

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS**

**Política, poder y redes sociales: Análisis comparativo  
de la interactividad de los espacios informativos de  
Lenín Moreno y Rafael Correa en *Twitter***

Trabajo de Investigación

**María Paula Goyes Larrea**

**Periodismo Multimedios**

Trabajo de titulación presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciada en Periodismo Multimedios

Quito, 14 de mayo de 2018

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES  
CONTEMPORÁNEAS

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**Política, poder y redes sociales: Análisis comparativo de la  
interactividad de los espacios informativos de Lenín Moreno y Rafael  
Correa en *Twitter***

**María Paula Goyes Larrea**

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Eric Samson, M.A

Nombre del profesor, Título académico

Tania Orbe Martínez, MSC.

Firma del profesor:

---

Firma del profesor:

---

Quito, 14 de mayo de 2018

## Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante:

---

Nombres y apellidos:

María Paula Goyes Larrea

Código:

00117435

Cédula de Identidad:

0401674072

Lugar y fecha:

Quito, 14 de mayo de 2018

## **AGRADECIMIENTOS**

*A mis padres Wilson Goyes y María Elena Larrea, a mi hermano Wilson David,  
quienes son mi motor, mi guía y mi apoyo constante.*

*A mi tutora Pamela Cruz por la guía y el apoyo a lo largo de mi investigación.*

*A Eric Samson y Tania Orbe quienes me guiaron en la realización de mis productos  
finales, gracias.*

## **DEDICATORIA**

*A mis padres y hermano por el apoyo a lo largo de mi carrera universitaria,  
muchas gracias.*

## RESUMEN

Desde la llegada de Rafael Correa al poder, se han implementado métodos y estrategias de comunicación política con el fin de informar a cada ciudadano la agenda presidencial. Estas estrategias dieron como resultado implementar un enlace informativo cada sábado llamado Enlace Ciudadano, en el cual el ex presidente Rafael Correa mediante un discurso presidencial, abarcaba de tres a cuatro horas su intervención con diferentes segmentos creando presencia mediática. Con el actual Gobierno de Lenín Moreno, sucesor de Rafael Correa, se reemplazó los Enlaces Ciudadanos por cadena nacional llamado *El Gobierno Informa*, por lo que la comunicación política ha tenido algunos cambios que han creado tensión política en las redes sociales, específicamente en *Twitter*. La presente investigación académica tiene como objetivo analizar cómo se da el proceso de interactividad alrededor de los espacios informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa que se difunden en *Twitter* en los que existe tensión política entre ellos. Este análisis es importante debido a la coyuntura y la realidad que enfrentan los líderes políticos en sus redes sociales, además es una investigación nueva que desglosa puntos importantes del actual presidente del Ecuador. Los resultados obtenidos demostraron que además de existir pugnas en *Twitter* entre Rafael Correa y Lenín Moreno, los usuarios son partícipes de sus publicaciones, reaccionando con comentarios, *likes* y “me gusta”, lo que genera interactividad masiva en redes sociales.

### **Palabras clave:**

Enlace ciudadano, interactividad, información mediática, comunicación política, líderes políticos.

## ABSTRACT

Since the arrival of Rafael Correa to political power, methods and strategies of political communication have been implemented in order to inform each citizen of the presidential agenda. These strategies resulted in the implementation of an information link every Saturday called *Enlace Ciudadano*, in which former President Rafael Correa, through a presidential speech, covered his intervention with different segments, creating a media presence from three to four hours. With the current Government of Lenin Moreno, Rafael Correa's successor, the Citizen Links were replaced by the national chain called *El Gobierno Informa*, so political communication has had some changes that have created political tension in social networks, specifically on Twitter. The objective of this academic research is to analyze how the process of interactivity takes place around the information spaces of Lenín Moreno and Rafael Correa that are broadcast on Twitter in which there is political tension between them. This analysis is important due to the situation and the reality faced by political leaders in their social networks, and it is a new investigation that breaks down important points of the current president of Ecuador. The results showed that in addition to Twitter struggles between Rafael Correa and Lenin Moreno, users are participants in their publications, reacting with comments, likes and "I like", which generates massive interactivity in social networks.

### **Key words:**

Citizen link, interactivity, media information, political communication, political leaders

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	12
<b>OBJETIVO GENERAL</b> .....	19
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	19
<b>DESARROLLO DEL TEMA</b> .....	20
De la interactividad a la comunicación política .....	20
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	24
<b>MARCO LEGAL</b> .....	26
<b>CAPÍTULO I</b> .....	29
El ejercicio mediático de la política en Ecuador .....	29
1.1 Los medios y la política .....	29
1.2 Características del discurso de Rafael Correa Delgado .....	32
1.2.1 Relación de Rafael Correa con los medios de comunicación .....	36
1.3 Características de la gestión de Lenín Moreno .....	43
1.3.1 Relación de Lenín Moreno con los medios de comunicación .....	45
<b>CAPÍTULO II</b> .....	47
Características de los espacios informativos usados por Rafael Correa y Lenín Moreno.....	47
2.1 <i>Enlace Ciudadano</i> , espacio informativo de Rafael Correa.....	47
2.2 Influencia del <i>Enlace Ciudadano</i> en los medios de comunicación .....	51
2.3 <i>El Gobierno Informa</i> de Lenín Moreno.....	53
2.3.1 Influencia de <i>El Gobierno Informa</i> de Lenín Moreno en la agenda mediática .....	56
2.4 Participación ciudadana y política en redes sociales .....	60
2.5 Rafael Correa y Lenín Moreno en <i>Twitter</i> .....	61
<b>CAPÍTULO III</b> .....	68
Análisis del proceso de interactividad en los espacios informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa .....	68
3.1 Datos de identificación de los enlaces informativos .....	70
3.2 Temáticas de los enlaces informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa ...	72
3.3 Nivel de características básicas e interactividad en <i>Facebook</i> de los enlaces informativos.....	73
3.4 Interactividad en <i>Twitter</i> en base a los enlaces informativos .....	74
3.4.1 Interactividad en reacción al enlace informativo <i>El Gobierno Informa</i> .....	78
<b>CONCLUSIONES</b> .....	86

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>90</b>
<b>PRODUCTOS COMUNICACIONALES .....</b>	<b>93</b>
<b>Manual para ejercer periodismo político en <i>Twitter</i>.....</b>	<b>94</b>
<b>Revista Enfoque .....</b>	<b>122</b>
<b>Página web.....</b>	<b>126</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>130</b>
<b>Anexo A: Utilizado para los productos comunicacionales e investigación académica .....</b>	<b>130</b>
<b>Anexo A.1 Entrevistas .....</b>	<b>130</b>
<b>Anexo B. Matrices.....</b>	<b>142</b>
<b>Anexo C. Análisis de la interactividad del enlace digital de Rafael Correa en Facebook.....</b>	<b>145</b>
<b>Anexo C.2 Análisis de la interactividad de un extracto del enlace informativo de Lenín Moreno en Facebook .....</b>	<b>147</b>
<b>Cronograma de Actividades .....</b>	<b>148</b>
<b>Gastos y Costos .....</b>	<b>153</b>
<b>Gasto comercial.....</b>	<b>153</b>
<b>Gasto real.....</b>	<b>154</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 Medios de comunicación públicos y administrados por el Estado.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 2 Diferencias y semejanzas de los enlaces informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 3 Titulares de los medios impresos del Ecuador en una temporalidad determinada del 2017 .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 4 Datos de identificación de los enlaces informativos.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 5 Variables comparativas de los enlaces informativos .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 6 Interactividad en Twitter de Rafael Correa.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 7 Interactividad en Twitter de Lenín Moreno .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 8 Interactividad en Twitter de Rafael Correa.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 9 Interactividad en Twitter de Lenín Moreno .....</b>	<b>83</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Temáticas del enlace digital de Rafael Correa.....	<b>75</b>
<b>Gráfico 2</b> Temáticas de El Gobierno Informa en Facebook.....	<b>76</b>
<b>Gráfico 3</b> Comparación de los enlaces informativos .....	<b>77</b>
<b>Gráfico 4</b> Interactividad en los Tuits de Rafael Correa.....	<b>79</b>
<b>Gráfico 5</b> Interactividad en los Tuits de Lenín Moreno .....	<b>80</b>
<b>Gráfico 6</b> Interactividad en los Tuits de Rafael Correa.....	<b>82</b>
<b>Gráfico 7</b> Interactividad en los Tuits de Lenín Moreno .....	<b>84</b>
<b>Gráfico 8</b> Comparación de la interactividad en Twitter de Rafael Correa y Lenín Moreno.....	<b>85</b>

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen 1 Perfil de Twitter de Rafael Correa.....</b>	<b>61</b>
<b>Imagen 2 Perfil de Twitter de Lenín Moreno .....</b>	<b>62</b>
<b>Imagen 3 Tuits publicados por Rafael Correa.....</b>	<b>63</b>
<b>Imagen 4 Tuit publicado por Rafael Correa.....</b>	<b>64</b>
<b>Imagen 5 Tuit publicado por Rafael Correa.....</b>	<b>64</b>
<b>Imagen 6 Tuit publicado por el presidente Lenín Moreno .....</b>	<b>65</b>
<b>Imagen 7 Tuit publicado por el presidente Lenín Moreno.....</b>	<b>66</b>
<b>Imagen 8 Tuit publicado por el presidente Lenín Moreno.....</b>	<b>66</b>

## INTRODUCCIÓN

El ejercicio del discurso político tiene sobre todo presencia mediática en donde se puede lograr incidencia política la interpelación y mediación entre el poder y la ciudadanía (Leiva, 2017). El uso frecuente de los espacios mediáticos inició desde hace más de diez años en Latinoamérica, los ex presidentes de Venezuela, Hugo Chávez, y de Colombia, Álvaro Uribe, iniciaron con la práctica de comunicación política mediática y posteriormente se sumaron más presidentes a esta tendencia (Ayala, A. y Cruz, P., 2010).

En el caso de Ecuador, la presencia mediática periódica de personajes políticos en el siglo XXI empezó con la llegada de Rafael Correa al poder. El 20 de enero de 2007 comenzó la tendencia nacional y la intención de hacer mediática la información política con la difusión del primer Enlace Ciudadano<sup>1</sup>. Desde entonces, el vínculo entre periodismo y lo gubernamental se ha estrechado por estos enlaces que registran la voz presidencial y en donde el ex mandatario Rafael Correa fue uno de los personajes más influyentes y con mayor presencia mediática. El vínculo entre el gobierno y los medios se estrechó por el nivel de mediatización hacia las personas. Eran itinerantes, participaban personas y estaban disponible en internet; por lo que existía interacción. Dentro del proyecto político de la “Revolución Ciudadana”, entonces, se abrió un espacio de comunicación política como una estrategia discursiva de las actuales sociedades latinoamericanas.

El actual Gobierno, también del movimiento político de la “Revolución Ciudadana”, liderado por Lenín Moreno, apostó por ese ejercicio de comunicación política; pero con otra estrategia de comunicación mediática. Desde mayo de 2017,

---

<sup>1</sup> Fecha del primer enlace ciudadano: 20 de enero del 2007, el enlace titulado Unidos por Ecuador, tuvo una duración de una hora.

posterior al triunfo presidencial de Moreno, se eliminaron los enlaces sabatinos y se reemplazaron por cadenas nacionales los días lunes. A diferencia de los enlaces ciudadanos, esas cadenas no tienen interacción con las personas, se limitan a únicamente informar, pero esta información está disponible en las redes sociales. Esas cadenas han coincidido con la nueva estrategia de comunicación del ex presidente Correa, quien trasladó sus enlaces sabatinos a lo digital.

Los dos espacios mediáticos se han registrado como un porta voz de criterios y visiones (Ayala, A. y Cruz, P., 2010). En el caso de los enlaces de Correa, surgió una confrontación entre el jefe de Estado y los medios de comunicación, que en la historia nacional nunca ha dejado de existir. En el caso de Moreno, no se registran confrontaciones con los medios de comunicación, sino, ha surgido como iniciativa del Presidente, optar por el diálogo.

Alrededor de esos espacios de comunicación política y mediática existen investigaciones académicas que analizan los contenidos informativos del ex presidente Rafael Correa, quien puso en escena enfrentamientos con los medios. Por ejemplo, se ha dicho sobre ellos que “esta forma de ataque y de defensa al mismo tiempo es la principal forma arma dentro del campo. Esto debido a que el capital político es acumulable en la medida en cómo su representante es percibido y evaluado” (Avilés, 2012, pág. 47) y a pesar de no estar en el poder, desde el 12 de agosto de 2017.

Sobre la comunicación política de Rafael Correa, también se han hecho trabajos académicos. Así, Basantes (2013) menciona que los líderes y gobernantes han aumentado su presencia en los medios y dan uso a los textos políticos como pequeños trozos de declaraciones que se plasman en la memoria de los espectadores o audiencias. Las interpretaciones han causado confusiones y escándalos, por lo que para un medio es

responsabilidad la verificación de lo dicho (Basantes, 2013), a diferencia de las redes sociales, en donde los usuarios son responsables del contenido que generan.

Más allá de la televisión y del ex presidente Correa, Plúa analiza la participación ciudadana al señalar que los marcos referenciales de Alianza País llevaban una agenda que concebía una estructura orgánica nacional. La acción pública fue el principal detonante para la construcción de un “gobierno central” que incluyó la participación ciudadana que estaba dentro del proyecto político (Plúa, 2014), esto permitió la ruptura de dinámicas plurales ciudadanas para el debate público que afianzó una de las estrategias del Ejecutivo relacionando las decisiones y unió a la ciudadanía al interior de flujos de opinión cerca a su persona.

Sobre el discurso mediático de Rafael Correa y Lenin Moreno en redes sociales, sin embargo, no hay producción de conocimiento pese a que se evidencia una pugna de declaraciones y respuestas. La pugna política es en torno a las respuestas de los líderes del movimiento político de Alianza País y sus integrantes, los contenidos generados en las redes sociales, específicamente en *Twitter*, ha provocado reacciones en la ciudadanía, la cual se ha pronunciado mediante plataformas virtuales como usuarios personales y creando propias opiniones.

Cronológicamente, se registra que Lenin Moreno asumió desde el 24 de mayo la presidencia ecuatoriana. Días posteriores existió una pugna en *Twitter* entre los políticos de Alianza País por toda la trama desatada referente a los casos de corrupción, temas económicos y sobre todo lo que se relaciona al vice presidente Jorge Glas. Esta pugna sigue vigente en las redes sociales y en especial *Twitter* como plataforma de información y opinión donde también los ciudadanos replican y responden a los tuits de líderes del poder, lo que los involucra como parte de la noticia.

En cambio, sobre *Twitter* o en redes sociales se han hecho menos trabajos por ejemplo Jaramillo que habla sobre adaptarse a los nuevos cambios de comunicación es un desafío que debe enfrentar la comunicación. Los medios digitales han proporcionado la oportunidad de que el narrador diseñe espacios de información con la existencia de interactividad (Jaramillo, 2003). Si bien, el usuario actualmente está adaptándose a esta nueva era, el periodista también debe hacerlo. La tecnología de comunicación e información en Ecuador cada día se incrementa, el aprovechamiento de las herramientas digitales es usado por periodistas para publicar información por su inmediatez, ejemplo *Twitter*. Samaniego sostiene además que muchas noticias se conocieron primero por redes sociales, la mayoría de las publicaciones tienen alto contenido noticioso (Samaniego, 2014). Los líderes políticos, usan *Twitter* para exponer sus ideas, como Rafael Correa quien es un usuario altamente activo en esta plataforma social, al igual que Lenín Moreno actualmente.

La comunicación política es participación, generalmente todo lo relacionado a poderes del Estado es noticia y genera debates y reacciones (Basantes, 2013). Los espacios mediáticos se necesitan para intercambiar consensos, en este caso se ha generado pugnas en las redes sociales, específicamente en *Twitter*. Es importante el espacio público, así los ciudadanos también se identifican de alguna manera con los discursos presidenciales y los personajes difunden su propio contenido.

Tanto la revisión de literatura como el contexto histórico, confirman que los gobernantes están usando a los medios de comunicación para informar lo que están haciendo sobre el tema de política y medios. Existen trabajos, investigaciones, tesis y proyectos que han analizado el discurso y el contenido mediático del ex presidente como: “La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos”, esta investigación aporta con la constatación de cómo y en qué medida el

discurso del ex presidente Rafael Correa influyó en la agenda informativa de los medios de comunicación, llegando a la conclusión de que el discurso del ex mandatario influyó en la agenda mediática de la semana continua al Enlace Ciudadano en los seis medios de comunicación que se analizó: El Universo, Expreso, El Comercio, La Hora, HOY y el Telégrafo (Ayala, A. y Cruz, P., 2010). Pero ninguno de ellos ha estudiado comparativamente el uso y la interactividad de esos espacios informativos del ex presidente y un presidente que son cabezas visibles de una misma tendencia política. Eso pese a que existen reacciones no solo de la ciudadanía, sino de los integrantes de Alianza País y al parecer el economista Rafael Correa está pendiente de todo lo que está sucediendo en el Ecuador, por ello, aún interactúa en sus redes sociales, participando y creando discusiones y debates.

En mayo de 2013, la revista *ÍCONOS* publicó “Trayectorias de democratización y des democratización de la comunicación en Ecuador”, en el que se investigó las transformaciones entre agentes del gobierno y ciudadanos que tienden a incrementar la desigualdad y desprotección, lo que significa que, desde el punto de análisis mediática, el gobierno y la ciudadanía tienen una estrecha relación, lo que provoca es buscar la manera de que la política llegue a la opinión de su audiencia como ciudadanía.

“Enlace ciudadano: dispositivo de la Revolución Ciudadana”, en cambio, es un trabajo de tesis para maestría en comunicación con mención en opinión pública, describe y analiza las características del Enlace Ciudadano, por lo que aporta a mi trabajo de investigación para comparar con el nuevo estilo de información del nuevo presidente.

La revista *ECUADOR DEBATE* analizó en agosto de 2010 la relación de las representaciones e imaginarios religiosos de los discursos del ex presidente Rafael Correa como una narrativa bíblica del proyecto de la Revolución Ciudadana, titulado



“El presidente Rafael Correa y su Política de Redención”, por lo que esta investigación me contribuye al análisis que produjo la narrativa del ex presidente para ejercer la interactividad con los usuarios. “El Gobierno y los medios ¿Rafael Correa vs. Guadalupe Mantilla?”, la investigación analiza la relación Gobierno-medios y la evidencia de enfrentamientos entre el ex presidente Rafael Correa y los medios de comunicación, señalando como caso específico, lo que sucedió con Guadalupe Mantilla.

“Análisis de Telenoticias de la Acción del presidente Rafael Correa”, esta investigación analiza a la noticia en televisión como una construcción de modelos mentales que funciona en un contexto específico y determina que la comunicación política en la televisión puede tener grandes audiencias.

Los trabajos señalados han estudiado el caso de Rafael Correa, ninguno plantea la comparación entre un ex presidente y un presidente que son cabezas visibles de una misma tendencia política, por lo que no existe aún información de los contenidos informativos de Lenín Moreno, tampoco un análisis de las cadenas informativas, lo que observo son los contenidos en las redes sociales que proporciona el mandatario. Sin duda, existen reacciones no solo de la ciudadanía, sino de los integrantes de Alianza País y al parecer el economista Rafael Correa está pendiente de todo lo que está sucediendo en el Ecuador, por ello, aún interactúa en sus redes sociales, participando y creando discusiones y debates.

## **Pregunta de investigación**

En este marco mi investigación analizará las reacciones del nuevo método informativo y los contenidos en cuanto a las cadenas nacionales y las respuestas en redes sociales que han llamado la atención al ex presidente Correa, por lo tanto, mi

pregunta de investigación es ¿Cómo se da el proceso de interactividad alrededor de los espacios informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa que se difunden en *Twitter* en los que existe tensión política entre ellos?

## **OBJETIVO GENERAL**

Analizar cómo se da el proceso de interactividad alrededor de los espacios informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa que se difunden en *Twitter* en los que existe tensión política entre ellos.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar la relación entre comunicación mediática y política en la que han surgido los espacios informativos de gobernantes y ex gobernantes en el Ecuador.
- Identificar las características de los espacios informativos usados por Rafael Correa y Lenín Moreno y sus canales de interacción con las personas, a partir de los cuales se dan relaciones sociales entre los usuarios y los espacios informativos.
- Diseñar la metodología para analizar el proceso de interactividad en esos espacios informativos de Lenin Moreno y Rafael Correa.

## **DESARROLLO DEL TEMA**

### **De la interactividad a la comunicación política**

Para mi trabajo de investigación es importante definir algunos conceptos, como la interactividad, comunicación política, líderes políticos. Empezaré por la interactividad como un fenómeno asociado a las innovaciones tecnológicas y de usos sociales de la Red y en donde los usuarios tienen relación con los contenidos informativos (Masi, P. et al, 2010). Este concepto exige a los medios digitales el diseño y producción de información, además el uso y aprovechamiento de la estructura hipertextual de contenidos, es una de las características del lenguaje innovador que gira en torno a la comunicación (Jaramillo, 2003). Otra de las definiciones que añade Jaramillo es que el diseño de las opciones de navegación es la proyección de temas y la suposición de la necesidad informativa de los usuarios, lo que genera una competencia en el entorno interactivo.

Esto lleva a conceptualizar una nueva imagen sobre la interacción, ya que las interacciones sociales han sido cara a cara, sin embargo, con el desarrollo tecnológico de las comunicaciones, información y transporte, se han modificado patrones de comunicación entre sujetos y han surgido espacios virtuales de encuentro de personas separadas por espacio y tiempo. (Cruz, 2009). De acuerdo con esta propuesta, añado que la interactividad, desde mi punto de vista, se usa para que la audiencia responda y aporte con el contenido informativo a través de la mediación de la tecnología.

Como generadores de información, tenemos que adaptarnos al nuevo cambio, tal vez se podría mirar como un desafío que tiene que enfrentar la comunicación. Las

nuevas audiencias, lectores, espectadores y televidentes son parte del proceso comunicativo, por lo que no debemos descartar sus respuestas en cuanto a la captación de noticias que ellos reciben.

Uno de los factores más influyentes y que usaré en mi investigación es el Internet, que además es por el cual se puede generar interactividad. Pamela Cruz considera que este factor es de uso cotidiano y reciente, citando a Patricia Wallace lo define como un entorno nuevo para lo humano y puede tener efectos intensos en nuestra conducta (Cruz, 2009). En cambio, Hilda García señala que las computadoras personales han logrado que el Internet sea una fuente de información (García, 2000), ambas coinciden con que el Internet se usa frecuentemente y concuerdo con que una de las primeras fuentes de información es el Internet.

El Internet ha tenido varios usos y uno de ellos es la difusión de mensajes políticos. En este punto el diseño y la producción de información se tornó interactiva para aprovechar los medios digitales y la importancia del Internet y, sobre todo, la forma tan mediática y rápida en la que los usuarios reciben contenidos noticiosos (Jaramillo, 2003).

Dentro de este marco, la comunicación política ha aprovechado este espacio de información para llegar a cada individuo. Esto implica consensuar ante diferentes situaciones como ciudadano responsable y consciente de su poder individual, esta es regional, provincial y local (Basantes, 2013). Dentro de la definición está el termino política:

Se refiere a un territorio físico y simbólico donde los ciudadanos se construyen, se identifican y se adhieren generando movimientos sociales y participación (Basantes, 2013). Por su parte, para María José Calderón, la política desde la perspectiva tecnológica se analiza por la construcción del discurso de legitimidad política, por la creación y eliminación de formas y espacios

conocidos como “esfera pública” y por los procesos políticos a nivel local, nacional y global (Calderón, 2015, pág. 21).

El gobierno, la oposición, los partidos políticos, las estructuras sociales y medios de comunicación son los actores que intervienen dentro de la comunicación política. Estos difunden una situación política que se encargan también de circular información y los discursos de los políticos, con el fin de captar poder, legitimación, control y la formación de estructuras organizativas (Basantes, 2013). Albornoz resalta que la comunicación está ligada a los medios tecnológicos, pero son las situaciones sociales las que permiten que ganen fuerza hasta el punto de llegar a pensar que “todo avance tiene intencionalidad política” (Bravo, 2013, págs. 20-21). Ambos autores están de acuerdo con que la comunicación política tiene poder mediático, sobre todo, en la actualidad. En sí, considero que la comunicación política es muy importante en la sociedad y sobre todo que se difunde en cantidades significativas.

La información dentro de la comunicación política se hace mediática por el contenido noticioso, la información que se proporciona es un intercambio de datos, visiones y acontecimientos que se comparte con la audiencia. Se proporciona la descripción detallada y verificada de hechos y acontecimientos (Basantes, 2013). Para ser mediática se necesita que esos hechos sean sumamente importantes y generalmente todo lo equivalente a política son noticias principales, según Lundby:

La mediatización es la construcción social de la vida cotidiana, la sociedad y la cultura en su conjunto y se intensifica con la modernidad a medida en que los medios técnicos se hacen más prominentes en los procesos de comunicación en la sociedad (Lundby, 2014, pág. 16)

Como mencioné, uno de los actores dentro de la comunicación política son los líderes políticos generadores de contenidos informativos en cuanto a lo que se refiere a

sus discursos. Estos personajes han aprovechado los espacios y los medios de comunicación para mediatizar sus contenidos informativos. En Ecuador, el líder político más influyente hasta ahora, es Rafael Correa, en el transcurso de mi investigación aclararé esta parte.

