todas sus propuestas de una manera cordial y amigable. El hecho de que se vaya a dedicar a consultor político va acorde de su trayectoria al igual que el énfasis en el humor por lo que tiene varios libros publicados sobre este tema. Desafortunadamente ha expresado que se quiere enfocar a la física cuántica enfocada en los valores lo que rompe con su línea de comunicación política.

Además, que no cuenta con la reputación necesaria para convertirse en un líder de opinión en el ámbito científico.

En nuestra opinión recomendaríamos que explote su lado literario continuando con libros enfocados al humor, añadiendo libros sobre la física cuántica. Es así que mantiene una imagen seria para el lado político y humano para los demás. Respecto al manejo de la Web 2.0 debería promocionar mediante páginas web, blogs y redes sociales que le permiten mostrar sus publicaciones al igual que mantener un dialogo abierto en el que pueda explicar teorías avanzadas en lo que es experto.

Finalmente, un aspecto de gran importancia es un cambio de conducta con su grupo de trabajo directo como secretarias, guardaespaldas entre otros con los que debería interactuar de una forma positiva demostrando preocupación por su bienestar.

Bibliografía

"El Vicepresidente." *Vicepresidencia Republica del Ecuador*. N.p., n.d. Web. 20 Feb 2012. <<http://www.vicepresidencia.gob.ec/vicepresidente.html>>.

"La Hueca." *Rafael Correa - Lenín Moreno Garcés*. 20 Feb. 2012. <<http://www.ecuaworld.com/ecuablog/index.php?itemid=35>>.