



Una mirada a la comunicación
gubernamental del Gobierno del Presidente
Rafael Correa.

LA CRISIS DE COMUNICACIÓN DE LA REVOLUCIÓN

Alfredo Dávalos López

Resumen

Por más de 9 años el Gobierno de la Revolución Ciudadana en Ecuador mantuvo una alta calificación a la gestión del presidente y un mínimo desgaste a diferencia de otros mandatarios que gobiernan en América Latina, la grave derrota que sufrió el movimiento oficialista, así como una serie de errores estratégicos, de comunicación y una fuerte crisis económica ha hecho que por primera vez la Revolución Ciudadana esté por enfrentar una campaña presidencial que va a ser sumamente competida y con un final impredecible.

Palabras clave: Rafael Correa; crisis de comunicación; Revolución Ciudadana; Comunicación Gubernamental.

Abstract

For more than 9 years, Revolución Ciudadana's government in Ecuador has been highly marked in relation to the president's management and a minimum wear, in contrast of other agents who govern in Latin America. The serious defeat what suffered the pro-government movement, and some strategic and communication mistakes, also a strong economic crisis, they had made that, at first time, Revolución Ciudadana will be facing a presidential campaign that is going to be extremely competed and will have an un predictable final.

Keywords: Rafael Correa; communication crisis; Revolución Ciudadana; Communication of government.

El Gobierno del Presidente Rafael Correa y su proyecto de Revolución Ciudadana siempre se destacaron por contar con una poderosa comunicación que fue capaz de persuadir, convencer y movilizar a millones de ciudadanos, logrando que el Presidente Correa mantenga durante más de 9 años altos índices de popularidad, lo cual también le permitió obtener el triunfo en siete procesos electorales consecutivos.

Las primeras alertas se prendieron cuando la Revolución Ciudadana perdió en las principales ciudades y provincias del Ecuador durante las elecciones seccionales del año 2014, hechos que no eran aislados y daban cuenta de que algo ya estaba sucediendo. Además, por primera vez la gente pudo percibir que el fenómeno Rafael Correa no era "Invencible" como hasta ese momento se creía.

También habría que sumar los distintos problemas que ha tenido el Gobierno para lograr vender e insertar dentro de la sociedad, el concepto de la "Matriz Productiva" cuyo proyecto es encabezado por el actual Vicepresidente Jorge Glas, el cual remplazó la gran obra social que había impulsado el ex Vicepresidente Lenín Moreno.

Este escenario se ha agravado mucho más con la crisis que ha afectado a los ecuatorianos desde el segundo semestre del año 2015, lo cual ha venido acompañado de una serie de errores estratégicos por parte del Gobierno de la Revolución y una comunicación desgastada y reiterativa que termina por cansar y hastiar a la ciudadanía, en este punto se produce un fenómeno muy interesante en la Comunicación de Gobierno y que en algún momento lo analizábamos junto a Mario Riorda: a veces las crisis económicas terminan por generar también crisis de comunicación.

Los mapas mentales que existen en la ciudadanía sobre el Presidente Correa se han ido modificando con el pasar de los años, hoy ya no se le percibe como un líder tan cercano. Por ejemplo, en alguna ocasión bajé del avión una revista en donde había publicidad del Gobierno y la dejé en mi auto: en dicha publicidad aparecía el Presidente Rafael Correa con gafas de sol, situación que se ha vuelto muy común en los últimos tiempos en sus distintos eventos y recorridos. Cuando mi hija se sube al carro, al verla me pregunta: "Papi... Correa ¿es no vidente?" Esta pequeña anécdota nos demuestra lo que al final puede percibir la gente a través de un simple detalle.

Dentro de los distintos mapas mentales que venimos realizando desde el año 2008, por primera vez el Presidente dejó de ser ya un "Súper Héroe" porque la percepción es que su temperamento y carácter ya no se

enfocan en defender a la gente. Además, dentro de dichas percepciones, la Revolución Ciudadana a través de su movimiento Alianza País, han encarnado también el concepto de "partidocracia" que durante años fue tan criticado por ellos pero que desde la perspectiva de Adriana López surge "cuando una elite o clase política se separa de la sociedad y deja de representar a los diversos actores sociales" (López, 2009, citada en Dávalos, 2009:12).

Otra de las grandes preocupaciones ciudadanas es que hoy no se ve una visión de país o de futuro, sobre todo en estos momentos de una profunda crisis económica, al respecto, José Luis Sampedro señala que "es absolutamente esencial pensar el futuro" (Sampedro, 2011). Y pensar en ese futuro también implica reconocer al otro, pero desde aquella perspectiva que deje de lado la política enfocada solamente en tratar de aplastar y desaparecer a los rivales, hoy la percepción de la ciudadanía es que a "Batman" se le acabaron los villanos, por eso se vuelve fundamental que en el Ecuador se llegue al planteamiento de José Luis Sampedro en donde se debería "sustituir la cooperación por el enfrentamiento destructivo" (Sampedro, 2011).

Hoy los gobiernos no deben limitarse a hacer como que escuchan a los distintos actores, es necesario que les otorguen el poder de la palabra en distintos espacios y foros a lo largo y ancho de un país o una ciudad y a través de varias herramientas, incluso dentro del ciberespacio. Además, se vuelve fundamental que se generen estrategias pensadas en el otro y desde su cotidianidad, que sean capaces de interactuar y dar respuestas inmediatas a las distintas demandas y preocupaciones de la gente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Dávalos López, A. (2009): *Estrategias de comunicación política para jóvenes: creación de un nuevo espacio de opinión y participación juvenil*. Tesis de maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Ecuador.
- López Monjardín, A. (2003): "El neoliberalismo: de la hegemonía al marketing", *Revista Rebeldía*, 7.
- Reig, R. (2004): *Dioses y Diablos mediáticos. Cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Urano.
- Sampedro Blanco, V. (2000): *Opinión Pública y Democracia Deliberativa: Medios, Sondeos y Urnas*. Madrid: Ediciones Istmo.
- Sampedro, J. L. (2011): "Entrevista en Encuentros POR: Piensa, Opina, Reacciona". Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=jSAdVWwJYKY>



Alfredo Dávalos López
Presidente de la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP) y Director en Ecuador del Instituto de Comunicación Política (ICP).
@Adavaloslopez