Ortiz considera que una cualidad que destaca a Rafael Correa es su carisma, se entiende por carisma definido por el mismo autor, como una cualidad abstracta, extra cotidiana y extraordinaria que posee fuerzas sobre naturales o sobre humanas que dota de poder y dominación, esta virtud no se le aplica a cualquier persona (Ortiz, 2016). Así, el representante del movimiento político de la Revolución Ciudadana, generó su propio estilo y un tipo de liderazgo que ejerció sobre el pueblo.

De igual manera, el actual presidente Lenín Moreno tiene su propio estilo informativo. Por su corto tiempo en el poder, no existe investigaciones en cuanto a su liderazgo político. Tampoco se ha detallado o criticado su carisma, a mi criterio es afable y usa un diálogo coloquial, más adelante lo detallaré. Sin embargo, los dos personajes políticos usan enlaces para informar.

Conocemos que Rafael Correa fue muy influyente por los Enlaces Ciudadanos, Plúa en su tesis en maestría de opinión pública, destaca que fue una estrategia de comunicación política que sin duda fue un eje importante para la Revolución Ciudadana y el ex presidente y logró crear estrategias mediáticas (Plúa, 2014). Este espacio novedoso ayudó a Correa a integrarse más a la política, siendo el líder máximo del Estado. Avilés menciona otro punto de vista en cuanto al uso que Rafael Correa le dio a los medios, dentro de lo público no dudaron en hacer sus tácticas comunicacionales como un instrumento para captar adeptos (Avilés, 2012).

Actualmente, gracias a las plataformas virtuales y a las redes sociales, Rafael Correa mantiene su diálogo cada sábado vía web, debido a que se mudó a vivir a Bélgica.

En cuanto al actual presidente Lenín Moreno Garcés, se conoce que los enlaces informativos los realiza los días lunes en horas de la tarde mediante cadena nacional, en donde en un hora establecida todos los medios transmiten el enlace presidencial de Lenín Moreno.

Los enlaces informativos pueden elevar la credibilidad del medio porque permiten que el espectador juzgue (Palomo, 2009)

En los próximos capítulos analizaré el contenido informativo de las cadenas de información del actual presidente, que además ha causado una reacción al ex presidente y ahora la pugna entre los dos es mediante las redes sociales.

## **MARCO METODOLÓGICO**

El análisis de contenido que realicé tiene enfoque interactivo por las reacciones que han generado los enlaces informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa en las redes sociales, específicamente en *Twitter*. La interactividad se aplica en los dos enlaces que seleccioné para mi investigación, la temporalidad de los enlaces informativos es de acuerdo al contenido que cada uno ha proporcionado, tomando en cuenta la situación de tensión política por la que atraviesa el Ecuador.

El enlace informativo que analicé de Lenín Moreno corresponde a la transmisión del día 9 de octubre de 2017 a las 20h00 por cadena nacional, y el enlace informativo de Rafael Correa que analicé en mi investigación es digital y se transmitió en *Facebook* el 14 de agosto de 2017 a las 10h00. La temporalidad corresponde a la misma semana en



la que los representantes de Alianza País han generado información con sus discursos y hablaron de temas relacionados a los problemas políticos del país.

Para el análisis utilicé un conjunto de métodos y técnicas de investigación destinados a facilitar la interpretación y descripción de los resultados obtenidos, para lo cual, después de haber seleccionado los enlaces informativos correspondientes, analicé los contenidos informativos de los enlaces. *El Gobierno Informa* tiene como tema principal la Consulta Popular que ha causado reacción a su antecesor, por lo que en su enlace digital del día sábado, días después al enlace informativo de Moreno, habló sobre el tema de la Consulta Popular y Jorge Glas. Estos temas abordados en los enlaces informativos de los dos personajes políticos, han causado reacción en las redes sociales.

Este monitoreo de contenidos de los enlaces informativos, llevó a cabo identificar cuatro niveles de análisis. El primer nivel fue la recolección de datos de los enlaces informativos que, con la llegada de Lenín Moreno al poder, ha creado descontento a Rafael Correa y ha provocado la creación de un enlace digital desde Bélgica para continuar con su presencia mediática. Se identificó los enlaces después de una indagación previa para reconocer en cuales enlaces existen temas relacionados y concluí que los enlaces del 9 y 14 de octubre contienen temas importantes y contenidos similares.

El segundo nivel son las temáticas de los enlaces informativos, en las cuales se identificó los temas puntuales tomando en cuenta la discordia y la tensión política que actualmente tienen los dos personajes políticos. Se desglosó los contenidos de los enlaces informativos para realizar el análisis comparativo.

El tercer nivel de análisis es la identificación de las características básicas y la interactividad en *Facebook* que han generado los enlaces informativos, debido a que

Rafael Correa realizó por cuatro sábados seguidos un enlace digital en respuesta y comentarios a las acciones que ejecuta actualmente Lenín Moreno como actual presidente del Ecuador.

Y el cuarto nivel pongo atención a la interactividad que se ha generado en *Twitter* en base a los contenidos de los enlaces. Para ello, se monitoreó el *Twitter* de cada uno en las fechas que corresponden a los enlaces informativos y se identificó los tuits que retribuyen a los temas que se trataron en los enlaces informativos de esa temporalidad y se recolectó dichos tuits para identificar la interactividad que se generó tomando en cuenta los comentarios, los re tuits y los *likes* que los usuarios y la ciudadanía difunden.

La interactividad en Twitter es lo que ha marcado tendencia y es la plataforma social más usada por los líderes políticos. Por esta razón, se realizó el análisis del material reconociendo los conceptos más importantes para la respectiva interpretación a lo largo de mi investigación. Gracias a este reconocimiento, consideré además que se necesita aportes de expertos para que aporten ideas a mi investigación. Por ello, realicé una entrevista a la docente y periodista de investigación Saudia Levoyer, quien aportó a los conceptos importantes y generó debate en la información.

## **MARCO LEGAL**

A partir de lo anterior, estos conceptos se anclan en un marco normativo vigente que corresponde a la Constitución del Ecuador. En la sección tercera de Comunicación e Información, Artículo 16, se garantiza:

“La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión

públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas” (2008).

Significa que cada ciudadano tiene el derecho de estar informado, en este marco, los mandatarios también se rigen a tal derecho, puesto que también son ciudadanos partícipes.

Asimismo, “el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación” (2008), es otro derecho que estipula la ley. Considero este derecho uno de los más importantes porque mediante este artículo, se brinda la oportunidad de acceder a espacios donde se genere información y además participar de los contenidos informativos por las nuevas plataformas virtuales que existe en la web.

Aunque esta norma no especifique que abarca redes sociales, en este punto en lo que se refiere comunicación mediática, es importante e indispensable usar la web como una fuente de información que, además, es donde se genera la interactividad de los oyentes, espectadores y lectores y es un derecho fundamental el acceso a estas herramientas tecnológicas de comunicación.

En la Constitución no se articula nada en lo que se refiere a los contenidos políticos en los medios de comunicación, sino, plantea más derechos que benefician a la ciudadanía. Puedo marcar en esta sección que la libertad de expresión es el principal derecho de todo individuo:

La libertad de expresión es un elemento crítico para la democracia, el diálogo y el desarrollo. Es un derecho universal que todo el mundo debe gozar, por lo que la UNESCO (Organización de las Naciones para la Educación, Ciencia y Cultura) promueve la libertad de expresión y la libertad de prensa como un derecho humano fundamental que lo monitorea, promueve y defiende (UNESCO, 2017).

En este marco, el artículo 38 de la Ley Orgánica de Comunicación estipula que:

La ciudadanía tiene el derecho de organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación.

Lo que significa que dentro de este artículo se rigió el Gobierno de Rafael Correa, la organización de audiencias públicas incitó a la participación ciudadana y se formaron los enlaces sabatinos cada semana.

Por otro lado, el artículo 74 de la Ley Orgánica de Comunicación señala que:

Transmitir en cadena nacional o local, en todos o en varios medios de comunicación social, los mensajes de interés general que disponga el presidente de la República y/o la entidad de la Función Ejecutiva que reciba esta competencia. Los titulares de las demás funciones del Estado coordinarán con esta entidad de la Función Ejecutiva para hacer uso de este espacio destinado a realizar las cadenas establecidas en este numeral.

Estos espacios se utilizarán de forma coordinada única y exclusivamente para informar de las materias de su competencia cuando sea necesario para el interés público. Los servidores públicos señalados en el párrafo anterior serán responsables por el uso inadecuado de esta potestad.

Esta norma sí lo aplicaba el anterior Gobierno, pero con información muy específica, a diferencia del actual Gobierno, donde Lenín Moreno utiliza una cadena nacional para rendir cuentas a la ciudadanía del trabajo que realiza el Estado.

De esta manera, el marco normativo vigente sí reconoce la información mediática, pero indirectamente la información en Internet. En cuanto al control de los contenidos de Internet, no hay una referencia específica que vigile o supervise lo que se genere en Internet.

# CAPÍTULO I

## **El ejercicio mediático de la política en Ecuador**

El ejercicio de la política se ha caracterizado por el uso de espacios mediáticos periódicos. En Cuba se usó la radio, en Venezuela se usa hasta la actualidad, prensa, radio y televisión (Bisbal, 2007). En Colombia han surgido transformaciones mediáticas sin escapar de las dinámicas del desarrollo global y ha jugado un papel importante la radio y en menor medida la prensa (Valderrama, 2009). Y en Ecuador, con la llegada de Correa el uso de los espacios mediáticos fue uno de los ejes principales de su Gobierno. En este capítulo estableceré la relación entre política y medios, específicamente entre los media y Lenin Moreno y Rafael Correa como actores sociales con un discurso mediático.

En ese sentido, el recorrido de contenido empezará con un margo general de los medios y la política para establecer las características de los discursos mediáticos de Correa y Moreno. Finalmente, haré un registro de la relación que cada uno ha establecido con los medios.

### **1.1 Los medios y la política**

Para acercarnos a la comprensión de la comunicación mediática, Jorge Gamarra cuestiona la proactividad entre la prensa y la audiencia, como emisores y receptores y qué es lo que pasa en la mitad de los dos (Gamarra, 2009). Sabemos que todo lo que es interesante y trascendente es noticia. Ahora, le añadimos un *plus*: La web, entonces la comunicación se torna abundante y se reproduce tantas veces sea posible.

Lo mediático pertenece directamente a los medios de comunicación porque se relaciona en la forma en la que los medios, ya sea radio, prensa o televisión, transmiten mensajes a individuos. Lo que decidimos ver y a qué medios mirar depende de la ideología de cada persona, además la comunicación mediática intenta estratégicamente crear empatía con su público.

De esta manera y analizando la importancia de los medios de comunicación, muchos actores políticos han aprovechado esto para llegar con discursos, noticias e información generalmente política mediante la comunicación y los medios, a sus audiencias que somos los ciudadanos.

Por ello, se entiende que tanto los medios, los políticos y la política usan los recursos de difusión con la intención de reproducir mediáticamente y dar sentido a sus mensajes mediáticos. La comunicación mediática apunta a la instauración simétrica desde el punto de vista entre el político y el medio especializado equiparando la legitimidad con la representatividad del político (Cárdenas, 2014).

El cuarto poder del Estado, que son los medios de comunicación ha demostrado su influencia mediática y dentro de ella la comunicación que día a día se torna mediática por los contenidos que ofrecen los medios y en la realidad dentro de un modelo de comunicación, la figura presidencial está presente y es fundamental.

Quiero destacar que desde hace más de 42 años con el líder revolucionario Fidel Castro, los medios de comunicación se usaron como un instrumento de trabajo básicamente para la propaganda y la formación político- ideológica. Actualmente, la situación es la misma, la comunicación con el público es autoritaria, se limita las fuentes de información a las instituciones estatales y existe una amplia censura (Pecero). Con esta referencia quiero decir que la política ha tenido mucha influencia en los

medios de comunicación y con este ejemplo muchos personajes políticos han incursionado con las mismas tácticas.

En Latinoamérica, no es nuevo el uso de los espacios mediáticos por parte de los personajes políticos, Venezuela ha hecho uso de este método diez años con el Gobierno de Hugo Chávez y Colombia siete años con Álvaro Uribe. Sigue Brasil, con el gobierno de Lula da Silva lo realizó durante seis años, Bolivia con Evo Morales lo realizó casi tres años al igual que Nicaragua con Daniel Ortega (Ayala, A. y Cruz, P., 2010).

Los presidentes han sido figuras centrales comunicativas, en Ecuador y revocando los últimos años, el presidente más influyente ha sido Rafael Correa Delgado. El régimen presidencial requirió el control de los medios de comunicación, aquí puedo mencionar que parte del proyecto de la Revolución Ciudadana fue crear una estrategia de comunicación, parte de ella es la formación del *Enlace Ciudadano* con el fin de crear una presencia mediática del primer mandatario cada sábado en todos los medios de comunicación.

Tomando en cuenta el concepto que plantea Plúa sobre “governabilidad mediática”, esta se sujeta a las lógicas y a los mecanismos de la comunicación política provocando efectos en especial de la agenda mediática y en la expresión de las demandas sociales y en los desafíos políticos que impone la sociedad (Plúa, 2014). Lo que significa que la comunicación política activa la atención y decisión a través de la comunicación mediática.

Por esta razón, los gobiernos han optado por mecanismos y estrategias comunicacionales para gobernar. Retomando el caso en Ecuador, el efecto mediático con el uso de los medios, otorgó una amplia audiencia al ex presidente Rafael Correa. La política y los medios de comunicación en el Gobierno pasado, generó una nueva

cultura política con valores de cambio que implicaron una nueva relación entre Estado y sociedad en donde la autoridad visible era el jefe de Estado.

Sin duda, el ejercicio mediático se involucra en su totalidad con la política y por ello, los gobiernos han optado por crear estrategias mediáticas en las cuales, los actores principales son el presidente o políticos más influyentes.

## **1.2 Características del discurso de Rafael Correa Delgado**

Tomando en cuenta el artículo de Ordoñez (2010), es necesario analizar y comparar el discurso del ex presidente Rafael Correa con la necesidad de alabar y glorificar al pueblo. Desde paradigmas religiosos, el populismo es más inteligible por estar más enraizado con los imaginarios y representaciones de América Latina. En los discursos presidenciales de Rafael Correa la palabra “pueblo” tenía mucha relevancia e importancia.

El “pueblo” resalta una fortaleza simbólica retomando una noción imaginaria de Europa, por ello, pueblo y soberanía del pueblo, fueron la razón de la revolución francesa que dio por terminado al régimen antiguo. La cultura política latinoamericana hizo posible pensar en estos conceptos que conjugan con un término que también está enlazado con la política: democracia.

En este sentido, Ordoñez aclara que el pueblo significa “todos con los mismos intereses” (Ordoñez, 2010, pág. 79). Con esta percepción a la palabra “pueblo”, la democracia resulta ser un conjunto de ideales y visiones redentoras que ofrecen al pueblo una salvación por medio de la política. Tomando en cuenta la definición de democracia que plantea Calva y Nassif:



Democracia es la participación ciudadana en tomar decisiones públicas como las políticas económicas, empleo, ingreso, salud, educación, infraestructura pública, etcétera. La ciudadanía participa para deliberar estos aspectos a través de sus representantes. Con la democracia se puede construir una economía moderna, dinámica y competitiva con una sociedad equitativa y cohesionada (Calva, J. Nassif, A., 2007).

A partir de esto se construye un discurso en el los políticos o la élite crean imaginarios para que el pueblo sea redescubierto, glorificado y recuperado en donde finalmente se llama soberano. Retomando el caso en Ecuador y específicamente del ex mandatario Rafael Correa Delgado, optó por el proyecto llamado “Revolución Ciudadana” y así comenzó su camino de redención, el pueblo despertó y su poder político se transformó en poder popular.

El ex presidente Correa fundamentó su revolución ciudadana con los principios de la Doctrina Social de la Iglesia Católica basándose en la teología de la Liberación y el Socialismo del siglo XXI. La pobreza fue el principal argumento para construir su agenda política (Ordoñez, 2010) por lo que estructuró los ejes centrales de su visión política desde categorías y lógicas morales y religiosas. El ex presidente tenía una manera particular de informar:

Rafael Correa cuando hablaba de la rendición de cuentas, la representaba como un ritual sagrado bajo la forma de una comunión entre él y su pueblo, por ello, cada sábado a lo largo de más de dos años y desde todos los rincones de la Patria, ejerció el derecho y deber de informar al pueblo. (Ordoñez, 2010, pág. 84).

Cada sábado, Correa celebraba un tipo de ritual con un pueblo que le permitió construirse como su pastor, su líder. Además, se identificaba con los humildes y los pobres añadiendo a su liderazgo popular “Correa como pueblo”.

Por otro lado, y también muy importante es su carisma, mucho se ha mencionado y especulado de su carácter y como llega a las personas. A nivel poblacional, Rafael Correa es un líder carismático, una cualidad o factor significativo para su éxito político y electoral. En cada enlace sabatino, el ex mandatario mostró una conducta disciplinada tipo “resuelve conflictos”, persuadió oralmente a sus seguidores, abordó problemas sociales y demostró comprensión, también creyó interpretar los deseos del pueblo, descalificaba a los opositores, hablaba quechua como el idioma nativo del Ecuador y halagaba al elector en su entorno (Ortiz, 2016). Además, fuera de los enlaces también se mostró al mundo bailando, cantando y viajando alrededor del mundo teniendo contacto con la ciudadanía.

Esto convirtió a Rafael Correa como una figura carismática, como ex presidente de los ecuatorianos, deslumbró como autoridad y con poder, lo más importante es que usó los medios para simbolizar y escenificar su poder (Ortiz, 2016). Los enlaces ciudadanos eran transmitidos por televisión nacional y radio donde se evidenció mediante diferentes manifestaciones, el poder que tenía ante la sociedad.

Nuevamente, retomo el término de democracia debido a que posteriormente en los registros del artículo que estoy citando, resalta que Correa se refirió al tema de la “inclusión” como un propósito de su afán político. Intentó aparentar democracia, pero muchas veces no fue perceptible.

Su imagen y su discurso se convirtieron en herramientas de poder para un personaje tan influyente como Rafael Correa que pretendió alcanzar la credibilidad ciudadana y éxito electoral. El uso de medios de comunicación hizo que su imagen se convirtiera en líder político carismático ante las masas.

Su estilo fue realmente muy particular, debido a su comportamiento y actitud con la población en un contexto político, le permitió comunicar su gestión y generó resultados visibles que favoreció a su estructura de poder (Ortiz, 2016). Su campaña permanente maximizó el apoyo de la población a su gestión mediante los enlaces semanales, el líder del Ecuador logró ligar directamente con el pueblo que lo hace distinguible por sus prácticas políticas.

Cada vez que el ex presidente llegaba a la tarima donde se proyectaba cada enlace ciudadano, era parecido a un acto de redención. Tarima con mesa, silla, computadora, micrófono, es parecida a la de un sacerdote hablando frente a sus fieles seguidores. Su lenguaje era coloquial, popular como parte del pueblo, algo como “es igual a todos los que vienen de status económico bajo” y al mismo tiempo demostró profesionalismo usando cifras económicas para explicar la función de su gobierno.

La discusión, la deliberación y a veces su contienda, fueron parte de la estrategia política de Correa que consecuentemente provocó comentarios y respuestas, ya sean de los medios o directamente de la ciudadanía mediante Internet (Ortiz, 2016). Su constante presencia en los medios de comunicación y en las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* principalmente, han hecho de la imagen del ex presidente una estrategia de información y promoción política que usó Correa para acoplarse e inmiscuirse en la vida cotidiana de los ciudadanos, además de captar atención.

El acople de Rafael Correa hizo que su presencia en redes sociales sea constante creando interactividad mediática sobre todo en *Twitter*. Sus constantes publicaciones fueron el motivo principal para que la gente se conecte y sigan a Correa como usuarios activos generando comentarios y réplicas.

El internet ha sido su aliado continuo, sus redes sociales son herramientas poderosas para comunicarse y también para informarse. Es importante recalcar que a menudo la frase “La Patria ya es de todos” renueva el lazo carismático del ex presidente con el pueblo de Ecuador sin descartar sus discursos locuaces.

Adicionalmente, Rafael Correa usó un estilo de hacer política usando las redes sociales que generó condiciones idóneas para adquirir seguidores y votantes a través de la *web*. De acuerdo con la periodista de investigación y docente Saudia Levoyer en una entrevista<sup>2</sup>, la réplica que se generaba en *Twitter* como la plataforma principal de interacción de Rafael Correa con los internautas, era a través de troles pagados por el Gobierno.

Por otro lado, una característica que marcó al ex presidente fue su relación con los medios de comunicación que se abordará en la siguiente sección.

### **1.2.1 Relación de Rafael Correa con los medios de comunicación**

Con el paso del tiempo y mediante los enlaces sabatinos, el ex presidente Rafael Correa tuvo una relación muy distintiva con los medios de comunicación. Primero haré un ligero repaso de la relación de los presidentes de Ecuador desde 1979.

José María Velasco Ibarra<sup>3</sup>, líder populista, se destacó por su oratoria y por su irrevocable sistema institucional, Velasco estuvo en reelecciones varias ocasiones (Avilés, 2012). Sin embargo, la simpatía con el pueblo no era la misma con la prensa, arremetía contra el diario *El Comercio*, que incluso fue clausurado. “Prensa venal y

---

<sup>2</sup> Entrevista realizada el día jueves 9 de noviembre de 2017 a las 14h00 en las instalaciones de la Universidad San Francisco de Quito.

<sup>3</sup> José María Velasco Ibarra presidente de Ecuador reelegido por cinco ocasiones y dos de estas se proclamó dictador. Primera presidencia 1934- 1935, segunda presidencia 1944- 1947, tercera presidencia 1952- 1956, cuarta presidencia 1960- 1961, quinta presidencia 1968- 1972.

corrompida”, así se refería José María Velasco Ibarra como sinónimo de queja por el trabajo que desempeñaba la prensa.

La libertad de expresión estaba amenazada después de que el país recayó en una dictadura por una serie de irregularidades en la senda burocrática. La situación política colocó a seis presidentes en solo dos años hasta la rebelión del 28 de mayo de 1944 que cambió la situación del país.

En 1948, Galo Plaza Lasso<sup>4</sup> triunfó en la presidencia, para ese entonces la misma prensa pedía dureza y mayor reacción ante excesos, porque además de añadir a este periodo el calificativo democrático, también se pedía tolerancia extrema. Esto no significa que ese Gobierno tenía el apoyo o no de la prensa, pues pocas veces ha sido partidaria de un Gobierno en su totalidad.

Plaza no reaccionó con medidas represivas ante los periodistas y medios de comunicación que aseguraban la libertad de expresión que consideraba una reforma legal que detenga los abusos que comprometía la libertad de imprenta (Avilés, 2012). Posterior a su gobierno, nuevamente Velasco retomó la presidencia en donde en esa época, la prensa se limitó en la libertad de expresión a tal punto que, en 1971 varios periodistas fueron perseguidos y arrestados.

En 1970 hasta 1976, Ecuador vivió una dictadura que dio varios golpes a la prensa hasta llegar a la censura general de los medios de comunicación por “atentar contra la seguridad nacional” (Avilés, 2012, pág. 26). En 1978 se retomó el sistema constitucional y en el mismo año el diario El Universo fue alertado con una bomba en sus instalaciones de redacción.

---

<sup>4</sup> Galo Plaza Lasso presidente de Ecuador entre el 1 de septiembre de 1948 y el 31 de agosto de 1952, fue conciliador político y desarrollista económico y fomentó la exportación agrícola y bananera del Ecuador.

En 1981 la presidencia de Osvaldo Hurtado Larrea<sup>5</sup>, se caracterizó por ser cercano a la prensa nacional. Sin embargo, se registran agresiones a camarógrafos y periodistas por la insatisfacción partidista al régimen de algunos ciudadanos. También se publicó un reglamento bajo el pretexto de la declaratoria del “estado en emergencia”, y señaló que los medios de comunicación pueden ser administrados por sus propietarios, bajo la supervisión del Estado con derecho a la requisa.

León Febres Cordero<sup>6</sup>, fue el siguiente presidente ecuatoriano quien luchó contra el terrorismo. Hubo persecución política a varios comunicadores y directivos, además de ataques a instalaciones de medios de comunicación como el de la provincia de Los Ríos diario Tribuna (Avilés, 2012). Este periodo se recuerda como el mayor número de atentados a la prensa nacional, no solo por la censura sino por la incapacidad de cubrir sus fuentes.

Sixto Durán Ballén<sup>7</sup>, fue el siguiente mandatario de la República del Ecuador en 1992. Su relación con los medios fue inesperada y aseguró haber respetado la libertad de los ciudadanos y periodistas, a pesar de que la prensa publicó más de una vez su muerte. En las ruedas de prensa los jóvenes periodistas cuestionaban las medidas oficiales y mencionaba que la prensa quería dividir la opinión pública.

Después de este mandato, en 1996, Abdalá Bucaram Ortiz<sup>8</sup> llegó a la presidencia del Ecuador. Su relación con la prensa fue relevante en su campaña electoral por la

---

<sup>5</sup> Osvaldo Hurtado Larrea presidente de Ecuador entre el 24 de mayo de 1981 hasta el 10 de agosto de 1984. Vicepresidente del gobierno de Jaime Roldós Aguilera, quien asumió el cargo después del accidente aéreo de Roldós.

