

COMPOLCORP
Consultores de Comunicación

RESUMEN EJECUTIVO

Profesionalización de la Política **Primera vuelta elecciones generales Ecuador 2021**

Rafa Rubio
4 de marzo de 2021

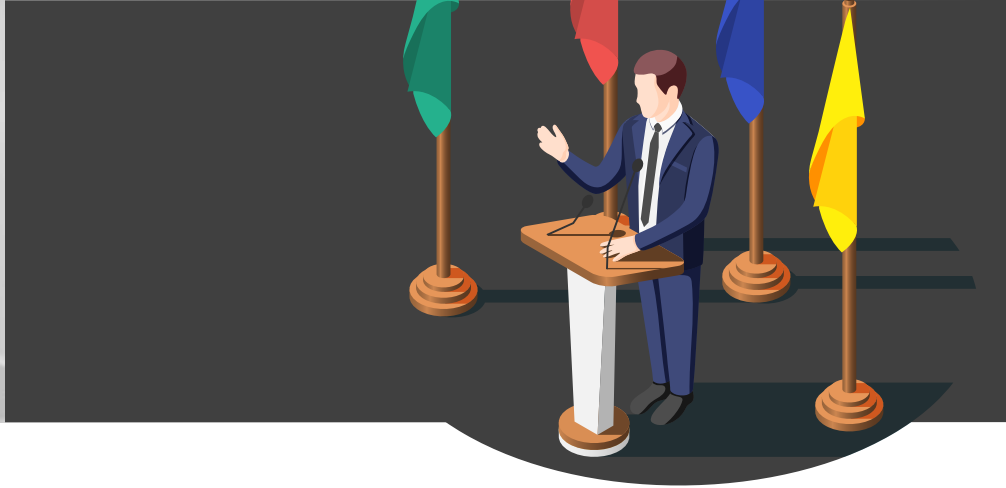


Estrenamos nuestras Charlas de ComPolCorp, dialogando con Rafa Rubio, Doctor en Derecho Constitucional (Premio extraordinario), Profesor Titular y Director del Grupo de Investigación sobre participación y nuevas tecnologías (i+dem) en la



Rafael Rubio Núñez. Catedrático universitario y consultor político.

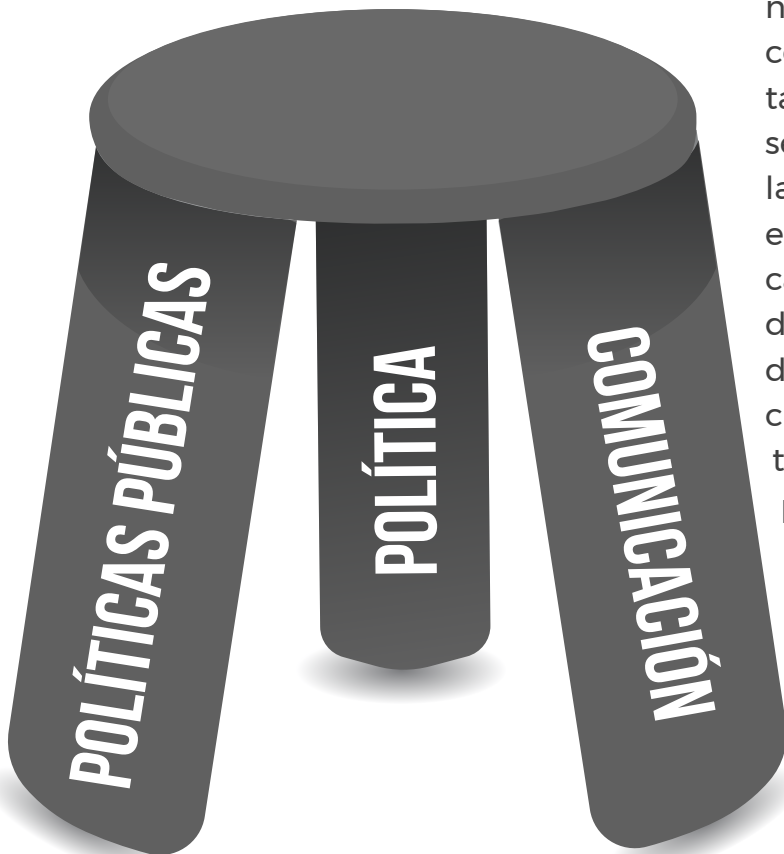
Universidad Complutense de Madrid. Imparte o ha impartido clases de posgrado en más de 30 universidades de todo el mundo: Georgetown (USA), Universidad de Buenos Aires (Argentina), Tecnológico de Monterrey (México), Universidad de Navarra (España), entre otras. Actualmente es miembro del Foro de Gobierno Abierto y de la Comisión Europea para la Democracia por el Derecho (Comisión de Venecia), del Consejo Asesor de la Red Mundial de Justicia Electoral y Académico Correspondiente de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación (España).



