



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**LICENCIADA EN PERIODISMO**

**TEMA:**

**“ENLACE CIUDADANO SABATINA Y SU INFLUENCIA COMUNICACIONAL”.**

**TÍTULO:**

**“LA INFLUENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL DEL SEGMENTO,  
“CANTINFLADAS DE LA SEMANA” DEL PROGRAMA DE ENLACE  
CIUDADANO “SABATINA” EN LOS HABITANTES DE LA COOPERATIVA.  
FRENTE LUCHA POPULAR EN DURAN.**

**Tutor:**

**MSC. JOSÉ LUIS FÉREZ**

**Autora:**

**MARIBELLA QUINTERO MINA**

**Guayaquil, 2016**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

La señorita, Maribella Quintera Mina, declara bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar la (**“LA INFLUENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL DEL SEGMENTO, “CANTINFLADAS DE LA SEMANA” DEL PROGRAMA DE ENLACE CIUDADANO “SABATINA”, EN LOS HABITANTES DE LA COOPERATIVA. FRENTE LUCHA POPULAR EN DURÁN**).

Autora:

Maribella Quintero Mina

C.I. 0925039968

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: “LA INFLUENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL DEL SEGMENTO, “CANTINFLADAS DE LA SEMANA” DEL PROGRAMA DE ENLACE CIUDADANO “SABATINA”, EN LOS HABITANTES DE LA COOPERATIVA. FRENTE LUCHA POPULAR EN DURÁN”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de: Licenciada en Periodismo.

Presentado por: Maribella Quintero Mina

MSc. José Luis Férrez

Tutor

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** PROYECTO 3 DE JULIO.docx (D20987314)  
**Submitted:** 2016-07-04 22:01:00  
**Submitted By:** vanechita20@hotmail.com  
**Significance:** 5 %

### Sources included in the report:

alcozer carlos barros.docx (D16647985)  
Tesis finalizada (1) (1).docx (D10671040)  
<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/10/nota/4643851/sip-condena-uso-cadenas-sabatinas-descalificar>  
<http://www.profitas.com/blog/?p=1685>  
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/174/1/Tesis559CARm.pdf>  
[https://prezi.com/xwx10d\\_xyaaa/](https://prezi.com/xwx10d_xyaaa/)  
<https://prezi.com/pdcgobjbw1kk/copy-of-comunicacion-educativa-edu-comunicacion/>  
<https://prezi.com/hhcu7wm80tip/comunicacion-educativa-en-linea/>

### Instances where selected sources appear:

## **REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:** “LA INFLUENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL DEL SEGMENTO, “CANTINFLADAS DE LA SEMANA” DEL PROGRAMA DE ENLACE CIUDADANO “SABATINA”, EN LOS HABITANTES DE LA COOPERATIVA. FRENTE LUCHA POPULAR EN DURÁN.

**AUTOR/ES:** MARIBELLA QUINTERO MINA

**REVISORES:** MSC. JOSÉ LUIS FÉREZ

**INSTITUCIÓN:**

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL

**FACULTAD:** CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

**CARRERA:** PERIODISMO

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** DEJAR VACIO

**N. DE PAGS:** 84 PÁGINAS

**ÁREAS TEMÁTICAS:** SOCIAL

**PALABRAS CLAVE:** ENLACE CIUDADANO – LENGUAJE COMUNICACIÓN – CANTINFLADA DE LA SEMANA  
ACTIVIDADES - DISCURSOS

#### **RESUMEN:**

En la presente investigación se mostrarán descripciones, definiciones y aspectos conceptuales, esto comprenderá varios puntos fundamentales relacionados con la falta de control por parte del ente regulador de medios que conllevarían a desencadenar la problemática. El planteamiento del problema describe el lenguaje comunicacional que transmite el Jefe de Estado en cada uno de sus enlaces sabatinos, relacionándolo desde sus inicios hasta la actualidad. Abarca contenido de la formulación del problema, sistematización, objetivos, justificación e idea a defender. En el marco teórico, se tomará el concepto amplio de la opinión pública como la unión de dos elementos: la opinión y lo público, que conforman el término. Se precisa las definiciones de cada fundamentación con su respectivo marco legal, características, análisis de contenido del Programa de Enlace y de su segmento. En cuanto al marco conceptual, se establece las definiciones de términos básicos que tiene como objetivo explicar cada palabra no común con su pertinente definición de forma ordenada y sencilla. En el marco metodológico, se encargará de contextualizar profundamente en el problema, no solo por parte teórica sino también práctica. De

modo que se estudian todos los factores que afectan al problema. El tema investigativo concluye y se centra básicamente en identificar el tipo de influencia que tiene el segmento, “La Cantinflada de la semana” en los habitantes de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Durán.		
N. DE REGISTRO (en base de datos): DEJAR VACIO	N. DE CLASIFICACIÓN: DEJAR VACIO	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):DEJAR VACIO		
ADJUNTO URL (tesis en la web): DEJAR VACIO		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: MARIBELLA XIOMARA QUINTERO MINA	Teléfono: 0982319175	E-mail: crisdante42@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MSC. WASHINGTON VILLAVICENCIO SANTILLAN DECANO MSC. AMALIA GABINO NEVAREZ PERIODISMO	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR DE PERIODISMO 251	
	E-mail: <a href="mailto:agabinon@ulvr.edu.ec">agabinon@ulvr.edu.ec</a>	

## AGRADECIMIENTO

Agradecida infinitamente con Dios, porque sin su voluntad no estaría añadiendo esta meta cumplida a mi lista de logros. Doy gracias a mi Padre Celestial a mis amados padres terrenales, a mi esposo e hijos; porque gracias a ellos y su apoyo incondicional, estoy culminando lo que debía haber culminado hace 6 años aproximadamente.

Mi profundo agradecimiento a todos y cada uno de los maestros que impartieron sus conocimientos en mi segundo hogar, Universidad Laica Vicente Rocafuerte. A mi estimado tutor MSc. José Luis Férez que sin su guía no habría sido posible culminar mi trabajo de grado.

Maribella Quintero Mina

# DEDICATORIA

Este esfuerzo se lo dedico a mis padres: Orlindo Quintero y Dominga Mina, a mí esposo

Cristian Daniel Moreno, a mis hijos Julliette Moreno y Joseph Moreno.

Sin la ayuda, amor y motivación de cada uno, no habría sido posible culminar mi Carrera Profesional. El apoyo incondicional de cada uno, ha permitido cumplir uno de mis sueños.

Por ellos y para ellos, mi mayor gratitud...

Maribella Quintero Mina

## RESUMEN

En la presente investigación se mostrarán descripciones, definiciones y aspectos conceptuales, esto comprenderá varios puntos fundamentales relacionados con la falta de control por parte del ente regulador de medios que conllevarían a desencadenar la problemática. El planteamiento del problema describe el lenguaje comunicacional que transmite el Jefe de Estado en cada uno de sus enlaces sabatinos, relacionándolo desde sus inicios hasta la actualidad. Abarca contenido de la formulación del problema, sistematización, objetivos, justificación e idea a defender. En el marco teórico, se tomará el concepto amplio de la opinión pública como la unión de dos elementos: la opinión y lo público, que conforman el término. Se precisa las definiciones de cada fundamentación con su respectivo marco legal, características, análisis de contenido del Programa de Enlace y de su segmento. En cuanto al marco conceptual, se establece las definiciones de términos básicos que tiene como objetivo explicar cada palabra no común con su pertinente definición de forma ordenada y sencilla. En el marco metodológico, se encargará de contextualizar profundamente en el problema, no solo por parte teórica sino también práctica. De modo que se estudian todos los factores que afectan al problema. El tema investigativo concluye y se centra básicamente en identificar el tipo de influencia que tiene el segmento, “La Cantinflada de la semana” en los habitantes de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Durán.

## ABSTRACT

In this research descriptions, definitions and conceptual aspects are displayed, this will include several key points related to the lack of control by the regulator means that would lead to trigger the problem. The problem statement describes the communication language that conveys the Head of State in each of its sabatinos links, relating from its beginnings to the present. Covered content of the formulation of the problem, systematization, objectives, rationale and idea to defend, opinion and the public, that make the term: In the theoretical framework, the broad concept of public opinion as the union of two elements will be taken. The definitions of each foundation with its own legal framework, features, content analysis Liaison Program and its segment specified. As for the conceptual framework, definitions of basic terms that aims to explain every word not common with its relevant definition in an orderly and simple set. In the methodological framework, will be responsible for contextualizing deeply into the problem, not only theoretical but also practical. So that all factors affecting the problem are studied. The research concludes topic and focuses primarily on identifying the type of influence of the segment, "The cantinflada of the week" on the inhabitants of the Cooperative. Popular Struggle Front in Duran.

## INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto está enfocado al análisis del lenguaje comunicacional que tiene el Programa de Enlace Ciudadano y su segmento, “La Cantinflada de la semana”, transmitido los fines de semana. Es un espacio donde el Presidente Rafael Correa cuestiona a medios de comunicación, periodistas y políticos opositores, con quienes mantiene una confrontación comunicacional. La idea del segmento “La Cantinflada de la semana”, es dar a conocer las intervenciones u opiniones de personajes políticos que han emitido algún tipo de comentario en contra del Jefe de Estado a lo largo de la semana en radio, televisión o vídeo, y pasarla una y otra vez para exponerlo a la opinión pública. La estrategia comunicativa-discursiva de la sabatina donde semanalmente el primer mandatario realiza alocuciones de acuerdo a los temas políticos, económicos y sociales del contexto nacional son los recursos comunicacionales que captan la atención de los destinatarios a través de los medios de comunicación. Este estilo argumentativo y narrativo del discurso presidencial, guarda sentidos e intenciones específicas, los recursos utilizados por el jefe de estado en el programa de Enlace Ciudadano, responderían a la necesidad de comunicar oficialmente las gestiones administrativas en asuntos económicos y políticos que le interesan al país. Parte de esta estrategia revelaría que la atención de los destinatarios y el interés del discurso, obedecen a objetivos específicos sobre temas de interés nacional antes desconocidos para la población ecuatoriana que asiste personal o virtualmente a las cadenas y que se enmarcan en la idea de la revolución ciudadana.

## INDICE GENERAL

PORTADA	I
DECLARACION DE AUTORIA Y SESION DE DERECHOS DE AUTOR	II
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR	III
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	IV
REPOSITORIO	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
RESUMEN	VII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN	X

## CONTENIDO

### CAPÍTULO I

1.1 TEMA	1
1.2 TÍTULO	1
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.5 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	4
OBJETIVOS GENERALES	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1.7 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.8 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.9 IDEA A DEFENDER	6

**CAPÍTULO II**

<b>MARCO TEÓRICO</b>	<b>7</b>
2.2 FUNDAMENTACIÓN COMUNICACIONAL	8
2.3 COMUNICACIÓN DE MASAS	9
2.3.1 CAUSA Y EFECTO DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS	11
2.4 FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA	12
2.5 FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA	14
2.6 FUNDAMENTACION LEGAL	15
2.6.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA	15
2.7 LEY DE COMUNICACIÓN	15
2.8 ENLACE CIUDADANO	16
2.8.1 BREVE RESEÑA DEL PROGRAMA DE ENLACE CIUDADANO	17
2.8.2 CARACTERÍSTICAS DEL ENLACE CIUDADANO	21
2.8.3 CONTENIDO DEL PROGRAMA ENLACE CIUDADANO	22
2.9 RECURSOS COMUNICACIONALES	24
2.10 CONTENIDOS COMUNICATIVOS	24
2.11 ENLACE CIUDADANO COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL	26
2.12 PERSPECTIVA DEL SECTOR POLITICO HACIA EL ENLACE CIUDADANO	26
2.13 SEGMENTO: LA CANTINFLADA DE LA SEMANA	27
3. MARCO CONCEPTUAL	31
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>3.1 MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>34</b>
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	34
3.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	35

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	35
3.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	38
3.7 CONCLUSIONES	64
3.8 RECOMENDACIONES	64
<b>4.- BIBLIOGRAFIA</b>	66
<b>ANEXOS</b>	
FORMATO DE ENCUESTA	69
FORMATO DE ENTREVISTA	75

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

GRÁFICO 1	38
GRÁFICO 2	39
GRÁFICO 3	40
GRÁFICO 4	41
GRÁFICO 5	42
GRÁFICO 6	43
GRÁFICO 7	44
GRÁFICO 8	45
GRÁFICO 9	46
GRÁFICO 10	47
GRÁFICO 11	48
GRÁFICO 12	49
GRÁFICO 13	50
GRÁFICO 14	51
GRÁFICO 15	52
GRÁFICO 16	53
GRÁFICO 17	54
GRÁFICO 18	55
GRÁFICO 19	56
GRÁFICO 20	57
GRÁFICO 21	58
GRÁFICO 22	59

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

FOTOGRAFÍA 1-----	83
FOTOGRAFÍA 2-----	84

## **Capítulo I**

### **1.1.- TEMA**

**“ENLACE CIUDADANO SABATINA Y SU INFLUENCIA  
COMUNICACIONAL”.**

### **1.2.- TÍTULO**

**“LA INFLUENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL DEL SEGMENTO,  
“CANTINFLADAS DE LA SEMANA” DEL PROGRAMA DE ENLACE  
CIUDADANO “SABATINA” EN LOS HABITANTES DE LA COOPERATIVA.  
FRENTE LUCHA POPULAR EN DURAN.**

### **1.3.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El 20 de enero de 2007, cinco días después de su posesión, el Jefe de Estado se estrenó como conductor de un programa con público y de transmisión en vivo y directo, a través de radio y televisión. Desde ahí, el Mandatario informa de sus actividades de la semana, da indicaciones a sus funcionarios y confronta a los medios de comunicación o realiza anuncios de proyectos, acuerdos bilaterales o de bloque regional. En resumen, es la versión oficial del Gobierno sobre un sinnúmero de temas. Con el tiempo el Enlace Ciudadano fue ganando terreno en los medios.

En la actualidad más de 100 radios se enlazan a la señal, además de Ecuador TV y los canales del Estado. En cuanto a su formato también sufrió cambios. Se incorporaron segmentos como el de “La libertad de expresión ya es de todos”, “La cantinflada de la semana”. “La amargura de la semana” o “La caretucada de la semana”, entre otros temas, refuta las publicaciones que considera erróneas o mal intencionadas en los

diarios. Su estructura se volvió más dinámica con la presentación de videos y música dramática en los segmentos.

Desde que obtuvo el cargo de Primer Mandatario del Ecuador en el 2007, su posterior reelección en el 2009, seguido en el 2013, el jefe de estado ha mantenido permanentemente una forma de comunicación con la nación, mediante informes semanales, emitidos todos los fines de semana en el programa denominado, “Enlace Ciudadano” o “sabatina”, sobre la administración gubernamental que realiza, en todos los ámbitos del interés nacional, con temas (políticos, económicos y sociales). No obstante, el proyecto de investigación consideraría que el programa “sabatino”, obedece a una estrategia comunicativa, basada en teorías, técnicas y prácticas que forman parte de un equipo de comunicación.

Según la Sociedad Interamericana de Prensa, el (SIP). En nuestro país, se acosa a los medios de comunicación, el uso del espacio gubernamental de la administración del jefe de estado, Econ. Rafael Correa Delgado es usado para atacar a periodistas y a la prensa en general; se considera como una de las mayores preocupaciones expresadas en el informe regional de la SIP, reunida en Panamá. El ambiente de malestar es evidenciado en el programa de Enlace Ciudadano y en su segmento de “La Cantinflada de la semana”, entre otros segmentos. Lo cual es normal escuchar al Presidente la República utilizar epítetos como: “perverso”, “inefable”, “amargado”, “deshonesto”, “envenenado”, para descalificar al profesional que ejerce periodismo o algún medio. Esto se detalla en el reporte tomado de: Diario el Universo (Marzo 10-2015).

A partir de ese momento, la cadena televisiva o también llamado enlace ciudadano “sabatina”, no ha dejado de transmitirse los fines de semana y en distintos lugares,

dentro y fuera del país donde existen colonias de migrantes aumentando así las horas de difusión.

Este tipo de formato informativo ha sido utilizado por varios presidentes latinoamericanos para comunicarse con su pueblo, usando tecnología que les permita estar en permanente contacto y que a su vez conozcan sus necesidades de primera mano.

El lenguaje comunicacional que transmite el Jefe de Estado en cada uno de sus enlaces sabatinos relacionándolo desde sus inicios hasta la actualidad, se estaría perdiendo la esencia de lo que es en sí, “un informe semanal”, ya que se estaría usando varios términos que podrían causar confusión al igual que los videos expuestos con críticas a sus opositores y toda persona que ejerce el periodismo.

El contenido comunicativo del segmento “Cantinflada de la semana”, debería ser analizado por el ente regulador de medios Superintendencia de la Comunicación Supercom, a fin de establecer parámetros para que se mantenga la debida línea de información y comunicación con la nación.

#### **1.4.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo influye el lenguaje comunicacional utilizado en el segmento, “La Cantinflada de la semana” del programa de enlace ciudadano “sabatina” en los habitantes de la Cooperativa Frente Lucha Popular en “Durán”?

#### **1.5.- SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

El trabajo de investigación comprenderá varios aspectos fundamentales relacionados con:

- ✓ ¿El lenguaje comunicacional del segmento, “La Cantinflada de la semana” es el adecuado?
- ✓ ¿El enfoque que se le estaría dando al segmento “La cantinflada de la semana” del programa enlace ciudadano “sabatina”, agrede la sensibilidad de quienes lo ven?
- ✓ ¿El contenido crítico del segmento, “La Cantinflada de la semana”, aporta informativamente como rendición de cuentas a la nación?
- ✓ ¿Los términos y calificativos usados en el segmento “La Cantinflada de la semana”, son objetivos?

## **1.6.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivos General:**

Analizar la influencia que tiene el segmento “La Cantinflada de la semana” del Programa Enlace Ciudadano en los habitantes de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Durán.

### **Objetivos Específicos:**

- Analizar el contenido del segmento “La Cantinflada de la semana” del Programa Enlace Ciudadano “Sabatina”.
- Determinar si el segmento “La cantinflada de la semana” orienta a la población.
- Identificar la influencia del lenguaje comunicacional que tiene el segmento “La Cantinflada de la semana” del Programa Enlace Ciudadano “Sabatina”, en la formación de la opinión pública en los habitantes de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Durán.

## **1.7.- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

El tema de investigación, se centra básicamente en identificar la influencia comunicacional que tiene el segmento, “La Cantinflada de la semana” en el programa de enlace ciudadano “sabatina”, en los habitantes de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Durán.

El espacio político es manejado por el Primer Mandatario, quien da a conocer los fines de semana las actividades realizadas durante la jornada de trabajo que se realiza dentro y fuera del país; no obstante, aprovecha ciertos momentos para emitir alguna frase o palabra en contra de sus detractores u opositores políticos.

La administración del presidente de la república, Econ. Rafael Correa, se ha distinguido por mantener permanentemente comunicación con la población ecuatoriana, mediante informes semanales de las actividades gubernamentales, en su denominado espacio televisivo de Enlace Ciudadano. En este escenario, la investigación de tesis se enfoca en analizar la influencia del lenguaje comunicacional que tiene el programa sabatino y su segmento “La Cantinflada de la semana”, mediante un estudio comunicacional a través de métodos de investigación, encuestas y entrevistas.

Los medios de comunicación, más allá del mayor o menor poder que se les atribuye, han producido una revolución en el espectador. Y es que su presencia se prolonga en los distintos espacios de la vida social cotidiana. Ya que hoy en día tienen un importantísimo rol que son los responsables en gran medida de moldear el pensamiento de su público. Por lo tanto es necesario manejar un lenguaje comunicacional adecuado para captar la atención con eficacia sin causar confusiones.

En este desarrollo de proyecto de investigación se establecerá sí el discurso presidencial responde a intenciones específicas hacia la población receptora del mensaje. Ya que los

discursos comunicativos, no solo se enfocarían en la esencia para lo que fue creado el programa, rendición de cuentas.

Mediante las técnicas de estudio que se aplicará, se podrá determinar si el lenguaje comunicacional que se usa en el programa enlace ciudadano y su segmento “La Cantinflada de la semana”, afectan a los moradores de la Cooperativa. Frente Lucha Popular, Durán.

### **1.8.- DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

Este proyecto investigativo se realizará con los habitantes del sector de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en el cantón Durán.

### **1.9.- IDEA A DEFENDER**

El lenguaje comunicacional usado en el segmento, “La Cantinflada de la semana” afecta a los moradores de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Durán por los calificativos y términos utilizados en el discurso del primer mandatario.

## Capítulo II

### 2.- MARCO TEÓRICO

La influencia comunicacional del discurso político reside, además de la intencionalidad en el impacto que cause sobre la opinión pública, siendo ésta susceptible a las características propias del emisor, como su jerarquía de autoridad, personalidad y/o carisma; y al lenguaje que use para proyectar su mensaje. Teniendo en cuenta que existen variables que determinan el nivel de repercusión de un individuo a otro.

Para fines de la investigación se tomará el concepto amplio de la opinión pública como la unión de dos elementos: la opinión y lo público, que conforman el término. En primer lugar, la unidad denominada opinión puede entenderse según la Real Academia Española, como el “dictamen o juicio que se forma de algo cuestionable” (2010). La opinión se presenta en cuatro niveles:

- a) **Específicas:** Son aquellas que se emiten de manera imprevista y no tiene mayor análisis o relacionamiento.
- b) **Habituales:** Tienen mayor grado de consistencia y se repiten en diferentes circunstancias.
- c) **Actitudes:** Están formadas por un conjunto de opiniones acerca de un mismo tema.
- d) **Ideología:** Es la agrupación de actitudes que crean una categoría superior o ideológica.

La opinión pública, se estudia dentro del nivel de actitudes (Monzón, 1990). Las actitudes se manifiestan en la toma de una posición razonada, a favor o en contra; estando determinada la formación de estas actitudes mediante tres factores que se

perciben ante un tema en particular: los conocimientos y experiencias (cognitivo), los sentimientos y las valoraciones (afectivo), y las reacciones (conativo). Sin embargo, la opinión surge cuando el factor cognitivo predomina en la formación de las actitudes y se manifiesta de manera oral o escrita (Monzón, 1990).

La opinión, conformada en su mayoría por conocimientos y experiencias individuales, pasa al plano de lo colectivo cuando las ideas cognitivas se comparten en un espacio de diálogos o discusiones. Estas ideas o temas de opinión, son aquellos que llegan a ser conflictivos o controversiales dentro de una sociedad (Chong & Druckman, 2010). El segundo elemento de este término: lo público. Como punto de partida, se toma referencias del sociólogo Wright Mills como las más adecuadas para los fines de este estudio, ya que Mills establece condiciones claras para la existencia del público dentro de la opinión pública. Basta atender, estar informado y expuesto a canales de información para formar parte del público dentro de la opinión pública (Monzón, 1990).

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN COMUNICACIONAL**

La comunicación ayuda a que se intercambie de forma más efectiva posible como pensamientos, ideas y sentimientos con las personas de su entorno, siempre y cuando exista un ambiente colmado de cordialidad en el cual se busque el enriquecimiento personal de las partes involucradas (el emisor, que es quien da el mensaje y receptor que es quien capta el mensaje).

Ciertas personas poseen una amena y agradable conversación. Pero no todas las personas poseen la capacidad para comunicarse eficazmente, transmitiendo en la mayoría de los casos conocimientos, experiencias, información y algunas vivencias que hayan tenido, compartir sus propios puntos de vista; aunque esto no es del todo malo, y el mejor consejo para mantener una buena comunicación es no caer en excesos.

Para (Risse-Kappen, 1991), el espacio público sirve como canal de la comunicación, es decir, el entorno propicio para el intercambio de ideas. Y segundo que la atención de los asuntos públicos es el interés de participar dentro de éste. De igual manera, lo público concierne todo aquello que es de interés general, entendido como lo contrario a lo privado, donde se dejan de lado las particularidades para preocuparse de lo colectivo.

Hay que dejar muy claro que el acto de comunicarse no significa tan solo decir, expresar o emitir algunos mensajes (esa labor la realizan los medios de información ya sean estos televisivos, radiales o escritos), lo que se busca es entablar un diálogo con otras personas, teniendo la oportunidad de conocer su manera de actuar y de pensar, su carácter, sus gustos y preferencias y algunas necesidades principales, en pocas palabras aprenden de sus experiencias, conociéndolas a través del desarrollo de la capacidad de comprensión. Para lograr una mejor comunicación se deberá tener en cuenta algunas características y estas son:

- Se debe escuchar al interlocutor con atención,
- No se debe monopolizar la palabra,
- No se debe interrumpir,
- Se debe utilizar un lenguaje moderado.

### **2.3 COMUNICACIÓN DE MASAS**

La comunicación de masas, se define por la forma de comunicar; en la cual la información es transmitida de forma pública, usando como medios (técnicos, indirecta y unilateralmente).

**1. - Públicamente de forma masiva:** Una característica distintiva de este tipo de comunicación, consiste en que se dirige a “un público disperso o colectividad”, o sea a lo que podría denominarse propia y puramente “masa”.

**2. - Por medios técnicos de comunicación:** Precisa, para llevarse a cabo, de la utilización de una “máquina interpuesta” (entre emisor y receptor). Esta “máquina” o complejo técnico de comunicación, que se funde e identifica con el medio, condiciona decisivamente el producto informativo.

**3. - Indirectamente:** Se define por no ser “cara a cara” motivo por el que, para ser llevada a cabo, es preciso salvar la distancia que separa al emisor del receptor.

**4. – Unilateralmente:** No existe apenas interacción entre emisor y receptor durante y después de la emisión de la información, por lo que carece del medio característico usado en las cadenas comunicativas para eliminar las disonancias: la retroalimentación o feedback. (Blumer, 1939) (Gassat, Ortega , 1926) (Maletzke, 1976).

La comunicación de masa, son los medios de información recibidos paralelamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de masas o al concepto comunicativo del público. La finalidad de estos medios es (formar, informar y entretener al público).

Para Charaudeau (2009), el escenario donde el discurso político sea manifestado definirá algunas de sus características, delimitando el funcionamiento del mensaje dentro de un espacio público o un espacio político. El primero se identifica, por estar dirigido a un grupo heterogéneo de individuos con diferentes niveles de educación, con terminología sencilla ya que puede interpretarse de diversas maneras. En el espacio público debe considerarse la instancia de producción (el emisor) donde se origina la “fuerza de persuasión”; la instancia de recepción que representa al público; y la instancia de

mediación, que es el canal reconocido legítimamente por el cual se trasmite la información, asumiendo responsabilidad que esto conlleva (2009).

Por otro lado, el espacio político del discurso está caracterizado por un juego de poder que supone la conquista hacia el otro (el público), en el caso de la democrática, el “conquistador” tiene un poder y autoridad legítima, la instancia política compite con una instancia contraria, ambas implicadas por el denominado juego de poder. (Charaudeau P.2009). Los factores de análisis en el espacio político son:

- a) La dramatización del discurso, que a través de valores logran conmover al público, con el fin de disuasión o adhesión.
- b) La pugna de poder, con un segundo actor político que trata de competir por la instancia ciudadana, en este caso, el discurso irá orientado a proteger al ciudadano como la víctima de una situación, enfatiza qué ocasiona la adversidad (el enemigo) y plantea una situación (Charaudeau P. 2009).

Entonces el discurso surge como forma de expresión argumentativa, motivada por opiniones personales que pueden persuadir a la opinión pública, en la medida en que esta esté relacionada con el sujeto que emite el discurso. Dentro del discurso político existe de por sí un motivo para influir en la sociedad y éste presenta mayor credibilidad al provenir de una figura legítima y con autoridad; sin embargo el discurso político también se encuentra sujeto al contexto y a los factores individuales mencionados que determinan su impacto en un grupo social.

### **2.3.1 Causa y efecto de la comunicación de masas**

La influencia y el poder que ejercen los medios de comunicación, es indudable (radio, prensa, televisión e internet). E indiscutible también que muchos usan ese poder como

medio transmisor para sus ideas. En esto consiste la manipulación que existe en los medios de comunicación; influencia indirecta, sutil, que pretende convertir al hombre sin atacar de modo directo su voluntad o libertad. La manipulación es todo aquel dominio, que actúa de modo oculto.

Los medios de comunicación públicos, generalmente son menos manipulables que los privados, ya que existe un poder detrás de ellos, que monopolizan la información, es decir son más fácilmente controlables. Al contrario de los medios privados en los que se invierten grandes sumas de dinero a fondo perdido, siendo dudoso que lo hagan por intereses puramente comunicativos. Se puede distinguir los tipos de manipulación; que suelen ser, la manipulación natural y la intencionada. (Gassat, Ortega , 1926)

## **2.4 FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA**

Los precursores del marxismo en su relación con la comunicación, sostenían que el proceso del individuo se condiciona por el desarrollo de una comunicación directa o indirecta.

Desde hace miles de años aparece la comunicación, con el surgimiento de la existencia humana, y con el transcurrir del tiempo se creó la necesidad de contar con nuevas formas y más efectivas para poder establecer una relación más estrecha y eficaz entre unos y otros, lo que se define como lenguaje hablado mediante el cual se desarrolla y forma sus ideas.

Para (Gonzales, 2005), describe los antecedentes históricos de la comunicación como proceso, que inicia entre los seres humanos y evoluciona, y que ha venido en crecimiento desde los tiempos más remotos de la vida humana y que ha abarcado los diferentes contextos sociales y principalmente el contexto educativo.

Existen diversas formas de comunicación, entre estas la oral y la escrita, que son las principales utilizadas por el hombre de la actualidad. Conforme el tiempo avanza, se han ido modificando y se han vuelto más exigentes las formas para poder comunicarse, de modo que pueda resultar más comprensible y eficiente entre sí.

La comunicación y su contenido se da en base a la función social, el desarrollo del ser humano, se da mediante el proceso de asimilación e interiorización de la experiencia que ha ido acumulando durante el tiempo que ha vivido en sociedad, producido en el desarrollo de la actividad del hombre con sus semejantes; para lo cual constituye el medio esencial de la comunicación humana.

Desde sus inicios, el hombre necesita relacionarse con sus semejantes, dando origen al lenguaje. La Doctora, Carral González (2006), reconoce que la educación constituye un elemento importante, que "Es el proceso por el cual las generaciones adultas, transmiten a las nuevas generaciones (conocimientos, habilidades, normas de comportamiento, técnicas, modos característicos de vida y formas de pensamiento").

La comunicación tanto oral como escrita, y a su vez relacionada con la evolución del lenguaje, "El lenguaje es por excelencia un generador de imágenes que deja huellas impresas en la mente de los niños". (Carral González, 2006). No obstante, se considera como un proceso de continuidad y de cohesión social compartidos por toda una sociedad. Existen diversos exponentes, sobre el tema de la comunicación y cada quien define el concepto de acuerdo al momento, y objeto de estudio en que se sitúa.

En su retórica Aristóteles dijo: "Tenemos que considerar tres elementos básicos de la comunicación que son: El orador, el discurso y el auditorio" (Carvalho, A. 2008). El orador es la persona que habla, el discurso es el mensaje y el auditorio son las personas que escuchan tomando como referencia lo planteado.

## 2.5 FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA

La comunicación educativa, es la que se produce en un contexto especial. Sin comunicación no existiría educación posible. La educación, es el elemento principal que le da al hombre conocimiento histórico y le ayuda hacer transformaciones de su entorno social en donde se desenvuelve y contribuye con su desarrollo personal.

Vigotsky (1987) expresó: "... la educación es el dominio ingenioso de los procesos naturales del desarrollo, no sólo influye sobre unos u otros procesos del desarrollo, sino que reestructura de la manera más esencial, todas las funciones de la conducta". Esto se define a que el proceso de evolución en la persona no es independiente, sino que requiere de la interacción de otros ingenios más capaces.

(Berlo, 1969). Para Berlo, la comunicación educativa tiene como objetivo el intercambio recíproco de conocimientos, procedimientos y actitudes que constituyen la finalidad de la educación. La comunicación educativa eficiente debe ser:

**Motivadora:** Estímulos que permitan captar y mantener la atención, ya sea por la creación de una necesidad o por la satisfacción de ella.

**Persuasiva:** Debe lograr su finalidad, tanto en función a los objetivos como a las metas.

**Estructurante:** La comunicación debe ser capaz de orientar, facilitar y promover la construcción personal. Deberá tener entonces coherencia interna y externa.

**Adaptativa:** Es la que tiende a facilitar la interacción de la persona que se educa con el medio en el que éste se desenvuelve, a través del mejoramiento del repertorio de conductas del sujeto.

**Generalizadora:** La comunicación educativa, debe tener capacidad para inducir a nuevas interconexiones o relaciones que permitan la aplicación del conocimiento adquirido a circunstancias análogas.

## **2.6 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **2.6.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA**

#### **Comunicación e Información**

En el artículo No.16, indica que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- Una comunicación autónoma, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos sociales.
- A la integración de participación en el campo de la comunicación.

En el artículo No.19, indica que la ley regulará contenidos informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación.

## **2.7 LEY DE COMUNICACIÓN**

#### **Regulación de contenidos**

En el artículo No. 60 de la ley de comunicación, indica que los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, y medios impresos, se identifican y clasifican en:

- Contenido Informativo
- Contenido De opinión
- Contenido Formativos
- Contenido Educativo
- Contenido Cultural

- Contenido de Entretenimiento
- Contenido Deportivo
- Contenido Publicitario

Los medios de comunicación, tienen como responsabilidad clasificar todo tipo de contenido con criterio y parámetro jurídico de su publicación. No obstante, los medios públicos, privados y comunitarios son los encargados en identificar el tipo de contenido que será transmitido; e indicando si son o no aptos para el público en general, a fin de que la audiencia pueda decidir sobre la programación de su preferencia.

En caso de haber incumplimiento por parte de la clasificación de los contenidos, será sancionado por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos.

En el artículo No. 61 señalado como contenido discriminatorio; se entenderá como tal a todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación que connote distinción, exclusión o restricción por discapacidad o diferencia física entre otras.

En el artículo No. 62 señalado como prohibición, indica que está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación, todo tipo de contenido discriminatorio que contengan anulación al reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos. Así mismo, se prohíbe la difusión de mensajes que constituyan apología de la discriminación e incitación a actos violentos basados en contenido discriminatorio.

## **2.8. ENLACE CIUDADANO**

### **Antecedentes (Biografía del Presidente, Econ. Rafael Correa)**

Político ecuatoriano, Presidente del Ecuador desde 2007, tras vencer en las elecciones de 2006 como candidato del movimiento Alianza País. Consiguió la victoria en el mes

de abril del 2005, cuando pasó a ocupar la cartera de Economía y Finanzas del gobierno de Alfredo Palacio, era una figura desconocida en el ámbito político. Durante la campaña electoral, se definió como un izquierdista cristiano e ironizó con su apellido al afirmar que, de ganar los comicios, daría "correazos" a la corrupción.

Rafael Correa, nació en la ciudad costera de Guayaquil el 6 de abril de 1963. Miembro de una familia de clase media trabajadora y cristiana, él y sus dos hermanos quedaron huérfanos de padre a temprana edad, por lo que su madre, Norma Delgado, debió asumir el rol de padre y madre y con bajos recursos afrontar la educación de sus tres vástagos. Se graduó de economista en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en el año 1987.

Obtuvo un masterado de Artes en Economía en la Universidad Católica de Lovaina la Nueva (Bélgica- 1991), otro masterado de Ciencias en Economía en la Universidad de Illinois (Estados Unidos-1999) y en 2001, finalizó el doctorado en Economía en el mismo centro académico estadounidense. Durante los años 1987 y 1988 su etapa de formación la combinó con la actividad estudiantil y docente con la militancia universitaria.

### **2.8.1 Breve reseña del Programa de Enlace Ciudadano**

El programa de Enlace Ciudadano o más conocido como "sabatina", permite al Primer Mandatario del Ecuador, rendir cuentas de su gestión a todos los ecuatorianos, quienes por este medio, están al tanto de temas coyunturales, así como de la gestión gubernamental en diversos ámbitos. Dada su importancia política, este espacio se ha convertido en referente mediático y fundamental para la opinión pública.

El Programa de Enlace Ciudadano o también conocido como “sabatina”, lleva por nombre al espacio de radio y TV que se emite los fines de semana, en el lapso de 10h00 hasta las 13h00, por 54 emisoras ecuatorianas que apoyan al Presidente de la República, Econ. Rafael Correa, a través de la televisión estatal Ecuador TV y de Gama TV. El cual se transmite desde el año 2007.

En la primera emisión del programa del 20 de Enero del 2007, que tuvo duración de una hora, el mandatario respondió preguntas a los periodistas que asistieron a la inauguración, en los continuos programas se habilitaron líneas telefónicas para que el jefe de estado pueda dialogar directamente con los ciudadanos. La primera cadena sabatina fue transmitida por 53 estaciones radiales.

Después de haber sido inaugurado el programa de Enlace Ciudadano, la entonces secretaria de comunicación de la presidencia, Mónica Chuji Gualinga, manifestó que el programa sabatino, "Obedece a un pedido de la nación, que es el de mantener contacto con el primer mandatario y a su vez se conozca toda necesidad de primera mano, pretendiendo que haya una relación horizontal".

La cadena sabatina, anteriormente conocida como: “Diálogo con el Presidente”, estaba compuesto por tres partes: Agenda Semanal, Entrevistas con los periodistas y espacio sobre ciencia y tecnología. Durante la transmisión del programa de Enlace Ciudadano, se efectúa un informe de actividades gubernamentales, realizadas a lo largo de la semana por el Jefe de Estado, siendo estos los nuevos proyectos que se piensan ejecutar, así como los planes en elaboración. También se comenta sobre cada una de las noticias que fueron difundidas por los medios de comunicación u opositores.

El Primer Mandatario, Econ. Rafael Correa Delgado, quien se convirtió en el conductor de televisión y radio de su programa de Enlace Ciudadano transmitido los fines de semana, es parte importante de los programas comunicacionales. Los discursos del

Presidente comprenden a un compendio prosémico y paralingüístico; relacionado con las expresiones de su rostro, gestos, posturas y tono de voz.

El Primer Mandatario, quien conduce su programa de Enlace Ciudadano de forma eficiente; se caracteriza por tener una personalidad mediática, ligado ésta al carisma que llamó la atención desde su primer lanzamiento como candidato para presidente. El aspecto físico del jefe de estado, constituye un recurso icónico importante que está relacionado con la propuesta y proyecto de revolución ciudadana, con vestimenta informal usa los colores de la bandera de Alianza País y otros diseños de arte precolombina latinoamericana. Las expresiones de su rostro se conjugan con los tonos optimistas y alegres; sin dejar de lado el tono enérgico al momento de dar sus discursos presidenciales, con posturas de autoridad para decidir, resolver, criticar, felicitar y responder a los problemas que se presentan.

El mandatario, inauguró una nueva etapa en la comunicación política ecuatoriana. Desde su primer período de gobierno y hasta hoy ha utilizado el mensaje sabatino (de varias horas) para comunicarse directamente con los ciudadanos. Los detalles de la operatividad del mensaje han variado en el tiempo, pero lo que se ha mantenido son el protagonismo de sus comentarios, decisiones sobre la agenda política nacional y el carácter itinerante de la presencia presidencial alrededor de todo el Ecuador.

Al inicio, el mensaje sabatino era un evento poco elaborado, el Presidente usaba ayudas de memorias impresas en papel (las cuales volaban por los aires cuando el clima de la localidad así lo provocaba); no gozaba de una introducción musical en vivo; no contaba con “jingles” musicales que acompañan a los más fervientes ataques o a las más apasionadas decisiones. En la actualidad existe un equipo de tecnología avanzada que acude al sector elegido con varias horas de anticipación; se proyecta una película (la

noche anterior) para que los ciudadanos disfruten de una nueva pantalla, de moderna tecnología que se ubica detrás del presidente y, en la mañana de los sábados se colocan sendas carpas y ventiladores a su alrededor para combatir cualquier “acaloramiento” popular.

Además, el jefe de estado. Econ. Rafael Correa, maneja una pantalla personal por medio de la cual realiza anotaciones digitales, sobre las sofisticadas presentaciones “Power Point” que se proyectan. Incluso se han acoplado varios segmentos para descalificar a oponentes “La cantinflada de la semana” y “La libertad de expresión ya es de todos” a fin de rebatir algunos asuntos que la prensa haya publicado en la semana de turno. El objetivo del “Enlace Ciudadano” se ha cumplido.

El Primer mandatario del Ecuador, ha logrado en una importante proporción definir la agenda política de la semana y elevar o enterrar asuntos que sean de interés del Gobierno. De esta manera se han firmado decretos ejecutivos importantes, se han anunciado medidas económicas controversiales (como la posibilidad de eliminar los subsidios a los combustibles) y se han explicado planes y programas gubernamentales.

En América, algunos de los presidentes de gobierno han hecho varios formatos parecidos al del Econ. Rafael Correa. Empezando desde los años 30 con el “Weekly Radio Address” de Franklin d. Roosevelt. Algunos gobernantes estadounidenses usaron la tecnología; sin embargo hoy Barack Obama lo hace en forma de video por internet. En América Latina también se dio un formato parecido de radio y televisión con: “Aló Presidente”, que era presentado por el ex mandatario de Venezuela Hugo Chávez.

En la actualidad se utiliza este modelo de comunicación entre los presidentes de turno y su pueblo, con la finalidad de transmitirles de antemano toda su labor durante la semana

de trabajo y demás proyectos a ejecutarse en semanas próximas, este modelo de información, se ha visto mal ejecutado en algunas ocasiones, ya que no siempre se utiliza el medio con el fin que fue planteado.

Aunque este formato de información fue planteado, en sus inicios como un método más práctico de comunicación, entre el primer mandatario y los ecuatorianos, actualmente este no se estaría cumpliendo ya que el espacio se lo utilizaría como medio defensa personal, mas no para rendición de cuentas. Cabe mencionar que en la actualidad este espacio político no es controlado por el ente regulador de medios, Supercom, debido al supuesto hecho que el programa solo es dedicado a rendir cuentas de la labor presidencial, por lo cual no está sujeto a control alguno, por este caso ha existido algunas discrepancias con los medios de comunicación que manejan otra línea política.

Recapitulando sobre los programas de enlaces ciudadano o también conocido como “sabatinas”; estos nunca se realizan en el mismo lugar; ya que el escenario y ambiente cambian, tampoco es realizado únicamente en territorio ecuatoriano, sino que en ocasiones se realizan desde otros países, donde el presidente viaja por diversos motivos. Además, está dividido en segmentos con temas informativos diferentes.

### **2.8.2 Características del Enlace Ciudadano.**

El Enlace Ciudadano junto a sus segmentos, es parte de la estrategia comunicativa general del gobierno del primer mandatario del Ecuador. Econ. Rafael Correa. Este programa, comprende las actividades gubernamentales que se dan a lo largo de la semana; es el sitio oficial donde se explican gestiones con el entorno nacional e internacional de planes y proyectos de toda índole, sean estos (económicos, políticos, culturales y sociales). Una de sus características importantes del programa es que es un espacio de auto evaluación y réplica contra los medios de comunicación u opositores.

Según los representantes del movimiento Alianza País, describen al programa como la solución al desconocimiento sobre temas importantes de interés nacional y que éste a su vez se transforma en fuente de información para los medios de comunicación sean estos públicos y privados. Además, constituiría que fortalece la imagen de personajes políticos afines al gobierno, quienes dan una explicación más detallada sobre algún tema específico dentro de las sabatinas cuando el Primer Mandatario lo requiere.

El enlace ciudadano, como elemento estratégico integra a los ecuatorianos e incluso a los compatriotas que residen en diferentes partes del mundo, (ciudades, pueblos, comunidades, entre otros). Es un programa que emplea un lenguaje comunicacional y audiovisual para poder informar desde diversos escenarios al público a través de un discurso oficial sobre los temas de actividades gubernamentales, y que se emite por diferentes medios de comunicación en todo el Ecuador. Por medio de varias emisoras radiales y canales de televisión públicos y privados.

El programa de Enlace Ciudadano, contiene componentes propios de un producto audiovisual que se emite por los medios de comunicación para producir y reproducir mensajes con sentido específico e intenciones y que a la vez se transforma en un ente productor compuesto por: (productores, guionistas, conductores y canales). Utiliza sistemas comunicativos de representación y expresión; compuesto por: (signos, símbolos) y que a su vez conforman los lenguajes verbales, visuales y sonoros.

### **2.8.3 Contenido del programa Enlace Ciudadano.**

El contenido del programa de enlace ciudadano, que conforma como programa de televisión, es con un género específico; en el cual se detallará los elementos comunicativos que se articulan para definir la estructura de su formato.

**Género:** Programa con contenido informativo

**Periodicidad:** Semanal (fines de semana)

**Temas tratados:** Político, económico, cultural, social, educativo, salud, ciencia, cultural, etc.

**Contenedor:** Videos, entrevistas, audios.

**Dominio de validez:** Nacional

**Carácter:** Público

**Estructura:** Externa e Interna

**Externa:** Ubicación Horaria: de 10h00 am a 13h00 pm.

**Estilo funcional:** Informativo, narrativo, argumentativo, explicativo y conversacional.

**Registro estilístico:** Objetivo, subjetivo, polémico, coloquial, pedagógico.

La estructura global del programa de enlace ciudadano, “sabatino”, está compuesto por dos estructuras: interna y externa. Esto permitirá conocer la forma organizada de los elementos que originan el programa.

Estructura Externa: El modo de emisión es realizado cuando el programa se produce en el momento que se emite, en un orden distribuido y específico de no mínimo de 180 minutos.

Estructura Interna: Muestra la forma como se organizan los: (tiempos, sujetos, escenas y narraciones en el programa).

## 2.9 RECURSOS COMUNICACIONALES

Los recursos comunicacionales que se preparan en cada programa, cabe recalcar que estos nunca se repiten; sea (el lugar y ambiente cambian). Lo que si puede cambiar son los efectos sonoros y visuales que en secuencia son combinados con los textos informativos. A veces, el programa de Enlace Ciudadano, se retransmite desde otras partes del mundo ya que el Primer Mandatario viaja por agenda por temas políticos, comerciales u otros motivos. No obstante, cabe indicar que también es grabado en días anteriores y el vicepresidente o algún otro delegado presiden de conductor y productor, suplantando al Jefe de Estado. Tomando en cuenta que no cambia el día de transmisión y manteniendo su estructura y organización de base y guía que desarrolla, dividido en segmentos y de diversos temas de información.

## 2.10 CONTENIDOS COMUNICATIVOS

Los sistemas comunicacionales y de expresión son: visual, gráfica y sonora. Cabe mencionar que son elementos importantes del lenguaje comunicacional que se usa para cualquier programa de televisión.

Dentro de cada producción que emite el Programa de Enlace Ciudadano, tres sistemas comunicacionales y expresivos son los que constituyen los recursos necesarios e importantes para llevar a cabo su realización.

**Códigos gráficos:** Este código, se caracteriza por las imágenes estáticas y entendibles que se usan en el programa. Se puede describir, que en los alrededores del espacio físico donde se realiza el programa, se ve envuelto por un público asistente con los colores del movimiento Alianza País (color verde claro). No obstante, se arman estratégicamente

carpas para promover ventas y atraer la captación del público asistente, stands que pertenecen a los ministerios u alcaldías. También se encuentran colocadas en puntos diferentes (gigantografías, pancartas, afiches y folleterías) alusivas al trabajo y los logros del Gobierno.

**Códigos visuales:** Son imágenes estáticas, complementos visuales al rededor del escenario. Esto es representado como una forma de ayuda para el conductor del programa, quien logrará ser mucho más explícito con los temas que se desarrollen en su momento; sean estos (signos, tipografías, infografías, dibujos, diseños gráficos e ilustraciones en video), computarizados y que finalmente son proyectados en una gran pantalla de televisión, ubicada en la parte posterior de la tarima.

**Códigos sonoros:** Este código constituye uno de los recursos más esenciales dentro del programa de Enlace Ciudadano, sirviendo como enganche de lo que representa el Gobierno, ideas de revolución; enmarcado dentro de ritmos y canciones para crear significados específico entonando ritmos nacionales o internacionales. Además, algunos de los artistas musicales crean audios inéditos con temas musicales que sirven como himnos de reconocimiento para colaboradores y simpatizantes de la revolución ciudadana.

El lenguaje sonoro, contiene recursos importantes cuando se articula con el lenguaje visual, presentando videos en forma de reportajes, noticias y sketch. De esta manera el programa de Enlace Ciudadano, cuenta con las siguientes producciones:

- Videos reportajes con voz en off, locutado ya sea por un hombre o mujer.
- Videos musicales de varios artistas que producen nuevos temas

- Video presentación que se da al inicio del programa y en su desarrollo del mismo
- Video despedida usado para la finalización de cada programa.

### **2.11 Enlace ciudadano como estrategia comunicacional**

El denominado programa de Enlace Ciudadano con sus variadas actividades y respectivos segmentos. Es un programa transmitido los fines de semana por el espacio de tres horas y transmitido por varias emisoras radiales y algunos canales de televisión. Es un espacio donde se articula el discurso presidencial de carácter comunicativo.

El programa de Enlace Ciudadano, estratégicamente constituiría la única fuente oficial para explicación de las actividades gubernamentales; además de proyectos económicos, políticos y sociales que realiza el estado. En este sentido, el programa sabatino estaría constituyendo también un espacio de autoevaluación y replica hacia los opositores; así también busca estratégicamente un diálogo directo con la nación.

Tanto el programa de enlace ciudadano, como otros programas de eventos comunicativos son usados con la finalidad de acercar al gobierno con pueblos, recintos y comunidades, que han sido históricamente excluidas del desarrollo, permitiendo estratégicamente la integración de la nación. Cabe recalcar que los enlaces ciudadanos responderían a un innovador plan político comunicacional de gobierno, de modo que pueda llegar a todos los mandantes

### **2.12 Perspectiva del sector político hacia el Enlace Ciudadano**

Es importante considerar las opiniones de políticos opositores que expresan como un abuso de poder; partiendo de la idea de que no es simplemente un programa de

información en vivo sobre las actividades gubernamentales que realiza semanalmente el Gobierno en torno a temas de interés nacional en el ámbito político, económico y social. Sino más bien el programa es usado como la ventana para la crítica y el escarnio público de sus adversarios políticos o medios de comunicación; mientras que del lado del gobierno expresan como la relación comunicativa normal. Desde este punto de vista, el programa de enlace ciudadano o sabatina es permanentemente criticado como un espacio de show publicitario; caracterizado por gasto desmesurado de los recursos económicos que posee el Estado.

### **2.13 SEGMENTO: La Cantinflada de la semana**

La presente investigación, se fundamenta básicamente en el segmento denominado la “Cantinflada de la semana”, transmitido en el programa de Enlace Ciudadano, se caracteriza por mostrar los comentarios mal emitidos, mal infundados por parte de la oposición para el Jefe de Estado, su definición de “Cantinflada” se da a la acción de hablar de una forma confusa o contradictoria, de este modo se recuerda la manera de hablar del personaje Cantinflas, actor mexicano.

Por eso sorprende que en estos tiempos, El Presidente de la República haya bautizado como “La Cantinflada de la semana” a uno de sus segmentos sabatinos en el cual resalta las críticas que se vierten en contra de su gestión.

La idea del segmento “La Cantinflada de la semana”, es dar a conocer las intervenciones u opiniones de personajes políticos, que han emitido algún tipo de comentario en contra del Jefe de Estado a lo largo de la semana en radio, televisión o vídeo, y pasarla una y otra vez para ser expuesta al sarcasmo en público. De fondo hay

una locución que explica la verdad oficial y pone en duda la profesionalidad de la figura política o de algún periodista.

Luego el Mandatario del Ecuador, retoma lo que ya se ha dicho en el vídeo e incluso a veces pide que se repita la parte de las declaraciones del sujeto (o la nota de prensa) y repite que la prensa mercantilista es el principal enemigo de su Gobierno, o de la revolución ciudadana. También son recurrentes las peticiones a la audiencia para que dejen de comprar periódicos y señala que estos no sirven ni para madurar aguacates. El público lo festeja y se queda con una de las frases más repetidas por el mandatario: la prensa corrupta.

Como se ha explicado anteriormente que el segmento que lleva por nombre “La Cantinflada de la Semana”, se califica por presentar a la ciudadanía los fines de semana, todas aquellas opiniones mal infundadas, vertidas por la oposición para criterio del Primer Mandatario del Ecuador, de modo que se citará algunos ejemplos:

**Junio 14 del 2015. Enlace No. 428.** Los argumentos del banquero Guillermo Lasso, para oponerse a la Ley para la Redistribución de la Riqueza (Ley de Herencias) ahora rayan hasta en lo absurdo.

Durante una entrevista en Radio Democracia, el candidato perdedor a la Presidencia de la República en las elecciones de 2013, apuntó a decir que al Presidente Rafael Correa “no le basta con cobrar impuestos a los vivos”, sino que ahora “quiere cobrar impuestos a los muertos”.

No satisfecho con lo dicho, el banquero Lasso añadió que en el futuro el Mandatario ecuatoriano “va a poner un impuesto a los que resuciten”. Lasso protagonizó “La Cantinflada de la Semana”. Tomado de: “El Ciudadano”. Medio oficial de la revolución ciudadana (<http://www.elciudadano.gob.ec>).

**Marzo 26 del 2016. Enlace No. 468.** “Están preparando el camino para engañar a la gente”, fue lo que expresó el Primer Mandatario Rafael Correa, respecto a las declaraciones del Gral. Paco Moncayo, quien se refirió al tema de que exista un representante del Ejecutivo en la conformación del directorio de las empresas públicas, de acuerdo a la Ley Orgánica de Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera.

“Conforme a la Ley de empresas públicas, los directorios se encuentran conformados por un representante o delegado por el Jefe de Estado, de modo que si se descubriese alguna anomalía; el mandatario podría ser inculpado” acotó, Moncayo durante una breve entrevista. Tomado de: “El Ciudadano”. Medio oficial de la revolución ciudadana (<http://www.elciudadano.gob.ec>).

**Junio 6 del 2015. Enlace No. 427.** El Enlace Ciudadano 427, difundido desde la parroquia Chilibulo, El Jefe de Estado, Rafael Correa Delgado, criticó al articulista de diario de oposición El Comercio, Vicente Albornoz, sobre sus definiciones de una supuesta crisis económica en el país.

Para el “analista” Albornoz, ex diputado de la democracia popular y ex funcionario de la Corporación de Estudios para el Desarrollo (CORDES), “La crisis en Ecuador está bien disimulada y señala que la palabra crisis, debería entenderse como una fuerte desaceleración de la economía, pero no como una contracción o menos aún como un colapso”.

Según el analista, una potencia mundial como China, cuya economía presentó menores ritmos de crecimiento ¿está en crisis? La mejor política económica entonces, será crecer muy poco para que nunca haya desaceleración.

Ecuador, en los últimos 20 trimestres, no experimentó decrecimiento económico, sin embargo, los “pseudos analistas”, pretenden hacer creer a la gente que en Ecuador hay crisis. “La economía ecuatoriana, seguirá con el dinamismo de siempre”, comentó el Primer Mandatario del Ecuador. Tomado de: “El Ciudadano”. Medio oficial de la revolución ciudadana (<http://www.elciudadano.gob.ec>).

**Octubre 10 del 2015. Enlace No. 445.** Álvaro Noboa, realizó un video en el cual el empresario hace una llamado al Presidente de la República, Rafael Correa, a tener un debate en inglés.

De una manera muy jocosa, el Jefe de Estado, observó el video en el que Noboa pretende hacer noticia y muestra sus calificaciones obtenidas desde la primaria y demuestra sus ‘habilidades’ para hablar en francés e inglés.

Aunque se desconoce si el empresario habla bien las lenguas extranjeras, queda en claro que el español no lo domina. En un programa de televisión sostuvo “Lasso es un Álvaro Noboa tunificado”, lo cual género burlas.

Con mucha alegría convertida en sarcasmo, el Jefe de Estado tomó las declaraciones hechas por el empresario guayaquileño, convirtiéndose en buen material para su segmento, “Cantinfladas de la semana”. Tomado de: “El Ciudadano”. Medio oficial de la revolución ciudadana (<http://www.elciudadano.gob.ec>).

### 3.- MARCO CONCEPTUAL

El siguiente capítulo, tiene como objetivo explicar cada palabra no común con su pertinente definición de forma ordenada y sencilla. Básicamente las palabras que enlazan las ideas en cada párrafo de forma jerárquica y sus secuencias. Cada concepto ha sido obtenido de diferentes fuentes; (Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L), (Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.), entre otras.

**Cognitivo:** Lo cognitivo es aquello que pertenece o que está relacionado al conocimiento. Éste, a su vez, es el cúmulo de información que se dispone gracias a un proceso de aprendizaje o a la experiencia.

**Conativo:** Que intenta dirigir la conducta del oyente.

**Caretucada:** Sinónimo de (cara de tuco). Simular que no pasa nada, cinismo.

**Coyuntural:** Que depende de la combinación de elementos y circunstancias que caracterizan una situación.

**SIP:** Sociedad Interamericana de Prensa

**LOC:** Ley Orgánica de Comunicación.

**Lenguaje comunicacional:** El lenguaje es un sistema de comunicación de gestos, sonidos y signos, mediante el cual, se relacionan y entienden los individuos de una misma comunidad.

**Inefable:** Que no puede ser dicho, explicado o descrito con palabras, generalmente por tener cualidades excelsas o por ser muy sutil o difuso.

**Ente regulador:** El ente regulador fija las tarifas a cobrar por las empresas de servicios bajo su regulación.

**Deslegitimación:** Privar de validez

**Cohesión:** Unión o relación estrecha entre personas o cosas.

**Inserción:** Acción de insertar

**Democratización:** La democracia, es una forma de organización social que atribuye la titularidad del poder al conjunto de la ciudadanía. En sentido estricto, la democracia es una forma de organización del Estado en la cual las decisiones colectivas son adoptadas por el pueblo mediante mecanismos de participación directa o indirecta que confieren legitimidad a sus representantes.

**Jerarquía:** Organización de personas o cosas en una escala ordenada y subordinante según un criterio de mayor o menor importancia o relevancia dentro de la misma.

**Controversial:** Discusión reiterada entre dos o más personas que defienden opiniones contrarias.

**Grupo heterogéneo:** Que está formado por elementos de distinta clase o naturaleza.

**Compendio proxémico y paralingüístico:** Acciones que acompañan las actividades de la lengua. “Acciones paralingüísticas”, lenguaje corporal (gestos, expresiones faciales, posturas, contacto visual, contacto corporal).

**Supercom:** Superintendencia de la Información y Comunicación.

**Secom:** Secretaria Nacional de Comunicación.

**Despanzurrar:** Reventar una cosa estrujándola o apretándola con fuerza, haciendo que su contenido se esparza.

**Mediático:** Es un adjetivo que permite referirse a aquello perteneciente o relativo a los medios de comunicación.

**Trovador:** Persona que escribe poemas u obras poéticas.

## Capítulo III

### 3.1.- MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo, el marco metodológico se encarga de contextualizar profundamente en el problema, no solo por parte teórica sino también práctica. De modo que se estudian todos los factores que afectan a este. En todo caso, responde a la necesidad de adquirir pruebas por medio de métodos y recolección de información, en base a las teorías y objetivos planteados en la investigación, siendo un canal para reforzar toda probabilidad.

### 3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se manejara en este proyecto será para dar cumplimiento a los objetivos de este proyecto.

Correlacional y descriptiva- Debido a que todo el desarrollo de la misma tiene relación entre sí, y por ende descriptiva por la descripción de los hechos.

### 3.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Los enfoques que se manejaran en esta investigación serán los siguientes: enfoque cualitativo y enfoque cuantitativo.

**Enfoque cualitativo:** A través de la investigación de campo, se buscará las soluciones respectivas por medio de recolección de datos sin medición numérica, consiguiendo datos probables y reales que será cuantificado. Adquiriendo información por medio de la indagación usando el método deductivo, que se parte de lo general a lo particular, es decir, mediante el aspecto de la falta de información que poseen los moradores de la Cooperativa Frente Lucha Popular, mediante un programa enfocado a educar.

**Enfoque cuantitativo:** Se buscará información de varias fuentes, a fin de que aporten datos completos y nuevos. (Recolección de información y datos, medición numérica, análisis estadísticos). Analizando por medio de teorías y utilizando el método inductivo, que con lleva un proceso analítico, analizando aspectos particulares del rechazo que genera a la ciudadanía de los enlaces emitidos cada fin de semana.

### **3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Las técnicas de investigación, son los procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento.

**ENCUESTA.-** Es un procedimiento, dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado en dar una entrevista a alguien. Este instrumento, será utilizado previo a un formato que se preparó para los habitantes de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Durán, considerando las respuestas de cada uno de los encuestados como base para identificar si existe influencia o no. Estas preguntas fueron realizadas de una manera sencilla para que sea de entendimiento fácil para los encuestados.

**ENTREVISTA.-** Este instrumento utilizado en la entrevista, fue el guion de preguntas que se preparó para dos periodistas; uno de la oposición y otro oficialista, considerando sus puntos de vista como base para identificar la percepción o influencia que tiene el programa de Enlace Ciudadano como telespectador. Estas preguntas fueron realizadas de una manera sencilla y fácil para los entrevistados

### **3.5.- POBLACIÓN Y MUESTRA**

El universo muestral será estratificado, compuesto por el total de personas que son influenciadas por el lenguaje comunicacional del programa de enlace ciudadano

“sabatina”, en la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Durán, la misma que está constituida por 7662 personas. Según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) INEC, último censo del año 2010.

Su fórmula es:

Z= Nivel de confianza

e= Margen de error 7%

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

N= Total de la población

$$n = \frac{N}{(N - 1) + (E^2) + 1}$$

$$n = \frac{7662}{(7662 - 1) + (0.07^2) + 1}$$

$$n = \frac{7662}{(7661) + (0.0049) + 1}$$

$$n = \frac{7662}{37,5389 + 1}$$

$$n = \frac{7662}{38,5389}$$

n = 198,81 Encuestas

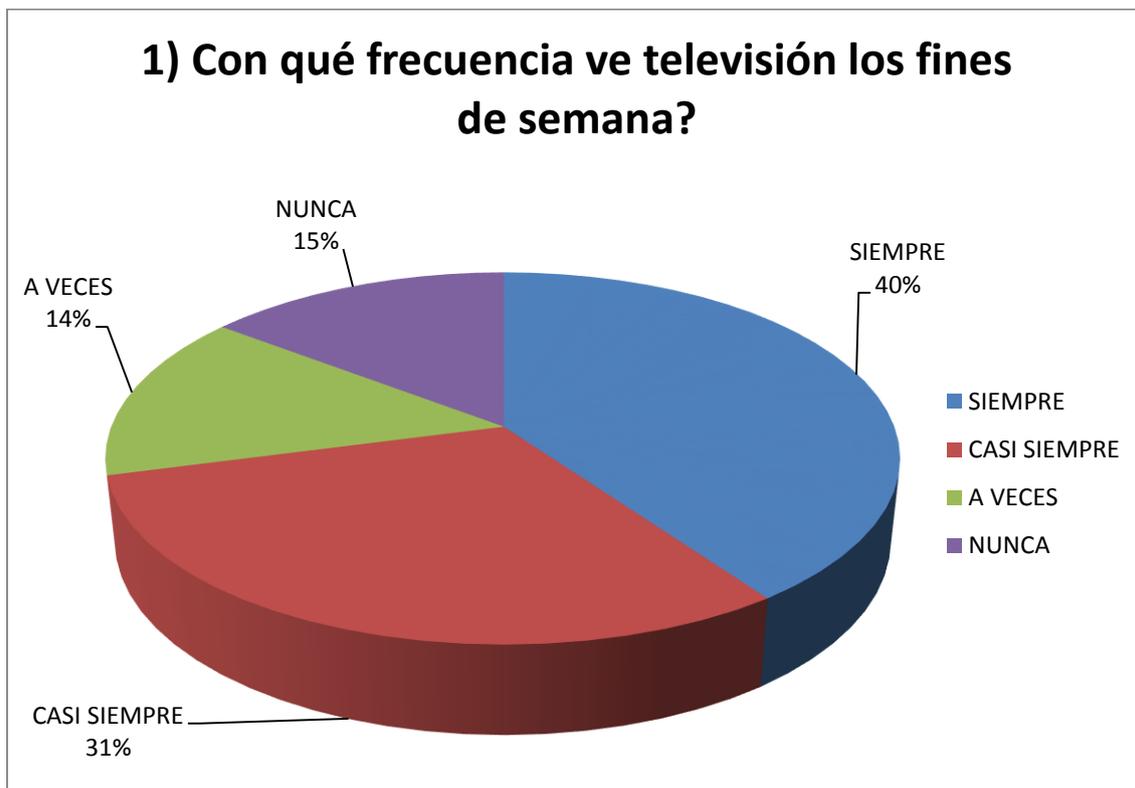
n = 199 encuestas.

Se realizará 199 encuestas a los habitantes de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Durán. La encuesta busca obtener la información de la influencia del lenguaje comunicacional que tiene el segmento “La Cantinflada de la semana” que genera el programa de enlace ciudadano “sabatina”.

### 3.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Preguntas realizadas a 199 personas de la Cooperativa. Frente Lucha Popular en Duran.

Gráfico 1

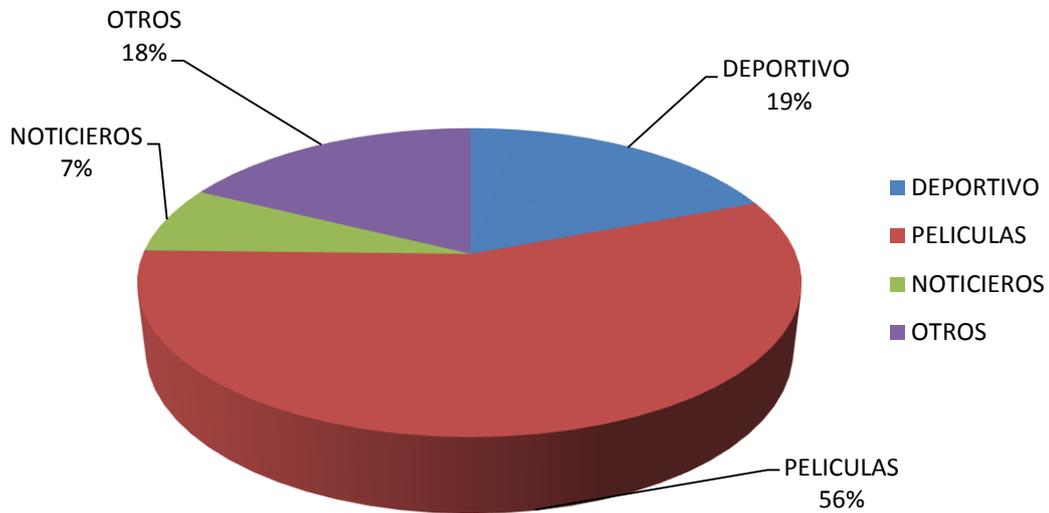


**Análisis:** En esta pregunta se observa que de 199 personas encuestadas, el 40% de la población manifestó que siempre ven televisión los fines de semana, seguido de un 31% que casi siempre logran ver la programación. Cabe recalcar que es un grupo mínimo el que a veces y nunca ven televisión con un 14% y 15%.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en su mayoría los encuestados siempre ven la televisión los fines de semana.

Gráfico 2

## 2) ¿Qué tipo de programación prefiere ver los fines de semana?



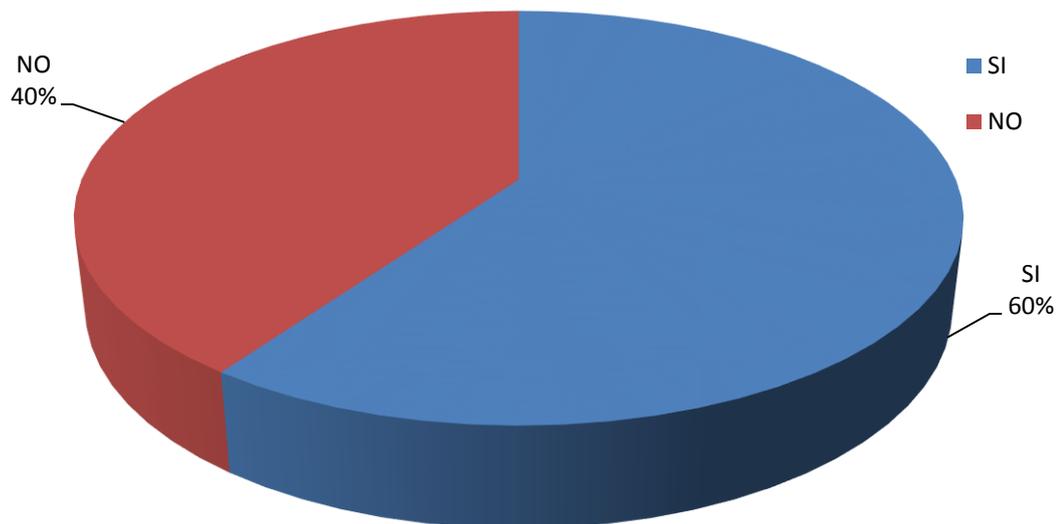
Elaborado por: Maribella Quintero M.

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, se pudo determinar que el 56% de la población prefiere ver películas los fines de semana, seguido de un 19% que corresponde a deporte. No obstante un mínimo con un 7%, prefieren ver noticieros los fines de semana.

**Interpretación:** Las respuestas reflejan que la mayoría de la población encuestada, el tipo de programación preferido es ver películas los fines de semana.

Gráfico 3

### 3) ¿Ha visto el programa de Enlace Ciudadano, “sabatina” de la Presidencia de la República?



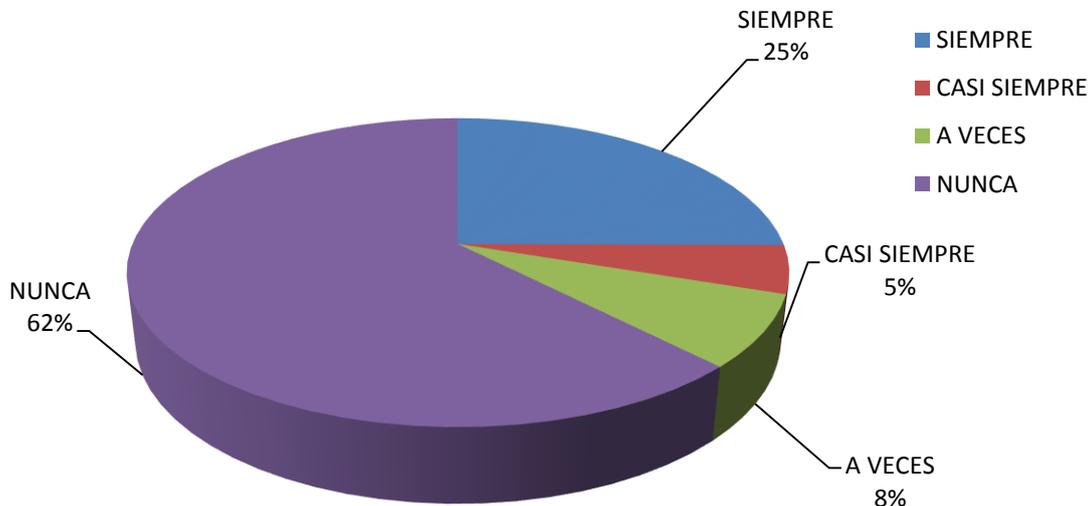
Elaborado por: Maribella Quintero M.

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas el 60% ha visto el programa de Enlace Ciudadano, “sabatina” de la Presidencia de la República. Seguido de un 40% que no ha visto la “sabatina”.

**Interpretación:** Las respuestas reflejan que la mayoría de las personas encuestadas si han visto el Programa de Enlace Ciudadano, “sabatina” de la Presidencia de la República. Pero indicaron con el 40% que no ven el programa de un modo perenne, sino de modo transitorio.

Gráfico 4

#### 4) ¿Con qué frecuencia sintoniza usted el programa de Enlace Ciudadano?



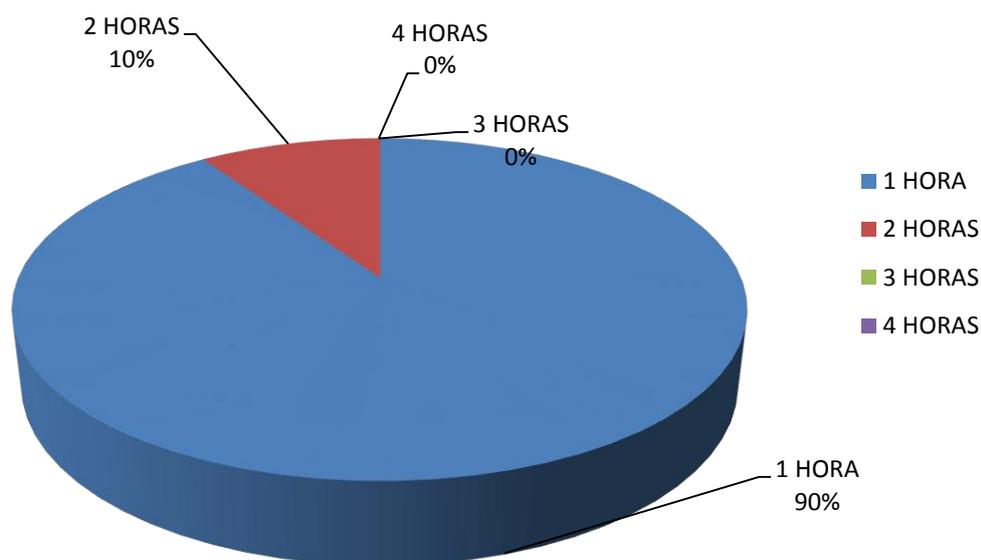
Elaborado por: Maribella Quintero M.

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas el 62% nunca sintonizan con frecuencia el programa de Enlace Ciudadano. Tomando en cuenta que un grupo mínimo que corresponde al 25% si sintonizan el programa de enlace frecuentemente.

**Interpretación:** Las respuestas reflejan que la mayoría de las personas encuestadas, nunca sintonizan con frecuencia el programa de enlace ciudadano. Sin embargo las opciones de: siempre, casi siempre y a veces lo ven de forma perenne globalizando los resultados con 38%, con lo cual se puede tener una muestra significativa del sentir y percepción del objeto de estudio.

Gráfico 5

**5) ¿Qué tiempo considera que debe durar la transmisión del Enlace Ciudadano del Presidente de la República, Econ. Rafael Correa para la rendición de cuentas?**



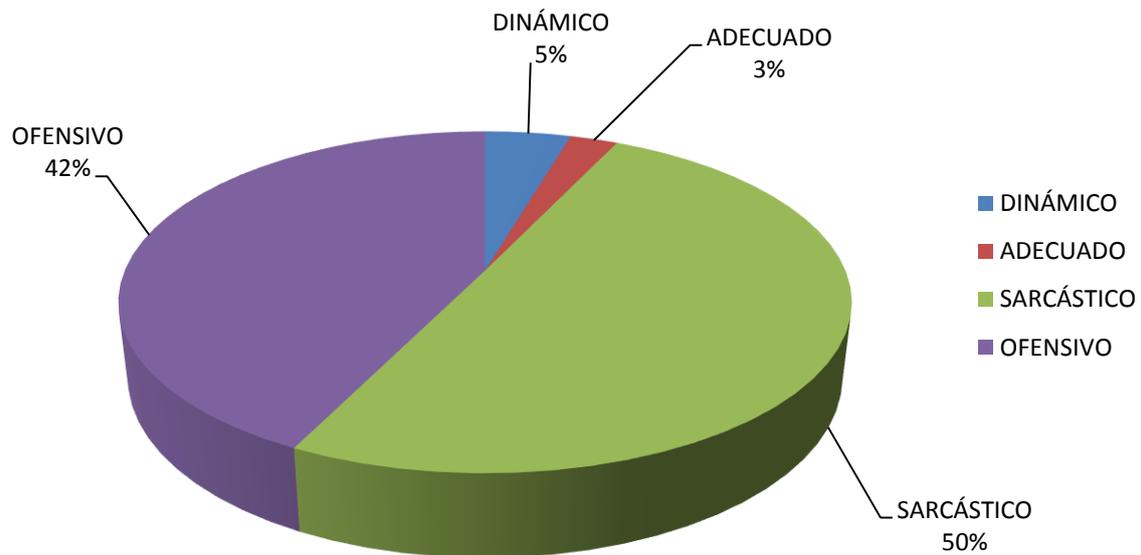
Elaborado por: Maribella Quintero M.

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas el 90% de la población, considera que la transmisión de enlace ciudadano debería ser de 1 hora para la rendición de cuentas del Presidente de la República.

**Interpretación:** Las respuestas reflejan que la mayoría de las personas encuestadas, indicaron que la transmisión del programa de Enlace Ciudadano, debería tener la duración de 1 hora para la rendición de cuentas del Presidente, de modo que el programa se limite a informar sin dilatar el contenido innecesariamente.

Gráfico 6

**6) ¿Cómo calificaría usted el lenguaje que utiliza el conductor del Programa de Enlace Ciudadano, Econ. Rafael Correa?**



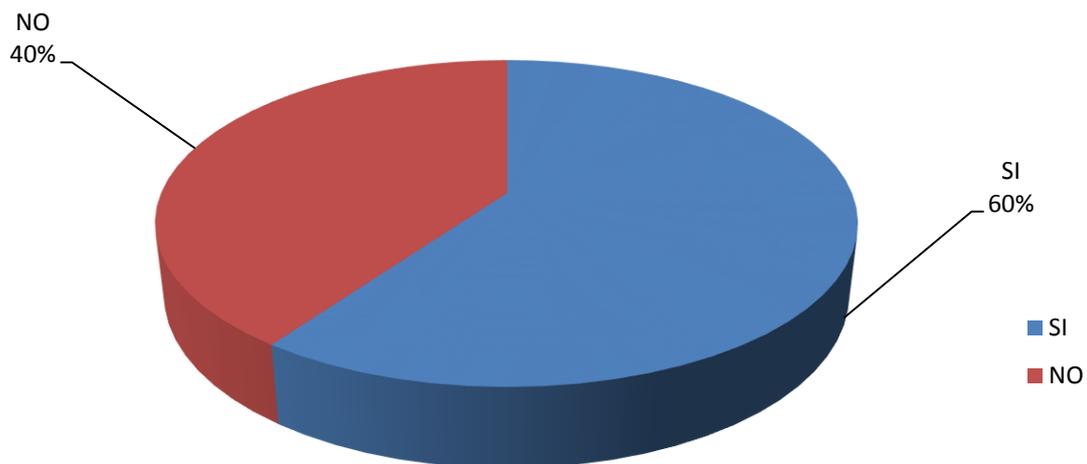
Elaborado por: Maribella Quintero M.

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas el 50% de la población determinan que el lenguaje del Primer Mandatario es sarcástico. Seguido de un 45% como ofensivo. Y un mínimo reflejado en dos grupos distintos de 3% cada uno califican como adecuado y dinámico.

**Interpretación:** Las respuestas reflejan que en su mayoría los encuestados, califican como sarcástico y ofensivo el uso del lenguaje del Presidente de la República, conductor del programa de Enlace Ciudadano con lo cual hay una afectación en su sensibilidad.

Gráfico 7

**7) ¿Ha visto el segmento “La Cantinflada de la semana que se transmite en el enlace ciudadano”?**



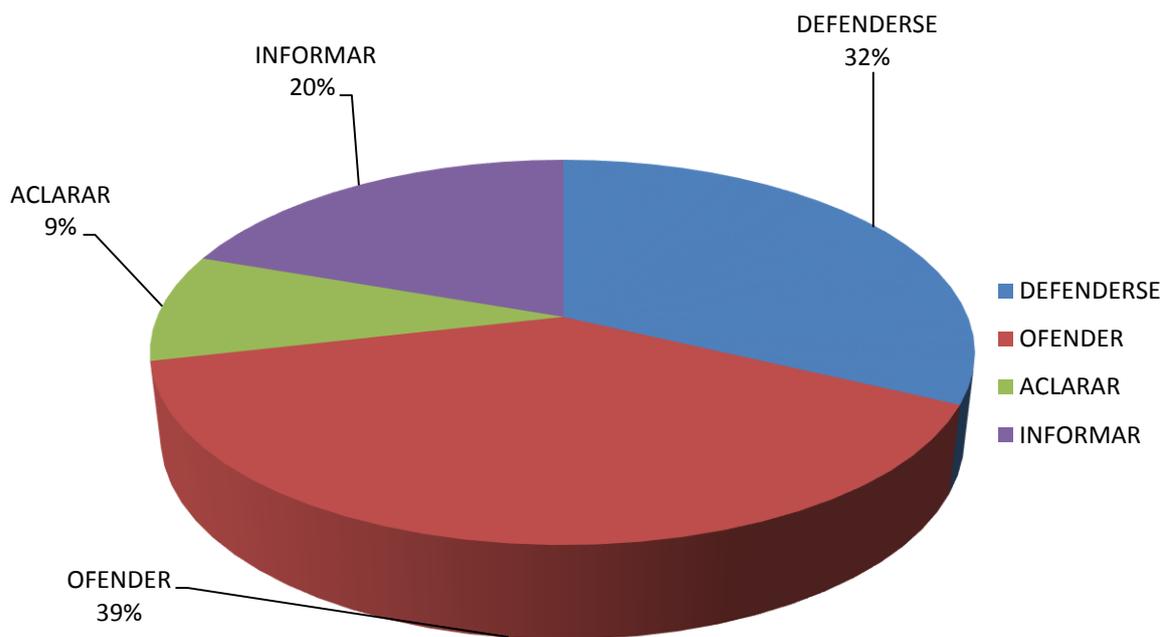
Elaborado por: Maribella Quintero M.

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas el 60% corresponde a que si han visto el segmento, “La Cantinflada de la semana”, transmitida en el Enlace Ciudadano. Seguida de un 40% que no ha visto el segmento.

**Interpretación:** Las respuestas indican que en su mayoría los encuestados, si han visto el segmento, “La Cantinflada de la semana” transmitida en el Enlace Ciudadano. Aunque no sintonicen el programa por algunos factores que podría ser el tiempo

Gráfico 8

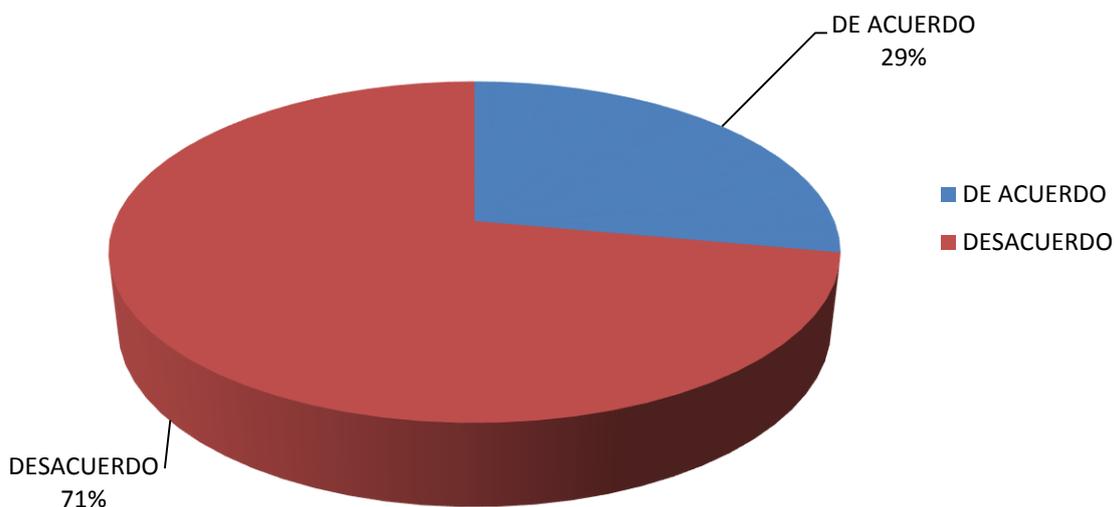
**8) El segmento, “La Cantinflada de la semana” difunde contenidos críticos a la oposición política en los cuales el Presidente de la República lo emplea para :**



Elaborado por: Maribella Quintero M.

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas el 39% corresponde a que el segmento “La cantinflada de la semana”, difunde contenido crítico a la oposición política en el cual el Presidente de la Republica lo emplea para ofender. Seguido de un 32% indicando que el contenido crítico lo usa para defenderse. Y con un mínimo de 9% que califican que el contenido crítico, es usado para aclarar e informar con 20%.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en su mayoría, el contenido crítico que emite el Presidente de la Republica lo emplea para ofender a sus opositores políticos de esta manera creando un ambiente de disensión.

**Gráfico 9****9) ¿Está de acuerdo con el uso que se le da al segmento, “La Cantinflada de la semana”?**

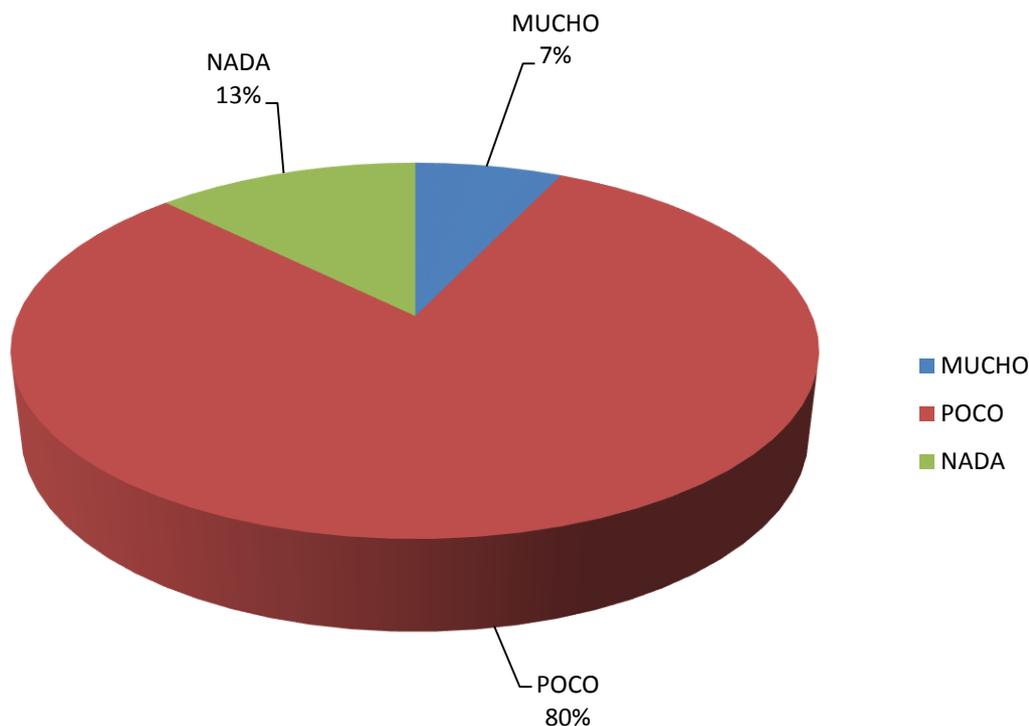
Elaborado por: Maribella Quintero M.

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas el 71% de la población, está en desacuerdo con el uso que se le da al segmento, “La Cantinflada de la semana”. Seguido con un 29% de población encuestada, que está de acuerdo con el uso de la misma.

**Interpretación:** Las respuestas muestran en su mayoría de los encuestados, están en total desacuerdo con el uso que se le da al segmento, “La Cantinflada de la semana”. Ya que no aporta como rendición de cuentas a la nación.

Gráfico 10

**10) Cree que el segmento “La Cantinflada de la semana” aporta informativamente al programa como rendición de cuentas semanalmente?**



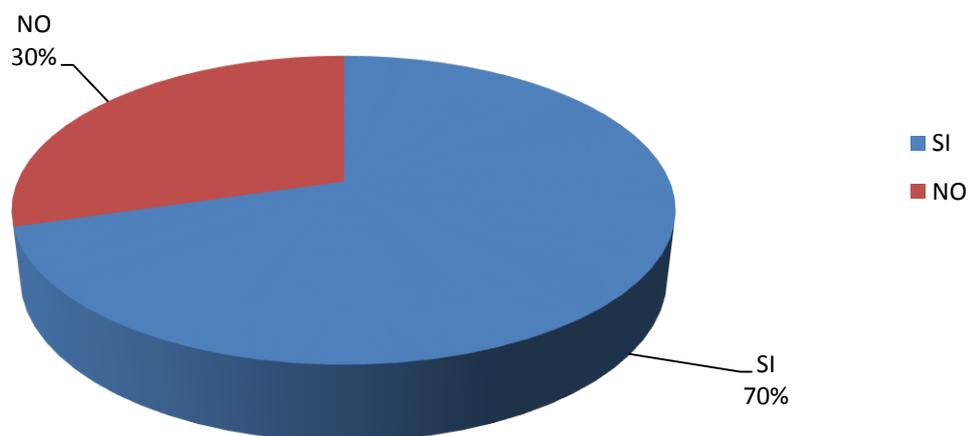
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas el 80% de la población, indicó que el segmento, “La Cantinflada de la semana”, poco aporta informativamente al programa como rendición de cuentas semanalmente. No obstante, con un 7% de los encuestados, indicaron que aporta mucho informativamente.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en su mayoría el segmento, “La Cantinflada de la Semana”, poco aporta informativamente en la rendición de cuentas al programa de Enlace Ciudadano y más bien es usado para defensa política.

Gráfico 11

**11) ¿Cree usted que el segmento, “La Cantinflada de la semana” debe ser regulado por la Ley de Comunicación?**



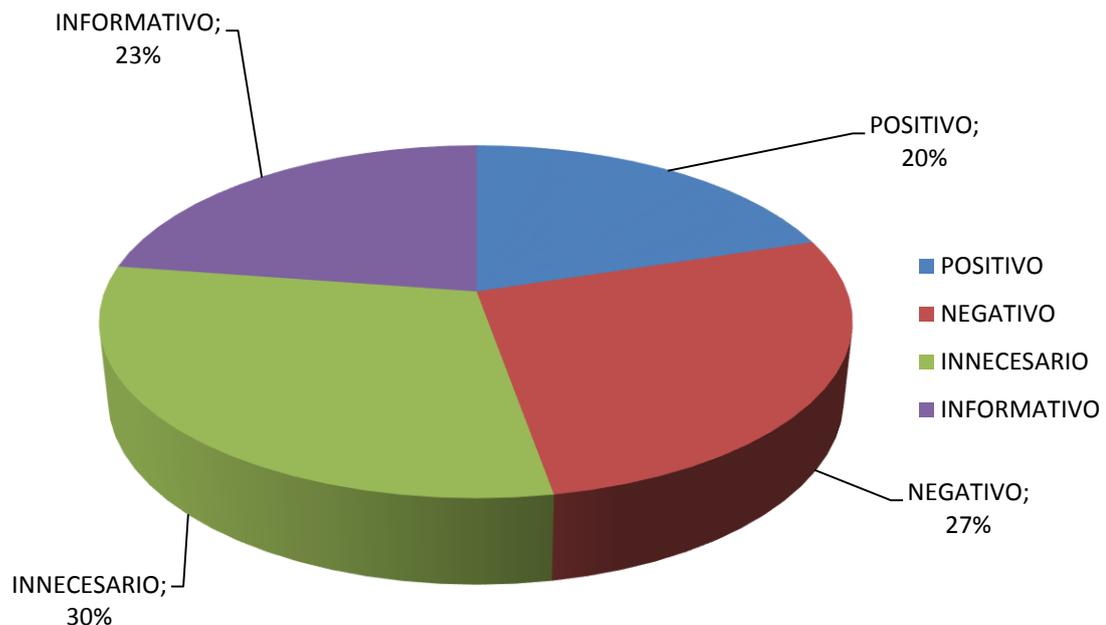
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas el 70% indicaron, con un sí, que están de acuerdo con que se regule el segmento, “La Cantinflada de la Semana”, por la ley de comunicación. Y el 30% del resto de los encuestados con un no.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que de las personas encuestadas, si creen en la opción de que se debería aplicar un control, bajo los parámetros de la ley de comunicación en el segmento, “La Cantinflada de la semana”. Ya que el programa debería manejarse de forma adecuada con el lenguaje que se emplea.

Gráfico 12

**12) ¿Cómo califica el contenido del segmento, “La Cantinflada de la semana” del Programa de Enlace Ciudadano, en la rendición de cuentas del Presidente?**



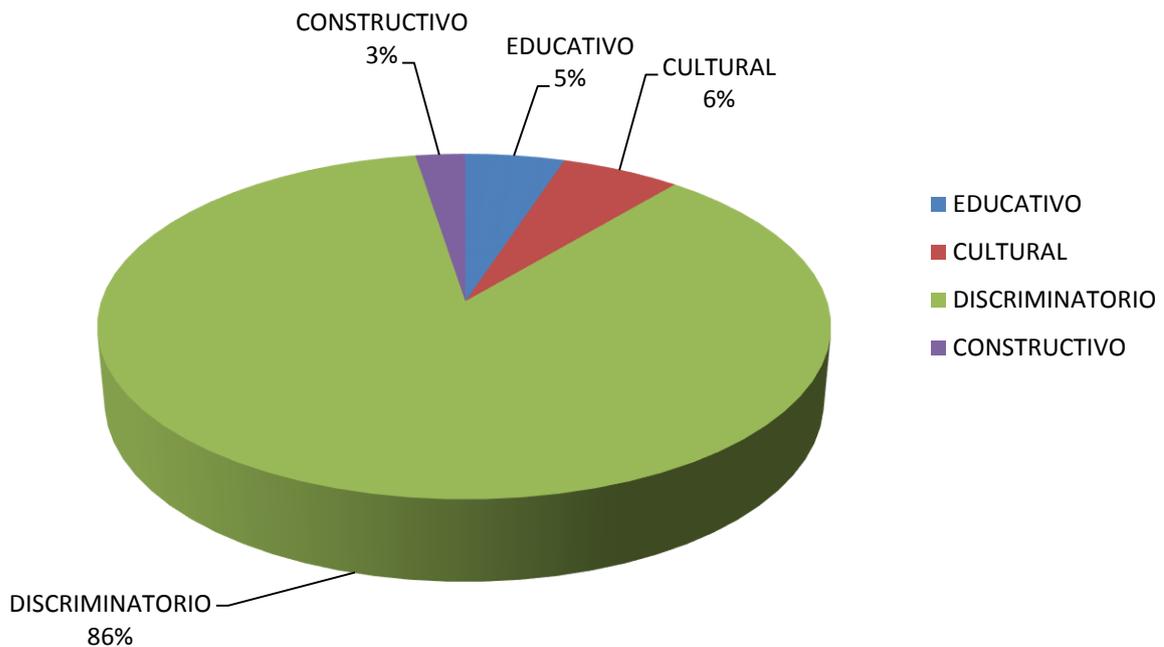
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, el 55% califica como innecesario el contenido del segmento, “La Cantinflada de la semana” del programa de Enlace Ciudadano, seguido de un 54% calificando como negativo. Las últimas opciones son calificadas de positivo e informativo coincidiendo ambas en un 45%.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en la población encuestada, la mayoría califican como innecesario y negativo el contenido informativo del segmento, “La Cantinflada de la semana”, en la rendición de cuenta semanal, debido al exceso crítico que se emplea en dicho espacio.

Gráfico 13

**13) ¿Con los términos dados a continuación, cómo define usted el segmento: “La Cantinflada de la semana”?**



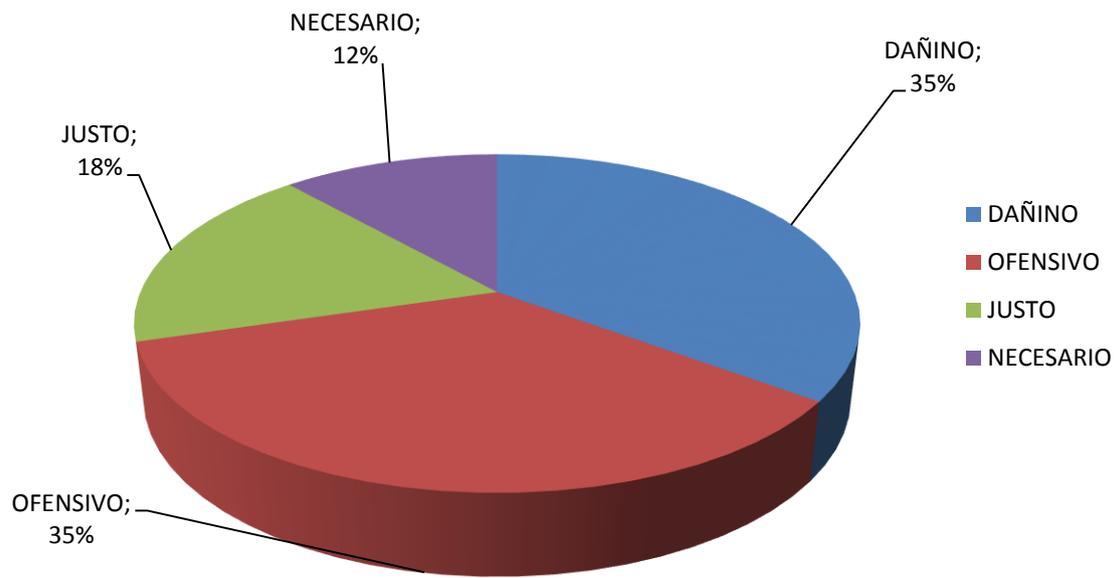
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, el 86% define como discriminatorio al segmento, “La Cantinflada de la semana”. Seguido de un 6% como cultural y 5% como educativo. En cuanto al porcentaje más bajo con un 3% califican al segmento como constructivo.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en la población encuestada, la mayoría define que el segmento, “La Cantinflada de la semana” como discriminatorio. Debido al exceso de términos y calificativos que utiliza el conductor del espacio.

Gráfico 14

**14) ¿Considera que el lenguaje en el segmento, “La Cantinflada de la Semana” hacia los periodistas o los medios de comunicación es:**



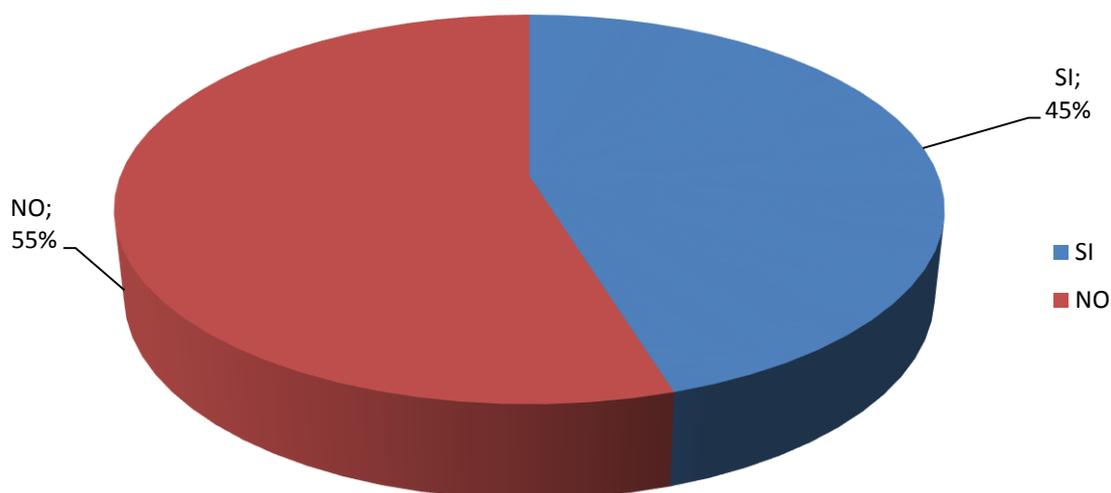
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas coinciden con el mismo porcentaje de 35% cada uno, considerando como ofensivo y dañino el lenguaje que es usado por el mandatario hacia los periodistas o medios de comunicación en el segmento, “La Cantinflada de la semana”. Con un mínimo de porcentaje de 12% que pertenece como lenguaje necesario.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que la población encuestada, coinciden con sus respuestas, definiendo que el lenguaje utilizado por el Jefe de Estado es ofensivo y dañino hacia los periodistas o medios de comunicación en el segmento, “La Cantinflada de la semana”.

Gráfico 15

**15) ¿Cree usted que los términos expresados por el Presidente de la República sean considerados como insultos?**



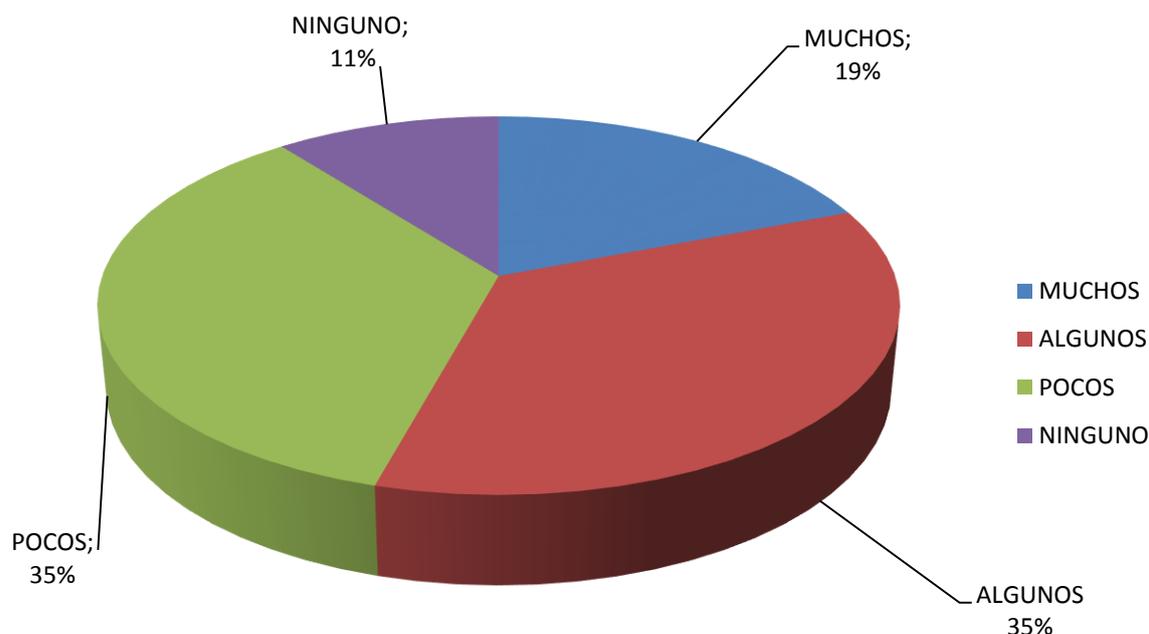
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, el 55% no consideran como insulto los términos expresados por el Presidente de la República en el segmento, “La Cantinflada de la semana”. Seguido de un sí, considerado como insultos con el 45%.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que de la población encuestada, la mayoría no consideran como insultos los términos expresados por el Jefe de estado en el segmento, “La Cantinflada de la semana”. Sin embargo enfatizan que los términos emitidos por el conductor del programa son ofensivos y sarcásticos

Gráfico 16

**16) ¿Usted cree que existan comentarios que puedan incentivar a la violencia en el segmento, “La Cantinflada de la semana”?**



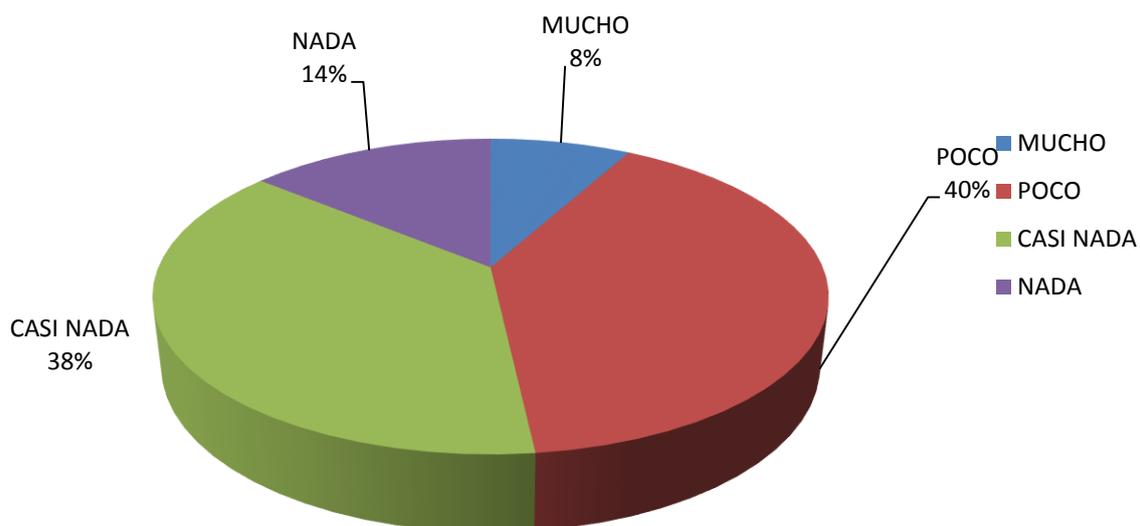
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, coinciden en sus respuestas con 35% cada uno, considerando como opciones: de algunos y de pocos los comentarios que puedan incentivar violencia en el segmento, “La Cantinflada de la semana”.

**Interpretación:** Las respuestas reflejan que la mayoría de las personas encuestadas, coincidieron que los comentarios usados en el segmento, “La Cantinflada de la semana”, poco y algunos son los comentarios que incentivan a la violencia.

Gráfico 17

**17) ¿Luego de ver el segmento, “La Cantinflada de la semana”, ha cambiado su percepción sobre el rol de los periodistas o medios de comunicación en la información?**



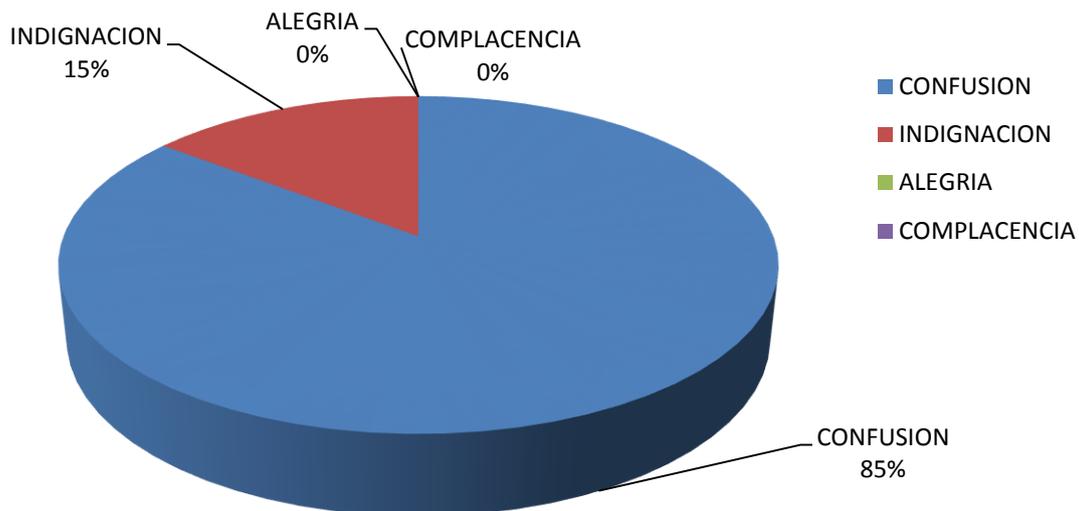
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, el 40% ha cambiado poco su percepción sobre el rol de los periodistas o de medios de comunicación en la información del segmento, “La Cantinflada de la semana”. Seguido de un 38% con percepción de casi nada. Teniendo como mínimo un porcentaje de 8% que define mucho.

**Interpretación:** Las respuestas reflejan que la mayoría de las personas encuestadas, poco ha sido el cambio de percepción sobre el rol de los periodistas o de medios de comunicación en la información del segmento, “La Cantinflada de la semana”, dando sus respuestas con: poco y casi nada.

Gráfico 18

**18) ¿Cuándo escucha términos como, “prensa corrupta”, “malcriaditos”, “mentirosos”; siente:?**



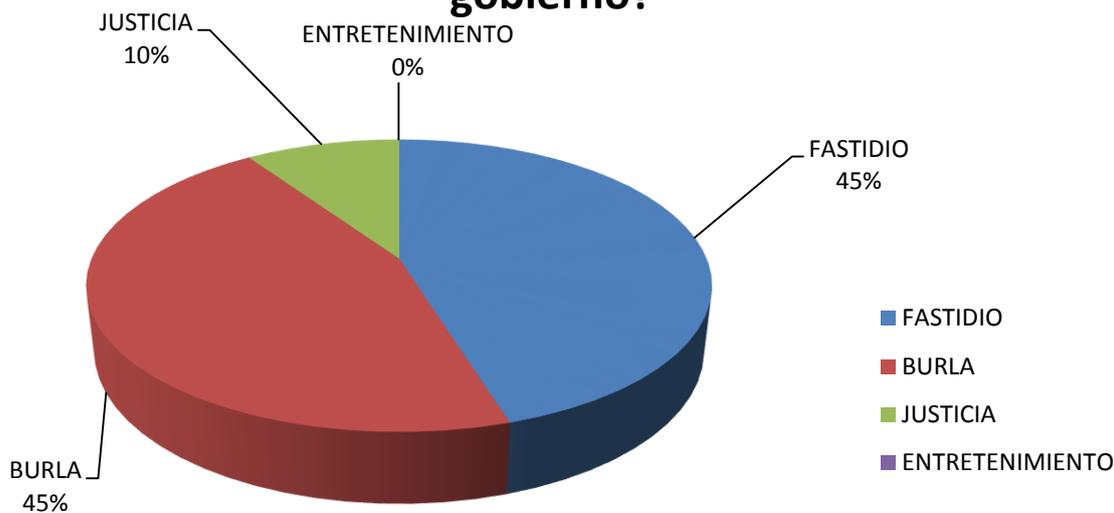
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, el 85% cuando escucha términos como, “prensa corrupta”, “malcriaditos”, “mentirosos”, sienten confusión. Seguido de un 15% sintiendo, indignación. Cabe recalcar que el resto de opciones, fueron nulas al no haberlas escogido ninguno de los encuestados.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en su mayoría los encuestados, sienten confusión al escuchar términos como, “prensa corrupta”, “malcriaditos”, y “mentirosos”.

Gráfico 19

**19) ¿Qué sensación tiene cuando ve la exposición de casos en el segmento, “ La Cantinflada de la semana”, en los que los medios de comunicación o periodistas han manejado la información en contra del gobierno?**



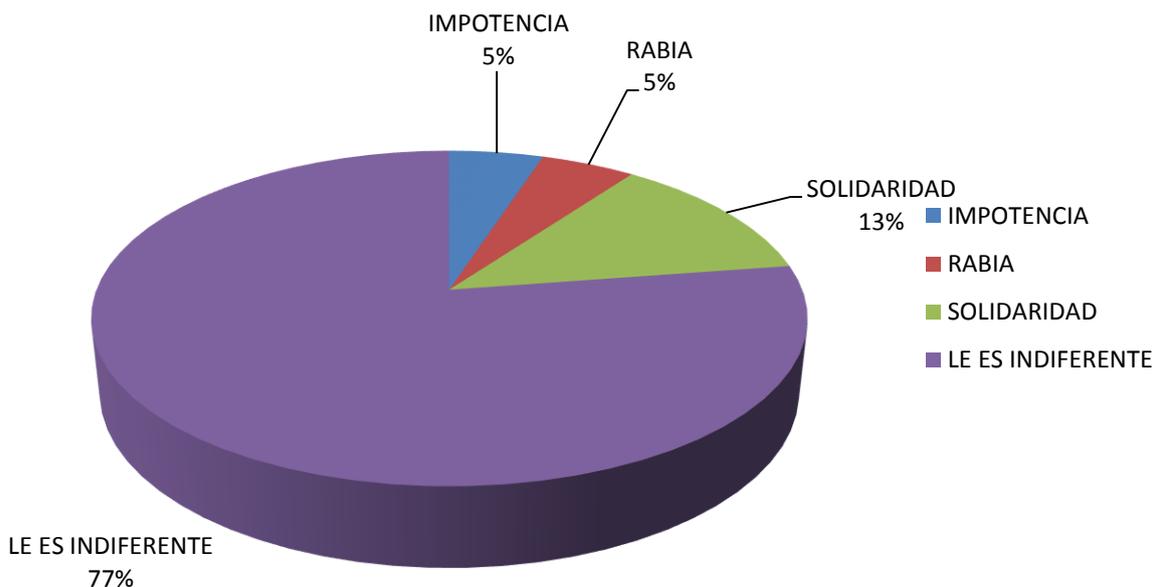
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, dos grupos coinciden con el 45%, cada uno indicando que la sensación que sienten cuando ven el segmento, “La Cantinflada de la semana” en los que los medios de comunicación o periodistas han manejado la información en contra del gobierno, es de burla y de fastidio. Seguido con un 10% que sienten justicia.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en su mayoría de encuestados, coinciden en sus opiniones sintiendo: burla y fastidio cuando ven el segmento, “La Cantinflada de la semana” en los que los medios de comunicación o periodistas han manejado la información en contra del gobierno.

Gráfico 20

## 20) Qué siente cuando ve críticas a los periodistas o medios de comunicación en el segmento, “La Cantinflada de la semana”?



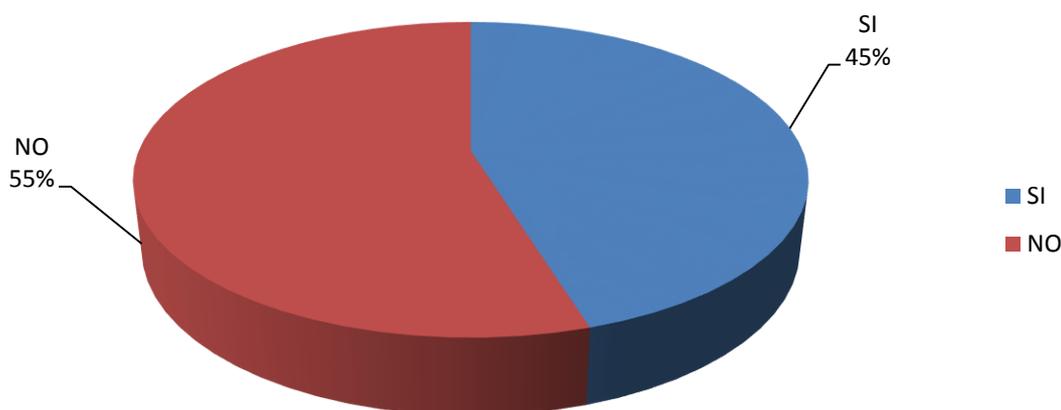
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, el 77% le es indiferente cuando ve críticas hacia los periodistas o medios de comunicación en el segmento, “La Cantinflada de la semana”. Debido a que se sienten ajenos a intereses políticos.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en su mayoría, los encuestados le son indiferentes las críticas que se vierten hacia los periodistas o medios de comunicación en el segmento, “La Cantinflada de la semana”. Porque no se identifican ni sienten afinidad con los personajes políticos y medios de comunicación.

Gráfico 21

**21) ¿Cree que los medios o periodistas criticados en el segmento, “ La Cantinflada de la semana” deberían tener derecho a la defensa en el mismo segmento?**



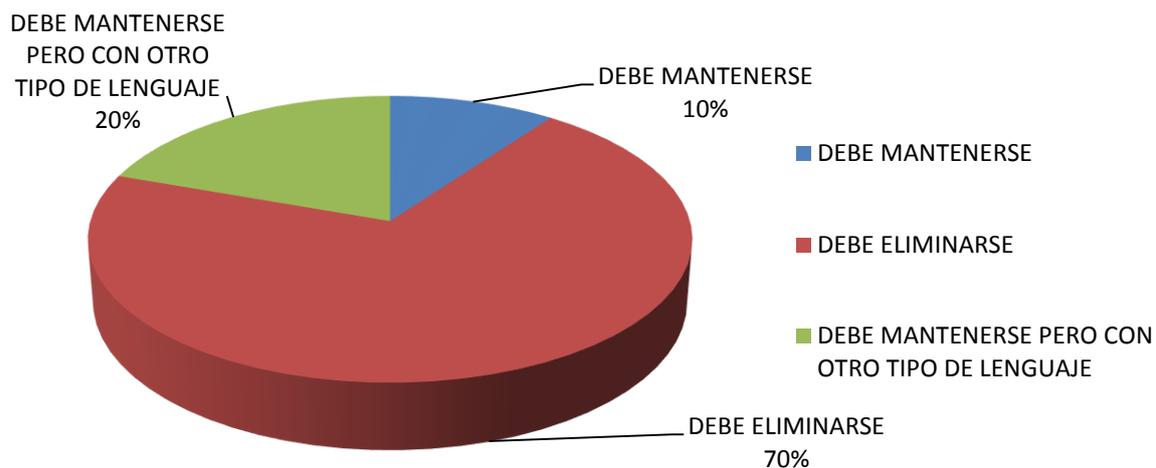
Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, el 55% creen que los medios o periodistas criticados en el segmento, “La Cantinflada de la semana”, deberían tener derecho a la defensa en el mismo segmento. Seguido de un 45% que no creen que deberían tener oportunidad a una defensa.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en su mayoría, los encuestados creen que los medios o periodistas criticados en el segmento, “La Cantinflada de la semana”, no deberían tener derecho a la defensa en el mismo segmento.

Gráfico 22

## 22) Debería mantener el segmento, “La Cantinflada de la semana” el mismo lenguaje, estilo y fines?



Elaborado por: Maribella Quintero

**Análisis:** En esta pregunta, se observa que de 199 personas encuestadas, el 70% opinó que el segmento, “La Cantinflada de la semana”, debería eliminarse. Seguido de un 20% opinando que debería mantenerse pero con otro tipo de lenguaje.

**Interpretación:** Las respuestas muestran que en su mayoría, los encuestados creen que debería ser eliminado el segmento, “La Cantinflada de la semana”. Ya que no aporta como rendición de cuentas semanal, ni mucho menos enriquece a los ciudadanos con el lenguaje comunicacional.

## “Pura cháchara, show y demasiada inversión”.



**Juan Manuel Yépez**  
**Editor General de Diario Extra**

“Pura cháchara, show y demasiada inversión”, así es como califica Juan Manuel Yépez el programa de Enlace Ciudadano que se transmite por televisión de señal abierta todos los fines de semana. Yépez, con más de dos décadas en el periodismo y actualmente editor operativo de

EXTRA, asegura que el informe sabatino del Presidente de la República Rafael Correa, inicialmente tuvo aspectos positivos con fines informativos para la población, sin embargo con el transcurrir del tiempo su formato se desconfiguró. Aclara, que lo que se desarrolla son las Relaciones Públicas del Gobierno.: “yo hago hospitales, yo hago carreteras, yo hago una serie de obras públicas, yo soy dios, el único que tiene la razón, el resto son corruptos, cobardes, majaderos”, etc., asevera el periodista.

La comunicación con la ciudadanía, implica también los descontentos del pueblo y nadie le puede contradecir; por lo tanto no es una verdadera rendición de cuentas, sino una vendetta pública en todos los medios del país, precisa el editor de diario Extra.

Yépez, detalla que el asistir a sus discursos es obligatorio y defiende a los que respaldan sus decisiones, mientras que ataca a quienes piensan diferente, no solo ataca sino que los destroza en las redes sociales. Su objetivo de todo esto, es atemorizar a los opositores, institucionalizar su pensamiento, institucionalizar su palabra y obviamente defender a sus seguidores.

Para este periodista, los enlaces ciudadanos solo sirven para darle la vuelta a la verdad, y para decir que todos están equivocados y que solo él, como presidente de la república, tiene la razón y que nunca acepta nada.

Recalca que el lenguaje utilizado en el espacio, es “grosero” y no hace críticas constructivas sino destructivas. Entretanto, cuestiona el segmento, La Cantinflada de la Semana”, porque lo considera como un arma para desacreditar la labor de los medios de comunicación y viola toda ley porque está orientado a desprestigiar a los Periodistas.

Juan Manuel Yépez, agrega que las cosas positivas de la gestión gubernamental es el deber para el cual fue elegido por los ecuatorianos. “Nosotros lo elegimos para que haga eso y más, para eso le pagamos”, concluye.

**“Nuestro presidente es profesor que da muestras de una capacidad pedagógica...un manejo de lenguaje de las metáforas de los símiles, incluso del humor y de la ironía...”**



**Orlando Pérez Sánchez  
Director del Telégrafo**

Periodista ecuatoriano. Desde enero del 2012, dirige el diario público El Telégrafo de Ecuador. Para Orlando Pérez, el programa Enlace Ciudadano, es un fenómeno político comunicacional de mucha novedad, importancia y con una serie de

métodos. Precisa, que este espacio gubernamental forma parte de la cotidianidad de la gente con informe de labores, rutina de la ciudadanía, de la sociedad de las familias. Indica, que es un modo de relación entre el gobernante y los gobernados, algo nuevo en el país, con una dirección directa sin que pase por los medio de comunicación.

Orlando Pérez, califica el espacio como una ventaja que quizás otros políticos no la tienen. “Nuestro Presidente es Profesor que da muestras de una capacidad pedagógica, una oratoria, un manejo de lenguaje de las metáforas de los símiles, incluso del humor y de la ironía para respaldar los argumentos que quiere demostrar”. Una característica muy particular del presidente que es un ciudadano, un catedrático, un académico y un político que parecería que los fines de semana diera clases y si en 3 horas no aburre a la gente, demuestra que tiene la capacidad para sus discursos.

Califica que el formato del programa, ha evolucionado porque nació de una manera simple con el informe desde el palacio presidencial y luego se extendió de forma itinerante a diferentes puntos del país.

Pérez aclara que el segmento “La Cantinflada de la Semana”, de ninguna manera descalifica a sus adversarios, ratifica también que fue un desafío para los medios de comunicación de no cometer errores para no ser expuestos o criticados en la sabatina.

Orlando Pérez, sostiene que toda crítica es parte de la política y que sí un actor político no confronta su tesis con sus adversarios, esto queda anulado. El Periodista También destacó, que nuestro Presidente ya es así, autentico, confrontador, polémico, frontal; es decir, ese es el Presidente de la República. Acotó.

### **3.7 CONCLUSIONES**

Al término de ésta investigación se concluye en lo siguiente:

- El lenguaje comunicacional usado por el Primer Mandatario, es sarcástico y ofensivo por la cantidad de términos expuestos que a su vez confunden y pierden veracidad.
- La trasmisión del programa de Enlace Ciudadano, es muy extensa y desvía los contenidos informativos hacia críticas para la oposición política, en el cual en algunos casos hay excesos en el tipo de lenguaje que se utiliza.
- El contenido informativo que se emite en el segmento, “La Cantinflada de la semana”, no es el adecuado y no orienta a la población sobre la gestión gubernamental. Debido al exceso de términos desacertados que se emite en dicho espacio.
- Existe falta de control de la Superintendencia de Comunicación, porque no aplica la ley de comunicación en el espacio televisivo; en aquellos casos en los que hay violación a la Ley Orgánica de Comunicación.
- El segmento “La Cantinflada de la semana”, genera rechazo en la población que fue objeto de estudio, al punto que recomiendan su eliminación por el contenido que apunta a severas críticas a la oposición.

### **3.8 RECOMENDACIONES**

Es notable que los resultados del estudio, no favorecen al programa de Enlace ciudadano conducido por el Jefe de Estado; por el manejo del lenguaje comunicacional que se da en el programa y en su segmento, “Cantinflada de la Semana”. Por aquello sería necesario:

- Se debería dar un enfoque diferente al contenido del programa, en donde el conductor del espacio utilice un lenguaje comunicacional apropiado: amable y equilibrado para tener una mejor receptividad de los mensajes.
- El programa de Enlace Ciudadano, debería ser aprovechado como estrategia de comunicación, para informar objetivamente la gestión gubernamental sin críticas a la oposición. El lenguaje comunicacional debe ser más directo y adecuado.
- Manejar la ética comunicacional, en los comentarios que requiera algún tipo de aclaración con respecto a la opinión y comentarios de la oposición.
- Se debería mantener la esencia del contenido del programa, que es el de informar, sin salirse de la línea de orientación a la población.
- Debería controlarse el programa de enlace ciudadano y los segmentos para que se ajusten a los parámetros de la Ley de Comunicación en el tipo de discurso.
- Cambiar la estructura y contenido comunicacional del programa, y que se le dé el correcto uso para lo que fue creado; rendición de cuentas a la nación.

#### 4.- BIBLIOGRAFÍA

Ponce, J. &. (08 de 2012). Nuevas Estrategias Nacionales de Desarrollo. *Realidades y retos para Ecuador*.

Manuel, A. (2011). *Discurso y construcción de identidad política en la revolución*. pág. 100p.

Charaudeau, P. (2009). *Discurso y Sociedad*. Obtenido de Reflexiones para el análisis .

Diario El Ciudadano. (22 de julio de 2013). Sabatina desde Archidona. *El Ciudadano*, pág. 7.

Diario El Universo. (04 de junio de 2014). Sabatinas no estan bajo control. *Diario El Universo*, pág. 3.

Diario El Universo. (s.f.). Sabatinas no estan bajo control de ley.

El Comercio. (28 de marzo de 2011). Enlace Ciudadano Puerto Inca Limon. *El Comercio*, pág. 32.

El Diario. (27 de septiembre de 2011). El presidente Correa emitira Enlace desde Santo Domingo. *El Diario Noticias*, pág. 34.

El Universo. (22 de agosto de 2015). Jorge Glas dara enlace ciudadano desde Manabi. *El Universo*, pág. 12.

El Universo. (s.f.). Sabatinas.

Real Academia Española . (2010).

(Blumer, 1939)

(Gassat, Ortega , 1926)

(Maletzke, 1976).

Berlo, D. (1969).

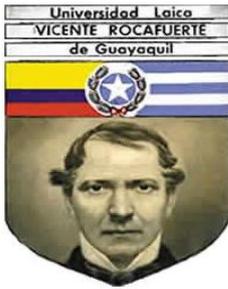
Cheraudeau. (2009). *Comunicacion de masas*.

Gonzales, C. (2005).

Kappen, Risse. (1991). *Fundamentacion Comunicacional*.

Paúl Lazarsfield, K. L. (s.f.). *Comunicacion de masas*.

# **ANEXOS**



## Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

### CARRERA DE PERIODISMO

**NOMBRE:** Maribella Quintero Mina

**TEMA:**

“ENLACE CIUDADANO SABATINA Y SU INFLUENCIA COMUNICACIONAL”.

**TÍTULO:**

“LA INFLUENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL DEL SEGMENTO,  
 “CANTINFLADAS DE LA SEMANA” DEL PROGRAMA DE ENLACE  
 CIUDADANO “SABATINA” EN LOS HABITANTES DE LA COOPERATIVA.  
 FRENTE LUCHA POPULAR EN DURAN.

#### **Formato de Encuestas a los habitantes de la Cooperativa. Frente Lucha Popular**

**1) ¿Con qué frecuencia ve televisión los fines de semana?**

SIEMPRE

CASI SIEMPRE

A VECES

NUNCA

**2) ¿Qué tipo de programación prefiere ver los fines de semana?**

DEPORTIVO

PELICULAS

NOTICIEROS

OTROS

**3) ¿Ha visto el programa de Enlace Ciudadano, “sabatina” de la Presidencia de la República?**

SI

NO

**4) ¿Con qué frecuencia sintoniza usted el programa de Enlace Ciudadano?**

SIEMPRE

CASI SIEMPRE

A VECES

NUNCA

**5) ¿Qué tiempo considera que debe durar la transmisión del Enlace Ciudadano del Presidente de la República, Econ. Rafael Correa para la rendición de cuentas?**

1 HORA

2 HORAS

3 HORAS

4 HORAS

**6) ¿Cómo calificaría usted el lenguaje que utiliza el conductor del Programa de Enlace Ciudadano, Econ. Rafael Correa?**

DINÁMICO

ADECUADO

SARCÁSTICO

OFENSIVO

**7) ¿Ha visto el segmento “La Cantinflada de la semana que se transmite en el enlace ciudadano”?**

SI

NO

**8) El segmento la “Cantinflada de la semana” difunde contenidos críticos a la oposición política en los cuales el Presidente de la República lo emplea para:**

DEFENDERSE

OFENDER

ACLARAR

INFORMAR

**9) ¿Está de acuerdo con el uso que se le da al segmento, “La Cantinflada de la semana”?.**

DE ACUERDO

DESACUERDO

**10) ¿Cree que el segmento “La Cantinflada de la semana”, aporta informativamente al programa como rendición de cuentas semanalmente?**

MUCHO

POCO

NADA

**11) ¿Cree usted que el segmento, “La Cantinflada de la semana”, debe ser regulado por la Ley de Comunicación?**

SI

NO

**12) ¿Cómo califica el contenido del segmento, “La Cantinflada de la semana” del Programa de Enlace Ciudadano, en la rendición de cuentas del Presidente?**

POSITIVO

NEGATIVO

INNECESARIO

INFORMATIVO

**13) ¿Con los términos dados a continuación, cómo define usted el segmento:**

**“La Cantinflada de la semana”?**

EDUCATIVO

CULTURAL

DISCRIMINATORIO

CONSTRUCTIVO

**14) ¿Considera que el lenguaje en el segmento, “La Cantinflada de la Semana”  
hacia los periodistas o los medios de comunicación es:**

**(Puede escoger más de una opción)**

DAÑINO

OFENSIVO

JUSTO

NECESARIO

**15) ¿Cree usted que los términos expresados por el Presidente de la Republica  
sean considerados como insultos?**

SI

NO

**16) ¿Usted cree que existan comentarios que puedan incentivar a la violencia  
en el segmento, “La Cantinflada de la semana”?**

MUCHOS

ALGUNOS

POCOS

NINGUNO

**17) ¿Luego de ver el segmento, “La Cantinflada de la semana”, ha cambiado su percepción sobre el rol de los periodistas o medios de comunicación en la información?**

MUCHO

POCO

CASI NADA

NADA

**18) ¿Cuándo escucha términos como, “prensa corrupta”, “malcriaditos”, “mentirosos”; siente: (Puede escoger más de una opción)**

CONFUSIÓN

INDIGNACIÓN

ALEGRÍA

COMPLACENCIA

**19) ¿Qué sensación tiene cuándo ve la exposición de casos en el segmento, “La Cantinflada de la semana”, en los que los medios de comunicación o periodistas han manejado la información en contra del gobierno?**

FASTIDIO

BURLA

JUSTICIA

ENTRETENIMIENTO

**20) ¿Qué siente cuando ve críticas a los periodistas o medios de comunicación en el segmento, “La Cantinflada de la semana”?**

IMPOTENCIA

RABIA

SOLIDARIDAD

LE ES INDIFERENTE

**21) ¿Cree que los medios o periodistas criticados en el segmento, “La Cantinflada de la semana” deberían tener derecho a la defensa en el mismo segmento?**

SI

NO

**22) Debería mantener el segmento, “La Cantinflada de la semana” con el mismo lenguaje, estilo y fines:**

DEBE MANTENERSE

DEBE ELIMINARSE

DEBE MANTENERSE PERO CON OTRO TIPO DE LENGUAJE



## Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

### CARRERA DE PERIODISMO

**NOMBRE:** Maribella Quintero Mina

**TEMA:**

“ENLACE CIUDADANO SABATINA Y SU INFLUENCIA COMUNICACIONAL”.

**TÍTULO:**

“LA INFLUENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL DEL SEGMENTO,  
 “CANTINFLADAS DE LA SEMANA” DEL PROGRAMA DE ENLACE  
 CIUDADANO “SABATINA” EN LOS HABITANTES DE LA COOPERATIVA.  
 FRENTE LUCHA POPULAR EN DURAN.

### **Formato para la entrevista para el Periodista, Juan Manuel Yépez**

Nombre: Juan Manuel Yépez

Profesión: Editor General de Diario Extra

**ENTREVISTADOR: 1.- ¿Qué concepto tiene usted del Programa Enlace Ciudadano?**

**ENTREVISTADO:** Enlace Ciudadano, tiene una intención original, bastante interesante, especie de contacto virtual con la gente, que lo puso o propuso de moda el ex Presidente de Venezuela Chávez, se llamaba ”Aló Presidente”. En esencia tuvo algo positivo siempre y cuando no ocurra lo que ha pasado hasta ahora. 1.- No se sabe de dónde se saca fondos para aquello. 2.- No se cumple la función de informar a la gente sobre lo que hace el Presidente. Informar a la gente no es hacer Relaciones Públicas del Gobierno: “yo hago hospitales”, “yo hago carreteras”, “yo hago una serie de obras públicas”, “Yo soy dios”, “el único que tiene la razón”, “el resto son corruptos, cobardes, majaderos”, etc. Además no hay quien le pueda decir lo contrario, una comunicación con la gente implica también estén los descontentos, no solo los que

pagan los ministerios para que asistan, ya que el asistir a sus discursos es obligatorio, y toda la esencia que conlleva lo que es rendición de cuentas, se desfiguró haciendo pedazos a los medios privados, atacando y echando a los periodistas. El defiende a quienes piensan como él y ataca a quienes piensan distinto y no solo ataca sino que los destroza en las redes sociales, esto no es un enlace ciudadano sino una vendetta pública en todos los medios del país.

**ENTREVISTADOR: 2.- ¿Cuál cree usted que es el objetivo del Programa de Enlace Ciudadano?**

**ENTREVISTADO:** El objetivo es atemorizar a la gente, institucionalizar su pensamiento, institucionalizar su palabra y obviamente defender a su gente. En la sabatina dijo: que Pedrito Delgado, su primo ex agente directorio del Banco Central; que ya regresaba para dar la cara, que se había ido solo al matrimonio de su hijo, haciendo homenajes con fotos, esto me pareció una tomadura de pelo. Aprovecha los enlaces ciudadanos para darle la vuelta a la verdad, para decir que todos están equivocados que solo él es el que tiene la razón y nunca acepta nada, él maneja su imagen pública a través de la sabatina, ignora la verdad y quiere convencer que solo él tiene la razón.

**ENTREVISTADOR: 3.- ¿Cree usted que sea necesario el tiempo que se prolonga (3 horas) en el programa de Enlace Ciudadano para la rendición de cuentas que se da semanalmente?**

**ENTREVISTADO:** Demasiado tiempo, y lo peor es que no dice nada: “le cuenta los ceviches que se come, todos los arroces con menestra que le dan, los pollos que también se come, donde desayuna” y ahí comienza los insultos. Tantas horas diciendo lo mismo, aburre. Y todo lo bonito que pinta del gobierno, que no es ningún favor es su deber.

“Nosotros lo elegimos para que haga eso y más”, para eso le pagamos. El presidente debe trabajar para nosotros y debe dar espacio para las personas que no estén de acuerdo para que puedan preguntar. “Pura cháchara, show y demasiada inversión”.

**ENTREVISTADOR: 4.- ¿Cómo califica usted el lenguaje que usa el jefe de estado en su programa de Enlace Ciudadano?.**

**ENTREVISTADO:** El lenguaje usado es populachero, grosero. Para mí una persona desagradable ya que no me gusta que ofenda a las personas. Si, su lenguaje es directo, simple, se lo entiende pero más allá del asunto es un lenguaje directo. Debería ser un lenguaje amable, un lenguaje equilibrado. Y reta ahí mismo a la gente citándolos en tal o cual lugar; “que cuantos son, que aquí te espero”. Lenguaje demasiado violento.

**ENTREVISTADOR: 5.- ¿Usted cree que el formato que se maneja en el programa de Enlace Ciudadano sea el adecuado?**

**ENTREVISTADO:** Claro que es el adecuado, porque todos trabajan para él. Para mí, perdió la oportunidad de ser uno de los mejores presidentes de la historia del país. A la gente humilde los ubica en sitios estratégicos, él es lo que él quiere; él quiere generar una idea de que este es el gobierno de los pobres de los humildes. Pero generó una bronca social en el marxismo se llama la dialéctica: divides las cosas, haces pelear a las clases sociales para salir favorecido. La mayoría de las personas que viven en Ecuador somos clase social media. La clase económica toma decisiones, es la que compra, la que pone políticos; esa ha sido la historia del país. Correa es el resultado del abandono del pisoteo que hemos tenido desde que Ecuador regreso a la democracia. “Hemos instaurado el abuso comunicacional en el país”.

**ENTREVISTADOR: 6.- ¿Qué opina usted del uso que se le da al segmento, “La Cantinflada de la semana”?**

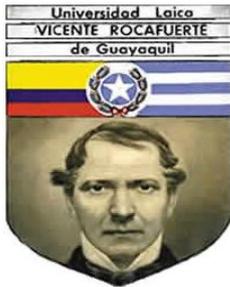
**ENTREVISTADO:** Es grosero, además es muy peligroso porque a los amigos de él prófugos de la justicia, a los que realmente tiene que ponerlos en pantalla no los pone, les reduce el tiempo carcelario que deberían pagar , me parece un abuso de autoridad.

**ENTREVISTADOR: 7.- ¿Cree usted que el segmento, “La Cantinflada de la semana” sea usado para desacreditar el trabajo periodístico y de medios de comunicación?.**

**ENTREVISTADO:** Si, el segmento la cantinflada de la semana si es un arma para desacreditar la labor de los medios de comunicación. Viola la ley de comunicación. Este segmento, está idealizado para desprestigiar la imagen de la persona que hace periodismo.

**ENTREVISTADOR: 8.- ¿Cree usted que el primer mandatario deba mantenerse firme en sus críticas hacia sus detractores en el segmento, “La Cantinflada de la semana”?.**

**ENTREVISTADO:** No, porque su lenguaje es muy grotesco y no hace críticas constructivas sino destructivas. Emocionalmente es trastornado, un trastorno terrible, no está dentro de sus psiquis. Debería parar definitivamente.



## Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

### CARRERA DE PERIODISMO

**NOMBRE:** Maribella Quintero Mina

**TEMA:**

“ENLACE CIUDADANO SABATINA Y SU INFLUENCIA COMUNICACIONAL”.

**TÍTULO:**

“LA INFLUENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL DEL SEGMENTO,  
 “CANTINFLADAS DE LA SEMANA” DEL PROGRAMA DE ENLACE  
 CIUDADANO “SABATINA” EN LOS HABITANTES DE LA COOPERATIVA.  
 FRENTE LUCHA POPULAR EN DURAN.

### **Formato para las entrevistas del Periodista, Orlando Pérez**

Nombre: Orlando Pérez

Profesión: Editor General de Diario el Telégrafo

**ENTREVISTADOR: 1.- ¿Qué concepto tiene usted del Programa Enlace Ciudadano?**

**ENTREVISTADO:** Es un fenómeno político comunicacional, de mucha novedad de importancia con una serie de métodos. Todo creo que se ha convertido en una institucionalidad del país, y forma parte de la cotidianidad de la gente de informe de labores, rutina de la gente de la sociedad de las familias. Como fenómeno sociológico, una cosa muy importante. Inaugura un modo de relación entre el gobernante y los gobernados, algo nuevo en el país en el evidentemente hay una dirección directa sin que pase por los medio de comunicación.

**ENTREVISTADOR: 2.- ¿Cuál cree usted que es el objetivo del Programa de Enlace Ciudadano?**

**ENTREVISTADO:** Rendir cuentas a la nación, intervenir en la discusión pública, generar una agenda pública y política dentro de la sociedad, y de alguna u otra manera contraponer, contradecir, contra-restar lo que toda la semana viene diciendo los otros medios de comunicación particulares.

**ENTREVISTADOR: 3.- ¿Cree usted que sea necesario el tiempo que se prolonga (3 horas) en el programa de Enlace Ciudadano para la rendición de cuentas que se da semanalmente?**

**ENTREVISTADO:** Yo creo que con dos horas sería suficiente, me parece que 3 horas sobre pasa el nivel de atención y concentración que pueda tener el programa. Para mejorar el nivel de atención deberían disminuir un poco.

**ENTREVISTADOR: 4.- ¿Cómo califica usted el lenguaje que usa el jefe de estado en su programa de Enlace Ciudadano?.**

**ENTREVISTADO:** Hay una ventaja que quizás otros políticos no la tienen. Nuestro Presidente es Profesor, que da muestras de una capacidad pedagógica una oratoria un manejo de lenguaje de las metáforas de los símiles, incluso del humor y de la ironía para respaldar los argumentos que quiera demostrar. Me parece que hay un uso pedagógico, hay una característica muy particular del Presidente que es un ciudadano, un catedrático, un académico y un político que parecería que los fines de semana diera clases y si en 3 horas no aburre a la gente, demuestra que tiene la capacidad para sus discursos.

**ENTREVISTADOR: 5.- ¿Usted cree que el formato que se maneja en el programa de Enlace Ciudadano sea el adecuado?**

**ENTREVISTADO:** Es un formato que ha ido evolucionando, es decir nació de una manera bastante simple y poco a poco salió de Carondelet, pasó a ciudades, seguía en espacios cerrados, después se abrió cuando la gente se notaba que quería entrar a enlace; era más gente que lo cabía en los locales cerrados, se comenzó abrir a tal punto que habido momentos que se ha hecho en estadios. Ha ido en una evolución el uso del espacio ha ido variando. El mismo Presidente lo ha ido modificando, para que se convierta como si fuera un programa de televisión, es decir tiene introducción, tiene cortes, intervenciones de personas, segmentos. Incluso el que hable en quechua, desde esa perspectiva ha ido evolucionando con un formato más estructurado.

**ENTREVISTADOR: 6.- ¿Qué opina usted del uso que se le da al segmento, “La Cantinflada de la semana”.**

**ENTREVISTADO:** Uno de los factores fuertes de la comunicación que maneja el mandatario es el uso del humor y la ironía, quizás eso puede ser que a la gente le llegue o también puedes ser que ha rato canse. Pero parece también que la gente con la Cantinflada de la semana está obligada a reflexionar sobre lo que ocurre.

**ENTREVISTADOR: 7.- ¿Cree usted que el segmento “La Cantinflada de la semana”, sea usado para desacreditar el trabajo periodístico y de medios de comunicación?.**

**ENTREVISTADO:** No sé si la palabra adecuada sea para descalificar, lo que pasa que no estuvimos acostumbrados, nos mal acostumbramos a que esa mediación hecha por los medios de comunicación, se convierta como la verdad con la cual la gente toma decisiones, entonces al cuestionar ha tenido un impacto con doble efecto. Los medios se

cuidan mucho de no cometer errores que después pueden ser expuestos o criticados en la sabatina. También es cierto que el Presidente toma muy en cuenta que la verdad no sea distorsionada. Esta descalificación, puede generar también una pedagogía en los medios de comunicación. Como los medios pueden mejorar su postura de trabajo. Muchos medios de comunicación, lo han tomado como un desafío más que informar todo lo que pase en la sabatina, se dediquen solamente a destacar lo que dice el Presidente de la prensa y de sus adversarios políticos.

**ENTREVISTADOR: 8.- ¿Cree usted que el primer mandatario deba mantenerse firme en sus críticas hacia sus detractores en el segmento, “La Cantinflada de la semana”?.**

**ENTREVISTADO:** Lo que sucede es que las críticas es parte de la política. Sí un actor político no confronta su tesis con sus adversarios políticos, queda anulado. Hay un rasgo particular que hay que considerar un Presidente de la República, es un presidente de todo los ecuatorianos por tal motivo tiene que considerar y valorar a todos como parte de su responsabilidad. Quizás aquí se pueda cuestionar pensando que como primer mandatario debería tener sus límites hacia sus adversarios. Sin embargo cabe destacar que nuestro presidente ya es así, autentico así. Es confrontador, polémico, frontal; es decir, ese es el Presidente de la República. Aquí juega mucho la personalidad; yo diría que son términos estrictamente comunicacionales, que sabe comunicar y que es percibida y recibida por la gente en la medida que él es auténtico.

Foto 1



**Periodista. Juan Manuel Yépez (Editor General de Diario Extra)**

Foto 2



**Periodista. Orlando Pérez (Director General de Diario el Telégrafo)**