<sup>6</sup> León Febres Cordero presidente de Ecuador entre los años 1970 y 1984, 2002 y 2004. Alcalde de Guayaquil en dos periodos.

<sup>7</sup> Sixto Durán Ballén presidente de Ecuador entre el 10 de agosto de 1992 y el 10 de agosto de 1996. Su gobierno se marcó por la guerra del Alto Cenepa y el comienzo de la modernización del Estado.

<sup>8</sup> Abdalá Bucaram Ortiz presidente de Ecuador durante un periodo entre el 10 de agosto de 1996 y el 6 de febrero de 1997. Finalizó con su destitución por votación en el Congreso con 44 votos a favor de 82, bajo el argumento de “incapacidad mental para gobernar” en medio de manifestaciones populares y acusaciones de golpe de estado.

innovación en hacer de la prensa un recurso político (Avilés, 2012). En su trayectoria se evidenció el empleo de medios de televisión para la difusión del discurso de Abdalá Bucaram y desde ese entonces la televisión surge como herramienta política y electoral que sirve para los candidatos políticos.

Existieron escenarios excéntricos donde los medios de comunicación jugaron un papel fundamental que lograron marcar diferencias de quienes se quedan o se van del poder con el apoyo de la prensa y la formación de personajes protagónicos que se sustenta del nivel recurrente de los mismos en los informes noticiosos.

En el año 1998, Jamil Mahuad<sup>9</sup> tuvo un acercamiento inmediato con la prensa, pero también existió llamados de atención al mandatario por propiciar el entendimiento entre el pueblo (Avilés, 2012). Las columnas de opinión y titulares de la prensa exigieron al presidente de esa época acciones y soluciones de manera directa y consensuada.

Ya para el año 2000, el presidente del Ecuador fue Gustavo Noboa<sup>10</sup>, desde el primer día de gobierno, en el Palacio de Carondelet, se entregó las acreditaciones de la prensa y los comunicadores debían firmar un compromiso para guardar absoluta discreción en todo lo que suceda en el interior de este lugar por seguridad nacional. Sin embargo, existió protestas y levantamientos por parte del sector indígena con el fin de que se mantenga en equilibrio el servicio informativo.

---

<sup>9</sup> Jamil Mahuad presidente de Ecuador desde el año 1998 hasta el 2000. Cesó sus funciones en enero de ese año y actualmente es prófugo de la justicia por peculado tipificado.

<sup>10</sup> Gustavo Noboa presidente de Ecuador desde el 21 de enero del 2000 hasta el 15 de enero del año 2003, fue primero vicepresidente en el binomio de Jamil Mahuad por el partido Democracia Popular en las elecciones de 1998.

En el año 2003, Lucio Gutiérrez<sup>11</sup> asume la presidencia de la República, sin duda, no existió una buena relación al menos en el último año en el que las radios, específicamente el director de la radio *La Luna*, donde trabajó Paco Velasco quien difundía en jornadas interrumpidas espacios para que los ciudadanos opinen respecto a la situación que vivía el país y con el calificativo “forajidos” se identificaron las personas que llamaban a la radio para apoyar la salida de Gutiérrez (Avilés, 2012).

En este Gobierno también existió varias eliminaciones en la prensa nacional, la libertad de prensa con Gutiérrez también estuvo amenazada por un acoso político a los mismos y la posibilidad de realizar una ley mordaza para los medios de comunicación.

En el año 2007, con un discurso asistencialista y protector, Rafael Correa Delgado<sup>12</sup> usó los espacios mediáticos para debilitar a quien podría ser su adversario político (Avilés, 2012). Para este personaje político retomaré lo que mencioné en líneas anteriores, Correa tuvo mucha influencia mediática con los espacios sabatinos cada semana.

Plúa sostiene que este espacio semanal fue una técnica y estrategia política utilizada como verdadera comunicación política (Plúa, 2014). En estos espacios poco a poco la relación del ex mandatario con los medios se evidenció con las múltiples adversidades y disputas a las que se enfrentaba. Tal es el hecho, que a los dos años y medio en que se institucionalizó los enlaces ciudadanos de los sábados, se estrenó un segmento llamado “La libertad de expresión ya es de todos”.

---

<sup>11</sup> Lucio Gutiérrez presidente de Ecuador del 15 de enero de 2003 hasta el 20 de abril de 2005. A principios de octubre de 2003, Gutiérrez soportó un escándalo que removió las estructuras de las Fuerzas Armadas Ecuatorianas. En el año 2005 Gutiérrez insultaba a periodistas, amenazaba a opositores y permitía actos de vandalismo. El 20 de abril por los techos de Carondelet abordó un helicóptero del ejército debido a la intensidad de las protestas ciudadanas en Quito.

<sup>12</sup> Rafael Correa Delgado presidente de Ecuador desde el 15 de enero de 2007 hasta el 24 de mayo de 2017. Gobernó durante 10 años consecutivos líder del movimiento político “Alianza País”.



Este segmento dio premisa a que el mandatario responda a las inquietudes de la ciudadanía y a la evaluación de lo que publica la prensa. En un artículo de la revista *ÍCONOS* se menciona que en el Gobierno de Rafael Correa existieron transformaciones importantes en el funcionamiento de los medios y las relaciones con las audiencias.

En este sentido, el ex presidente mencionó varias veces en sus discursos presidenciales que la prensa era corrupta y Correa eligió a los medios de comunicación como uno o el más grande de sus opositores (Avilés, 2012).

La relación entre el periodismo ecuatoriano y el Régimen de Rafael Correa fue muy compleja, el enfrentamiento fue constante, lo que ha llevado a grandes empresarios de la comunicación a crear una oposición (Punín, 2011). A pesar de esto, uno de los equipos más eficientes del Gobierno de Correa fue el de Comunicación que logró implementar exitosas campañas obviamente, incluyendo la constante aparición en los medios de comunicación los valores y promesas de la “Revolución Ciudadana”.

Además, se reveló que el Gobierno Nacional ocupó el 6.4% de la inversión publicitaria total como mayor anunciante en los medios de comunicación (Punín, 2011). Otras acciones que se ejecutó en ese Gobierno fueron la incautación y creación de medios de comunicación, en la siguiente tabla se detallan esos medios:

**Tabla 1 Medios de comunicación públicos y administrados por el Estado**

MEDIOS INCAUTADOS	MEDIOS CREADOS POR EL ESTADO
El Telégrafo	Ecuador TV
Gama TV	Radio Pública
TC Televisión	El Ciudadano
Cable Noticias	Agencia Ecuatoriana de Noticias ANDES
Cable Deportes	
Revistas del grupo La Otra	
Radio Universal	

**Fuente:** Revista electrónica especializada en comunicación: *RAZÓN Y PALABRA*.  
**Elaboración propia.**

Pese a tener estos medios, el ex mandatario quiso maximizar su estrategia mediática teniendo acceso a todo medio de comunicación, pero su relación no era la adecuada. Retomando el tema de relación con los medios, en abril del 2011 la BBC publicó una noticia en la que se menciona los procesos que se estaban acentuando, mantienen en una pugna entre el jefe de Estado y la prensa ecuatoriana (Erazo, 2011).

Correa demandó al diario *El Universo* por \$ 80 millones bajo el cargo de injurias, anteriormente, arremetió contra el diario *El Comercio*, específicamente contra la editora Guadalupe Mantilla que provocó adhesiones diversas (Ayala, A. y Cruz, P., 2009). Paulatinamente, la relación entre los medios de comunicación y el ex presidente Correa no fue exitoso y él descartó la posibilidad que esta relación mejore (Universo, 2012).

Los insultos resultaron ser parte de las tácticas empleadas en el proceso que se dirigió a generar legitimidad sobre las acciones de quien acusa y enaltece los defectos

de oposición, usó a la televisión como principal fuente de difusión por apelar políticamente en oído y vista de la audiencia (Avilés, 2012).

A todo esto, Avilés recalca que los medios de comunicación no fueron víctimas de lo que sucedió en el mandato de Correa ya que ellos han sido parte del uso de las herramientas informáticas y comunicacionales para la defensa y participación de disputa por el poder.

### **1.3 Características de la gestión de Lenín Moreno**

A pocos meses de su posesión como sucesor de Rafael Correa en la presidencia de la República del Ecuador, Lenín Moreno<sup>13</sup> aún no tiene registros y análisis profundos de su personalidad y sobre todo a lo que se refiere su liderazgo.

El diario El Comercio, registró el 2 de abril de 2017 un nuevo estilo de gobierno que se basa en el diálogo y evade la confrontación. A pesar de que desde el año 1998 se desplaza en silla de ruedas, Moreno acostumbra a bromear con quienes lo rodean (EFE, 2017).

La actitud y el carisma del actual jefe de Estado es muy diferente al de su antecesor, quien fue conocido como una persona de carácter explosivo, intolerante e impulsivo. Moreno ha sido presentado como la imagen buena de la política, desde su labor como vicepresidente nunca se lo miró perder la calma.

En este punto, añado lo mencionado por la periodista Saudia Levoyer en la entrevista realizada para esta investigación:

(...) hay una política comunicativa supremamente eficaz que no han desmontado en nada, las herramientas han cambiado, el uno insulta el otro no insulta, el uno hace cadenas de cuatro horas, el otro hace cadena de 18 minutos, pero el dominio en cuanto a temas de debate sigue siendo lo

---

<sup>13</sup> Lenín Moreno presidente actual del Ecuador desde el 24 de mayo de 2017. Fue vicepresidente durante 2007 y 2013 del Gobierno de Rafael Correa.

mismo, ambos gobiernos se caracterizan por dominar la cromática de la opinión pública (9/11/2017)

La opinión pública generalmente se asocia con la comunicación política con la posibilidad que tienen las personas de expresar su pronunciamiento de manera colectiva o individual en base a un acontecimiento que sea de interés y que sobre todo se relacione a los asuntos públicos (Cabezas, 2015).

Siguiendo con esa idea de Cabezas para mi investigación se incorporaron elementos informativos de las características del presidente Lenín Moreno quien asistió al discurso que se realizó el día martes 7 de noviembre de 2017 a las 11h30 en el Quorum de Cumbayá para presentar el proyecto oficial “Ecuador 2030 Productivo y Sostenible<sup>14</sup>, en el que me permitió canalizar los gestos y actitudes del primer mandatario en base a las referencias usadas para Rafael Correa.

En esa actividad, el diálogo de Lenín Moreno fue muy particular, es gracioso y carismático. Al inicio cuenta una historia de un niño, algo singular y muy propio del presidente. Es pasivo a pesar de que usa palabras que pueden denotar grosería, pero en realidad es ameno. También introduce frases de Albert Einstein en cualquier punto de su diálogo y cuenta más historias como de Messi o Michael Jordan. El primer mandatario tiene permanentemente un gesto fruncido entre sus ojos.

Respecto a esto, Saudia Levoyer añade que las líneas discursivas de Lenín Moreno son light, porque cuenta las cosas y a mitad de todo cuenta chistes y sus historias son de motivación por su condición física y usa elementos que le pide la sociedad a través de encuestas de opinión pública. En cuanto a su discurso oratorio,

---

<sup>14</sup> El evento está registrado en la página de YouTube de la SECOM, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=c560IQxzPy8>

considera que es malo a comparación de Rafael Correa por la diferencia de personalidades.

### **1.3.1 Relación de Lenín Moreno con los medios de comunicación**

Lenín Moreno creó una imagen serena frente a los medios de comunicación, a pesar de que no existen registros de una actitud marcada de Moreno, Sol Borja, en una publicación en la página de GkillCity, señala que desde que fue vicepresidente jamás tuvo una respuesta grosera o impaciente ante un periodista, sino al contrario, era gracioso, amable y si de evadir respuestas se trataba, lo hacía con amabilidad (Borja, 2017).

Sin embargo, en una ocasión reciente, en las campañas presidenciales el 10 de marzo de 2017, Lenín Moreno le respondió de mala gana a la reportera del canal de Teleamazonas Andrea Samaniego, al referirse a una pregunta sobre Pedro Delgado, primo de Rafael Correa quien es presidente del directorio del Banco Central y confesó que su título de economista era falso (Borja, 2017).

Otra reportera del mismo canal, Ana María Cañizares, mencionó que durante la campaña de Lenín Moreno, varios periodistas tuvieron enfrentamientos con las personas que eran parte del equipo de comunicación del oficialismo y que se tornó casi una costumbre llamar a los jefes de los medios de comunicación para reclamar por el hecho de pedir acceso hacer tomas o adquirir información.

El presidente Lenín Moreno, pese a estos registros optó por el diálogo con los periodistas, el primero fue el 12 de julio de 2017 en Carondelet luego de una década de ausencia de diálogo. El primer mandatario pidió a la prensa que sean ellos quienes denuncien la corrupción y aseguró que el Gobierno velará por un periodismo

transparente (El Universo, 2017). En el segundo diálogo con los representantes de los medios de comunicación el 4 de octubre de 2017, el presidente se refirió a los ajustes en la Secretaría de Inteligencia y reconoció un periodo sombrío de propaganda (El Comercio, 2017).

Los líderes de Alianza País han usado una comunicación política muy estratégica, los contenidos políticos tienen presencia mediática constantemente. La diferencia entre Lenín Moreno y Rafael Correa es pronunciada por la personalidad que los caracteriza a cada uno, sin embargo, ambos han usado los medios de comunicación y su relación también es marcada, en comparación a Lenín Moreno, quien continúa en el poder, se espera conocer más de su estrategia comunicacional a lo largo de su periodo.

## CAPÍTULO II

### **Características de los espacios informativos usados por Rafael Correa y Lenín Moreno**

Tanto Rafael Correa como Lenín Moreno usan los espacios mediáticos para informar a la ciudadanía. El primero tuvo 453 enlaces desde el 20 de enero de 2007 hasta el 20 de mayo de 2017 y se caracterizaron por ser itinerantes. El *Enlace Ciudadano* se transmitía cada semana los días sábados con una duración de hasta cuatro horas. El segundo empezó el 6 de junio de 2017 bajo el nombre *El gobierno informa*, con una duración de hasta 18 minutos, que continúan hasta el día de hoy.<sup>15</sup>

El objetivo de este capítulo es identificar las características de los espacios informativos usados por el expresidente y el actual mandatario y sus canales de interacción con las personas, a partir de los cuales se han dado relaciones sociales entre los usuarios y los contenidos. Para ello, identificaré las características principales del *Enlace ciudadano* de Rafael Correa y el espacio de Lenín Moreno; además, cómo cada uno ha influenciado en los medios de comunicación y, finalmente, la interactividad que cada uno de esos espacios ha generado en *Twitter*.

#### **2.1 *Enlace Ciudadano*, espacio informativo de Rafael Correa**

En el capítulo anterior analicé las características de los actores de los espacios de información. En este capítulo, analizaré los contenidos de dichos espacios y cómo esos mensajes permiten la interacción con la ciudadanía dentro y fuera de la pantalla. Para

---

<sup>15</sup> Al 11 de noviembre de 2017 se han realizado 26 espacios informativos.

ello, tomaré en la primera parte la investigación de Lorena Plúa sobre Enlace Ciudadano: dispositivo de la revolución ciudadana.

Los enlaces sabatinos que se efectuaban en el Gobierno de Rafael Correa surgieron como un espacio novedoso de comunicación política incluido en el proyecto político de la Revolución Ciudadana (Plúa, 2014). La llegada de Correa al poder fue un cambio en muchos aspectos, uno de ellos se modificaron las reglas del juego en el ámbito comunicativo, pues la estrategia mediática hizo que la figura presidencial ocupe gran parte de los medios de comunicación.

El *Enlace Ciudadano* significaba para la Presidencia un espacio semanal de comunicación con el objetivo de tratar temas coyunturales y rendir cuentas de las acciones del Gobierno a la ciudadanía. Comenzó con 53 estaciones radiales y, posteriormente, contaba con más de 400 estaciones de radio y alrededor de 100 canales de televisión que lo retrasmítían (Plúa, 2014).

Los segmentos del enlace ciudadano eran la agenda semanal, diálogo con periodistas y el segmento de ciencia y tecnología. Pero un percance con el periodista Emilio Palacio el 10 de mayo de 2007, quien fue expulsado del salón amarillo por referirse a la familia del jefe de Estado en una discusión sobre asuntos políticos (Plúa, 2014). En base a este conflicto, el segmento del diálogo con los periodistas fue eliminado.

Una de las características de los enlaces ciudadanos era que el primer mandatario recorría todo el Ecuador para cumplir con su labor informativo. Viajaba por todas las regiones del país visitando las 24 provincias, 72 ciudades y 20 poblaciones en



la edición número 300 del enlace ciudadano.<sup>16</sup> Además, dicho recorrido dependía de la agenda del ex presidente Correa, pero no se descarta una previa planificación.

Para la asistencia a los enlaces sabatinos, se realizaba invitaciones previas a varias asociaciones, líderes comunitarios, comités de la Revolución Ciudadana, entre otras y toda la información se preparaba de forma minuciosa.

Para dar más detalles sobre este espacio informativo, tomé un archivo de Enlace Ciudadano<sup>17</sup> número 511 realizado en Quito Pichincha. Se observa que se recibe a los asistentes con música nacional y material de comunicación en cada silla, además hasta que el ex presidente tome su lugar en el escenario, se muestra un video del sector donde se realizaba el enlace. Enseguida, Rafael Correa saluda a sus espectadores en español y quichua, mientras esto sucede, los equipos de televisión y radio comienzan su transmisión.

El ambiente es festivo y su relato comienza con algarabía y expone brevemente una serie de actividades del ex presidente y como se evidencia también critica a sus opositores y adversarios. El diálogo que emite el ex presidente es fluido y el tiempo de duración del *Enlace Ciudadano* es de cuatro horas con cinco minutos y trece segundos, tiempo en el que se desglosaron los segmentos mencionados.

El lenguaje es muy coloquial, populista y con palabras sencillas. En este espacio informativo también el presidente de ese entonces se refirió a las elecciones del 19 de febrero, además varias veces se refiere a la prensa como corrupta, la palabra “sufridores” también fue parte de su discurso y arremete en diferentes ocasiones contra del partido político de oposición CREO.

---

<sup>16</sup> Este registro se encuentra detallado en la página <http://www.andes.info.ec/es/pol%C3%ADtica/9952.html>

<sup>17</sup> Enlace Ciudadano disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=FZW0f3h8jU4>

Finalmente, recalca que se han aclarado muchas cosas en dicho enlace, su compañero de diálogo termina con una conferencia en el idioma quichua, interrumpida por el ex presidente Correa con cierta intención de generar chistes, concluida la charla Correa termina con la frase “Hasta la victoria siempre”, un tipo se eslogan que lo hemos escuchado en otras ocasiones, con un video final sobre varias labores del ex mandatario se da por terminada la sesión de enlace ciudadano.

La puesta en escena y el diseño del enlace ciudadano llama la atención por ser muy cauteloso y se podría decir perfecto, se combinan elementos técnicos y simbólicos que van acorde con el ordenamiento y discurso del ex presidente.

El discurso de Rafael Correa capta la atención de los espectadores, un discurso político generalmente tiene atentos a la ciudadanía y a los medios de comunicación porque de ahí se genera la noticia. Según el concepto de Fajardo:

El traje, el atuendo completo (el discurso), con los inevitables accesorios y demás trucos de maquillaje, se puede lograr resaltar la belleza y lo único que se consigue en muchas ocasiones es subrayar los defectos naturales o acentuar las arrugas, testigos delatores de la vejez de un cuerpo (partido obsoleto) pertenecen a un tiempo que ya caducó, las apariencias engañan y no todo lo que brilla es oro (Fajardo, 2016)

Esta metáfora se refiere a una estrategia por excelencia que usan los políticos en sus discursos con el fin de influir de manera decisiva en la opinión de la ciudadanía.

Este tipo de lenguaje de poder se vincula con un discurso afectivo que forma parte de las expectativas de las poblaciones. Anteriormente, esta situación era ajena a los ciudadanos (Plúa, 2014), pues el cambio de método para informar por parte del ex presidente Rafael Correa fue simbólica y hace percibir que son parte del proyecto político y los reposiciona como actores, lo que es emotivo y hace que las poblaciones estén presentes en cada escena política.

La escena política comprende de tres actores: medios de comunicación, instituciones políticas y los ciudadanos que también juegan el papel de electores. La interacción entre ellos otorgó un espacio muy preponderante a los medios que enmarcó un tipo de interacción entre los actores de la comunicación política (Plúa, 2014).

En esta escena la participación de Rafael Correa en las redes sociales es importante porque es parte de la interactividad que ha creado. Los temas más importantes y destacados de los enlaces, los publicaba como mensajes en *Twitter*, generando más valor a la información e involucrando a la ciudadanía para que participe de los temas que para el ex presidente valía recalcar.

## **2.2 Influencia del Enlace Ciudadano en los medios de comunicación**

El enlace ciudadano era mediático al ser transmitido en estaciones de radio y televisión públicas, con una señal reproducida por más de 300 radioemisoras y televisoras locales en diversos puntos del país (Ayala, A. y Cruz, P., 2010). Durante su Gobierno este espacio fue de manera interrumpida, a pesar de los contenidos de los enlaces los cuales expliqué en apartados anteriores, ha tenido repercusiones directas en la agenda mediática y en las redes sociales de la semana continua a la sabatina.

Los medios de comunicación y los usuarios no dejaban escapar el discurso del jefe de Estado. Se registró en un tiempo determinado en el año 2009 demandas ciudadanas con respecto a la producción mediática que han propiciado la creación de veedurías en respuesta a las acciones de organizaciones que actúan en defensa de derechos específicos de democratización social (Ayala, A. y Cruz, P., 2010).

El informe<sup>18</sup> que tomó como referencia registró el mes de julio de 2009, seis diarios nacionales que presentaron los temas del discurso del ex presidente Correa:

El “Enlace Ciudadano” N° 161 del ex mandatario Rafael Correa, llevó a la investigación de que no solo se trataba de un enlace mediático, sino era un porta voz de criterios y visiones refiriéndose simultáneamente a los medios de comunicación, particularmente a los privados (Ayala, A. y Cruz, P., 2010)

El confrontamiento entre el jefe de Estado y los medios de comunicación, en la historia nacional nunca ha dejado de existir, sin embargo, la investigación se abre a constatar cómo se reproduce y de qué manera la información proporcionada por el economista Rafael Correa en los medios.

Los diarios seleccionados para la investigación fueron *El Universo*, *Expreso*, *El Comercio*, *La Hora*, *HOY* y *el Telégrafo*, de los cuales solo *El Telégrafo* es del oficialismo.

En las ediciones semanales respecto a los Enlaces Ciudadanos, los medios hacían eco en los temas en el que el ex presidente Correa resaltaba o se refería como a los medios de comunicación y omitían temas como el de seguridad interna, lo que significó y evidenció que la prensa pública y privada no dieron espacio a intereses locales, bienestar social y seguridad interna.

La acción discursiva del ex presidente, en lo que trata de política, influyó en la agenda de los periódicos nacionales e incluyó, a su vez, en la opinión de los mismos diarios y de articulistas internos y externos.

El análisis permitió monitorear el comportamiento de los diarios planteados en la investigación y considera que el ex presidente Rafael Correa formó parte de la tendencia

---

<sup>18</sup> “La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos”:  
[http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub\\_273.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_273.pdf)

regional a comparación de otros mandatarios del uso de los espacios de radio y televisión para ejercer su acción política.

Retomando el concepto de discurso político, la potencialidad para dirigirse por medio de los medios de comunicación es una gran exponencial, además que son ellos quienes se encargan de presentar temas particulares sobresalientes de cada momento (Basantes, 2013). El lenguaje en televisión es más comprensivo y más entendible, además se puede percibir más la intención del que lo trasmite.

La información televisiva es portadora de significado gracias a la palabra, la imagen y el sonido. Sin embargo, el receptor solo comprende el mensaje si el contenido verbal es bien elaborado, la imagen está asociada con el sonido y la palabra que es trasmisora de conocimiento e información (Peralta, 2016).

Los medios están hechos para propagar ideas, generar consensos y permite a la audiencia estar en contacto social y vincularnos a la información en el ámbito político. En Ecuador la participación política a las diversas organizaciones ha tenido menos éxito dependiendo de las situaciones sociales, económicas de los gobiernos de turno y de la participación ciudadana (Basantes, 2013).

Los contenidos de los Enlaces sabatinos tuvieron mucha influencia en la agenda mediática de casi todos los medios del país por los diferentes sucesos que se presentaba en los Enlaces, muchos fueron polemizados por tratarse de un espacio usado por el primer mandatario.

### **2.3 El Gobierno Informa de Lenín Moreno**

La Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM), informó el lunes 5 de junio de 2017 la emisión del noticiero *El Gobierno Informa* como espacio televisivo semanal,

que se difundirá el informe de trabajo del presidente Lenín Moreno (Telégrafo, El Telégrafo, 2017). Este comunicado abre este espacio para el uso informativo del primer mandatario, la duración es de hasta 15 minutos y será transmitido por cadena nacional a través de canales de televisión del país, todos los días lunes a las 20h00.

El Jefe de Estado informó días anteriores al primer enlace informativo, que no continuará con los enlaces ciudadanos de Rafael Correa y señaló que buscaría nuevos formatos para informar a la ciudadanía sobre el trabajo de su administración, además que se informará también sobre la agenda del vicepresidente Jorge Glas (Telégrafo, El Telégrafo, 2017).

El *Gobierno Informa* tiene una particularidad muy diferente a los enlaces sabatinos de Rafael Correa, en la siguiente tabla desglosaré las diferencias de los dos enlaces usados por los personajes políticos:

**Tabla 2. Diferencias y semejanzas de los enlaces informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa**

<b>Características de los espacios informativos presidenciales</b>	<b>Enlace Ciudadano</b>	<b><i>El gobierno informa</i></b>
<b>Duración</b>	Hasta 4 horas	Hasta 18 minutos
<b>Segmentos</b>	Tres segmentos	Un segmento informativo
<b>Transiciones</b>	Inicio con video de propaganda del ex presidente	Inicio con imágenes de propaganda del primer mandatario
<b>Diálogo con periodistas o ciudadanía</b>	Temporalmente existió un espacio para dialogar con periodistas durante el enlace. Periódicamente, dialogaba con sus ex colaboradores.	No existe diálogo, por lo que solo es grabado y reproducido por medio de cadena nacional.
<b>Día y hora de inicio</b>	Sábados 10h00	Lunes 20h00
<b>Backing</b>	Cada sábado se realizaba en ciudades o pueblos de cada región del país. Se disponía en parques, coliseos o estadios.	Despacho del presidente Lenín Moreno.

**Fuente: Entrevistas y monitoreo. Elaboración propia.**

Los enlaces informativos tienen diferencias muy marcadas, sin embargo, el manejo de la comunicación política está a cargo de los mismos representantes, como mencioné en apartados anteriores, el estilo del Gobierno actual es diferente en la manera de informar semanalmente. *El Gobierno Informa* se diferencia en todas las características del Enlace ciudadano, el día, la hora, segmentos y duración, son los más marcados, puesto que, es muy corto, solo se escucha la voz del primer mandatario, por lo que el enlace más largo es de 18 minutos.

De acuerdo con Saudia Levoyer<sup>19</sup>, el estilo que se maneja en el enlace informativo de Lenín Moreno, es comunicación gubernamental que tienen ciertas diferencias al de Rafael Correa porque tienen las mismas líneas de informar, colocan la agenda de debate y se apodera de la opinión pública con eficacia, al ser manejada por el mismo Gobierno durante once años.

Sin embargo, tiene diferentes esquemas, la interacción que se genera no es directamente durante el enlace, sino, por las réplicas que se produce después de estos mediante redes sociales. Al igual que Correa, Lenín Moreno postea tuits con la información más destacada del enlace informativo y los usuarios activos inmediatamente comentan, re tuitean y dan “me gusta” como un símbolo de apoyo o desacuerdo a las labores y gestiones del primer mandatario.

### **2.3.1 Influencia de *El Gobierno Informa* de Lenín Moreno en la agenda mediática**

Toda noticia referente a la presidencia tendrá importancia en los medios de comunicación. Actualmente, el Ecuador atraviesa por muchas pugnas y disputas por actos de corrupción, el problema con Jorge Glas, la aparente pugna entre los integrantes

---

<sup>19</sup> Entrevista realizada el día jueves 9 de noviembre a las 14h00 en las instalaciones de la Universidad San Francisco de Quito.



de Alianza País y las respuestas de rivalidad entre Correa y Moreno mediante redes sociales, específicamente *Twitter*.

Los contenidos políticos ocupan la agenda mediática de los periódicos del país, para registrar la agenda mediática actual tomaré una temporalidad y realizaré la comparación entre el diario El Comercio, El Universo, El Ciudadano y el Telégrafo.

Estos diarios son analizados tomando en cuenta el análisis que se realizó con el Enlace ciudadano, con medios impresos privados y un medio impreso del oficialismo, de la misma manera se pretende realizar con el enlace informativo *El Gobierno Informa* destacando a dos diarios impresos privados y dos del oficialismo, debido a que, al ser un Gobierno del mismo movimiento político, pero con diferente líder, se debe analizar desde puntos arbitrarios y más puntos a favor.

**Tabla 3. Titulares de los medios impresos del Ecuador en una temporalidad determinada del 2017**

Diarios Nacionales	30 de octubre	31 de octubre	1 de noviembre
El Comercio	“Lenín Moreno dice que avanza en una reforma a la Ley de Comunicación”	“Un frente de Alianza País de Quito se decide por Moreno”	“Pugna total por el liderazgo de Alianza País”
El Universo	“Lenín Moreno: No se puede convertir a los medios de comunicación en herramientas de propaganda del Gobierno”	“Alianza PAIS retiró de funciones presidenciales del movimiento a Lenín Moreno”	Presidente Lenín Moreno estará en Cuenca y Latacunga este feriado
EL Ciudadano	“No se puede convertir a los medios de comunicación en herramientas de propaganda del Gobierno de turno”: Presidente Moreno	“Hoy se celebra el Día del Escudo Nacional”	“Tribunal de Garantías Penales de Quito deja sin efecto retiro de la presidencia de Alianza PAIS al Mandatario Lenín Moreno”
El Telégrafo	“Militantes de PAIS discrepan sobre la consulta popular”	“La consulta popular suma más apoyos de colectivos”	“Serrano apoya al presidente Moreno y rechaza su expulsión de PAIS”

**Fuente monitoreo de medios y entrevistas. Elaboración propia**

Después de haber realizado el monitoreo en Internet, recopilando los titulares de cada medio impreso seleccionado y de acuerdo con el enlace informativo del día lunes<sup>20</sup> 30 de octubre, el análisis es el siguiente:

Los temas principales del enlace *El Gobierno Informa* fueron La Consulta Popular, seguridad en el feriado que se realizó en días posteriores, la intervención del Primer Mandatario en lo que se refiere al diálogo, también se habló de la Ley de Comunicación y de la construcción de medios públicos de calidad, se refirió a los jubilados y trabajadores del campo, recalcó sobre el día del Escudo Nacional y en general se presentó el resumen de trabajo semanal del presidente Lenín Moreno.

Una vez concluida la despedida del Primer Mandatario, se evidenció que los diarios *El Comercio*, *El Universo* y *El Ciudadano* tuvieron como titulares los temas que se trató en el enlace informativo el mismo día en horas de la noche, a diferencia del diario *El Telégrafo* que no tuvo una noticia posterior al enlace informativos.

Los dos días posteriores los medios impresos no tuvieron énfasis a temas del enlace, pero si fueron noticias en base a lo que sucedía alrededor de los temas planteados como la Consulta Popular, en donde el diario *El Telégrafo* posteó dos noticias seguidas sobre el mismo tema con diferente enfoque.

En este apartado se constató que los medios impresos no replican específicamente lo que se menciona en *El Gobierno Informa*, a excepción de temas sumamente importantes que pueda generar debate público y que lo mencione el presidente para usarlo entre comillas, sin embargo, las noticias se generan en torno a los contenidos que son el resumen de lo que día a día sucede en el Ecuador.

---

<sup>20</sup> Enlace informativo disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=i7N69i3pwHc>

## 2.4 Participación ciudadana y política en redes sociales

El Gobierno del Ecuador considera importante la participación ciudadana para una vida democrática. Una democracia plena abarca una activa participación de las diversas expresiones de la ciudadanía en la vida pública<sup>21</sup>.

Construir una participación ciudadana no es fácil, es un imperativo consustancial de la democracia que se enfrenta paulatinamente a retos con el fin de mantenerla legítima y activa (Ruelas, 2008).

La participación de la ciudadanía, actualmente no solo es evidente cuando se crean espacios de diálogo presencial. A pesar de que los medios masivos de comunicación como radio, televisión, cine y periódicos han generado opinión, al mismo tiempo han generado discusión. Las redes sociales rebasan la participación ciudadana autónoma (Aguirre, 2010).

Tomando el caso en Ecuador, la principal red social por la cual los usuarios se hacen presentes es *Twitter*, con el Gobierno de Rafael Correa mucha interactividad se ha presenciado en esta plataforma de la web con un *plus*, y es que el ex mandatario es muy activo en su cuenta oficial de *Twitter* como @MashiRafael<sup>22</sup>.

El actual presidente Lenín Moreno también posee una cuenta oficial en *Twitter* como @Lenin<sup>23</sup>, lo que puede significar que quiere mantener la interactividad que se generó con su antecesor entre los usuarios y los personajes políticos que están en el poder.

---

<sup>21</sup> “La Participación Ciudadana para la vida democrática” por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/La-participaci%C3%B3n-Ciudadana.pdf>

<sup>22</sup> Cuenta oficial de Twitter de Rafael Correa Delgado <https://twitter.com/mashirafael>

<sup>23</sup> Cuenta oficial de Twitter de Lenín Moreno Garcés <https://twitter.com/Lenin>

*Twitter* se ha convertido en una herramienta de información, el desarrollo de las nuevas tecnologías nos lleva a la instantaneidad, es decir, informarnos de algo inmediatamente incluso tener acceso a los acontecimientos mientras está leyendo el texto. Los recursos multimedia ofrecen de forma completa la información que antes no se encontraba en un mismo sitio y ha provocado que se generen noticias inmediatas (Samaniego, 2014).

## 2.5 Rafael Correa y Lenín Moreno en *Twitter*

### Imagen 1 Perfil de *Twitter* de Rafael Correa



**Fuente:** captura de pantalla

Desde octubre del 2010, el ex presidente Rafael Correa abrió su cuenta de *Twitter*, hasta la fecha actual, 19 de noviembre de 2017, el ex presidente Correa tiene 3.32 millones de seguidores, ha tuiteado 14.9 mil veces.

## Imagen 2 Perfil de *Twitter* de Lenín Moreno



**Fuente: captura de pantalla**

Lenín Moreno, abrió su cuenta en *Twitter* en octubre del 2012, hasta la fecha se registra en su cuenta oficial 531mil seguidores y ha twitteado 1.414 veces.

**Tabla 4 Comparación de *Twitter* de Lenín Moreno y Rafael Correa**

Características	Twitter de Rafael Correa	Twitter de Lenín Moreno
<b>Creación</b>	Octubre de 2010	Octubre de 2012
<b>Tuits</b>	14.009	1.414
<b>Siguiendo</b>	8	7
<b>Seguidores</b>	3.032.000	5.031
<b>Likes</b>	221	4

**Fuente monitoreo en *Twitter*. Elaboración propia**

En un análisis comparativo, Rafael Correa tiene más seguidores y más tuits por la interactividad que ha generado en la década de su gobierno. Actualmente, por la situación del país se evidencia una pugna constante en *Twitter* donde los representantes de Alianza País interactúan constantemente.

Rafael Correa ha convertido sus redes sociales para criticar las acciones de su sucesor, tal es el hecho, que el 12 de julio de 2017, escribió mensajes en *Twitter* dirigidos al primer mandatario comentando sobre el roce que hay en la actualidad en Alianza País (Ecuador, 2017).

### Imagen 3 Tuits publicados por Rafael Correa



**Fuente:** Captura de pantalla de la página de *Metro Ecuador*

El 02 de agosto, también publicó 44 mensajes en *Twitter* en reproche a lo que Lenín Moreno mencionó en el enlace informativo sobre temas respecto a la situación económica del país (Telégrafo, El Telégrafo, 2017).

Desde que Rafael Correa radica en Bélgica, se ha pronunciado constantemente en *Twitter* porque la interacción que tiene con sus seguidores es constante y generalmente tiene múltiples réplicas, comentarios y “me gusta”.



**Imagen 4 Tuit publicado por Rafael Correa**

**Fuente: Captura de pantalla**

**Imagen 5 Tuit publicado por Rafael Correa**



**Fuente: Captura de pantalla**



La cantidad de *likes*, compartidos y comentarios pueden ser los motivos por los que el ex presidente se mantenga activo en *Twitter*.

El actual presidente Lenín Moreno también hace uso constante a esta plataforma y envía mensajes que los medios de comunicación interpretan como respuestas a lo que Rafael Correa tuitea.

### Imagen 6 Tuit publicado por el presidente Lenín Moreno



**Fuente: Captura de pantalla**

Según el diario *Metro Ecuador* este mensaje connota a una respuesta a otro *tuit* de Rafael Correa con el tema sobre la cámara oculta en su despacho de la presidencia (Mendoza, 2017). Por lo que Correa se pronunció al respecto y en su texto estaba la palabra “ridículo”, enseguida Moreno optó por definir el término en un *tuit*.

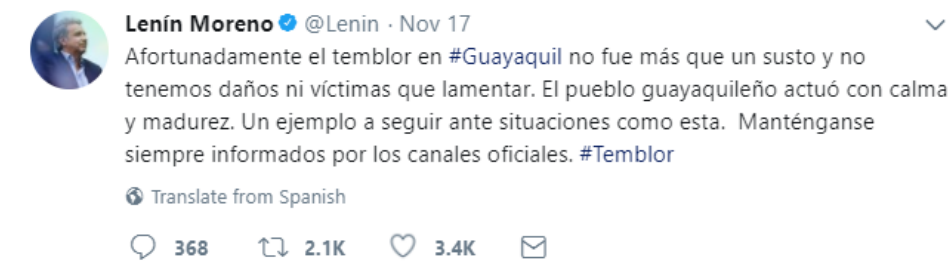
Las réplicas y comentarios de los tuits de Lenín Moreno, también son en grandes cantidades al igual que ex presidente Correa.

### Imagen 7 Tuit publicado por el presidente Lenín Moreno



**Fuente: Captura de pantalla**

### Imagen 8 Tuit publicado por el presidente Lenín Moreno



**Fuente: Captura de pantalla**

Así es como mantienen la interactividad los personajes políticos y aparentemente existe una pugna entre ellos, un disgusto o descontento. Además, los integrantes de Alianza País también se pronuncian en este medio, las diferentes agrupaciones de militantes de Alianza País han expresado en varios mensajes mediante la cuenta oficial de *Twitter* @35PAIS<sup>24</sup>, el apoyo a Ricardo Patiño quien es presidente

<sup>24</sup> Cuenta oficial del Movimiento Político de Alianza País <https://twitter.com/35PAIS>

nacional del partido político, debido a la separación del cargo al presidente Moreno (ElUniverso, 2017).

La plataforma de Twitter abrió la oportunidad a los políticos para expresarse y de alguna manera generar contenido para tratar de estar más cerca de sus seguidores o usuarios quienes opinan, responden y replican la información que cada uno propaga en esta red social.

Los enlaces informativos son parte de la comunicación estratégica que maneja el Gobierno. En ellos se evidenció características muy diferentes y que, sin embargo, han sido manejados por las mismas personas de Alianza País por más de diez años. Las principales características que los diferencian son el día, los segmentos y la duración que ha sido el primer mandatario quien tomó la decisión de reemplazar los enlaces sabatinos de cuatro horas, por una cadena nacional de quince minutos. Gracias a estos enlaces se identificó en este capítulo la interactividad en *Twitter* que ha llamado la atención a la ciudadanía y usuarios en general.

Como resultado se plasma que el ex presidente Rafael Correa tiene más interactividad en la plataforma social, a diferencia de Lenín Moreno que, a pocos meses de su mandato, su interactividad es menor.

## CAPÍTULO III

### **Análisis del proceso de interactividad en los espacios informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa**

Esta investigación es de carácter descriptivo porque busca conocer cómo se da el proceso de interactividad alrededor de los espacios informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa en los que existe tensión política entre ellos. En este apartado se analizará el enlace digital número cuatro del ex mandatario y específicamente el enlace de Lenin Moreno número 18 que habla sobre temas variados con énfasis a la Consulta Popular que ha causado furor a nivel nacional y ha generado una reacción inmediata de Rafael Correa y se evidencia la pugna por el acceso disponible a Internet.

Para este capítulo recopilé datos y detalles de los enlaces informativos de Rafael Correa en digital de la plataforma de *Facebook* y de Lenín Moreno del enlace semanal *El Gobierno Informa* y procederé analizar las reacciones que se han generado en *Twitter* en torno a ellos y entre ellos.

En este capítulo los datos que se registran tienen cuatro niveles de análisis:

- 1) Datos de identificación de los enlaces
- 2) Temáticas, puntos que abordaron los enlaces informativos
- 3) Nivel de características básicas de los enlaces informativos
- 4) Interactividad en Twitter en base a los enlaces informativos

Con la transformación de los medios de comunicación, la ciudadanía ha tenido la oportunidad de involucrarse más, no solo con los hechos sino con los personajes autores de los hechos. Según Samaniego, se incorpora el concepto de la sociedad red que nace a

partir de la información tecnológica que procesa la virtualidad y la transforma en nuestra realidad que es la sociedad en la que vivimos (Samaniego, 2014).

Una de las plataformas digitales más populares para difundir información es *Twitter*, la red tiene alrededor de 500 millones de usuarios alrededor del mundo y 242 millones son usuarios activos y 184 millones de ellos interactúan desde teléfonos celulares inteligentes (Samaniego, 2014), debido a que las grandes empresas han creado aplicaciones (*apps*,) que facilitan a los usuarios manejar las plataformas y recibir actualizaciones en las cuales se puede activar específicamente de quien se quiera estar al tanto. Lo interesante y novedoso es que solo 140 caracteres se pueden usar al momento de escribir hechos o novedades, acompañados de fotos, videos o gif.

*Facebook*, otra red social que conecta a las personas, se puede catalogar como una red que tiene una gran variedad de herramientas y aplicaciones que permite compartir más gustos. Además, permite interactuar con la audiencia mientras se realizan videos en vivo y se puede adquirir más información mediante peticiones que se redactan en el panel de estados o qué piensas. En *Facebook* son 7 millones de usuarios conectados en Ecuador y el promedio de personas varía entre los 18 y 24 años donde más de la mitad de usuarios son hombres (Samaniego, 2014).

Otra de las redes sociales importantes es *YouTube*, en ella se encuentra infinidad de videos, quedan registrados enlaces, propagandas, información, eventos, etcétera. Esta red social supera los 6.000 millones de horas de video, cada minuto se suben 100 horas de video y se pueden compartir en otras redes sociales (Samaniego, 2014). *YouTube* ha dado la primicia de crear canales personales y de ahí que se forman los famosos *youtubers*, quienes generan su propio contenido en base a lo que ellos deseen. Canales de televisión también optaron por tener un canal en esta plataforma para estar más conectados con los usuarios.

La participación ciudadana en las redes sociales cada vez es más fuerte y preponderante, las redes sociales representan una herramienta poderosa para la democracia en donde, el acceso a internet y la proliferación de teléfonos inteligentes, facilitan la participación ciudadana y aún más en asuntos del gobierno (Rivarola, 2012). Tanto es la demanda de la participación ciudadana en las redes sociales, que se han creado movimientos revolucionarios en todos los países del mundo, *Facebook* y *Twitter* han contribuido mayoritariamente en la activación de movimientos sociales.

Las redes sociales han establecido canales directos para comunicarse entre el Gobierno y las personas, dejando a un lado los medios masivos de prensa y es ahí donde muchos gobernantes y autoridades usan sus cuentas de redes sociales para comunicarse con los ciudadanos, que a la vez se involucran en una comunicación interactiva.

### **3.1 Datos de identificación de los enlaces informativos**

La estrategia para el análisis de esta tabla fue la recolección de datos tomando en cuenta variables básicas para comparar cómo se desarrollan los enlaces informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa actualmente. Recalco que la situación en el país en lo que se refiere a política, Gobierno y actos de corrupción, formaron distorsiones y discrepancias afectando directamente a personajes políticos. Además, con la llegada al poder de Lenín Moreno y la estadía de Rafael Corre en Bélgica, se ha creado cierta desconformidad por parte del ex mandatario y es por ese motivo que opta por los enlaces digitales y la pugna en *Twitter*.

En primer enlace digital de Rafael Correa se realizó el 12 de agosto de 2017, el enlace número cuatro el cual se analiza, es el último hasta la fecha actual<sup>25</sup>, tiene una

---

<sup>25</sup> Fecha de recolección de datos e investigación 18 de noviembre de 2017

duración de una hora con siete minutos y se desarrolló el día sábado 14 de octubre a las diez de la mañana, cinco de la tarde en Bruselas, Bélgica.

El enlace informativo *El Gobierno Informa* inició el 19 de junio de 2017, el enlace número 18 de la presente investigación, tiene una duración de quince minutos con diez y siete segundos y se desarrolló el día lunes 09 de octubre de 2017 a las ocho de la noche mediante cadena nacional, hasta la fecha actual aún se realizan los enlaces informativos cada lunes en el mismo horario.

Se evidencia una diferencia muy marcada en cuanto a los dos enlaces, la semejanza principal es que los dos informan y tienen discursos políticos, sin embargo, a lo que se refiere al día, la hora y duración, la diferencia entre los dos es muy notoria como registra la tabla a continuación:

**Tabla 5 Datos de identificación de los enlaces informativos**

<b>Enlaces Informativos</b>	<b>Número de Enlace</b>	<b>Fecha de Inicio de los enlaces</b>	<b>Duración</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Fecha de los enlaces analizados</b>
<b>Enlace Digital</b>	#4	12 de agosto 2017	1h39 min	Sábado	10h00	14 de octubre 2017
<b>El Gobierno Informa</b>	#18	19 de junio 2017	12 min 14 seg	Lunes	20h00	09 de octubre 2017

**Fuente: Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

### **3.2 Temáticas de los enlaces informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa**

En este nivel de análisis el monitoreo y recolección de datos se basó principalmente en escuchar y observar los dos enlaces informativos. En ellos, se identificó detalladamente los temas abordados por los dos personajes políticos minuto a minuto.

#### **Rafael Correa**

El análisis del enlace digital en *Facebook* consistió en dos características, el tiempo y los temas. La temática general es el discurso del ex presidente debido a que durante una más de una hora y media, escuchamos un solo discurso con diferentes temas, además, lo que se reconoció son extras como voces de personas que mencionan apoyar a Rafael Correa y aplausos, por lo que el enlace digital se transmite con la intención de informar a los ecuatorianos desde Bruselas, Bélgica desde un salón en el que están más personas apoyando al ex mandatario.

Se registró que Rafael Correa abordó alrededor de cincuenta temas, no tienen un orden establecido por la espontaneidad en la que se ejecuta el enlace y porque es en vivo. El tiempo de cada tema se desarrolla durante minutos, dependiendo el tema que destaque el ex presidente, es la duración. El tema más discutido en este enlace son las preguntas de la Consulta Popular que se realizará en 2018.

#### **Lenín Moreno**

El enlace *El Gobierno Informa* consiste en tres características, el tiempo, los temas y las temáticas que dependen del tema que se esté desarrollando. La mayor parte del enlace se informa mediante una voz de una mujer que está previamente grabada y la información está estructurada en orden, con el fin de transmitir las gestiones del presidente Lenín Moreno con detalles y a la vez de una manera resumida.



Este enlace no es en vivo y la voz del presidente se escucha por dos ocasiones, el tiempo de los temas dependen de la extensión de información que esté prevista y ningún tema se repite.

Ambos enlaces proporcionan información, sin embargo, las diferencias se plasman en las tablas en los Anexos. Las temáticas se marcan por el estilo de cada enlace, la duración, el día, los segmentos y el protagonismo son los principales motivos que diferencian los enlaces informativos.

### **3.3 Nivel de características básicas e interactividad en *Facebook* de los enlaces informativos**

En este tercer nivel se tomó en cuenta variables comparativas de los enlaces informativos tomando en cuenta los contenidos de los mismos. Por lo que observando en los registros de *Facebook* y *YouTube* se obtuvo que el enlace digital mediante *Facebook Live*, constó de tres segmentos dispuestos por el ex mandatario que incluía temas políticos, Consulta Popular y Jorge Glas, en el desarrollo del enlace no sigue un orden específico, sino, es más espontáneo al ser una plataforma virtual. Al inicio del enlace no tiene transiciones, es decir, no existe una introducción, videos o imágenes que abran el espacio virtual, comienza directamente con un saludo de Rafael Correa.

Al ser una plataforma web donde existe interacción no se presencia un diálogo específico, no tiene apertura a preguntas o recibir comentarios en vivo a pesar de que se puede realizar. El *backing*<sup>26</sup> del ex presidente es en el salón José Mejía Lequerica de la Asamblea Nacional de Bruselas, se observa la bandera de Alianza País, movimiento político que lidera y la bandera del Ecuador.

---

<sup>26</sup> Backing: "Un panel para escenografía o backing es un módulo que conforma todo fondo o frente de una escenografía" (EnCine, 2015).

En lo que compete al enlace *El Gobierno Informa* bajo este análisis, la principal diferencia es que se reproduce por medios de comunicación públicos y privados en todo el Ecuador. El enlace está conformado por dos segmentos, el informe presidencial y un ministerial previamente estructurado, editado y producido, no es en vivo por lo que no existe diálogo en su totalidad.

Imágenes al inicio del enlace se denota como transiciones como una especie de propaganda de los actos del primer mandatario, además incluye una música acorde con la secuencia de imágenes que se presencia. El *backing* mientras el presidente de la República dilecta su discurso, es el despacho presidencial también con la bandera del Ecuador y ciertos adornos que muestran un espacio familiar de Lenín Moreno.

Enlaces Informativos	Duración	Segmentos	Transiciones	Diálogo con periodistas o ciudadanía	Día	Hora	Backing
Enlace Digital	1h 7 min	tres	No tiene transición	No tiene diálogo	Sábado	10h00	Salón José Mejía Lequerica de la Asamblea Nacional
El Gobierno Informa	15 min 17 seg	dos	Imágenes del presidente	No tiene diálogo	Lunes	20h00	Despacho presidencial

**Tabla 6 Variables comparativas de los enlaces informativos**

#### **Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

En este sentido, el monitoreo registró que las comparaciones entre los dos enlaces tienen varias diferencias y una semejanza que es la ausencia de diálogos en vivo.

### **3.4 Interactividad en *Twitter* en base a los enlaces informativos**

Las características en este nivel de investigación competen a lo que se refiere al número de veces que se comparte el enlace en *Facebook*, al número de comentarios emitidos por los usuarios, las veces que se reproduce el enlace y las reacciones de los usuarios al dar “me gusta”, “me encanta”, “me enoja”, “me divierte”, “me asombra”,

“me entristece” y en el caso del enlace digital por la temporalidad, Facebook proporcionó la reacción de “me enorgullece”.

Estas reacciones facilitan al usuario a expresar en tiempo real lo que realmente sienten o piensan respecto a una publicación. En el caso del enlace digital de Rafael Correa, hasta el momento de monitoreo de datos, el enlace se reprodujo 784.072 veces, la variable que más supera dentro de las características que generan interactividad.

**Gráfico 1 Interactividad del enlace digital de Rafael Correa**



**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

La mayor cantidad en el gráfico es el número de reproducciones del enlace digital y el de menor alcance es la variable de “me enorgullece” como reacción de los usuarios en esta red social.

El enlace El Gobierno Informa no se encuentra disponible en *Facebook*, pero si lo está en *YouTube*, en esta red social no se evidencia interactividad, no existen muchas reproducciones, no hay veces compartidas ni “me gusta”. En este caso recopilé

información de Facebook en base a un extracto del enlace de Lenín Moreno postado el 14 de octubre, días posteriores a la reproducción original en los medios de comunicación con una duración de un minuto. Este extracto abarca el discurso del primer mandatario el cual su mayor variable fue las veces que se reprodujo con 135.426 veces.

**Gráfico 2 Interactividad de *El Gobierno Informa* en Facebook**

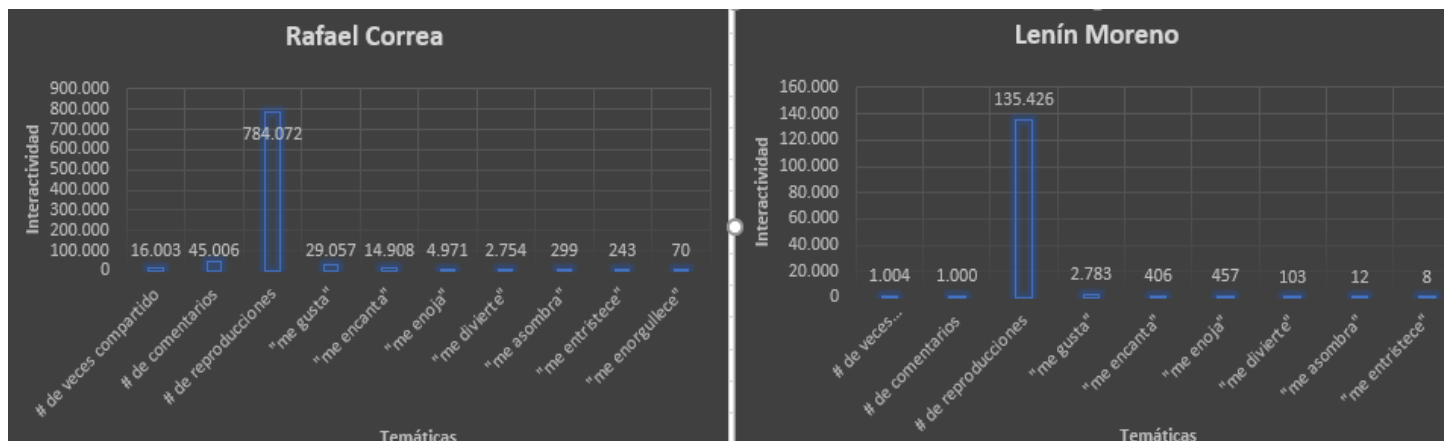


**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

En el gráfico se plasma una mayor cantidad de reproducciones del enlace y una cantidad mínima a la reacción “me entristece” como temática de esta red social.

En comparación a los dos enlaces informativos, el de Rafael Correa tiene más interactividad en *Facebook* en cuanto a las características investigadas.

**Gráfico 3 Comparación de los enlaces informativos**



**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia.**

Las tablas comparativas demuestran que el ex presidente Rafael Correa tiene más audiencia en *Facebook*. El número de veces compartidos los enlaces, el de Correa tiene más reproducciones que el de Moreno al igual que los comentarios que sobre pasan los 40.000. Los “me gusta”, en el enlace digital supera los 29.000, a diferencia de *El Gobierno Informa* que no llega a los 3.000.

En las siguientes variables de las temáticas, la diferencia entre ambos es muy evidente y con porcentajes altos. La reacción “me encanta” del enlace digital tiene más de 14.000 veces a diferencia del enlace de Lenín Moreno que cuenta con apenas 406 veces. El número de veces de la reacción “me enoja” tiene más el enlace de Rafael Correa con casi 5.000 veces, el enlace de Lenín Moreno tiene 457 veces. Con las últimas variables de igual manera el enlace digital supera los dígitos al enlace de Lenín Moreno.

Los dos personajes políticos han demostrado que son usuarios activos de las redes sociales. En esta investigación se registra específicamente que son activos en la

plataforma social de *Twitter* debido a que a diario publican tuits respecto a lo que sucede en el país y de acuerdo a sus pensamientos, ideales y críticas.

### 3.4.1 Interactividad en reacción al enlace informativo *El Gobierno Informa*

#### Rafael Correa

En el último nivel de análisis se recolectó datos de la red social *Twitter* a la reacción que han tenido los personajes políticos en base a los enlaces informativos con dos días posteriores, tomando en cuenta los posts con temas relacionados a los contenidos de los mismos. La interactividad en *Twitter* del ex presidente Rafael Correa relacionado a los temas del enlace informativo *El Gobierno Informa*, el principal tema es la Consulta Popular planteada por el actual mandatario que ha causado reacción alrededor del ámbito político.

En este sentido se recopiló información del *Twitter* de Rafael Correa para analizar los tuits en reacción a los temas ya mencionados.

**Tabla 7 Interactividad en *Twitter* de Rafael Correa**

Twitter de Rafel Correa	Tweet	Tema	Hora	Comentarios	Retweets	Me gusta	Fecha
Primer tweet	Retweet a @relicheandres Periodismo en buseta	Énfasis a Lenin Moreno	19h33	188	1.145	1.156	9-oct
Segundo tweet	Tweet con video de Jaime Nebot	Reelección indefinida	11h26	363	1.443	1.830	9-oct
Tercer tweet	Retweet a @35PAIS ALIANZA PAIS	Consulta Popular	14h37	160	1.077	1.398	10-oct

**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia.**

Se analizó que posterior al enlace informativo de Lenín Moreno, no tuvo reacción respecto al contenido, sin embargo, tres tuits se destacaron en el análisis por contener mensajes relacionados a los temas coyunturales. El día 9 de octubre previo al enlace *El Gobierno Informa*, Rafael Correa re tuiteó un mensaje que hace énfasis a las labores del actual Gobierno con varios comentarios por parte de los usuarios, en horas antes posteó

un tuit con un video del alcalde de Guayaquil, Jaime Nebot, mencionando una reforma de la Consulta Popular que es la reelección indefinida, este mensaje tuvo más comentarios a comparación de los otros dos tuits y con más re tuits y *likes*.

**Gráfico 4 Interactividad en los Tuits de Rafael Correa**



**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia.**

Los usuarios en base a la interactividad generan más re tuits y comentan menos a los mensajes analizados.

### **Lenín Moreno**

En este caso, se analizaron dos tuits que correspondían a mensajes en base a los temas que se están tratando. El primer tuit es un mensaje escrito por Lenín Moreno refiriéndose a la Consulta Popular, este tuit lo realizó a las 21h00 del día lunes 9 de octubre, por lo que fue posterior al enlace informativo. En el segundo tuit analizado, también es un mensaje del presidente Moreno con énfasis a los gobiernos anteriores que causó más reacción a los usuarios y se posteo un día después en horas de la noche.

**Tabla 8 Interactividad en *Twitter* de Lenín Moreno**

Twitter de Lenin Moren	Tweet	Tema	Hora	Comentarios	Retweets	Me gusta	Fecha
Primer tweet	Mensaje de Lenin Moreno	Consulta Popular	21h00	559	868	1.543	9-oct
Segundo tweet	Mensaje de Lenin Moreno	Gobiernos anteriores	19h10	1.005	2.369	4.047	10-oct

**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

Entre los dos tuits, el segundo tuvo más reacción por el tema que se trató, causó más repulsión por la cantidad de comentarios, pero fueron más los “me gusta” que se generaron en este mensaje.

**Gráfico 5 Interactividad en los Tuits de Lenín Moreno**



**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia.**

Se destaca en este gráfico que la mayor cantidad de interactividad son el número de veces que los usuarios dieron “me gusta” a los mensajes de Lenín Moreno.

Ambos personajes políticos tuvieron interactividad en Twitter, una de las características que los diferencia es que Rafael Correa opta por re tuitear comentarios o publicaciones idóneos y similares a su manera de pensar y a sus criterios, el usuario que



más re tuitea es del *Twitter* de Alianza País. A diferencia de Lenín Moreno quien genera y escribe sus propios mensajes directos a su audiencia.

## Rafael Correa

La interactividad en *Twitter* respecto al enlace digital del día sábado 14 de octubre que se realizó mediante Internet, en la red social *Facebook*, el ex presidente Correa en un primer tuit publicó un anuncio en el cual iniciaba el enlace digital, incitaba a sus seguidores a observar su enlace digital con los segmentos que iba a tratar. Esta alerta por parte del ex mandatario tuvo una gran cantidad de re tuits y *likes*.

En su segundo tuit recalcó el inicio de su enlace digital con una hora de retraso en el cual los usuarios reaccionaron con múltiples comentarios, re tuits y *likes*. El tercer tuit del ex mandatario hace énfasis al tema de Jorge Glas en el que se refirió en su enlace digital, lo posteo un día después al enlace, la publicación es un re tuit de Ecuador Franco Loor. El cuarto tuit también se refiere a Jorge Glas, re tuiteó a Ricardo Cobo, los dos últimos no tuvo mayor interactividad a comparación de los dos primeros, respectivamente.

**Tabla 9 Interactividad en *Twitter* de Rafael Correa**

Twitter de Rafael Correa	Tweet	Tema	Hora	Comentarios	Retweets	Me gusta	Fecha
Primer tweet	Anuncio de enlace digital	Segmentos del Enlace	10h06	580	1.126	2.531	14-oct
Segundo tweet	Inicio de enlace digital	Enlace digital en facebook	11h02	274	468	1.396	14-oct
Tercer tweet	Retweet @Efrancoolor Eduardo Franco Loor	Prisión de Jorge Glas	8h42	70	593	730	15-oct
Cuarto tweet	Retweet @rcmecua Ricardo Cobo	Funciones de Jorge Glas	19h47	14	399	492	15-oct

**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

El monitoreo demuestra que el tuit que da anuncio al enlace digital tuvo más interacción de los usuarios o la ciudadanía, por la cantidad de “me gusta” que se registra, el número de re tuits y comentarios son menores a comparación de los tres tuits posteriores que publicó el ex presidente Rafael Correa.

**Gráfico 6 Interactividad en los Tuits de Rafael Correa**



#### **Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

En este caso, la interactividad en Twitter en base a los temas del enlace informativo se evidencia en la cantidad de “me gusta” de los tuits analizados en los cuales, los usuarios en esta red social se hacen presentes con más *likes* y menos comentarios.

## **Lenín Moreno**

Dos tuits se registraron en las fechas mencionadas que responden a los contenidos del enlace digital de Rafael Correa del 14 de octubre de 2017. En el primer

tuit hace referencia a la Consulta Popular a las once horas de la mañana, durante el desarrollo del enlace digital por *Facebook live*, con una gran cantidad de reacción mediante “me gusta” y con menor cantidad de comentarios.

En el segundo tuit, el mensaje se enfocó en temas de corrupción y nuevamente sobre la Consulta Popular, este tuit se registró en horas de la noche el mismo día en el que se realizó el enlace digital de Rafael Correa con un número mayoritario a los *likes* y menor número de comentarios. Ambos tuits contienen temas de los que el ex mandatario habló durante su enlace.

**Tabla 10 Interactividad en *Twitter* de Lenín Moreno**

Twitter de Lenín Moreno	Tweet	Tema	Hora	Comentarios	Retweets	Me gusta	Fecha
Primer tweet	Tweet del primer mandatario	Consulta Popular	11h52	812	1.347	2.192	14-oct
Segundo tweet	Mensaje del primer mandatario	Corrupción y Consulta Popular	20h21	815	1.367	2.019	14-oct

**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

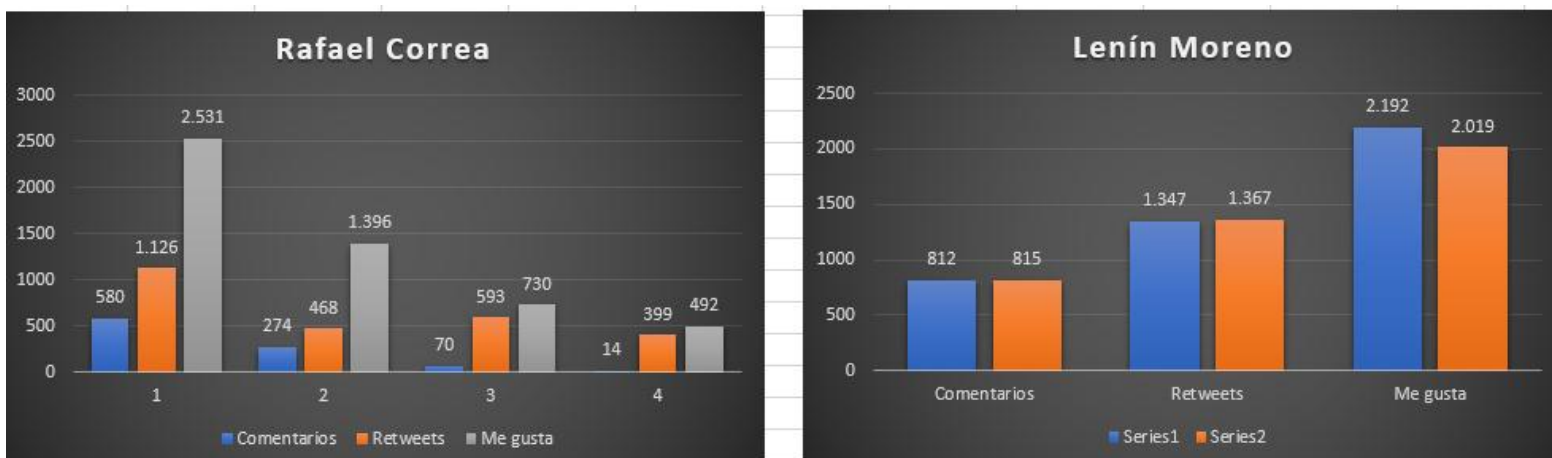
Los datos registrados son similares entre los dos tuits, varían con mínimas cantidades. Los comentarios, re tuits y likes, tienen proporciones parecidas y los temas planteados por el Primer Mandatario también es similar.

**Gráfico 7 Interactividad en los Tuits de Lenín Moreno****Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

El gráfico demuestra un balance de interactividad entre “me gusta” y los comentarios con re tuits. Un poco más de la mitad, los usuarios solo optan por dar “me gusta” a las publicaciones del presidente Lenín Moreno

Los representantes de Alianza País presentan interactividad en la plataforma social de Twitter. Uno más que otro por el tipo de contenidos que generan, además su personalidad es parte de tipo de mensaje que publican en la red social en la que sus seguidores, usuarios, ciudadanía responde e interactúa.

**Gráfico 8 Comparación de la interactividad en Twitter de Rafael Correa y Lenín Moreno**



**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

Por la diferencia de cantidad de tuits analizados, se presencia que Rafael Correa publicó más tuits, los cuales en el primero tiene más cantidad de “me gusta”, a diferencia de Lenín Moreno que en total de sus dos tuits tiene más cantidad de “me gusta”. El número de re tuits es evidente que Lenín Moreno tiene mayor cantidad al igual que los comentarios.

## CONCLUSIONES

Este trabajo investigativo tiene relación con las áreas de política, poder y redes sociales, desde donde se planteó la pregunta, ¿cómo se da el proceso de interactividad alrededor de los espacios informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa que se difunden en *Twitter* en los que existe tensión política entre ellos? Para responder a esa interrogante, se hizo una revisión de conceptos, el principal es interactividad y el otro de comunicación política.

Para establecer un nexo entre esos conceptos y el análisis concreto de los enlaces informativos, se diseñó una metodología específica que tuvo como ventajas conocer el contenido informativo de los perfiles en *Twitter* de Rafael Correa y Lenín Moreno como líderes políticos, generando interactividad con sus usuarios.

Con la aplicación de esa metodología, se concluyó que la interactividad en las redes sociales surge por las publicaciones de personajes con más presencia mediática, en este caso se analizó de los líderes políticos más influyentes del Ecuador del mismo movimiento político. Ambos usan diariamente la red social *Twitter* como fuente de información y comunicación, en la que existe pugna y tensión política.

Otras conclusiones son:

Con el camino recorrido llegué a la conclusión de que el proceso de interactividad alrededor de los espacios informativos se da en base a los temas de coyuntura en los cuales existe debate constante y generalmente son temas que incluye política.

Desde gobiernos anteriores los medios de comunicación han sido un eje importante y han usado las herramientas informáticas y comunicacionales para la

defensa y participación de disputa por el poder. Con el Gobierno actual, sucesor del Gobierno de Rafael Correa, la presencia mediática de los líderes políticos cada vez se ha ido incrementando, a tal punto que se han creado estrategias de comunicación política en el que el personaje principal es el jefe de Estado.

En este ámbito se corroboró que los personajes políticos investigados usan como estrategia de comunicación enlaces informativos, en los cuales cada semana se difunden o se reproducen. Estos espacios tienen características diferentes y los personajes políticos son distintos en cuanto a su personalidad y uso del discurso. Sin embargo, manejan una estrategia de comunicación política eficiente con el fin de llegar a toda la audiencia, que este caso son los ciudadanos del Ecuador y mantener la opinión pública. Además, cabe recalcar que dentro de las conclusiones se evidenció que los periódicos analizados en el capítulo II, no ocupan su agenda mediática con los contenidos que se mencionan en el enlace informativo *El Gobierno Informa*, a diferencia de lo que sucedió con Rafael Correa en la cual, la agenda mediática dependía de los temas que abordaban los enlaces sabatinos.

Dentro de este marco se presencié el uso de las redes sociales alrededor de los espacios informativos y como parte de la comunicación e información de Lenín Moreno y Rafael Correa. Tomando en cuenta que la red social analizada es *Twitter* por la tendencia y la actividad constante de los personajes políticos.

El tema del discurso y las tensiones políticas no es algo neutral y se complejiza en las redes sociales por la interacción de otras personas. Dentro del capítulo tres realicé la investigación de los contenidos publicados por Lenín Moreno y Rafael Correa, en los cuales aparentemente existe una pugna y tensión política entre ellos, lo que si responde a una de mis preguntas planteadas en mi investigación.

La interactividad está asociada a la innovación tecnológica y usos de la red social específicamente en *Twitter* en el cual los usuarios son activos con los temas relacionados a política. En esta investigación se plantearon tres objetivos específicos que, si se cumplieron, el primer objetivo consistía en identificar la relación entre comunicación mediática y política en la que han surgido los espacios informativos de gobernantes y ex gobernantes en el Ecuador, de acuerdo a lo investigado se identificó desde la llegada de Rafael Correa al poder han surgido los espacios informativos, antes como Enlace Ciudadano, ahora como enlaces digitales en *Facebook* por parte de Correa.

El segundo objetivo tiene que ver con la identificación de las características de los espacios informativos usados por Rafael Correa y Lenín Moreno y su interacción con las personas. En el desarrollo de esta parte de mi investigación se determinó que los personajes políticos tienen características muy distintas en los espacios informativos, desde el escenario que lo realizan, hasta el método de su discurso.

Y el tercer objetivo es el diseño metodológico del análisis interactivo en *Twitter* de Lenín Moreno y Rafael Correa. El manejo de la información en *Twitter* es todo un proceso de recolección de datos y búsqueda, en este sentido, el análisis del resultado concluye que ambos tienen interactividad en esta red social y publican mensajes relacionados a los temas y contenidos de los espacios informativos de cada uno que genera reacción entre los usuarios con grandes cantidades de “me gusta”, comentarios y re tuits. Además, mediante el desarrollo de mi investigación se puede observar aparentemente una pugna y tensión política entre Lenín Moreno y Rafael Correa.

*Twitter* se ha convertido en un espacio informativo y una herramienta que ha permitido la comunicación de personajes políticos con publicaciones que produce que los usuarios reaccionen al respecto.



En este debate conceptual se determinó una metodología que los pasos desarrollados fueron efectivos. Esta investigación deja abierta al análisis de la interactividad de futuros presidentes que cada día es más evidente por la facilidad del uso de las redes sociales y la presencia mediática en los medios de comunicación y en Internet.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, J. (2010). *La participación ciudadana y las redes sociales*.
- Avilés, G. (2012). *Medios y gobierno : ajustando el sistema de representación política en el Ecuador*. Quito: Flacso Ecuador.
- Ayala, A. y Cruz, P. (2009). *El Gobierno y los medios: ¿Rafael Correa vs. Guadalupe Mantilla?* Quito. Recuperado el 08 de 09 de 2017, de [http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub\\_301.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_301.pdf)
- Ayala, A. y Cruz, P. (2010). *La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos*. Quito. Recuperado el 06 de Septiembre de 2017, de [http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub\\_273.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_273.pdf)
- Ayala, A. y Cruz, P. (2010). *La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos*. Quito. Recuperado el 06 de 09 de 2017, de [http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub\\_273.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_273.pdf)
- Basantes, B. (2013). *ANÁLISIS DE TELENOTICIAS DE LA ACCIÓN DEL PRESIDENTE RAFAEL CORREA*. Quito: Flacso- Ecuador.
- Bisbal, M. (2007). *Los Medios en Venezuela. ¿Dónde estamos?* Caracas: ISSN.
- Borja, S. (30 de 03 de 2017). *GkillCity*. Obtenido de El patriota: <http://elecciones2017.gk.city/2017/03/30/quien-es-lenin-moreno/>
- Bravo, I. (2013). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU PODER (¿DEMOCRÁTICO?) ANÁLISIS DEL 30S*. Quito: Flacso- Ecuador.
- Cabezas, E. (2015). *Periódico literario, opinión pública y nación: crítica a la construcción de la opinión pública de los ecuatorianos alrededor del concepto de nación a partir del periódico Letras del Ecuador (1945-1966)*. Quito: Flacso Ecuador.
- Calderón, M. J. (2015). *INTERNET Y POLÍTICA: DELIBERACIÓN, CONTIENDA Y DEMOCRACIA EN EL ECUADOR 2007-2013* . Quito: Flacso- Ecuador.
- Calva, J. Nassif, A. (2007). *Democracia y gobernabilidad*. México: Porrúa.
- Cárdenas, M. (2014). *La política social del Ecuador en el gobierno de Rafael Correa de los diarios El Comercio y El Universo*. Quito: Flacso Ecuador.
- Cruz, P. (2009). *COMUNICACIÓN Y MIGRACIÓN: ANÁLISIS DE UN PROCESO DE INTERACTIVIDAD EN LOS PERIÓDICOS ON LINE DEL ECUADOR*. Quito: Flacso- Ecuador.

- Ecuador, M. (13 de 07 de 2017). *Metro Ecuador*. Obtenido de Nuevas críticas de Rafael Correa para Lenín Moreno en Twitter: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2017/07/13/rafael-correa-critica-al-presidente-lenin-moreno-twitter.html>
- EFE, A. (03 de 04 de 2017). Lenín Moreno, ¿un nuevo estilo de Gobierno para Ecuador? *EL COMERCIO*.
- El Comercio*. (04 de 10 de 2017). Obtenido de Lenín Moreno anuncia ‘ajustes’ en la Secretaría de Inteligencia y reconoce período sombrío de propaganda: <http://www.elcomercio.com/actualidad/leninmoreno-ajustes-senain-propaganda-prensa.html>
- El Universo*. (12 de 07 de 2017). Obtenido de Lenín Moreno pide a directivos de medios que la prensa sea la primera en denunciar la corrupción: <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/12/nota/6277198/lenin-moreno-pide-directivos-medios-que-prensa-sea-primera>
- ElUniverso. (07 de 09 de 2017). *El Universo*. Obtenido de Twitter de Alianza PAIS, con más voces correístas: <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/11/04/nota/6464314/twitter-ap-mas-voces-correistas>
- EnCine, R. (09 de 04 de 2015). *En Cine*. Obtenido de Cómo hacer un backing: <http://encine.escuelanacionaldecine.com.ve/?p=1886>
- Erazo, P. M. (01 de 04 de 2011). Ecuador: se agrava pugna entre Correa y la prensa en los estrados judiciales. *BBC MUNDO*, pág. [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/04/110331\\_ecuador\\_correa\\_periodistas\\_denuncia\\_fp](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/04/110331_ecuador_correa_periodistas_denuncia_fp).
- Fajardo, L. (2016). *El lenguaje político*. Apogeo.
- Gamarra, J. (2009). *El esquema básico para el impacto público: La comunicación mediática y el trato con la prensa*.
- García, H. (2000). *Prensa. Periodismo de Internet*. CIESPAL.
- Jaramillo, E. (2003). *El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad*. Quito: QUIPUS - CIESPAL. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/10664/1/REXTN-CH83-03-Orihuela.pdf>
- Leiva, S. (2017). *Esfera Pública latinoamericana: espacios comunicativos en construcción desde la ciudadanía*. Quito: Flacso-Ecuador.
- Lundby, K. (2014). *Mediatization of Communication*. Berlín: Walter de Gruyter GmbH.
- Masi, P. et al. (2010). *Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia*.
- Mendoza, F. (18 de 09 de 2017). *Metro Ecuador*. Obtenido de Lenín Moreno, polémico mensaje Twitter para iniciar la semana: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2017/09/18/lenin-moreno-polemico-mensaje-twitter-iniciar-la-semana.html>

- Ordoñez, P. (2010). El presidente Rafael Correa y su política de redención. *FLACSO*, 77-94. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3491/1/RFLACSO-EC80-05-Perez.pdf>
- Ortiz, R. (2016). *El carisma de Rafael Correa Delgado la formación de un estilo de gobierno y sus defectos en la democracia representativa*. Quito: Flacso-Ecuador.
- Palomo, M. (2009). *El periodista on line*. Sevilla: Pedro J. Crespo.
- Pecero, I. (s.f.). *Escenarios para los medios de comunicación en la era de Fidel Catro*.
- Peralta, M. (2016). *El lenguaje de las noticias en televisión*. Barcelona: Oberta UOC Publishing, SL.
- Plúa, M. (2014). *ENLACE CIUDADANO: DISPOSITIVO DE LA REVOLUCIÓN CIUDADANA*. Quito: Flacso-Ecuador.
- Punín, I. (2011). *RAFAEL CORREA Y LA PRENSA ECUATORIANA. UNA RELACIÓN DE INTRIGAS Y ODIOS. RAZÓN Y PALABRA*.
- Ramos, I. (Mayo de 2013). Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador. *ÍCONOS*, 67-82. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/133-524-1-PB.pdf>
- Rivarola, M. (01 de 06 de 2012). *ABC*. Obtenido de La participación ciudadana en las redes sociales: <http://www.abc.com.py/especiales/fin-de-semana/la-participacion-ciudadana-en-las-redes-sociales-408655.html>
- Ruelas, E. (2008). *Participación ciudadana en la mejora de la calidad de los servicios de salud*. Mexico: Médica Panamá.
- Samaniego, A. (2014). *Información, periodismo y tecnología: uso de Twitter en el periodismo ecuatoriano*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Telégrafo, E. (05 de 06 de 2017). *El Telégrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/2/el-gobierno-informa-se-emitira-desde-este-lunes>
- Telégrafo, E. (02 de 09 de 2017). *El Telégrafo*. Obtenido de Rafael Correa responde a Moreno en Twitter: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/2/rafael-correa-responde-a-moreno-en-twitter>
- UNESCO. (2017). *Libertad de Expresión*. Costa Rica.
- Universo, E. (02 de 03 de 2012). Rafael descarta que su relación con la prensa mejore. *EL UNIVERSO*, págs. <http://www.eluniverso.com/2012/03/02/1/1355/rafael-correa-descarta-relacion-prensa-mejore.html>.
- Valderrama, C. (2009). *La investigación en medios de comunicación en Colombia (1980-2009)*. Bogotá: Universidad Central de Colombia.

## **PRODUCTOS COMUNICACIONALES**



<b>CONTENIDO</b>	
<b>POLÍTICA Y REDES SOCIALES.....</b>	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO I CÓDIGOS Y LEYES PARA PERIODISTAS</b>	
1.1 CÓDIGO DEONTOLÓGICO PARA EL PERIODISTA .....	6
1.2 EN ECUADOR.....	7
<b>CAPÍTULO 2 TWITTER</b>	
2.1 ¿Qué es Twitter?.....	12
2.2 Recursos de Twitter.....	13
2.2.1 Tuiteo móvil para periodismo.....	13
2.2.2 ¿Qué es tendencia en Twitter?.....	15
2.3 Composición de un Tuit.....	19
2.3.1 ¿Cómo escribir un buen Tuit?.....	20
<b>CAPÍTULO 3 HERRAMIENTAS PARA EL USO DE TWITTER EN COBERTURAS POLÍTICAS</b>	
3.1 ¿Cómo se debería usar Twitter en coberturas políticas?.....	22
3.2 Twitter como fuente oficial.....	22
3.2.1 Así se usa Twitter como fuente oficial.....	22
3.2.2 Así se debería usar.....	22
3.3 Retuitear.....	23
3.3.1 ¿Qué significa retuitear?.....	23
3.3.2 ¿Qué se debe retuitear?.....	23
3.4 Twitter como entrevista.....	23
3.4.1 ¿Twitter puede reemplazar una entrevista?.....	23
3.4.2 ¿Cómo se debe usar Twitter para una entrevista?.....	23
3.5 Cuentas de Twitter para periodistas.....	24
3.6 Nuestras fuentes en Twitter.....	24
3.7 Riesgos de Twitter.....	25
Colaboradores.....	26
Referencias.....	27



## POLÍTICA Y REDES **SOCIALES**

Las redes sociales son un espacio de proyección informativa que usan los periodistas como fuente y terreno para establecer interlocución con los usuarios. Alrededor de esta información existen quienes publican constantemente y generan interactividad. En este sentido, las redes sociales se han convertido en un canal muy importante para enviar mensajes instantáneos, publicar una información, conocer ubicaciones, buscar recomendaciones y en el ámbito político se usan para campañas, publicidad, ruedas de prensa, emitir comentarios y tener una voz masiva.

Las redes sociales permiten al político llegar de forma directa a la ciudadanía sin la participación de los periodistas, además pueden dar un tratamiento personalizado a su audiencia. La cantidad de personas presentes en redes sociales crece todos los días.

En torno a esto los periodistas nos sometemos a una afluencia de información en la cual no tenemos normas y reglas para el uso de redes sociales.





No sería aventurado aseverar, pues, que las redes sociales están configurando un nuevo ecosistema informativo, caracterizado por la interactividad entre los usuarios y también entre estos usuarios e instituciones públicas, políticos, empresas y medios de comunicación, alterando de este modo las relaciones tradicionales mantenidas entre las diferentes instancias sociales.

Existen redes sociales especializadas en diferentes ámbitos como la fotografía, a través de Flickr o Instagram, de música, en el caso de Spotify, los videos, con el ejemplo de YouTube, las relaciones profesionales en LinkedIn.

Además de un amplio catálogo de plataformas destinadas a la comunicación general de sus usuarios (Facebook, Google+, Twitter). A pesar de su heterogeneidad, los usos que de estas redes sociales se pueden realizar desde un punto de vista periodístico son innumerables e incluyen no sólo la difusión de información, sino también el acceso a las fuentes, la recopilación de material o la verificación del mismo, todo ello sirviéndose de la acción colectiva de usuarios.

Este manual responderá algunas inquietudes en torno a las redes sociales, específicamente de Twitter.

# **CAPITULO I**

## **CÓDIGOS Y LEYES PARA PERIODISTAS**

## 1.1 CÓDIGO DEONTOLÓGICO DEL PERIODISTA

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) tiene un Código Internacional de Ética periodística, la cual especifica puntos en los que se mezclan los derechos, la ética y la integridad del periodista.

- 1.- El derecho del pueblo a una información verídica
- 2.- Adhesión del periodista a la realidad objetiva
- 3.- La responsabilidad social del periodista
- 4.- La integridad profesional del periodista
- 5.- Acceso y participación del público
- 6.- Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre
- 7.- Respeto del interés público
- 8.- Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas
- 9.- La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad confronta
- 10.- Promoción de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación

## 1.2 EN ECUADOR

La ley emitida en septiembre de 1975 por Guillermo Rodríguez Lara, fue la primera y única realizada en una dictadura. Esta Ley de Ejercicio Profesional del Periodista señala que se debe proteger al periodista profesional y estimular su superación intelectual y material; Que los ecuatorianos tienen derecho a expresar su pensamiento sin otras restricciones que las que imponen la Ley, la moral y la seguridad nacional. En uso de las facultades de que se halla investido. En el desglose de las leyes se vinculan a reglamentos con la Asamblea Nacional, al Comité Ejecutivo, organizaciones o Ministerios. Esta ley sigue vigente. La libertad de expresión es el eje principal en lo que confiere al ejercicio del periodista. El Código de Ética del Periodismo en Ecuador señala:

"La libertad de expresión se plasma esencialmente en la libertad de información y de opinión, a través de los medios de la comunicación social. Este derecho es, en consecuencia, inalienable, por lo que le corresponde al periodista profesional su plena aplicación práctica, ya para satisfacer el anhelo comunitario de una información oportuna, veraz y objetiva, ya para contribuir a la correcta interpretación y orientación de los problemas en el complejo mundo en que vivimos, ya para ofrecer distracción constructiva y útil; ya, en fin, para reforzar e impulsar los programas y planes de desarrollo social y para luchar por la soberanía, independencia y dignidad nacionales"

#Manualperpolitico





Este Código también se vincula a los artículos que plantea la Constitución:

#### EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD

Artículo 1.- El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.

Artículo 2.- El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

Artículo 3.- El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos.

Estas Leyes se basan en los medios de comunicación para garantizar una óptimo y eficiente ejercicio del periodismo. El marco normativo vigente que corresponde a la Constitución del Ecuador. En la sección tercera de Comunicación e Información, Artículo 16, se garantiza:

“La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas”.

Asimismo, “el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación” (2008), es otro derecho que estipula la ley. Este derecho uno de los más importantes porque mediante este artículo, se brinda la oportunidad de acceder a espacios donde se genere información y además participar de los contenidos informativos por las nuevas plataformas virtuales que existe en la web.

Aunque esta norma no especifique que abarca redes sociales, en este punto en lo que se refiere comunicación mediática, es importante e indispensable usar la web como una fuente de información que, además, es donde se genera la interactividad de los oyentes, espectadores y lectores y es un derecho fundamental el acceso a estas herramientas tecnológicas de comunicación.

En la Constitución no se articula nada en lo que se refiere a los contenidos políticos en los medios de comunicación, sino, plantea más derechos que benefician a la ciudadanía. Puedo marcar en esta sección que la libertad de expresión es el principal derecho de todo individuo. El artículo 38 de la Ley Orgánica de Comunicación estipula que:

La ciudadanía tiene el derecho de organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación.

De esta manera, el marco normativo vigente sí reconoce la información mediática, pero indirectamente la información en Internet. En cuanto al control de los contenidos de Internet, no hay una referencia específica que vigile o supervise lo que se genere en Internet. La aclaración de las Leyes ayuda a entender que estamos bajo un régimen general que debemos cumplir.

**Sin embargo, usted periodista ¿Sabe cómo usar una red social para coberturas o verificar una información?**



---

Para empezar, debemos reconocer que el periodismo es fascinante y apasionante. Uno de los principales ejes en el que estamos expuestos es la política, este tema aborda casi toda la información y lo más interesante son sus actores.

*“La política no fuera lo mismo sin el periodismo, la política necesita del periodismo”, (Villavicencio, 2018)*

La importancia del periodismo en las sociedades democráticas guarda relación directa con el saber y con el poder. Si los medios en general son una pieza crucial en el sistema democrático se debe a que el periodismo genera conocimiento público y el conocimiento es la base sobre la que se fundamenta la acción política del pueblo: la valoración, la opinión y en última instancia el voto y la movilización.

También debemos reconocer la participación ciudadana y las redes sociales. Construir una participación ciudadana no es fácil, es un imperativo consustancial de la democracia que se enfrenta paulatinamente a retos con el fin de mantenerla legítima y activa.

La participación de la ciudadanía, actualmente no solo es evidente cuando se crean espacios de diálogo presencial. A pesar de que los medios masivos de comunicación como radio, televisión, cine y periódicos han generado opinión, al mismo tiempo han generado discusión. Las redes sociales rebasan la participación ciudadana autónoma.



## CAPITULO 2

# TWITTER





## 2.1 ¿Qué es Twitter?

Esta red social se ha convertido en una herramienta de información, el desarrollo de las nuevas tecnologías nos lleva a la instantaneidad, es decir, informarnos de algo inmediatamente incluso tener acceso a los acontecimientos mientras está leyendo el texto. Los recursos multimedia ofrecen de forma completa la información que antes no se encontraba en un mismo sitio y ha provocado que se generen noticias inmediatas. La red tiene alrededor de 500 millones de usuarios alrededor del mundo y 242 millones son usuarios activos y 184 millones de ellos interactúan desde teléfonos celulares inteligentes debido a que las grandes empresas han creado aplicaciones (apps.) que facilitan a los usuarios manejar las plataformas y recibir actualizaciones en las cuales se puede activar específicamente de quien se quiera estar al tanto. Lo interesante y novedoso es que solo 140 caracteres se pueden usar al momento de escribir hechos o novedades, acompañados de fotos, videos o gif.

En Ecuador conocemos que varios actores políticos usan esta plataforma virtual para difundir, crear o enviar un mensaje y la mayoría son altamente activos, tal es el ejemplo del ex presidente Rafael Correa, quien difunde mensajes en Twitter muy seguido y generalmente causan polémica.

Las organizaciones, instituciones, partidos y movimientos políticos también aprovechan esta red social para transmitir mensajes. La plataforma de Twitter abrió la oportunidad a los políticos para expresarse y de alguna manera generar contenido para tratar de estar más cerca de sus seguidores o usuarios quienes opinan, responden y replican la información que cada uno propaga en esta red social.

## 2.2 Recursos de Twitter

### 2.2.1 Tuiteo móvil para periodismo

- ✓ La información es al instante
- ✓ Permite transmitir en directo un evento o suceso



- ✓ Usar hagshtag (#) crea tendecia, además, indica los artículos que también son tendencia



### 2.2.2 ¿Qué es tendencia en Twitter?

Son los temas que se están hablando en Twitter según la ciudad, el país, o a nivel mundial. Si hay un evento importante lo más probable es que muchas personas van a estar tuiteando sobre eso.

Generalmente, los temas del momento se encuentran con "hagshtag" o etiquetas que van precedidas del símbolo numeral #Manualperpolitico.

Las palabras se agrupan sin espacio y son las más importantes y representativas del tema que se lleva a cabo.

Las palabras en hagshtag es una forma de clasificar los mensajes para agruparlos en un tema común.

Los hashtags también sirven para ahorrar espacio en Twitter cuando un término popular usa muchas letras.

La traducción de hagshtag es numeral o etiqueta.

#### **Trending Topic (tendencia de un tema)**

Para que un hagshtag se convierta en trending topic se deben mezclar ciertos factores como: base total de followers, alcance de los tweets, agilidad de difusión, capacidad del hashtag de asociarse al pensamiento y creatividad de muchos usuarios.



✓ Se puede recibir notificaciones de tus seguidos

Puedes elegir las cuentas que más te interesan y activar las notificaciones que te servirán para conocer la noticia de inmediato.





✓ Permite guardar elementos, es decir, archivar información



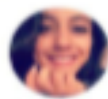
#Manualperpolitico



✓ Envía mensajes directos e inmediatos



## 2.3 Composición de un Tuit



¿Qué está pasando?

280 caracteres

### Fotos



Gifs



Encuesta



Ubicación



#Manualperpolitico





---

Desde el 2017 Twitter amplió la extensión de sus tuits a 280 caracteres. Con este límite el periodista debe transmitir la información, debido a que es un espacio suficiente para la inmediatez de la plataforma social.

### **2.3.1 ¿Cómo escribir un buen tuit?**

**Menos de 100 caracteres:** Deja espacio para los comentarios.

**Inlcuye un enlace:** Así el tuit tendrá más posibilidades de ser retuiteado, asegúrate de contrastar la información.

**Usa hashtags relacionados:** No abusar de ellos. Lo ideal es uno o dos.

**Cuida la ortografía:** Un periodista no debe conocer las faltas ortográficas.

**Usa acortadores de URL:** Así se gana espacio y el tuit será más agradable a la vista.

**Cita la fuente:** Usa arroba @ para citar tu tuit. Asegúrate que sea la cuenta oficial.

**Incluye alguna imagen:** Los tuits con imagen llaman más la atención.



## **CAPITULO 3**

# **HERRAMIENTAS PARA EL USO DE TWITTER EN COBERTURAS POLÍTICAS**

## 3.1 ¿Cómo se debería usar Twitter en periodismo político?

Como un medio de información rápido y veraz. Lo importante es facilitar la información y tener en cuenta que la mayoría de los actores políticos son críticos en esta red social, entonces no todos proporcionan información necesaria, sino, solo critican.

## 3.2 Twitter como fuente oficial

### 3.2.1 Así se usa Twitter como fuente oficial

Los periodistas y medios de comunicación han optado por usar cómo fuente oficial un tuit de un personaje político que trasmite cierta información.

### 3.2.2 Así se debería usar

Twitter se ha convertido en una fuente primaria porque los políticos usan este medio como un porta voz. El periodista debe reconocer quién puede ser una fuente oficial siguiendo estos pasos:

- 1.- Identificar el personaje político
- 2.- Identificar si la cuenta es oficial
- 3.- Verificar la información proporcionada

Para esto se debe tomar en cuenta que instituciones como el ECU 911 o el Instituto Geofísico son cuentas oficiales que en cada momento mandan mensajes que son de interés público y son una fuente oficial.

## 3.3 Retuitear

### 3.3.1 ¿Qué significa retuitear?

Como periodista si retuiteas significa que quieres que eso se lea, es transmitir una información que ya existe y facilita el tráfico de esa información que, además, puedes agregarle un comentario.

Cuando un político retuitea significa que transmiten y a la vez replica ese mensaje.

### 3.3.2 ¿Qué se debe retuitear?

Se debe retuitear información verificada con una o varias fuentes oficiales que por interesante o atractiva que parezca, es importante que como periodistas contrastemos, ya que también está en juego nuestra credibilidad.

## 3.4 Twitter como entrevista

### 3.4.1 ¿Twitter puede reemplazar una entrevista?

Sí, pero se lo usa como una herramienta dentro de un blog porque se pueden mezclar bastantes comentarios.

### 3.4.2 ¿Cómo se debe usar Twitter en una entrevista?

Puede ser un hilo conductor de la entrevista como respaldo o un plus a la información, pero no puede ocupar toda una entrevista.





### 3.5 Cuentas de Twitter para periodistas

Es recomendable para los periodistas tener dos cuentas: Una personal y otra bajo el medio de comunicación (si trabajas para uno), y si este tiene leyes que aplican a redes sociales, se deben acatar.

El periodista no debe descartar que siempre puede emitir información, pero es importante aclarar que la opinión es tuya o del medio, porque en redes sociales todo es interpretable.

### 3.6 Nuestras fuentes en Twitter

Es recomendable organizar a los usuarios que seguimos para administrar de manera efectiva nuestras fuentes.

La ventaja de esta sugerencia es para no saturarnos de información.

Cuentas que podrías seguir:

Fiscalía Ecuador @FiscaliaEcuador  
Presidencia del Ecuador @Presidencia\_Ec  
ECU 911 @ECU911\_  
Instituto Geofísico @IGecuador  
Cuentas de los diferentes ministerios

En esta lista se pueden incluir las cuentas de los medios de comunicación del país y las cuentas de los personajes políticos más influyentes como el presidente Lenín Moreno @Lenin y de aquellos que consideres que proporcione información importante y veraz.

## 3.7 Los riesgos de Twitter

El principal riesgo que tenemos los periodistas es que nos hackeen y cierren las cuentas de Twitter.

Para evitar que esto suceda, lo más recomendable es pautar.

Sin embargo, Twitter ha reforzado su seguridad. La red social incorporó una nueva herramienta de seguridad para sus usuarios y se trata de un filtro de calidad 'antitrolls' que permitirá eliminar contenidos ofensivos de la línea de tiempo.

El filtro también permitirá eliminar contenidos duplicados y las cuentas fraudulentas en las notificaciones. También realizará un seguimiento a los números telefónicos que difundan contenidos ofensivos.

Esta función por ahora está disponible para algunas de las cuentas verificadas que se conectan desde iOS, es decir, aquellas que han confirmado la identidad de los usuarios.



## COLABORADORES



**Alfredo Dávalos**  
Presidente de la Asociación  
de Consultores Políticos



**José Rivera**  
Comunicador, marketero  
tradicional y digital,  
capacitador y consultor



**Fernando Villavicencio**  
Periodista y activista  
político

**EL COMERCIO**

**Carlos Espinoza**  
Coordinador Multimedia  
del diario El Comercio

## REFERENCIAS

Aguirre, J. (2010). *La participación ciudadana y las redes sociales*.

Delclós, T. (2014). *Periodistas en las redes sociales*. Bogotá: EL PAÍS.

Ecuador, C. D. (2008). *Código de Ética Periodísticas del Ecuador*. Universidad Técnica Particular de Loja.

GCF. (2016). *¿Qué es tendencia en Twitter?*. Community Foundation International (GCFI).

Ortiz, C. L. (2018). *Trending topic*. República Dominicana: Newsplus @mmercedes02 Web Designer.

Ruelas, E. (2008). *Participación ciudadana en la mejora de la calidad de los servicios de salud*. Mexico: Médica Panamá.

Samaniego, A. (2014). *Información, periodismo y tecnología: uso de Twitter en el periodismo ecuatoriano*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

UNESCO. (2017). *Libertad de Expresión*. Costa Rica.

JC Suárez Villegas, J Cruz Álvarez (2016): "Los dilemas deontológicos del uso de las redes sociales como fuentes de información. Análisis de la opinión de los periodistas de tres países". *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 66 a 84





## **Manual para ejercer periodismo político en Twitter**

Apropiarse de esta red social es comprender sus dinámicas y aprovechar sus potencialidades en el trabajo periodístico.

“Todo periodista tendría que tener una cuenta hoy en día. Si no es para comunicar o escribir, como mínimo debe usarlo para escuchar”

Mario Tascón, periodista español independiente.



María Paula Goyes Larrea  
@ma\_pau96

SUPLEMENTO DE LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO MULTIMEDIOS DEL COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS - NS0 - 83N1390-793

# ENFOQUE

Mayo 2018

## Pugnas en la red

Los políticos han usado Twitter para emitir mensajes y enfrentarse. Todo comenzó con la llegada de Lenin Moreno a la presidencia de la República del Ecuador.



Clase de Producción Editorial. Profesores: Juan Alvarado, Eric Samson. Textos: Tania Sánchez, Ruth Villacís, Carolina Loza y Giuliana Oleffe. Fotos: María Paula Goyes. Dirección Creativa: María Paula Goyes y Juan Alvarado. Edición de Contenidos: Stephanie Abajo, Eric Samson. Comité Editorial: Tania Orbe y Santiago Castellanos.

# Juntos y revueltos

## Los medios y la política



Toda la información mediática que proporcionan los personajes políticos pertenecen directamente a los medios de comunicación. Debido a que se relacionan en la forma en la que los medios, ya sea radio, prensa o televisión, transmiten mensajes a los individuos.

**L**o que decidimos ver y a qué medios mirar depende de la ideología de cada persona, además la comunicación mediática intenta estratégicamente crear empatía con su público.

De esta manera y analizando la importancia de los medios de comunicación, muchos actores políticos han aprovechado esto para llegar con discursos, noticias e información generalmente política mediante la comunicación y los medios, a sus audiencias que somos los ciudadanos.

Por ello, se entiende que tanto los medios, los políticos y la política usan los recursos de difusión con la intención de reproducir mediáticamente y dar sentido a sus mensajes mediáticos. La comunicación mediática apunta a la instauración simétrica desde el punto de vista entre el político y el medio especializado equiparando la legitimidad con la representatividad del político.

El cuarto poder del Estado, que son los medios de comunicación ha demostrado su influencia mediática y dentro de ella la comunicación que día a día se torna

mediática por los contenidos que ofrecen los medios y en la realidad, dentro de un modelo de comunicación, la figura presidencial está presente y es fundamental.

Los presidentes han sido figuras centrales comunicativas, en Ecuador y revocando los últimos años, el presidente más influyente ha sido Rafael Correa Delgado.

El régimen presidencial requirió el control de los medios de comunicación.

El efecto mediático con el uso de los medios, otorgó una amplia audiencia al ex presidente Rafael Correa. La política y los medios de comunicación en el Gobierno pasado, generó una nueva cultura política con valores

de cambio que implicaron una nueva relación entre Estado y sociedad en donde la autoridad visible era el jefe de Estado.

Sin duda, el ejercicio mediático se involucra en su totalidad con la política y por ello, los gobiernos han optado por crear estrategias mediáticas en las cuales, los actores principales son el presidente o políticos más influyentes.

Hace más de 42 años con el líder revolucionario Fidel Castro, los medios de comunicación se usaron como un instrumento de trabajo básicamente para la propaganda y la formación político - ideológica





Venezuela ha usado este método diez años con el gobierno de Hugo Chávez.



Álvaro Uribe lo realizó en Colombia durante seis años.



Con el gobierno de Lula Da Silva, este método se usó durante seis años en Brasil.



Evo Morales lo aplicó en Bolivia casi tres años.



En Ecuador durante una década lo realizó Rafael Correa.

## FIGURAS CENTRALES: Presidentes y ex presidentes en Latinoamérica

## comunicación política

**P**olítica y gobierno. - La oposición, los partidos políticos, las estructuras sociales y medios de comunicación, son los actores que intervienen dentro de la comunicación política. Estos difunden una situación política que se encargan de circular información y los discursos de los políticos, con el fin de captar poder y legitimación.

**O**tra estrategia de comunicación política es la comunicación que está ligada a los medios tecnológicos, pero son las situaciones sociales las que permiten que ganen fuerza hasta el punto de llegar a pensar que "todo avance tiene intencionalidad política".

**L**a información que se proporciona es un intercambio de datos, visiones y acontecimientos que se comparte con la audiencia. Se brinda la descripción detallada y verificada de hechos y acontecimientos que sean noticia y de interés público.

**I**ntuitivamente, la comunicación política es participación, generalmente todo lo relacionado a poderes del Estado es noticia y genera debates y reacciones. Los espacios mediáticos se necesitan para intercambiar consensos, en este caso se ha generado pugnas en las redes sociales, específicamente en Twitter por parte de los personajes políticos.

**T**ambién es importante el espacio público, así los ciudadanos también se identifican de alguna manera con los discursos presidenciales y los personajes difunden su propio contenido para llegar directamente a los usuarios y sean ellos quienes recepten e interpreten directamente el mensaje emitido.

**I**nvolver a los actores políticos dentro de la comunicación es importante porque ellos son los generadores de contenidos informativos. Estos personajes han aprovechado los espacios y los medios de comunicación para mediatizar sus contenidos informativos.

**C**abe recalcar que para ser mediática la información se necesita que los hechos sean sumamente importantes y generalmente todo lo equivalente a política son noticias principales y más aún si existe una voz oficial que proporcione la noticia.

**A**demás, la información dentro de la comunicación política se hace mediática por el contenido noticioso que en casi todo el mundo, la noticia gira en torno a la política.

## INTERACTIVIDAD EN TWITTER

La plataforma de Twitter abrió la oportunidad a los políticos para expresarse y de alguna manera generar contenido para tratar de estar más cerca de sus seguidores o usuarios quienes opinan, responden y replican la información que cada uno propaga en esta red social.

### ¿POR QUÉ TWITTER?

Twitter se convirtió en una herramienta de información, el desarrollo de las nuevas tecnologías nos lleva a la instantaneidad

La red tiene alrededor de 500 millones de usuarios alrededor del mundo y 242 millones son usuarios activos y 134 millones de ellos interactúan desde teléfonos celulares inteligentes

## LENÍN MORENO Y RAFAEL CORREA EN TWITTER

Rafael Correa tiene más seguidores y más tuits por la interactividad que ha generado en la década de su gobierno.

Lenín Moreno, a pesar de las respuestas "indirectas" a Rafael Correa, es más pasivo en sus tuits y tiene menos seguidores.

Una diferencia muy marcada es que Rafael Correa emite sus propios mensajes en Twitter, mientras que en la cuenta de Lenín Moreno son personas trabajando en torno a sus tuits.

Lenín Moreno  
@Lenin



Rafael Correa  
@NishiRafael  
#Periodismotusfj  
#PugnasEnLaRed

## Página web



### POLÍTICOS TUITEROS

La política en el Ecuador se ha mezclado con la interactividad en las redes sociales. Los personajes políticos han usado Twitter para estar más cerca de las personas.







Rafael Correa ha convertido sus redes sociales para criticar las acciones de su sucesor, tal es el hecho, que el 12 de julio de 2017, escribió mensajes en Twitter dirigidos al primer mandatario comentando sobre el roce que hay en la actualidad en Alianza País.



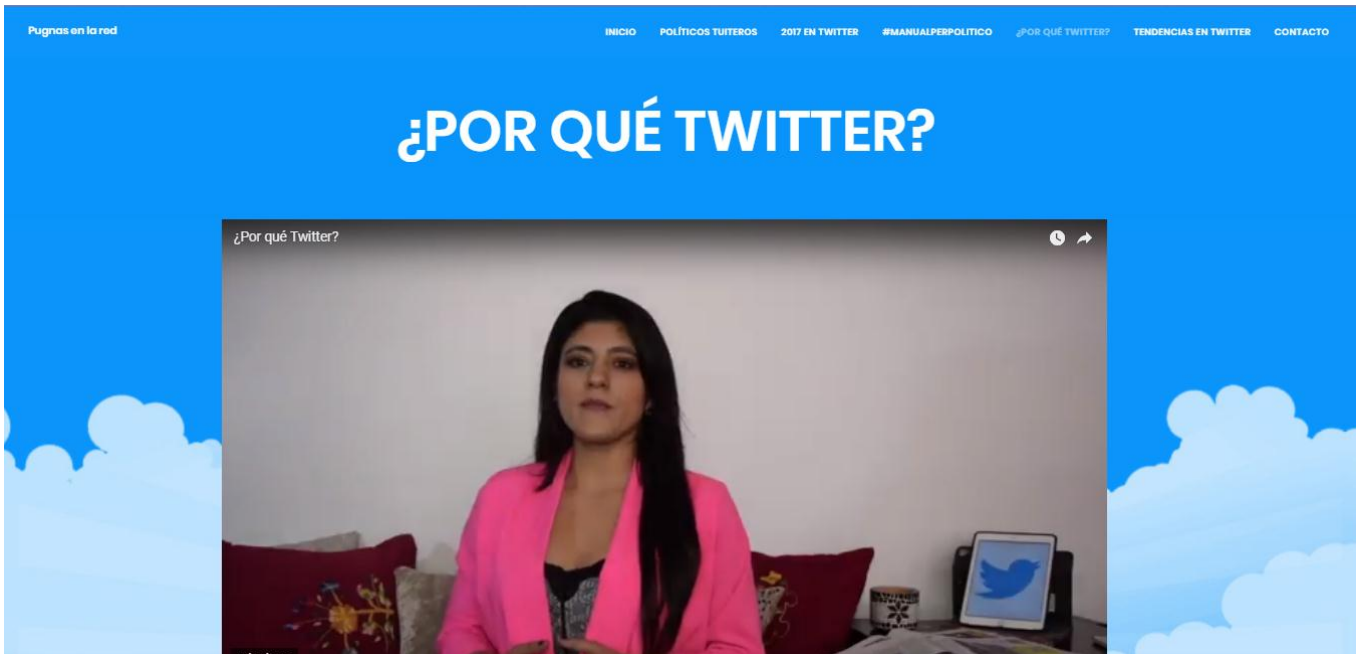
## #MANUALPERPOLITICO

### ¿Cómo escribir un buen tuit?

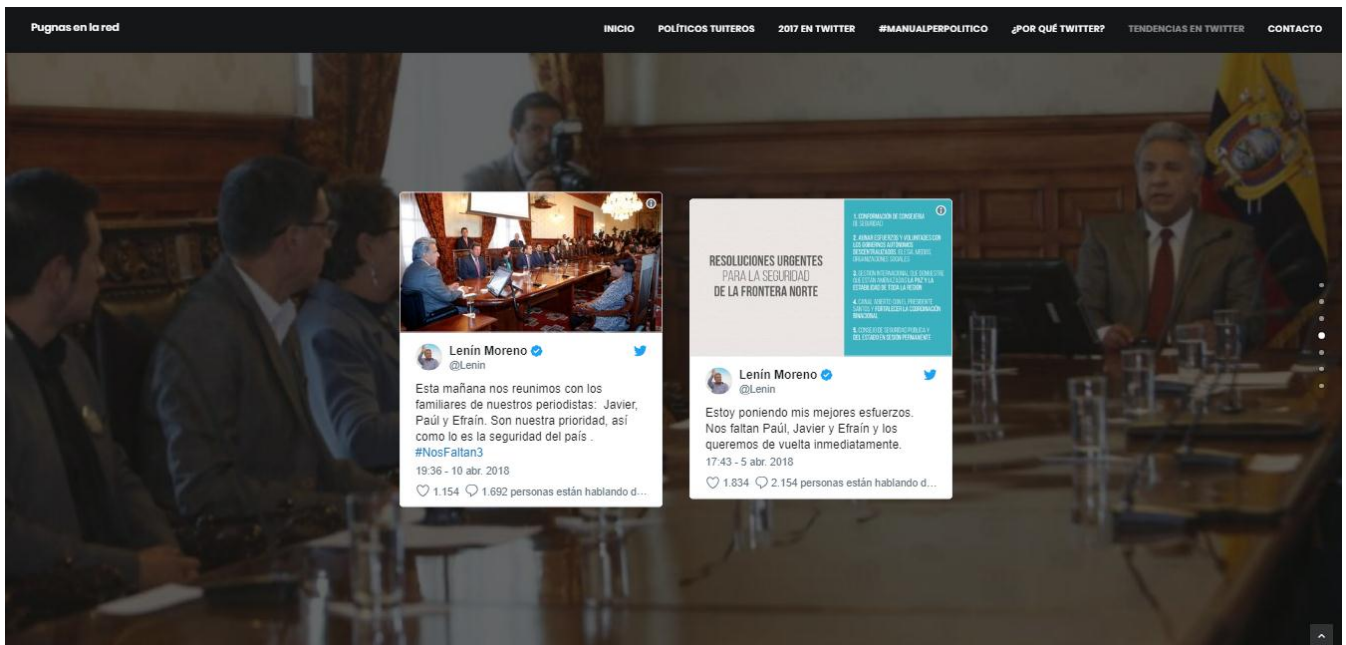
- ✓ Menos de 100 caracteres Deja espacio para los comentarios
- ✓ Incluye un enlace Así el tuit tendrá más posibilidad de ser retuiteado, asegúrate de contrastar la información
- ✓ Usa hashtags relacionados No abusar de ellos. Lo ideal es uno o dos
- ✓ Cuida la ortografía Un periodista no debe conocer las faltas ortográficas
- ✓ Usa acortadores de URL Así se gana espacio y el tuit será más agradable a la vista
- ✓ Cita la fuente Usa arroba @ para citar tu tuit. Asegúrate que sea la cuenta oficial
- ✓ Incluye alguna imagen Los tuits con imagen llaman más la atención



DESCARGAR MANUAL







Link de la página web

<https://pugnasenlared.com/>

## ANEXOS

### **Anexo A: Utilizado para los productos comunicacionales e investigación académica**

#### **Anexo A.1 Entrevistas**

##### **Entrevista a Patricio Silva, asesor político del ministro de Educación Fander Falconí**

*¿Cómo los líderes políticos manejan las redes sociales?*

Primero hay una casa de campaña que hay un comité que se constituye de los agentes políticos del gobierno central que definen como manejar las redes sociales, nosotros somos una parte operativa de ese proceso. Yo puedo percibir que es una defensa para conocer el mensaje que debe llegar a la gente y capte el mensaje por eso es más rápido decir siete veces si y que puede ser receptado mejor por la ciudadanía.

*Los personajes políticos se rigen en algo para publicar en twitter*

Si, tenemos directrices que definen los comités, cada ministerio hace vocería o énfasis que competen a cada uno, en el caso del ministerio de Educación se enfoca en la pregunta cuatro que nos compete y le da mayor énfasis. Nuestras acciones, las posibilidades de vocería están dando énfasis en la pregunta de los delitos sexuales, el ministerio de educación ha estado centrado en el tema de derechos que antes no se hacía

*¿Cuáles son los juicios de valor que ellos asumen?*

Las variables que van para poder posicionar ideas de ese proceso lo que yo puedo percibir es que hay una posición que tiene que ver con la defensa de una propuesta que está haciendo el gobierno y que mucho de eso obviamente tiene una visión mediática mensaje que se pretende que llegue a la gente obviamente asimilable para que la gente trate de entender que la propuesta general beneficia al conjunto social, esto puede comentar diríamos un mejor proceso de gobernabilidad en este caso y los personajes políticos se rigen en algo para realizar sus publicaciones básicamente en redes sociales en Twitter el mes que viene dada por estos por los comités.

*¿Cuáles serían las líneas argumentales?*

Entonces ahora cada uno de los ministerios hacemos una especie de vocería o de énfasis en las preguntas que de alguna manera nos competen a nosotros, la prioridad es de los delitos sexuales, nuestras acciones serían lo que hace el ministerio, que hace el ministro y el resto de los agentes públicos. Estamos asumiendo el gobierno desde mayo para adelante y la confianza en la sociedad que son cosas que anteriormente estaban como escondidas como vetados, los comunicados tenían otros intereses, la cantidad de variables de cosas que hacían, lo que es un equipo de acción no querían educación, que es un problema que impactó en el aula y los sondeos hacen relación de que la pregunta 4 la gente responde al 80%. La gente lo percibe como importante y que por lo tanto el tratamiento efectivo increpando tiene si esto es un tema importante para mí, tú también tú que se le quiere y es lo que de una manera nosotros hemos podido desarrollar.

Para este caso que se lleva en cada pregunta todo PT y bueno, luego cada uno de los ministerios van haciendo una especie de refuerzo en lo que le corresponde su competencia siete preguntas son importante y tiene que ver con la profundización y mejoramiento de la democracia, qué es lo que están viendo la gente y tiene que ver mucho con el tema de la construcción, los actores políticos que tienen que ser obviamente sancionar la primera pregunta, factores políticos y organizaciones sociales que antes estaban vetadas que no podía entrar a generar un discurso directo con el gobierno qué es importante el tema de la consecución de manera permanente con una sola persona tomar en cuenta también un principio importante que la que te digo es poner cosas que yo soy el dueño de la verdad no está bien. Cómo se articulan y cuál es el rol de la que tiene la penetración a través de redes la gente cuando es penetrada el 20% la mayor parte no les interesa en este caso que tú dices las marchas todavía de llamar la atención a un grupo social alto, qué es un grupo y tiene que enterarse, tiene que informarse de una propuesta política que está haciendo.

### **Entrevista a Carlos Espinoza, Coordinador Multimedia del diario El Comercio**

*¿Twitter es una fuente oficial?*

Si y no, depende del personaje político específicamente o personajes políticos que son de un ente Estatal o qué son de organismos internacionales reconocidos, es una fuente. El ECU 911 lo es. Un político “x” no viene a ser oficial.

*¿A qué se refiere con un político “x”?*

Por ejemplo, me refiero a cualquier persona que puede estar dentro del ojo político que puede emitir una opinión acerca de un tema en particular y de eso se hacen eco los demás tuiteros y se crea una burbuja no es una fuente si no se hace los previos pasos que sería verificar la información y ver si la información que dice es verdad, también buscan los dos si es que emite una información acerca de lo que tú querías oír.

*¿Qué significa cuando Lenín Moreno o Rafael Correa re tuitean? significa que transmiten o replican la información que ya existe*

Trasmite y lo está replicando, no siempre se entiende que está de acuerdo, un periodista debe verificar si es así, siempre y cuando la cuenta oficial es para re tuitear la información es verificable si re tuitea de algo que él cree puede ser algo que contextualice la información

*¿Twitter podría reemplazar una entrevista?*

Si y no siempre y cuando se use Twitter como una herramienta dentro de un sitio o blog porque se pueden mezclar bastantes comentarios, hay herramientas que ahora ya no existe, pero se puede poner comentarios de los tuits, pero si se podría poner como entrevista, pero apoyado de otras cosas.

*Rafael Correa que es un personaje súper activo en Twitter, ¿Podemos usar su cuenta como una fuente de información?*

Si se puede tomar, además fue ex presidente y lo que emite en sus redes sociales viene a ser una fuente de información, lo que no sabemos es quien usa sus redes sociales porque puede ser que otra persona este manejando sus redes sociales, para saber si es él o no deberíamos preguntar directamente a la persona

*¿Cómo deberíamos usar Twitter en torno a la política? es decir, ¿En qué momento nosotros podríamos re tuitear o replicar otro tipo de información? ¿Qué es información en Twitter?*

En el caso de El Comercio te cuento lo que hacemos es replicar la información de periodistas porque sabemos que ellos están ahí. Más información acerca de una noticia está mandando las cosas, manda fotos, nosotros en caso de que cuando tú sepas que está ahí y sabes que no se te inventando las cosas entonces ahí se re tuitea.

*El caso del periodista que fue despedido que tengo ahorita el nombre por hacer una publicación en las redes sociales, ¿Qué pasa cuando del medio de comunicación que seamos ejemplo El Comercio, publicamos información tal vez no verídica o no verás? ¿Qué deberíamos hacer en este caso como periodistas?*

Nosotros como periodistas debemos tener dos cuentas, una personal y una para trabajar, un periodista nunca deja de ser periodista y siempre emite información, es preferible especificar que los tuits son opiniones, hay que tener mucho cuidado, ya sabes que en redes sociales todo se vale.

*Yo tengo mi Twitter como Paula Goyes y si trabajando para un medio yo ¿Tengo que especificar que todos mis tuits pueden ser de opinión?*

Es bueno especificar de qué tus tuits son de opinión y trabajas en tales medios, pero cuando hablas de opinión significa que no puedes replicar sino simplemente emitir opinión, pero también teniendo en cuenta el principio de periodista y que es sólo tuyo.

*¿Cómo deberíamos nosotros seguir los a los personajes políticos, es decir, hacerles un seguimiento constante o cómo sabemos que el presidente va a dar un comentario en Twitter?*

Ahí es ya es el criterio periodístico, si tú sabes que es una información que en sí es una cadena y ahí está diciendo muchas cosas muchas ideas hay que enviar lo que es claro, poner datos y que venga de una cadena de series de tuits, a veces se lanzan tuits cuando la gente no sabe de qué está hablando, y al finalizar se debe colocar que aquí ya se cierra la transmisión, la información lo que lanzas es el criterio del periodista como tal, y si no logra ningún impacto hay que verificar.

Yo sólo tengo mi cuenta personal, no soy creador de contenido, uso *Twitter* para conocer las noticias, para seguir para estar informado, pero no soy creador ni generador de contenido.

*¿Cree que deben existir leyes para internet?*

Ya existen, nosotros estamos un poco más atrasados, pero ya no por el lado de la comunicación, sino por el lado de medios, por el lado de los proveedores de internet yo creo que sí se lanzas cosas para controlar el internet se cuarta una forma de libertad de expresión, yo creo que no debería existir para controlar las redes sociales.

*¿Qué recomendación darías para el uso de Twitter?*

La recomendación para usar Twitter en base a la información política es que crees una lista de usuarios que vas a seguir, usuarios políticos, es decir, organizar tus seguidores y saber cuáles son los políticos y que tipo de información emiten. Por otro lado, el tema de herramientas ahorita hay *Tuitec* que se usa para administrar las cuentas

*¿Cuántos seguidores deberíamos tener para no saturar, deberíamos tener un límite?*

No, más bien depende de la herramienta que utilices, es mejor crear listas porque no tendrás problema de tener diez mil seguidores, El Comercio tiene una cuenta con diferentes cuentas que no tienen acceso todos los periodistas solo los de Community Manager, ¿Por qué cerramos ahí? porque en las campañas de elección nos hackearon la cuenta de El Comercio y es más seguridad en Twitter. Nos dimos cuenta que nos estaban hackeando porque ponían post que no eran nuestros y enviaban información de otros candidatos. Se puso la demanda en fiscalía.

*¿Qué hacer para evitar que te hackeen la cuenta?*

Nosotros lo que hicimos es, pasamos a tecnología y poner más seguridades, no te puedo especificar, pero con esto ya no es fácil de hackear y también son medios intermediarios para poder acceder a las cuentas.

### **Entrevista a Fernando Villavicencio, periodista y activista político**

*Un periodista ¿Cómo debe utilizar esta plataforma para que no nos censuren y tomando en cuenta la información importante?*

Yo hice mi cuenta de *Twitter* como el instrumento para promocionar mis reportajes, yo enviaba generalmente información, la gente me sigue porque facilito información, ahorita voy a subir la carta de Correa, *Twitter* para mí es un puente clave de información. En mi cuenta siempre hay documentos de vez en cuando me apasiona y pongo comentarios. Los políticos utilizan para la crítica, yo lo uso como fuente de información.

*Entonces ¿Twitter se convierte en una fuente oficial?*

Para mí es parte de mi perfil periodístico político.

*¿Cómo considera un re tuit de un político? Opinión o solo réplica*

Las dos, yo puedo facilitar, quiero que esto se lea, a mí me escriben a veces me dicen por DM, puedes ayudarme se perdió una persona, no se lo doy y me dio una sugerencia o recomendación. Es recomendable usar tu cuenta para proporcionar información, yo facilito el tráfico para esa información, si yo quiero no solo doy un re tuit doy un comentario, enlace y hago mía la información.

*Deberíamos tener dos cuentas, ¿Eso es recomendable?*

Es recomendable tener dos cuentas, Focus tiene una cuenta de *Twitter* que sólo para promocionar información, en mi cuenta promociono mis reportajes y eso mi posición, ya me tumbaron información del reportaje de la plata que se llevaron los hermanitos Alvarado y me tumbo ya me la quitaron, hoy estoy con la cuenta de mi esposa.

*¿Cómo puedes diferenciar de quien escribe en las cuentas de Twitter de los políticos?*

Lo de Lenín Moreno debería ser por el contenido de los mensajes, debería ser de la presidencia de la República, porque es falso la gente ya sabe que los mensajes de Lenín Moreno escribe la señora Rosangela Adúm, es una empresa sacando tuits a nombre del presidente de la República, ni siquiera ella, ellos sacan los tuits después de haber hecho mediciones, ahí no hay un ser humano es un proyecto. Correa es mucho más sincero él es, Correa escribe, Moreno es una ficción, es un producto procesado con un determinado interés, por eso no les creo, cuando escriben en la cuenta de Moreno no les creo es una empresa por eso se demoran, sacan cada seis horas un tuit. Correa es un tipo *bum bum bum*, a ese hay que seguirle, a ese hay que creerle.

*Entonces, ¿Sería una fuente oficial al ser la información tan procesada?*

Eso ya depende del periodista, cuando el periodista de un medio quiere tomar la información dice que quiere decir, lo que dice el presidente es una información procesada, la cuenta de Lenín es realmente la cuenta de la presidencia, es una información muy procesada. *Twitter* es un poder, pero también es un negocio. Si usted

no pauta, la clave para que no le tumben la cuenta de *Twitter* es pautar. Por ejemplo, los Alvarado tienen contrato con *Facebook*, *Twitter*, *Google*, ellos manejaron millones de dólares con los grandes portales por eso tumbaban cualquier cuenta, a este paso estamos en camino a una censura terrible, estamos en un correísmo global. A mí me tumbaron por subir una información oficial de la UAFE, Unidad de Análisis Financiero que les afectaba a los Alvarado, quienes manejan las fuentes, los Alvarado, ellos siguen manejando, me tumban la cuenta enseguida me abrí la otra subí a cinco mil en dos días, y los seguidores, Correa no tiene más de trecientos mil seguidores reales, el resto son comprados en China, Bélgica, pero eso no te da tráfico.

### **Entrevista a José Rivera, comunicador, marketero tradicional y digital**

*¿Considera Twitter como una fuente oficial para un periodista?*

Para el registro mi nombre es José Rivera, yo soy consultor de comunicación y marketing digital, realmente Twitter si se ha convertido en una fuente primera de información específicamente cuando tú tienes los perfiles de los políticos que están emitiendo mensajes oficiales a través de sus cuentas, lo que decir que se constituye en su misma voz pero amplificada en su parte digital siempre tomando precauciones y verificando que obviamente que esas cuentas sean las oficiales o las que les representan.

*¿Cómo sabemos que información que debemos re tuitear?*

Principalmente la que esté verificada, cuando se construyen tendencias muchas veces con información falsa que está rondando por allí, así que es súper importante verificar con una o varias fuentes oficiales esa información, que por interesante que parezca, que por atractivo que pueda ser solo darle al botón de re tuitear y listo, si importante que al ser nosotros periodistas hagamos ese ejercicio de verificación que es una de las bases de nuestra profesión, entonces susceptible de ser re tuiteada toda la información que está en tuits siempre y cuando pasen la verificación que nosotros estamos planteando.

*¿Qué significa re tuitear? es dar tu opinión o significa que tu estas o transmites la información*

Transmitir una información que ya está pero obviamente al tú tener cierta credibilidad estas también avalando, avalas lo que otra persona está diciendo o lo que una fuente está



informando en ese momento, entonces tus das re tuit a una información se supone que ya hiciste un tipo de ejercicio o tienes varias fuentes que están diciendo lo mismo y por ende ya está en juego tu credibilidad y la confianza de las personas que te siguen a ti , así que obviamente hay que tomar esas precauciones antes de poder compartirla.

*Considera, por ejemplo, me decía un periodista de El Comercio de que los periodistas dos cuentas la una personal y la otra bajo las reglas del medio ¿Cree que es buena idea?*

Haber en el caso de El Comercio es un caso medio *suigeneris* es un caso especial porque El Comercio cuando te contrata te pide exclusividad y exclusividad significa informar solamente a través de los medios oficiales de ellos entonces claro si tú a través de una cuenta tuya propia de Twitter empiezas a informar algo que estás cubriendo con la camioneta del periódico a una rueda de prensa que acudiste con un soporte de un fotógrafo del medio ellos consideran que estás haciendo en este caso un mal uso de sus recursos para la cobertura periodística pero que además no les estás sirviendo como medio sino a ti como persona , por eso es que muchos periodistas tienen esos perfiles en los cuales son personales los unos y los otros periodísticos pero alineados al medio de comunicación y es precisamente por las líneas o las políticas del medio en las cuales ellos no quieren que no se abusen principalmente de sus recursos y la otra también de que puedas en algún momento emitir alguna información que resulte no ser cierta y es un periodista de El Comercio, así que por ahí van esos parámetros.

*Que sucede, por ejemplo, con periodistas que no tenemos políticas de uso sobre las redes sociales.*

Es abierto tú puedes postear sobre cualquier tema sobre todo los periodistas *freelance* pueden hacer uso de las redes para coberturas tuitean se convierten en fuentes también en algunas ocasiones periodistas de radio y televisión también tuitean antes que sus propios medios o incluso lo que está sucediendo en la rueda de prensa y es porque no se han trazado políticas de los medios que de alguna forma les permita a ellos saber por qué senda deben transitar.

*También considera, por ejemplo, que cuando un político da un tuit eso lo puede utilizar para un reporte para parafrasear o ser una fuente totalmente oficial.*

Totalmente, tú puedes tomar lo parafraseado de su cuenta de Twitter o lo puedes tomar en el contexto, eso quiere decir tomo con el punto y coma a la hora que salió y para eso Twitter ya activó la parte de tomar el HTML para insertarlo en la parte periodística es más en muchas de las notas periodísticas que te dan un contexto integran los tuis que es como haber hecho una entrevista o tomar un pronunciamiento oficial de una rueda de prensa o una conversación del ministro de un asambleísta de lo que tu deseas y se estructuran de esa forma textos tuis insertados y texto de finalización es una práctica muy común los más puristas en la parte del periodismo dicen que es demasiada comodidad pero son las herramientas que tenemos en la actualidad y con las que tenemos que convivir.

*¿Por qué los personajes políticos han optado en usar Twitter como una fuente de información?*

Principalmente porque no es una red social, Twitter es una plataforma de información en tiempo real generada o concebida así desde sus propios creadores es por lo público, es porque ahí están gente muy influyente líderes de opinión los medios de comunicación y las tendencias que por los temas que hoy se dialogan en las redes sociales mañana se reflejan en los periódicos hemos tenido por ahí en la mañana un pronunciamiento con un audio de Pólit y el presidente de la Asamblea eso primero se comentaba en redes sociales ahí es donde empezó a surgir con la expectativa que dieron los periodistas antes de la rueda de prensa con el pronunciamiento de prensa el fiscal Baca, luego salieron ya noticia en construcción se va ya desarrollando y a medio día ya sacaron radio y televisión en la noche también tenemos algo también, pero los periódicos recién mañana esperamos que publiquen todo lo que ha sucedido con toda una crónica.

### **Entrevista Alfredo Dávalos, presidente de la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos**

*¿Cómo influyen las redes sociales en una campaña política?*

En las redes sociales hay noticias falsas, rumores, en algún momento pueden incidir de manera negativa y nos muestra el estado de ánimo y el lector se vuelve bien cambiante, los que estaban con Lenín ahora no están o viceversa, las redes sociales son más que una estrategia política, las redes si pueden hacerte un boomerang o replicar un video

comprometedor o noticia falsa. Aquí en el programa consultoría política y gestión de gobierno donde formamos a consultores políticos ya lo que quiero saber es cómo influyen las redes sociales en una campaña como el mismo lector se vuelve bien. Yo creo que hay que entender que las redes sociales son una herramienta más que una estrategia política o estrategia de comunicación o sea yo creo que no puedes pensar que una campaña política se resuelve sólo con redes, hay que entender, insisto que más allá de eso debe haber una estrategia paraguas.

*¿Existe algún manual o algo que le diga, sobre todo un personaje político, esto debes publicar o esto no debes publicar?*

Si hay algunos manuales hechos en la biblioteca digital tenemos un manual hecho por un colega colombiano que está muchos años acá en Ecuador que si justo es un manual y le digo bien Plaza Sésamo para los políticos para hacerles entender primero que no toda noticia es cierta, no todo hay que responder, que cuestionar, no todo hay que atacar, todo tiene su segmento cómo se llama este por ahí atacar este sino realmente entender que tienen su segmento que a veces hay momentos que la gente de pie que ni siquiera esta entrada a la noticia porque los políticos se empiezan a poner nervioso, dices que me están atacando y te das cuenta y son tres personas que la atacan y no te das cuenta las medidas que nos da *Twitter* o *Facebook* y te das cuenta que nadie ha compartido por ejemplo la noticia, muy pocos han puesto me gusta ahora creo que ahí lo grave es que cuando por ejemplo de lo digital se traslada a la calle o de lo digital se traslada a los medios de comunicación, cuando una noticia de algún político de algún escándalo de corrupción va de boca en boca y se trasladó a la calle, es la parte más grave.

*¿Cuántas personas más o menos son activos en Twitter y tienen acceso a Internet?*

En *Twitter* o *Facebook* mentiría de las cifras, la versión campañas porque no tiene n ciudades. Imbabura tiene 150 mil lectores y 8000 cuentas en *Facebook*. O sea, necesitarías utilizar *Facebook* y estás hablando que hay un promedio de dos celulares por casi todos y tenemos acceso a un teléfono inteligente. Pero yo creo que si hoy hay ciudades que están mucho más conectadas hoy hay ciudades donde tienes la gran facilidad de redes públicas en parques, pero nuevamente yo creo que más allá de pensar del tema redes lo que te decía yo creo que hay que pensar siempre cual es la estrategia al político después cuál es la estrategia de comunicación y pensar en todas estas estrategias

como las redes terminan siendo una poderosa herramienta que no sólo el tema del internet, incluso el celular lo que yo te decía un poco el ciudadano termina convirtiéndose en productor de contenidos y termina siendo una especie de periodista ciudadano donde él por ejemplo y creo que es la parte más rica y más divertida de las campañas sube un meme hace un chiste de él mismo hace sus videos de las campañas que son lo más divertido, lo más rico en las campañas es un tipo de comunicación estratégica.

*¿Plasmar una información en redes es un tipo de comunicación estratégica?*

Podría responder a una estrategia, el problema es que siguen sin entender su lenguaje, siguen sin entender a quién están dirigidas o sea realmente terminan creyendo que el boletín de prensa se tiene que subir por ejemplo a *Twitter* o *Facebook* o el video completo de su discurso en la Asamblea, cuando entendemos que muchos público están ahí son por ejemplo jóvenes y hay entender qué es lo menos quieren los *Millenials* es escuchar es un político de dos horas menos que quieren escuchar que si el político aprobó la ley de para el tema de régimen Financiero, entonces me parece que hoy son subutilizadas me parece que incluso muchos políticos son un peligro al estar manejando sus propias redes porque primero tremendas faltas ortográficas atreviéndose a publicar con errores ortográficos, dos son un peligro al andar por lo que te cuento alguien les ataca inmediatamente ya quieren matarle a la otra persona sin saber si es una cuenta real o es un troll, se ponen a responder todo, entonces me parece que hace falta mucho de cultura digital y creo que también nos lleva a otra gran reflexión hoy te lo digo porque yo por ejemplo, quedé de la última campaña presidencial un poco hastiado de todo este ambiente enrarecido que más se dio en las redes, en el mundo digital donde te das cuenta que la necesidad incluso de ya ir trabajando con los colegios, las universidades entender una lectura crítica las redes de yo tenía amigos que les llegaron una encuesta, un video conjunto me quito el respaldo el presidente Correa y no era cierto no daba la carta del mundo.

*¿Cómo te das cuenta que son cuentas oficiales?*

Cuál es la fuente, o sea realmente de un mensaje que por ejemplo se reproduce un montón de veces en una página y te das cuenta que muchas de ellas incluso noticias del mismo Mercio o de Crudo Ecuador donde la gente las termina compartiendo y las da

por un hecho y creo que lo grave en verdad es que te las terminando creyendo lo que hoy se llama las *fake news* y te digo yo creo que ahí va más allá, entender la necesidad de que la gente no se dé cuenta que no todo lo que está en las redes es verdadero no toques a las redes o sea en verdad corresponde a una fuente seria, o sea y eso me parece grave porque te digo terminando la última campaña ya cansado de tanto decirse de tanta información falsa y luego claro me parece que también lo que termina pasando con él se le termina abonando o sea cuando tú permites que dos encuestas se publiquen termina abonando también este clima de incertidumbre que no sabes cuál tendencia ganó no sé, tienes medios públicos diciendo ganó Lenin y tienes los medios privados diciendo ganó Lasso y que se publiquen las encuestadoras parece que lo más ético, y te digo ahí por las redes de rumores de cosa ser impresionante con todo lo que se refiere al no, no y repitiendo mucho de su puesta de tus otros aportes.

*¿Existen organizaciones o grupos especiales que, por ejemplo, manejan las páginas de Alianza País, ahora la de Revolución Ciudadana, o todo lo hace Rafael Correa quien maneja su cuenta de Twitter?*

Correa desde que era presidente manejaba su cuenta de *Twitter*, Lenín no creo que sea él yo creo que él ha de tener un equipo, con el juicio al diario El Universo donde el producto de la noticia no era la única fuente oficial promedio, podían ingresar al juicio, éste yo creo que la mayoría de los políticos terminan teniendo sus propios equipos, a veces terminan siendo un peligro que yo termino manejando, sigue habiendo yo creo que en menor cantidad a ver si activado por ejemplo con el Hoy el presidente de los de los medios públicos con Michelena, por ejemplo, cuando él también un poco descubre toda la maraña que había de los equipos de los videos, estos que nunca ha utilizado y todo también se activaron sobre todo también atacando en la parte personal y decirte el nombre, este cómo se llama, de que no le da la pensión a la hija.

*¿Con el gobierno de Lenín Moreno es igual?*

Ya no se ha notado tanto y a lo mejor yo creo que lo que lo que está pasando es que se están activando es como el discurso político, yo creo que entre ellos no se desactiva un grupo de próspero contra los otros procesos, son contra estos, entonces me parece que te lo digo que no está diciendo mucho y la sociedad está pidiendo que ya, que se dediquen a gobernar.

## Anexo B. Matrices

### Temáticas del enlace informativo *El Gobierno Informa*

Tiempo	Tema	Temáticas
15 segundos	Imágenes de la Independencia de Guayaquil	Transición Inicial
15- 30 segundos	Imágenes del Ecuador	Transición Inicial
30- 45 segundos	Introducción a las labores del presidente en el ámbito de la educación	Información
45- 1"7	Extracto de entrevista del Rector de la ESPOL	Intervención
1"7- 1"26	Desarrollo educativo de educación superior	Información
1"26- 1"46	Discurso del presidente Lenín Moreno	Intervención
1"46- 2"23	Reconstrucción y reactivación productiva por el terremoto	Información
2"23- 2"56	Seguridad Social, IESS	Información
2"56- 3"31	Conversatorio con periodistas	Entrevista
3"31- 3"49	Consulta Popular	Información
3"49- 4"25	Homenaje a Guayaquil, extracto de intervención de Iván Cruz, historiador	Entrevista
4"25- 4"48	Gastronomía, intervención de Rocío de Moreno	Entrevista
4"48- 5"18	Repertorio musical en Guayaquil	Información
5"18- 5"30	Aniversario de la Constitución de Montecristi	Información
5"30- 5"54	Consulta Popular	Información
5"54- 7"	Discurso del Primer Mandatario	Intervención
7"- 7"37	Gestión Ministerial	Información
7"37- 8"9	Prevención integral de drogas	Información
8"9- 9"	Aeropuerto de Manta, entrevista de Paúl Granda, Ministro de Trabajo	Intervención
9"- 9"21	Asamblea integral en China	Información
9"21- 9"53	Annual Outstanding Achievement Awards of Mines and Money Americas 2017	Información
9"53- 10"9	Entrevista a Javier Córdoba Ministro de Minería	Intervención
10"9- 10"33	Modelo Integral de Formación y Actualización Profesional	Intervención
10"33- 11"11	Nuevas técnicas para el Bono del desarrollo humano	Información
11"11- 11"36	Desarrollo turístico de Guayaquil	Información
11"36- 11"52	Entrevista a Enrique Ponce Ministro de Justicia	Intervención
11"52- 12"14	Imágenes de Ecuador	Transición final

## Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia

### Temáticas del enlace digital de Rafael Correa en Facebook

Tiempo	Tema	Extras/Temáticas
30 segundos	Saludo del ex presidente Rafael Correa	Diálogo de Correa
30- 37 segundos	Mención a las personas que se encuentran con él en el salón	Aplausos y algarabía
37 - 1"43	Deuda ilegítima	Diálogo de Correa
1"43- 2"32	Desarrollo, riqueza e innovación	Diálogo de Correa
2"32- 3"	Introducción a cambios de poder	Diálogo de Correa
3"- 3"39	Desplome del puente	Diálogo de Correa
3"40- 3"50	Saludos a integrantes de Alianza País	Diálogo de Correa
3"50- 4"30	Borrar a Correa del mapa	Diálogo de Correa
4"30- 5"3	Saludo a directivos de Alianza País	Diálogo de Correa
5"3- 6"3	Mención a los temas a tratar en el enlace	Diálogo de Correa
6"3- 7"49	Consulta Popular, golpe de Estado	Diálogo de Correa
7"49- 8"36	País destrozado, no quieren otro Correa	Diálogo de Correa
8"36- 8"45	Contra- Revolución	Diálogo de Correa
8"45- 10"20	Estado de Derecho	Diálogo de Correa
10"20- 10"30	Anti- constitucionalismo y Nebot	Diálogo de Correa
10"30- 11"	Consejo de Participación Ciudadana	Diálogo de Correa
11"- 12"45	Nombramiento de Autoridades de Control	Diálogo de Correa
12"45- 13"30	Juicio Político	Diálogo de Correa
13"30- 15"	Remediar el mal funcionamiento del Consejo de Participación Ciudadana	
15"- 15"28	Objetividad	Diálogo de Correa
15"28- 16"50	Satanización de la política	Diálogo de Correa
16"50- 18"29	Consejo Transitorio	Diálogo de Correa
18"29- 18"49	Nefasto presidente	Diálogo de Correa
18"49- 20"20	Vicepresidenta encargada	Diálogo de Correa
20"20- 21"5	Justicia	Diálogo de Correa
21"5- 21"30	Régimen de Transición	Diálogo de Correa
21"30- 23"49	Coherencia	Diálogo de Correa
23"49- 24"50	Consejo de la Judicatura	Diálogo de Correa
24"50- 26"22	Consulta del 2011	Diálogo de Correa
26"22- 28"6	Cambios por la Consulta Popular del 2018	Diálogo de Correa
28"6- 28"30	Corte Constitucional	Diálogo de Correa
28"30- 38"44	Reelección indefinida, alternabilidad	Diálogo de Correa
38"44- 39"48	Convocatoria a una Asamblea Constituyente	Aplausos y algarabía

39"48- 40"20	Regreso de Rafael Correa	Aplausos y algarabía
40"20- 41"3	Alcalde Jaime Nebot	Diálogo de Correa
41"3- 42"	Alternabilidad	Diálogo de Correa
42"- 43"	Lenín Moreno mentiroso compulsivo	Diálogo de Correa
43"-43"28	Doble moral de integrantes de Alianza País	Diálogo de Correa
43"28- 44"45	Traición y lealtad	Aplausos y algarabía
44"45- 45"17	Consulta Popular	Diálogo de Correa
45"17- 54"32	Ley de Plusvalía	Aplausos y algarabía
54"32- 57"9	Preguntas de Consulta Popular y lucha contra la corrupción en su Gobierno	Aplausos y algarabía
57"9- 59"30	Corrupción	Diálogo de Correa
59"30- 1h6"35	Preguntas de la Consulta Popular y Yasuní	Diálogo de Correa
1h6"35- 1h8"42	Demagogia y populismo	Diálogo de Correa
1h8"42- 1h9"7	Ataque de la prensa	Diálogo de Correa
1h9"7- 1h13"41	Abdalá Bucaram	Aplausos y algarabía
1h13"41- 1h15"4	Golpe de Estado, politiqueros	Diálogo de Correa
1h15"4- 1h24"54	Jorge Glas y Vicepresidencia	Voces de apoyo a Jorge Glas
1h24"54- 1h38"35	Medidas económicas, austeridad	Diálogo de Correa
1h38"35- 1h39"28	Despedida del ex mandatario	Diálogo de Correa

**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**



**Anexo C. Análisis de la interactividad del enlace digital de Rafael Correa en Facebook**

<b>Red social</b>	<b>Facebook</b>
Día	Sábado
Fecha	14 de octubre 2017
Hora	10h00
Duración	1h 39 minutos
# de veces compartido	16.3 mil veces
# de comentarios	45.6 mil veces

# de reproducciones	784.072
"me gusta"	29.057
"me encanta"	14.908
"me enoja"	4.971
"me divierte"	2.754
"me asombra"	299
"me entristece"	243
"me enorgullece"	70

**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

**Anexo C.2 Análisis de la interactividad de un extracto del enlace informativo de Lenín Moreno en Facebook**

<i>El Gobierno Informa</i>	<b>Extracto en Facebook</b>
Día	Lunes
Fecha	14 de octubre 2017
Duración	1 minuto
# de veces compartido	1.4 mil veces
# de comentarios	1 mil veces
# de reproducciones	135.426
"me gusta"	2.783
"me encanta"	406
"me enoja"	457
"me divierte"	103
"me asombra"	12
"me entristece"	8

**Monitoreo y recolección de datos en Internet. Elaboración propia**

## Cronograma de Actividades

Calendar HOY < > Agosto de 2017

Calendar HOY < > Agosto de 2017

Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
31	1 de ago	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29 Definición del tema de Tesis para	30	31 Definición del tema a investigar	1 de sept	2	3

Calendar HOY < > Septiembre de 2017

Calendar HOY < > Septiembre de 2017

Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
28	29 Definición del tema de Tesis para	30	31 Definición del tema a investigar	1 de sept	2	3
4	5 Pregunta de investigación de Tesis	6	7 Justificación de la investigación	8	9	10
11	12 Objetivos de la investigación	13	14 Entrega del documento para la pri	15	16	17
18	19	20	21 Escrito critico de los principales o	22	23	24
25	26 Escrito del contexto legal del tem	27	28	29	30	1 de oct

Calendar HOY < > Octubre de 2017

Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
25	26 Escrito del contexto legal del tem	27	28	29	30	1 de oct
2	3 Entrega del documento para la sei	4	5	6	7	8
9	10	11	12 Escrito sobre la metodología a utili	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26 Entrega del documento para la ten	27	28	29
30	31	1 de nov	2	3	4	5

Calendar HOY < > Noviembre de 2017

Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
30	31	1 de nov	2	3	4	5
6	7 Entrega de capítulos 1 y 2 redacta	8	9 Elaboración de matriz y hoja de oc	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21 Entrega del documento para la cu.	22	23	24	25	26
27	28 Entrega del documento para la cu.	29	30 Entrega de un borrador de artículo	1 de dic	2	3

Calendar HOY < > Diciembre de 2017

Lun 27	Mar 28	Mié 29	Jue 30	Vie 1 de dic	Sáb 2	Dom 3
	Entrega del documento para la cu.		Entrega de un borrador de artículo			
4	5	6	7	8	9	10
11	Entrega de borradores finales	13	Revisión de calificaciones finales	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Calendar HOY < > Enero de 2018

Lun 1 de ene	Mar 2	Mié 3	Jue 4	Vie 5	Sáb 6	Dom 7
8	9	10	11	12	13	14
15	planificación de producción para c	17	planificación de producción para c	19	20	21
22	Designación de las preguntas par	24	25	Entrevista asesor del ministro de E	27	28
Entrevista Alfredo Dávalos	30	Redacción de la introducción del f	1 de feb	2	3	4

Calendar HOY < > Febrero de 2018

Search Mes Settings Grid Notifications Profile

Lun 29	Mar 30	Mié 31	Jue 1 de feb	Vie 2	Sáb 3	Dom 4
Entrevista Alfredo Dávalos		Redacción de la introducción del r				
5	6	7 Redacción del primer capítulo del	8	9 08:00 Entrevista a Carlos Espin	10	11
12	13	14	15 Evaluación de la investigación inic	16	17	18
19	20	21 Redacción de las respuestas a las	22	23	24	25
26 Entrevista a José Rivera	27	28	1 de mar	2	3	4

+

Calendar HOY < > Marzo de 2018

Search Mes Settings Grid Notifications Profile

Lun 26	Mar 27	Mié 28	Jue 1 de mar	Vie 2	Sáb 3	Dom 4
Entrevista a José Rivera						
5	6 Redacción de los capítulos 2 y 3	7	8	9 Smart Coffe y entrevista a Fernan	10	11
12	13	14	15 01:00 Revisión primera versión	16	17	18
19	20 Segunda revisión del manual	21	22	23 Presentación final del manual	24	25
26	27	28	29	30	31	1 de abr

+

Calendar HOY < > Abril de 2018

Lun 26	Mar 27	Mié 28	Jue 29	Vie 30	Sáb 31	Dom 1 de abr
2 Preparación de diseño del segund	3 Revisión de diseño de la página w	4	5 Presentación del diseño oficial de	6	7	8
9 Elaboración de contenido informa	10 Presentación del primer contenido	11	12 Corrección del primer contenido d	13	14	15
16 Elaboración del segundo contenid	17 Presentación del segundo conteni	18 Elaboración de propuesta para el l	19	20 Designación de temas para el vide	21	22
23 Elaboración de propuestas y prim	24 Lista de objetos para la grabación	25	26 Revisión del contenido del video p	27	28 Grabación de video interactivo (J	29 Edición de video interactivo
30 Edición de video interactivo	1 de may	2	3 Presentación video editado	4 Elaboración de contenido final de	5	6

Calendar HOY < > Mayo de 2018

Lun 30	Mar 1 de may	Mié 2	Jue 3	Vie 4	Sáb 5	Dom 6
Edición de video interactivo			Presentación video editado	Elaboración de contenido final de		
7	8 Presentación de la página termina	9	10 Adjuntar tesis	11	12	13
14	15 Detalles finales	16 Impresión Revisión por Tania y Eric	17	18	19 Presentación	20
21	22	23	24	25	26	27



## Gastos y Costos

### Gasto comercial

Indicadores	RUBRO	GASTOS	CANTIDAD	UNIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Producción</b>	Producción	0	2	horas	100	\$200
<b>Investigación</b>	Investigación	0	1	horas	500	\$200
<b>Tutor</b>	Tutorías	20	50	horas	20	\$1.000
<b>Redactor</b>	Redacción	250	2	semanas	250	\$500
<b>Subtotal</b>						<b>\$1.900</b>
<b>Equipo</b>	Grabadora	140	1	días	140	\$140
	Cámaras Cannon	600	2	días	600	\$1.200
	Micrófono	27,5	1	días	27,5	\$27,50
	Luces	49,8	2	días	49,8	\$99,60
	Tripode	45,2	2	días	45,2	\$90,40
<b>Subtotal</b>						<b>\$1.557,50</b>
<b>Otros</b>	Taxis (movilización)	de 2 a 6 dólares	4	días	1,5	\$6
	Tickets parqueadero	2,5	1	días	2,5	\$2,50
	Impresiones Enfoque	8	1	versione s	8	\$8
	Impresiones Manual	30	3	versione s	30	\$90
	Diseño editorial Enfoque	160	1	versione s	160	\$160,00
	Diseño editorial Manual	600	1	versione s	600	\$600
	Servicio de internet	500	1	meses	500	\$500
	Teléfono	100	1	meses	100	\$100
	Dominio página web	7	1	año	7	\$7,00
<b>Subtotal</b>						<b>\$1473.5</b>
<b>VALOR SUBTOTAL</b>						<b>\$4.431</b>
				IDEA	10%	\$443,10
				I.V. A	12%	\$531,72
				<b>TOTAL</b>		<b>\$5.405,82</b>

**Gasto real**

<b>Indicadores</b>	<b>RUBRO</b>	<b>GASTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Producción</b>	Producción	3	2	horas	3	\$6
<b>Investigación</b>	Investigación	0	0	horas	0	\$0
<b>Tutor</b>	Tutorías	0	0	horas	0	\$0
<b>Redactor</b>	Redacción	0	0	semanas	0	\$0
<b>Subtotal</b>						\$6
<b>Equipo</b>	Grabadora	140	1	días	140	\$140
	Cámaras Cannon	0	2	días	0	\$0
	Micrófono	27,5	1	días	27,5	\$27,50
	Luces	0	2	días	0	\$0
	Tripode	0	2	días	0	\$0
<b>Subtotal</b>						\$167,50
<b>Otros</b>	Taxis (movilización)	de 2 a 6 dólares	4	días	1,5	\$6
	Tickets parqueadero	2,5	1	días	2,5	\$2,50
	Impresiones Enfoque	8	1	versiones	8	\$8
	Impresiones Manual	30	2	versiones	30	\$60
	Diseño editorial Enfoque	0	1	versiones	0	\$0
	Diseño editorial Manual	0	1	versiones	0	\$0
	Servicio de internet	50	1	meses	50	\$50
	Teléfono	10	1	meses	10	\$10
	Dominio página web	7	1	año	7	\$7
<b>Subtotal</b>						\$143
<b>VALOR SUBTOTAL</b>						\$316,50
				IDEA	10%	\$32
				I. V. A	12%	\$38
				<b>TOTAL</b>		<b>\$386,50</b>