La política es como un taburete con 3 pilares:

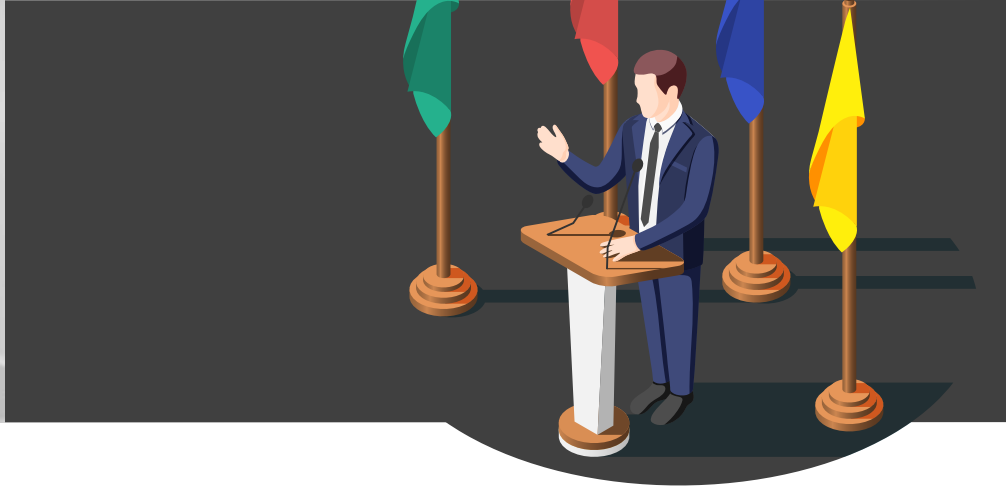
- 1- Políticas públicas (policies), que es el arte de gestionar, ofrecer servicios a los ciudadanos para mejorar su calidad de vida desde el servicio público.
- 2- Política (politics), que es el arte de alcanzar consensos, la negociación para lograr hacer.
- 3- Comunicación.

Todos los políticos tienen que balancear estos tres pilares para no caer en vicios



dentro de cada categoría. La perversión de la política es olvidar que tiene estos tres pilares o centrarse solamente en uno, dejando de lado a las otras. Se pierde el sentido mismo de la política, que es la de servir a la ciudadanía. Esta visión integral es la que permite alcanzar beneficios sociales. Al no haber un equilibrio, se deforma el sentido y esta se centra solamente en el mantenimiento del poder y no en su fin social.

El perfil de un político debe responder a unas características que están en el terreno de lo humano, más allá del perfil técnico o académico (que también es importante): en primer lugar, la experiencia, no se puede llegar a la política sin experiencia laboral previa, puesto que habrá dificultad en gestionar elementos básicos de este campo como delegación de responsabilidades, dirección de equipos o toma de decisiones. En segundo lugar, está la vocación de servicio, alguien que llega a este terreno no puede olvidar que el fin de la política es ese rol social de mejoramiento de la vida de los ciudadanos. Si se toma a la política como una manera de obtener un beneficio propio o de satisfacer otros intereses, se hace una política vacía, carente de sentido, desviándola de su propósito. En tercer lugar, se necesitan valores como honestidad, sinceridad,



transparencia; la materia prima de la política es la confianza.

Sin estos valores, es imposible hacer política, al menos no una que esté al servicio de la sociedad.

Los asesores deben cumplir un papel técnico. Cada uno de ellos debe tener una especialización y no necesariamente deben tener una vocación política, puesto que ellos deben estar enfocados en sus áreas para aconsejar desde ese espacio al político. Es vital dejar esto en claro, puesto que se corre el riesgo de que los asesores, con su gestión, desequilibren la balanza de los tres pilares sobre los que se debe hacer política.

La ideología juega un papel importante en la gestación y ejecución de políticas públicas y de la política. En algunos países, los partidos políticos terminan cooptando todo lo que está alrededor, entre otras cosas a los asesores, y los convierten en militantes.

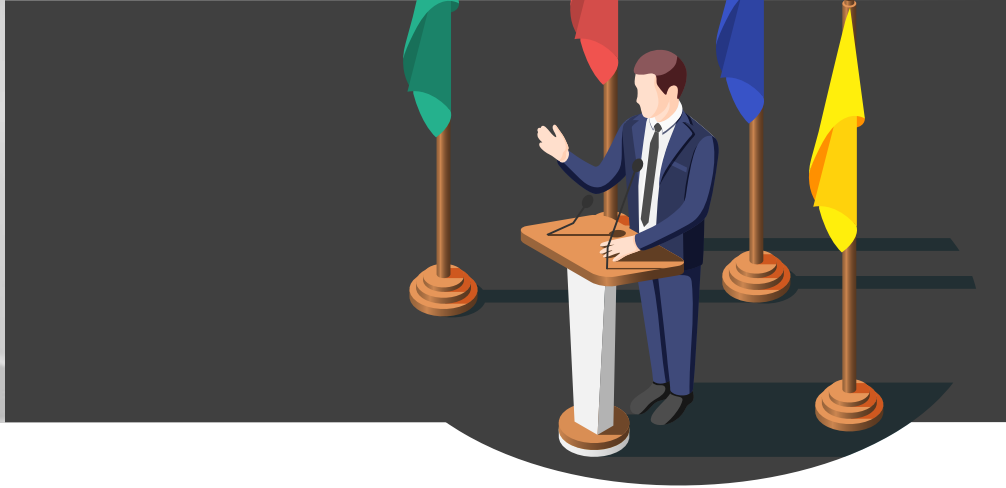
Por ejemplo, en Estados Unidos todo está fundamentado en el cumplimiento de

Los asesores deben cumplir un papel técnico. Cada uno de ellos debe tener una especialización y no necesariamente deben tener una vocación política...

perfiles técnicos más allá de una ideología. Lo óptimo es mantener un equilibrio. Lo ideológico debe ser un filtro reductor de lo técnico, le da forma, le da sentido a lo que se hace a nivel político y de gestión de política; le otorga un propósito a la política y también la encamina hacia brindar respuestas a las necesidades de los ciudadanos.

En Latinoamérica se tiende a separar la comunicación política, el marketing político y la propaganda. Cada uno podría conformar una categoría propia, sin embargo, la comunicación y el marketing político no están tan distanciadas la una de la otra, puesto que tienen un componente estratégico a la hora de estructurar una campaña electoral.

En la observación electoral con respecto de lo que fue la primera vuelta de las elecciones generales Ecuador 2021, existía una desconfianza generalizada sobre la integridad de las juntas y del órgano de elecciones. Además, hubo largas colas en los recintos electorales debido a los con-



troles por la pandemia. Sin embargo, el proceso se celebró con todas las garantías en cuanto a la transparencia del proceso.

Un problema de comunicación que ocurrió fue la trasmisión parcial de los resultados por parte del ente rector, en los que mostraron a un candidato en segunda vuelta sin tener en cuenta la representatividad del conteo hasta ese momento, y la diferencia de votos existente entre el segundo y tercer candidatos presidenciales. Aquí podemos ver cómo un error de comunicación afectó a la política: se cuestionó la integridad del proceso y esto desembocó en un conflicto en torno a los resultados finales de la primera vuelta.

En cuanto a lo político, existió una mala utilización de las encuestas por parte de los políticos. No las ven como una fotografía de la realidad, sino como una manera para tratar de influir en ella. Esto provoca que las encuestas pierdan credibilidad y que los políticos seleccionen la que mejor convenga a sus intereses. Utilizadas de esta manera, estas dejan de ser un recurso válido.

En Ecuador, la base consolidada de electores claramente benefició a Andrés

Arauz en cuanto a votación. Guillermo Lasso se mostró como el oponente natural de Arauz, pero la división de opciones no hace que tenga una votación mayor. En el caso de Yaku Pérez y Xavier Hervas, supieron introducirse de manera adecuada en el terreno político, a través de la concepción y la ejecución de campañas frescas y apuntando hacia un público que no entró en la disputa entre bloques polarizados, y su porcentaje de votaciones así lo demostró.



Te invitamos a disfrutar de la charla completa en:

