



REGISTRO OFICIAL®

ÓRGANO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR

Administración del Sr. Lcdo. Lenín Moreno Garcés
Presidente Constitucional de la República

EDICIÓN ESPECIAL

Año I - Nº 27

Quito, martes 4 de
julio de 2017

Valor: US\$ 1,25 + IVA



Secretaría Nacional
de **Comunicación**

ING. HUGO DEL POZO BERREZUETA
DIRECTOR

Quito: Avenida 12 de Octubre
N23-99 y Wilson
Segundo Piso

Oficinas centrales y ventas:
Telf. 3941-800
Ext.: 2301 - 2305

Sucursal Guayaquil:
Av. 9 de Octubre Nº 1616 y Av. Del Ejército
esquina, Edificio del Colegio de Abogados
del Guayas, primer piso. Telf. 252-7107

Suscripción anual:
US\$ 400 + IVA para la ciudad de Quito
US\$ 450 + IVA para el resto del país

Impreso en Editora Nacional

44 páginas

www.registroficial.gob.ec

Al servicio del país
desde el 1º de julio de 1895

**SECRETARÍA
NACIONAL DE
COMUNICACIÓN**

ACUERDO N° 66

**EXPÍDESE LA
POLÍTICA DE
COMUNICACIÓN
DE LA FUNCIÓN
EJECUTIVA**

ACUERDO N° 066

Patricio Barriga Jaramillo
SECRETARIO NACIONAL DE COMUNICACIÓN

CONSIDERANDO:

Que los derechos y garantías establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos serán de directa e inmediata aplicación por y ante cualquier servidora o servidor público, administrativo o judicial, de oficio o a petición de parte;

Que la Constitución de la República en su artículo 16 reconoce a todas las personas, en forma individual o colectiva, el derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos, el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, asimismo la creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, el acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad y a integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación;

Que la Carta Magna en su artículo 18 reconoce que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior y, a acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas;

Que el artículo 14 de la misma Carta Magna establece que la Función Ejecutiva está integrada por la Presidencia y Vicepresidencia de la República, los Ministerios de Estado y los demás organismos e instituciones necesarios para cumplir, en el ámbito de su competencia, las atribuciones de rectoría, planificación, ejecución y evaluación de las políticas públicas nacionales y planes que se creen para ejecutarlas;

Que el artículo 154 numeral 1 de la Constitución de la República establece que las Ministras y Ministros de Estado, además de las atribuciones establecidas en la ley, les corresponde, entre otras, ejercer la rectoría de las políticas públicas del área a su cargo y expedir los acuerdos y resoluciones administrativas que requiera su gestión;

Que conforme el artículo 226 de la Constitución de la República, las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades atribuidas en la Constitución y la ley;

Que el artículo 384 de la referida Carta Magna establece *"La comunicación como un servicio público se prestará a través de medios públicos, privados y comunitarios. El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana."*

Que de conformidad al artículo 408 de la Constitución de la República son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado el espectro radioeléctrico, en concordancia con el artículo 313 ibídem que prescribe forma parte de los sectores estratégicos conjuntamente con las telecomunicaciones, cuyo derecho de administrar, regular, controlar y gestionar le corresponde al Estado Ecuatoriano;

Que el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva en el artículo 10-2 establece las atribuciones de la Función Ejecutiva entre las que constan: "c) *Coordinación.- Es la facultad de concertar los esfuerzos institucionales múltiples o individuales para alcanzar las metas gubernamentales y estatales, cuyo objetivo es evitar duplicación de esfuerzos por parte de las entidades que conforman el Ejecutivo o retrasos en la consecución de los objetivos de desarrollo; (...)* g) *Rectoría.- Es la facultad de emitir políticas públicas nacionales o de Estado que orientan las acciones para el logro de los objetivos y metas del desarrollo, así como para definir sistemas, áreas y proyectos estratégicos de interés nacional, en función de su importancia económica, social, política o ambiental. Corresponde exclusivamente al Gobierno Central; y, h) *Regulación.- Es la facultad de emitir normas para el adecuado y oportuno desarrollo y cumplimiento de la política pública y la prestación de los servicios, con el fin de dirigir, orientar o modificar la conducta de los agentes regulados.*"*

Que el artículo 17-2 del cuerpo legal antes mencionado dispone que las Secretarías Nacionales son Organismos públicos con facultades de rectoría, planificación, regulación, gestión y control sobre temas intersectoriales de la Administración Pública y estarán representadas por un secretario nacional que tendrá rango de ministro de Estado;

Que mediante Decreto Ejecutivo No. 3 de 30 de mayo de 2013, se creó la Secretaría Nacional de Comunicación como entidad de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica y administrativa;

Que el Decreto Ejecutivo No. 386 de 23 de mayo de 2000 dispone que el Secretario General de Comunicación dirigirá la ejecución de las políticas de comunicación e información del Estado que se realice a través de la Presidencia de la República y demás entidades de la Función Ejecutiva; así como coordinará la gestión de información y comunicación social de las otras entidades del Estado, dentro de ese ámbito, entre sus funciones están las siguientes: "3. *Bajo las orientaciones e instrucciones del Presidente de la República establecer y dirigir la política nacional de comunicación social e información pública del Gobierno Nacional, encaminada a estimular la participación de todos los sectores de la población en el proceso de desarrollo nacional; 4. Informar a la comunidad nacional sobre las políticas, programas, acciones y obras del Gobierno, con el propósito de fomentar su participación contributiva y receptiva alrededor de los objetivos nacionales permanentes que persigue el Gobierno de la República*";

Que mediante Decreto Ejecutivo No. 834 de 19 de noviembre de 2015, el señor Presidente Constitucional de la República designó al licenciado Patricio Eduardo Barriga Jaramillo como Secretario Nacional de Comunicación;

Que el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de la Secretaría Nacional de Comunicación – SECOM, en el capítulo III, artículo 12, numeral 1.1, literal b) de las atribuciones y responsabilidades del Secretario Nacional de Comunicación establece "2. *Establecer y dirigir bajo las orientaciones e instrucciones del Presidente/a de la República, la política nacional de comunicación social e información pública del Gobierno Nacional, encaminada a estimular la participación de todos los sectores de la población en el proceso de desarrollo nacional. (...)* 12. *Expedir conforme el marco normativo, acuerdos, resoluciones, órdenes y disposiciones relacionadas con la gestión de la Secretaría en su ámbito de gestión*";

Que mediante Memorando No. SNC-SECOM-2017-000045-M de 18 de mayo de 2017, la Subsecretaría Nacional de Comunicación manifestó al Secretario Nacional de Comunicación lo siguiente "En relación al memorando No. SNC-CGPI-2017-000044-M, de fecha 17 de mayo

de 2017, mediante el cual el Coordinador General de Planificación e Inversión, Ramiro Vásquez entrega el documento final de "Política de Comunicación de la Función Ejecutiva", y sobre la base de sus competencias como máxima autoridad de la Secretaría Nacional de Comunicación, remito dicho documento en un DVD para su análisis y aprobación.";

Que con nota y sumilla insertas en el Memorando referido en el considerando anterior el Secretario Nacional de Comunicación dispuso a la Coordinación General de Asesoría Jurídica "Preparar acuerdo pertinente para la aprobación";

En ejercicio de las facultades conferidas por los artículos 154 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador y 17 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva y demás normas aplicables,

ACUERDA:

Artículo 1.- Expedir LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA, documento que se anexa y forma parte integrante del presente Acuerdo.

Artículo 2.- Las políticas emitidas en el presente documento son de cumplimiento obligatorio para todas las servidoras y servidores públicos de la las Instituciones que integran la Administración Pública Central.

Artículo 3.- Encárguese a la Coordinación General de Asesoría Jurídica de la Secretaría Nacional de Comunicación, la publicación del presente Acuerdo en el Registro Oficial.

El presente Acuerdo entrará en vigencia a partir de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y firmado en San Francisco de Quito, D.M. a los 22 días de mayo de 2017.



Patricio Barriga Jaramillo
SECRETARIO NACIONAL DE COMUNICACIÓN

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA



Secretaría Nacional
de Comunicación



CONSTITUCIONAL
DEL ECUADOR

ABRIL DE 2017

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN
2.	SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA
2.1.	DEFINICIÓN.-.....
2.2.	RECTORÍA DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA.-.....
2.2.1.	Atribuciones y Responsabilidades como base para el ejercicio de la rectoría.....
2.3.	ACTORES DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA
3.	MARCO NORMATIVO DE LA COMUNICACIÓN.....
3.1.	LA CONVENCIÓN AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS Y LA COMUNICACIÓN.....
	14
3.2.	LA CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR Y LA COMUNICACIÓN.-
3.3.	LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN Y OTRAS NORMATIVAS.....
4.	DIAGNOSTICO
4.1.	ANÁLISIS SITUACIONAL.-
4.2.	INDICADORES DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN.-.....
4.3.	PROBLEMÁTICA DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN.-.....
4.4.	FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN.-.....
5.	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN.....
5.1.	Modelo de Comunicación de la Función Ejecutiva.....
5.2.	Principios del Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva.-
5.3.	Pilares y Objetivos del Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva
5.3.1.	Despliegue de Objetivos.....
5.3.1.1.	La Información es de Todos y para Todos
5.3.1.2.	Difundir Oportuna y Eficientemente la Realidad.....
5.3.1.3.	Relato de Verdad con Responsabilidad
5.4.	Políticas de Comunicación de la Función Ejecutiva.....
6.	FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.....

1. INTRODUCCIÓN

La Constitución de la República en los numerales 1, 2, 4 y 5 del artículo 16, consagra el derecho de todas las personas, en forma individual o colectiva, a: una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; tener acceso universal a las tecnologías de información y comunicación; el acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad; así como el derecho a integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Los numerales 1 y 2 del artículo 18 de la Carta Magna, establecen que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior e igualmente acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

La comunicación tiene una doble dimensión en el país, como derecho y servicio.¹ Su naturaleza de servicio público fue elevada a nivel constitucional, y actualmente está consagrada en el Art. 384 de la Carta Magna, en donde se establece la forma en que este servicio es prestado y se proscribe la existencia de un sistema de comunicación social que debe asegurar el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y además debe fortalecer la participación ciudadana.

Dicho sistema se conforma por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. En este marco, señala que el Estado debe formular la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. Entre los objetivos de dicho sistema previstos en el artículo 46 de la Ley Orgánica de Comunicación se establece el articular los recursos y capacidades de sus actores, entre ellos los públicos para lograr el pleno ejercicio de los derechos de la comunicación, desarrollar e implementar mecanismos de planificación pública participativa y descentralizada para la definición, control social y adecuación de todas las políticas públicas de comunicación, monitorear y evaluar las políticas, entre otros.

Los derechos a la comunicación e información son parte de un proceso alternativo de respuesta ante la dinámica globalizadora. En los años sesenta, confluyeron en el Movimiento de Países No Alineados los cuestionamientos al orden económico internacional y al nuevo orden de la comunicación e información de la época. Los países del llamado tercer mundo soportaban la desigualdad en ambos ordenamientos progresivamente mundiales.

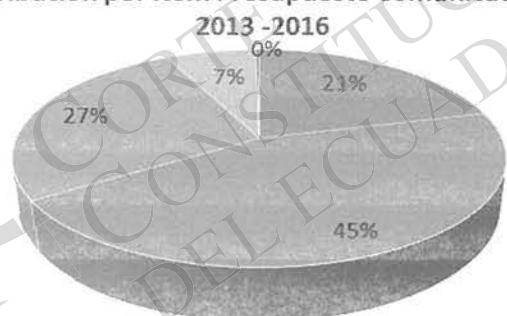
¹ Dictamen No. 001-14-DRC-CC, Caso No. 001-14-RC.

En este contexto, no basta con centrarse en lo que la política liberal sostiene para todo su discurso sobre la comunicación: en los derechos a la prensa y a la libre expresión. Al contrario, los derechos a la comunicación e información son productos históricos contemporáneos cuya proyección involucra a toda la humanidad y permite el desarrollo de los pueblos con miras a enfrentar procesos de acumulación de poder (económico, político e ideológico) en un contexto de globalización.

En un Estado plurinacional como es el Ecuador, la problemática del acceso a la tecnología y, en consecuencia, a los flujos de información nacionales y mundiales, se entrecruza con la diversidad de la sociedad y con la exclusión histórica de grandes segmentos de la población al ejercicio de los derechos básicos. Por ello, la comunicación e información es un derecho que se entrelaza con los contextos socioeconómicos y culturales nuestros. La protección y la promoción de los derechos a la salud y educación, por ejemplo, ahora se condicionan o potencian según un ejercicio menor o mayor de los derechos a la comunicación e información.

Las actividades de comunicación e información por parte de la Función Ejecutiva en el período 2013 – 2016 relacionados a información y comunicación registran un monto ejecutado de 596 millones de dólares², recursos que se distribuyeron en las diferentes instituciones de la Administración Pública Central (APC) acorde a los principales ítems presupuestarios relacionados a información y comunicación obtenidos del Clasificador Presupuestario determinado por el Ministerio de Finanzas como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

Distribución por Item Presupuesto Comunicacional



- Eventos Públicos y Oficiales
- Servicios de Difusión e Información
- Servicios de Publicidad y Propaganda
- Servicios y Derechos en Producción y Programación de Radio y Televisión
- Servicio de Monitoreo de la Información en Televisión, Radio, Prensa, Medios On-Line y Otros

Gráfico 1. Fuente: Ministerio de Finanzas, eSIGEF.

Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

Los valores ejecutados en el período 2013 – 2016 ha permitido mantener informada a la ciudadanía respecto a las acciones del Gobierno Nacional; sin embargo de ello y en base a un principio de mejora continua en todo el sector público, se requiere incrementar la eficiencia e impacto de las acciones de comunicación de todas las instituciones de la Administración Pública Central, requiriéndose para esto el desarrollo de diferentes políticas de comunicación

² Fuente eSIGEF, se excluyen universidades y otras instituciones no pertenecientes a la Administración Pública Central.

que orienten el accionar e interrelación de las diferentes instituciones de la Administración Pública Central.

En este marco, se hace necesario emitir una política pública que promueva y garantice la comunicación e información de los ciudadanos en su doble dimensión, como derecho y servicio público, desde la comunicación gubernamental.

La Secretaría Nacional de Comunicación, a través de su titular dirige la ejecución de **las políticas de comunicación e información del Estado** que se realice a través de la Presidencia de la República y demás entidades de la Función Ejecutiva; y coordina la gestión de información y comunicación social de las otras entidades del Estado, dentro de ese ámbito.³

Dentro de las principales atribuciones de la Secretaría Nacional de Comunicación se encuentran:

- Velar que la comunicación social aporte efectiva y eficientemente al desarrollo de la gestión productiva, cultural, educativa, social, política y de desarrollo del país.
- Fomentar procesos de intercambio de información, opiniones, criterios y puntos de vista entre los diversos sectores de la sociedad, para estimular el diálogo necesario y consolidar procesos de concertación nacional, en procura de los objetivos nacionales permanentes.
- Informar a la comunidad nacional sobre las políticas, planes, programas, proyectos, acciones y obras de la administración, con el propósito de fomentar su participación contributiva y receptiva alrededor de los objetivos nacionales permanentes que persigue el Gobierno de la República.⁴

Los derechos de la comunicación e información, desarrollados además en la Ley Orgánica de Comunicación, deben ser implementados y exigidos en el ámbito de acción de cada una de las instituciones que conforman el Estado a través de políticas públicas.

La Constitución de la República, en su artículo 154 señala que a las ministras y ministros de Estado les corresponde, entre otras funciones, ejercer la rectoría de las políticas públicas del área a su cargo.

La política pública se define como un curso de acción de la gestión pública que institucionaliza la intervención pública en respuesta a un problema social identificado como prioritario, y que se convierte de esta manera en materia de política de Estado.⁵

La Secretaría Nacional de Comunicación en su calidad de rector de la comunicación de la Función Ejecutiva ha desarrollado una serie de mecanismos para ejecutar y coordinar la difusión de las acciones del Gobierno Nacional en las diferentes instituciones; dicha ejecución y coordinación hacen necesario una política de comunicación que guie el accionar respecto a la

³ Decreto Ejecutivo 386, publicado en el Registro Oficial No. 83 de 23 de mayo de 2000, reformado mediante Decreto Ejecutivo No. 3 de 31 de mayo de 2013, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 14 de 13 de junio de 2013.

⁴ Decreto Ejecutivo 386, publicado en el Registro Oficial No. 83 de 23 de mayo de 2000, reformado mediante Decreto Ejecutivo No. 3 de 31 de mayo de 2013, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 14 de 13 de junio de 2013.

⁵ Guía para la Formulación de políticas públicas sectoriales, SENPLADES, 2011

información y comunicación a emitirse a la ciudadanía, garantizando los principios de transparencia, participación, interculturalidad, etc.

El presente documento define las políticas de comunicación de la Función Ejecutiva y las estrategias para su implementación. Para su construcción se ha tomado como base el resultado de la consultoría denominada “Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva”, la cual establece una propuesta de articulación interinstitucional de la Política Pública de Comunicación en la Función Ejecutiva y presenta una serie de indicadores obtenidos a través de entrevistas a 11 instituciones representativas de la Función Ejecutiva y la revisión documental de normativa, documentación técnica, organizacional y financiera.

2. SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA

2.1. DEFINICIÓN.-

En el marco de lo previsto por la ley Orgánica de Comunicación sobre el Sistema Nacional de Comunicación Social y sus objetivos podemos concluir que el Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva es el conjunto de Instituciones de la Administración Pública Central, los instrumentos, herramientas, políticas y normas que permitan diseñar, ejecutar y evaluar las estrategias de comunicación, información y difusión del Gobierno Nacional fomentando una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa.

El sistema de comunicación de la Función Ejecutiva permite potenciar el mensaje y estrategia de comunicación del Gobierno Nacional a través de la sinergia que se genera por el trabajo coordinado y eficiente de las diferentes instituciones que conforman la Función Ejecutiva; mensaje y estrategia que es diseñada o avalada por el órgano rector de la comunicación sobre la base de las directrices y lineamientos de la Máxima autoridad del Gobierno Nacional.

2.2. RECTORÍA DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA.-

Conforme el artículo 226 de la Constitución de la República del Ecuador, las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades atribuidas en la Constitución y la ley.

De acuerdo al artículo 17-2 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, ERJAFE, las Secretarías Nacionales son organismos públicos con facultades de rectoría, planificación, regulación, gestión y control sobre temas intersectoriales de la Administración Pública. Están representadas por un Secretario Nacional que tendrá rango de Ministro de Estado.

El artículo 2 del Decreto Ejecutivo No. 3 de 30 de mayo de 2013, dispone sustituir el artículo 1 del Decreto Ejecutivo No. 386, publicado en el Registro Oficial 83 de 23 de mayo de 2000 por el siguiente: **“Art 1.- SECRETARÍA NACIONAL DE COMUNICACIÓN.- Créase la Secretaría Nacional**

de Comunicación como entidad de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, dotada de economía presupuestaria, financiera, económica y administrativa.”

El Decreto Ejecutivo No. 386 de 15 de mayo de 2000 en su artículo 2 dispone “*El Secretario General de Comunicación, quien tendrá el rango de Ministro e Integrará el Gabinete Ministerial, dirigirá la ejecución de las políticas de comunicación e información del Estado que se realice a través de la Presidencia de la República y demás entidades de la Función Ejecutiva; así como coordinará la gestión de información y comunicación social de las otras entidades del Estado, dentro de ese ámbito.*”.

De conformidad con el artículo 3 número 2 del Decreto Ejecutivo No. 386 señalado en el considerando anterior, es atribución de la Secretaría Nacional de Comunicación, dirigir la política nacional de comunicación social e información pública del Gobierno Nacional bajo las orientaciones e instrucciones del Presidente de la República, encaminada a estimular la participación de todos los sectores de la población en el proceso de desarrollo nacional.

2.2.1. Atribuciones y Responsabilidades como base para el ejercicio de la rectoría

El Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de la SECOM establece las siguientes atribuciones, responsabilidades y productos en relación a la rectoría y coordinación interinstitucional:

- Entre las atribuciones y responsabilidades de la Secretaría (Despacho) constan: “*2. Establecer y dirigir bajo las orientaciones e instrucciones del Presidente/a de la República, la política nacional de comunicación social e información pública del Gobierno Nacional [...]”; y “3. Asesorar al Gobierno Nacional en materia de comunicación e información pública y coordinar estas actividades, de manera que respondan a un enfoque y estrategia general que se haya determinado coordinadamente con el Presidente/a de la República”.*
- Entre las atribuciones y responsabilidades de la Subsecretaría de Información consta: “*3. Proponer y establecer políticas y lineamientos comunicacionales para las instituciones de la Función Ejecutiva y coordinar procesos participativos con la ciudadanía*”.
- Entre las atribuciones y responsabilidades de la Dirección Nacional de Síntesis y Análisis Institucional consta: “*5. Proponer el Plan de monitoreo de comunicación de política de Gobierno*”; y entre los productos de la Dirección consta: “*3. Plan de Monitoreo*”.
- Entre las atribuciones y responsabilidades de la Dirección Nacional de Enfoque Político consta: “*6. Proponer estrategias de comunicación de la gestión del Gobierno Nacional por áreas de enfoque*”.
- Entre las atribuciones y responsabilidades de la Subsecretaría de Medios Institucionales consta: “*5. Proponer políticas comunicacionales para el desarrollo, actualización de portales web oficiales, de las instituciones de la Función Ejecutiva*”.
- Entre las atribuciones y responsabilidades de la Subsecretaría de Promoción de la Comunicación consta: “*3. Coordinar y/u organizar la participación en medios del Presidente/a*

Constitucional de la República o las demás autoridades de las diferentes Carteras de Estado, en el país y en el exterior”.

- Entre las atribuciones y responsabilidades de la Dirección Nacional de Gestión de la Comunicación consta: “2. *Proponer las herramientas y protocolos de manejo de las relaciones públicas de las autoridades de Gobierno*”.

- Entre las atribuciones y responsabilidades de la Dirección Nacional de Promoción, Innovación y Redes Digitales constan: “3. *Coordinar con las demás instituciones de la Función Ejecutiva el desarrollo e inclusión de nuevos canales de información*”; y “4. *Proponer políticas de gestión y manejo de redes digitales*”.

- Entre las atribuciones y responsabilidades de la Dirección Nacional de Promoción de Eventos, Marketing y Publicidad consta: “2. *Diseñar directrices, herramientas y metodologías para el efectivo desarrollo de planificación estratégica de comunicación integral, planificación de medios de comunicación e imagen institucional*”, y entre los productos de la Dirección consta: “1. *Planificación estratégica global de comunicación integral, manejo de imagen de las autoridades/voceros de la institución y de sus productos alineados al plan global*”.

2.3. ACTORES DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA

Presidente de la República⁶.- Es el Jefe del Estado y de Gobierno y responsable de la administración pública. Entre sus atribuciones y deberes se destaca el “definir y dirigir las políticas públicas de la Función Ejecutiva”, “Dirigir la administración pública en forma descentrada y expedir los decretos necesarios para su integración, organización, regulación y control.” En esta línea el Sr. Presidente de la República emite las directrices bajo las cuales se establecen las estrategias de comunicación de la Función Ejecutiva.

Secretaría Nacional de Comunicación⁷.- Es la entidad Rectora de la Comunicación en la Función Ejecutiva y por tanto la responsable de emitir lineamientos, directrices y procedimientos para el cumplimiento de la estrategia de comunicación del Estado en alineamiento al Plan Nacional de Desarrollo y directrices del Señor Presidente.

Secretaría Nacional de la Administración Pública⁸.- Es la entidad responsable de mejorar la eficiencia de las organizaciones del Estado Central e Institucional a través de políticas y procesos que optimicen la calidad, la transparencia, la prestación y la calidez del Servicio Público. A su vez es la entidad responsable de asesorar y asistir al Presidente de la República en la adopción y ejecución de las políticas de Estado respecto a imagen gubernamental.

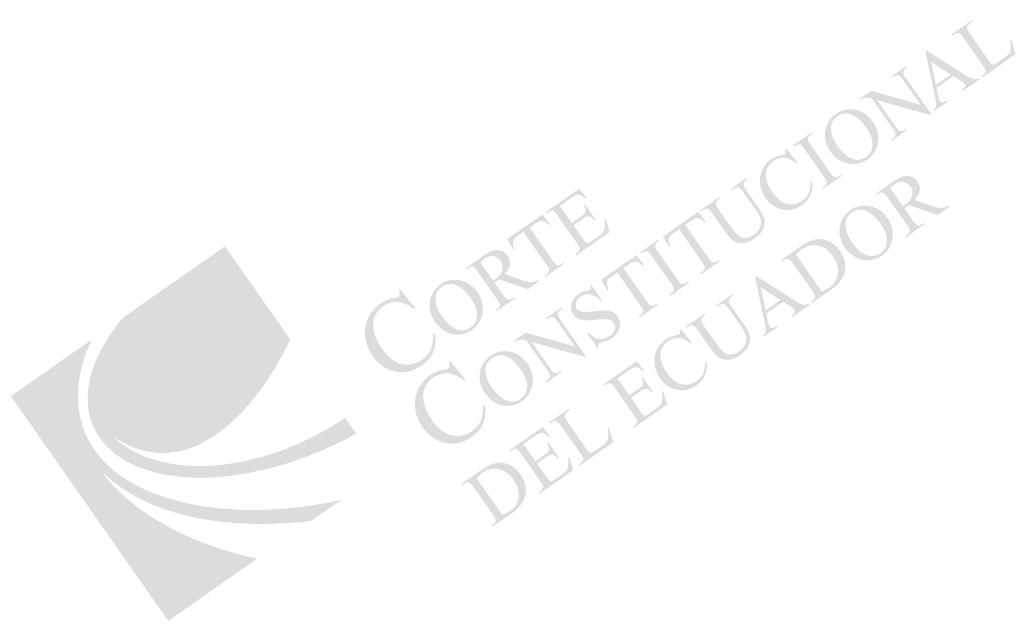
Instituciones de la Administración Pública Central- Corresponden a las diferentes instituciones de la Función Ejecutiva, las cuales a través de sus direcciones o unidades de comunicación y en concordancia con sus atribuciones ejecutarán la política de comunicación definida por la Secretaría Nacional de Comunicación.

⁶ Constitución de la República del Ecuador, Art. 147.

⁷ Decreto ejecutivo No. 168 de 03 de diciembre de 2009.

⁸ Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva, Art. 15.

Ciudadanía.- Constituyen todos los habitantes del Estado Ecuatoriano, los cuales son la razón de ser de la comunicación de la Función Ejecutiva y requieren información verificada, oportuna, contextualizada y contrastada.



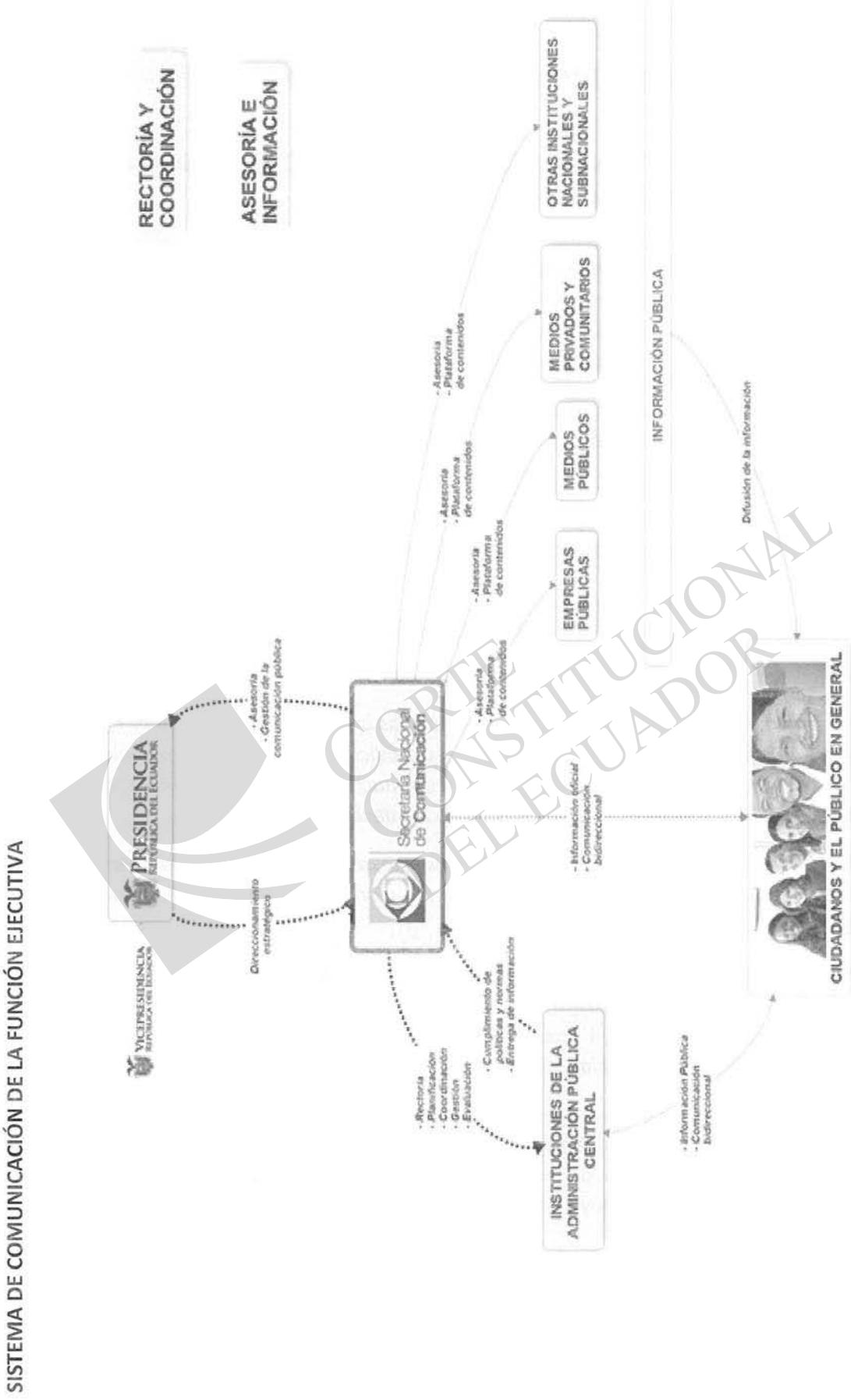


Gráfico 2. Fuente y Elaboración: JABEZSTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva, 2016.

3. MARCO NORMATIVO DE LA COMUNICACIÓN

3.1. LA CONVENCIÓN AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS Y LA COMUNICACIÓN.-

El artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos señala que toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión, la cual puede ser ejercida por todos los medios y no puede ser objeto de censura previa, sino de responsabilidad ulterior. Se cita la norma:

1. *Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.*
2. *El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:*
 - a. *el respeto a los derechos o la reputación de los demás, o*
 - b. *la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.*
3. *No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.*
4. *Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.*
5. *Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.*

Asimismo, la Convención en su artículo 14, consagra el derecho de rectificación o repuesta, manifestando que toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de difusión tiene derecho a la rectificación de la información en las condiciones que establezca la ley.

3.2. LA CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR Y LA COMUNICACIÓN.-

De acuerdo al artículo 11 número 3 de la Constitución de la República del Ecuador, los derechos y garantías establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos serán de directa e inmediata aplicación por y ante cualquier servidora o servidor público, administrativo o judicial, de oficio o a petición de parte. Entre otros, los establecidos en el artículo 16 de la Carta Fundamental, a saber:

- El derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- El derecho al acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- El derecho a la creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

Debemos tener presente que de acuerdo al artículo 408 de la Constitución de la República, son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado los recursos naturales no renovables, así como el espectro radioeléctrico, el mismo que conforme al artículo 313 ibidem, forma parte de los sectores estratégicos conjuntamente con las telecomunicaciones, cuyo derecho de administrar, regular, controlar y gestionar le corresponde al Estado Ecuatoriano.

Asimismo, el artículo 384 de la Constitución de la República, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana.

Sobre la pluralidad y diversidad en la comunicación, la Carta Fundamental establece el deber del Estado para garantizar la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

3.3. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN Y OTRAS NORMATIVAS.-

La Ley Orgánica de Comunicación publicada en el Registro Oficial Suplemento N° 22 de 25 de junio de 2013, tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

De acuerdo al artículo 11 de la Ley señalada en el párrafo anterior, las autoridades competentes adoptarán medidas de política pública destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de grupos humanos que se consideren fundamentalmente, en situación de desigualdad real; respecto de la generalidad de las ciudadanas y los ciudadanos, así por ejemplo, el garantizar el derecho de todas las personas a recibir información de relevancia pública veraz, verificada, precisa, contextualizada, plural y sin censura previa acerca de los hechos, procesos y acontecimientos de interés general o de relevancia pública.

El artículo 22 de la Ley Orgánica de Comunicación describe cada una de las características de la información de relevancia pública, a saber:

- La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido.
- La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.
- La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.
- La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística.

Asimismo, el artículo 83 de la Ley de Comunicación establece que las Funciones del Estado y los gobiernos autónomos descentralizados están facultados a crear medios de comunicación públicos de carácter oficial, los cuales tienen como objetivo principal difundir la posición oficial de la entidad pública que los crea en relación a los asuntos de su competencia y los de interés general de la ciudadanía, cumpliendo con las responsabilidades comunes a todos los medios de comunicación establecidas en el Art. 71 de esta Ley.

Los medios oficiales se financiarán exclusivamente con presupuesto de la función o del gobierno autónomo descentralizado que los crea y los ingresos provenientes de la venta de publicidad a instituciones del sector público.

Conforme el artículo 226 de la Constitución de la República, las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades atribuidas en la Constitución y la ley.

Por mandato constitucional contenido en el artículo 141 de la Carta Fundamental, la Función Ejecutiva está integrada por la Presidencia y Vicepresidencia de la República, los Ministerios de Estado y los demás organismos e instituciones necesarios para cumplir, en el ámbito de su

competencia, las atribuciones de rectoría, planificación, ejecución y evaluación de las políticas públicas nacionales y planes que se creen para ejecutarlas.

Dentro de las atribuciones de la Función Ejecutiva determinadas en el artículo 10-2 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva – ERJAFE, constan las siguientes:

“c) Coordinación.- Es la facultad de concertar los esfuerzos institucionales múltiples o individuales para alcanzar las metas gubernamentales y estatales, cuyo objetivo es evitar duplicación de esfuerzos por parte de las entidades que conforman el Ejecutivo o retrasos en la consecución de los objetivos de desarrollo;

[...]

g) Rectoría.- Es la facultad de emitir políticas públicas nacionales o de Estado que orientan las acciones para el logro de los objetivos y metas del desarrollo, así como para definir sistemas, áreas y proyectos estratégicos de interés nacional, en función de su importancia económica, social, política o ambiental. Corresponde exclusivamente al Gobierno Central; y,

h) Regulación.- Es la facultad de emitir normas para el adecuado y oportuno desarrollo y cumplimiento de la política pública y la prestación de los servicios, con el fin de dirigir, orientar o modificar la conducta de los agentes regulados”.

En el mismo sentido, de acuerdo al artículo 17-2 del ERJAFE, las Secretarías Nacionales son organismos públicos con facultades de rectoría, planificación, regulación, gestión y control sobre temas intersectoriales de la Administración Pública. Estarán representadas por un Secretario Nacional que tendrá rango de Ministro de Estado.

La Secretaría Nacional de Comunicación, fue creada como entidad de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, mediante Decreto Ejecutivo No. 3 de 30 de mayo de 2013. Entre sus atribuciones y funciones se encuentran:

“3. Bajo las orientaciones e instrucciones del Presidente de la República establecer y dirigir la política nacional de comunicación social e información pública del Gobierno Nacional, encaminada a estimular la participación de todos los sectores de la población en el proceso de desarrollo nacional;

4. Informar a la comunidad nacional sobre las políticas, programas, acciones y obras del Gobierno, con el propósito de fomentar su participación contributiva y receptiva alrededor de los objetivos nacionales permanentes que persigue el Gobierno de la República;”

El Decreto Ejecutivo No. 386 de 15 de mayo de 2000 en el artículo 2 dispone: *“El Secretario General de Comunicación, quien tendrá el rango de Ministro e Integrará el Gabinete Ministerial, dirigirá la ejecución de las políticas de comunicación e información del Estado que se realice a través de la Presidencia de la República y demás entidades de la Función Ejecutiva; así como coordinará la gestión de información y comunicación social de las otras entidades del Estado, dentro de ese ámbito.”*

4. DIAGNOSTICO

4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL.-

ENTE RECTOR DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Análisis Interno de la Secretaría Nacional de Comunicación:

La Secretaría Nacional de Comunicación debe establecer mecanismos que aseguren la calidad de la comunicación en todos los niveles de la Función Ejecutiva bajo una disposición directa, lineamiento político-comunicacional permanente que permita fortalecer los mensajes oficiales con las diferentes unidades de comunicación, llegando de forma clara y eficientemente a la ciudadanía.

Problemática para el cumplimiento de la Rectoría por parte de la SECOM:⁹

- Dispersión de los recursos de comunicación en las diferentes instituciones de la Función Ejecutiva sin que exista una coordinación integral de los mismos;
- Dificultades de coordinación de recursos comunicacionales en territorio, los cuales se multiplican ante la falta de procesos definidos;
- Falta de ejecución de talleres para revisar agenda mediática con todos los comunicadores del ejecutivo;
- Falta de políticas claras para uso compartido de recursos comunicacionales;
- Limitada estructura que soporte la gestión interinstitucional con las unidades de comunicación;
- Rotación de personal de las Direcciones y unidades de comunicación.
- Falta de sistemas informáticos que permitan la coordinación inmediata de las diferentes unidades de comunicación.
- Falta de un sistema permanente de monitoreo y evaluación del impacto comunicacional de los diferentes productos comunicacionales generados por la Función Ejecutiva.

Evidencias de la situación actual respecto a la problemática para el cumplimiento de la rectoría

- Grupos individuales de comunicación, en territorio sin coordinación entre sí;
- No se cuenta con un reporte único y consolidado de las unidades de comunicación bajo la rectoría de la SECOM.
- Falta de consolidación de servicios comunes requeridos por las diferentes unidades de comunicación, ejemplo: monitoreo de medios.

⁹ Problemática identificada en el taller de diagnóstico de las capacidades internas de la SECOM, realizado dentro de la Consultoría para el Desarrollo de la Estrategia de Comunicación Pública para la Función Ejecutiva a cargo de la empresa e-Strategia Consulting Andes.

- Empleo de varios equipos y personal propio de cada entidad, para coberturas de eventos con participación de varias autoridades.

UNIDADES DE COMUNICACIÓN DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA

Análisis Interno de las Direcciones o Unidades de Comunicación de la Función Ejecutiva.

Las Direcciones¹⁰ o unidades de comunicación son unidades administrativas que tienen la competencia de asesorar a su máxima autoridad en temas comunicacionales, planificar, coordinar, diseñar, supervisar y ejecutar campañas, eventos, piezas y productos comunicacionales, relaciones públicas y temas afines. Todo esto en alineación a la estrategia nacional de comunicación definida por el ente rector de la comunicación de la Función Ejecutiva.

Problemática para el Cumplimiento de las Competencias de las Unidades de Comunicación:¹¹

- No existe una inducción formal al interior de las unidades de comunicación para conocer las políticas y procesos de coordinación con el ente rector de la comunicación (SECOM).
- Falta de coordinación en el desarrollo de los productos comunicacionales con la Secretaría Nacional de Comunicación, generando la introducción de cambios de última hora.
- No existe un manual de procesos estandarizado para la aprobación o coordinación de productos comunicacionales.
- No existe políticas de comunicación formalizadas.
- No existe la implementación de estructuras de comunicación tipo.
- No existen perfiles homologados para las unidades de comunicación.

Evidencias de la situación actual⁴

- Cambios de líneas argumentales en boletines publicados.
- El único manual ampliamente difundido con las unidades de comunicación es el referente al Enlace Ciudadano.
- Las Campañas publicitarias son puestas en conocimiento tanto de la Secretaría Nacional de Comunicación como de la Secretaría Nacional de la Administración Pública.

¹⁰ Consultoría para el Desarrollo de la Estrategia de Comunicación Pública para la Función Ejecutiva a cargo de la empresa e-Strategia Consulting Andes. Informe Diagnóstico Sistema. Pág. 18

¹¹ Problemática identificada en el taller de diagnóstico del Sistema de Comunicación realizado con Directores de Comunicación Social de varias instituciones representativas, realizado en el marco de la Consultoría para el Desarrollo de la Estrategia de Comunicación Pública para la Función Ejecutiva a cargo de la empresa e-Strategia Consulting Andes.

4.2. INDICADORES DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN.-

Frecuencia de Identificación de Herramientas de Coordinación.

La gestión de la comunicación e información de la Función Ejecutiva se coordina desde el ente rector hacia las diferentes direcciones o unidades de comunicación a través de la generación de llamadas telefónicas y E-Mails tal como lo denota el siguiente cuadro de mecanismos de coordinación, el cual fue generado en base a encuestas realizadas a 11 unidades de comunicación representativas de la Función Ejecutiva, las cuales contaron en conjunto con aproximadamente el 22% del monto total asignado en ítems de comunicación a las entidades de la Administración Pública Central. Denotando de esta forma la falta de implementación de herramientas y procesos formales de interrelación.

MECANISMO UTILIZADO	OPCIÓN	
	SI	NO
Protocolos	1	10
Políticas	3	8
Manuales/instructivos	5	6
Capacitaciones	5	6
Sesiones	6	5
Llamadas Telefónicas	9	2
Oficios / E-Mails	11	0

Cuadro 1. Fuente: JABEZSTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva. Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.



Gráfico 3. Fuente: JABEZSTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva. Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

Porcentaje de Tiempo Destinado a Comunicación Prospectiva.

La comunicación Prospectiva constituye la planificación e implementación de la estrategia de comunicación del gobierno nacional de forma coordinada y programada de tal forma que la información y el mensaje que se desee comunicar tenga el impacto esperado en la ciudadanía. Sin embargo, de ello en la actualidad la comunicación es reactiva, lo cual es resaltado por las unidades de comunicación las cuales destinan un 54,55% de su tiempo a una comunicación reactiva, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

# Institución	Comunicación Prospectiva	Comunicación Reactiva
1	70%	30%
2	80%	20%
3	20%	80%
4	70%	30%
5	60%	40%
6	10%	90%
7	40%	60%
8	10%	90%
9	30%	70%
10	70%	30%
11	40%	60%
Promedio	45,45%	54,55%

BEZTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva. Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

Porcentaje de Coordinación de la Secretaría Nacional de Comunicación con las Unidades de Comunicación.

La Secretaría Nacional de Comunicación como ente rector de la comunicación en la Función Ejecutiva, debe coordinar las actividades y productos que generan las diferentes unidades de comunicación; sin embargo, de un análisis realizado con la participación de 11 unidades de comunicación se obtuvieron los siguientes resultados:

a) **Porcentaje de Planificación y Gestión de la Comunicación.**– Respecto a productos generados por las direcciones o unidades de comunicación tales como planes de comunicación, agendas de comunicación prospectiva, manual de imagen institucional, manuales de comunicación en crisis, plan de relaciones públicas, entre otros; estos en un número importante no han sido desarrollados o difundidos bajo la coordinación de la Secretaría Nacional de Comunicación, tal como lo denota los resultados de una encuesta realizada a 11 direcciones de comunicación de entidades de la Función Ejecutiva, de las cuales 5 de 11 entidades señalaron que no han coordinado el desarrollo de sus productos con la Secretaría Nacional de Comunicación. El detalle de productos y nivel de coordinación se presenta en el siguiente gráfico:

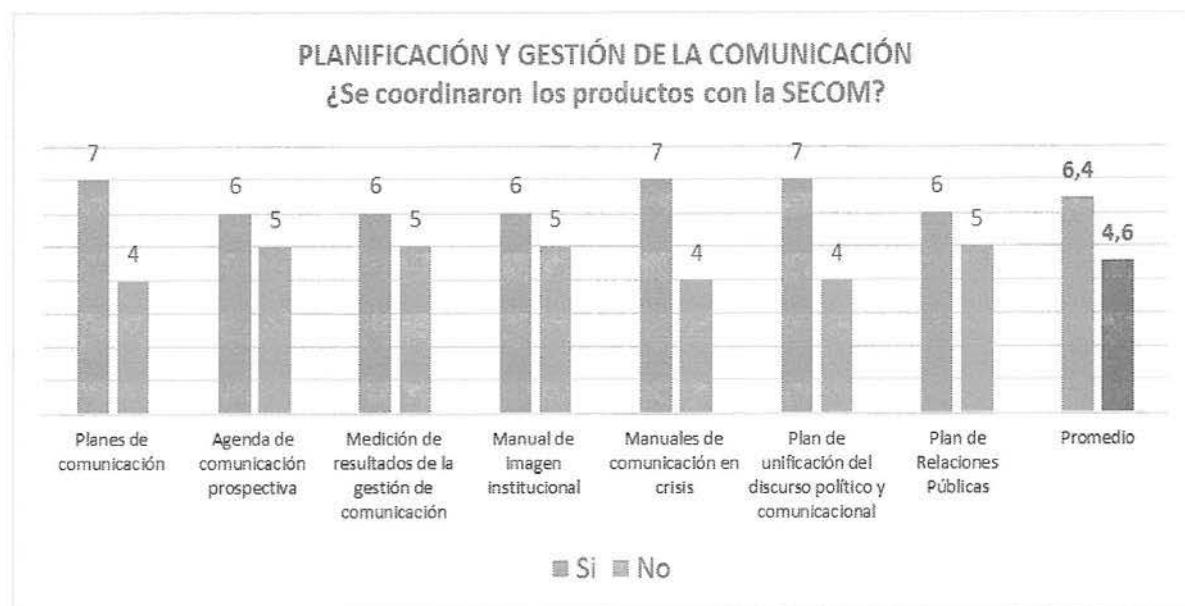


Gráfico 4. Fuente: JABEZSTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva. Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

b) **Porcentaje de Coordinación del Análisis Político.**– La gestión de análisis político compuesto por el monitoreo de medios de comunicación, la síntesis de la información publicada por los diferentes medios, el análisis mediático y el plan de líneas argumentales son ejecutados por las unidades de comunicación con un importante nivel de coordinación de la Secretaría Nacional de Comunicación, a tal punto que de 11 direcciones de comunicación consultadas únicamente 2 señalaron no coordinar con la Secretaría Nacional de Comunicación el desarrollo de síntesis y análisis mediáticos, como lo denota el siguiente gráfico:

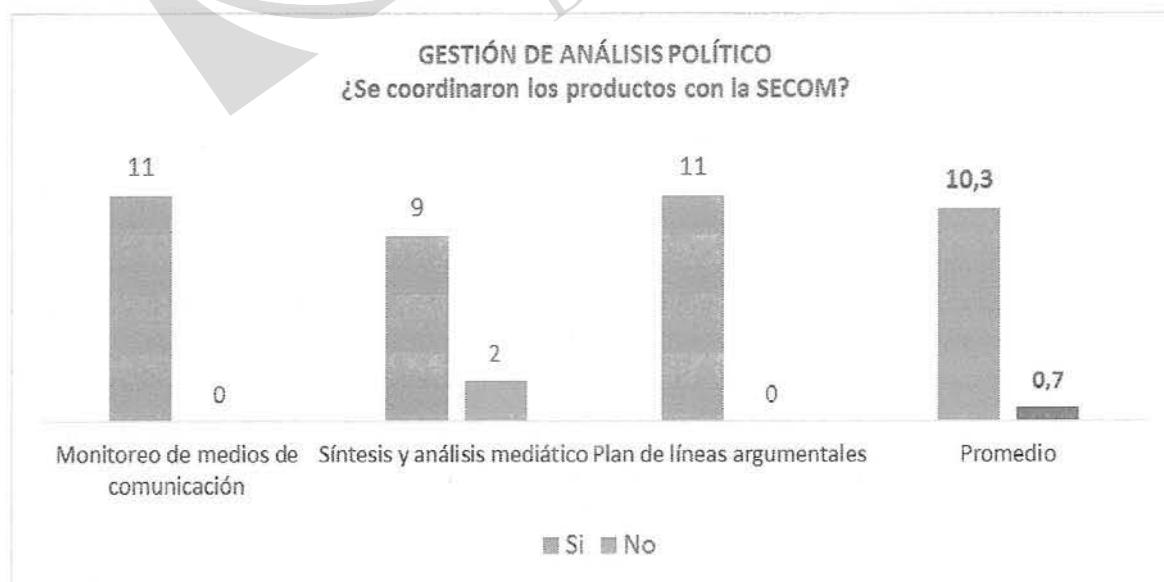


Gráfico 5. Fuente: JABEZSTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva. Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

c) **Porcentaje de Coordinación de las Relaciones Públicas.**– Respecto a los productos y actividades de relaciones públicas de las direcciones o unidades de comunicación, estás han coordinado el desarrollo y difusión de los mismos con la Secretaría Nacional de Comunicación denotando que en el manejo de relaciones públicas existe una clara delimitación y rectoría definida por la Secretaría Nacional de Comunicación. Lo señalado se evidencia en el siguiente gráfico el mismo que nos muestra los diferentes productos relacionados a la gestión de relaciones públicas y el nivel de coordinación de las unidades de comunicación con la Secretaría Nacional de Comunicación en cada uno de ellos:

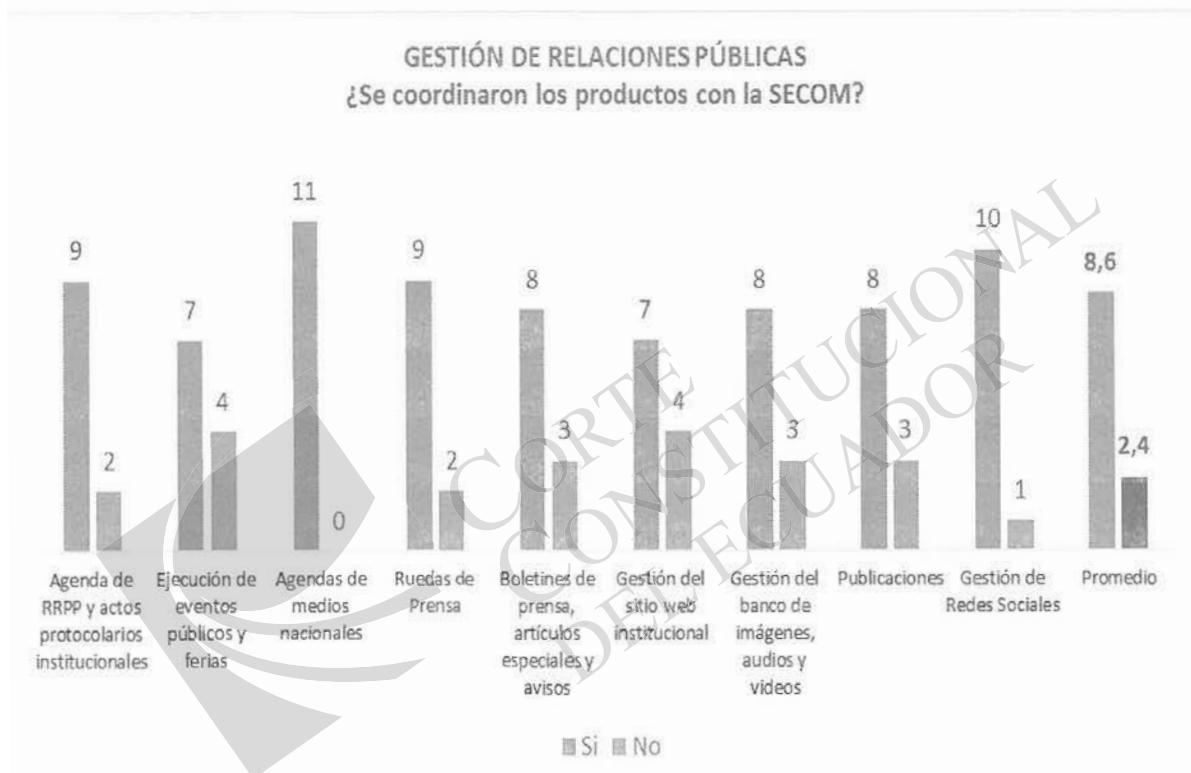


Gráfico 6. Fuente: JABEZSTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva. Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

d) **Porcentaje de Coordinación de la Gestión de Publicidad y Marketing.**– En relación a las actividades de publicidad y marketing generadas por las direcciones o unidades de comunicación, estas cuentan con la Coordinación de la Secretaría Nacional de Comunicación en el desarrollo de determinados productos tales como los materiales audiovisuales o materiales gráficos; sin embargo productos como las campañas publicitarias se desarrollan bajo la coordinación de la Secretaría Nacional de la Administración Pública.



Gráfico 7. Fuente: JABEZSTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva. Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

Finalmente, es importante señalar que, de acuerdo a los indicadores analizados, se evidencia el desarrollo de productos comunicacionales por parte de las diferentes Direcciones o unidades de comunicación con la respectiva coordinación de la Secretaría Nacional de Comunicación; sin embargo, de lo cual esta coordinación se limita a determinados productos y no está inmerso en una gran política de comunicación de la Función Ejecutiva.

Porcentaje de Indicadores de Resultado e Impacto Empleados por parte de las Unidades de Comunicación.

La comunicación al igual que las diferentes acciones que ejecutan las instituciones de la Función Ejecutiva, requieren de una evaluación periódica que permita evidenciar sus resultados e impactos en la ciudadanía; sin embargo, de ello el número de indicadores de resultado o impacto de la comunicación en las diferentes unidades es limitado llegando a un 11% según se aprecia en el siguiente gráfico:



Gráfico 8. Fuente: JABEZSTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva. Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

4.3. PROBLEMÁTICA DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN.-

Ausencia de una Estrategia Nacional de Comunicación.- La estrategia de comunicación es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. (López Viera, 2003: 214). De las entrevistas ejecutadas por la consultora e-Strategia en el marco del desarrollo de la Intensión estratégica de la Secretaría Nacional de Comunicación, se extrae la siguiente observación: “El Sistema de Comunicación Gubernamental liderado por la SECOM enfrenta retos de vital importancia y urgencia, por lo que se hace indispensable priorizar acciones estratégicas que le permitan planificar mejor, coordinar y acompañar más de cerca a las DIRCOM, y regular mejor el uso de recursos humanos, técnicos y financieros.”¹²

Causas Identificadas:

- Falta de un documento formal de estrategia de comunicación.
- Falta de formalización de directrices de comunicación.
- Falta de capacitación en la estrategia de comunicación.

Ausencia de un plan integrado de comunicación del ejecutivo.- Las instituciones de la Administración Pública Central realizan su actividad comunicacional de manera aislada, privilegiando la difusión institucional y de sus autoridades en detrimento de procesos de difusión estructurada y que responda a objetivos nacionales. La ciudadanía recibe una gran variedad de información y mensajes los cuales al no estar coordinados no cumplen con el objetivo deseado.¹³ No se evidencia la existencia de ningún instrumento, iniciativa, proceso, etc. mediante el cual se pueda armonizar el quehacer comunicacional de las entidades que constituyen el ejecutivo, de manera que exista un enfoque homogéneo en la difusión de la información relevante de cada institución y el mensaje del Gobierno Nacional, permitiendo que se potencie el impacto de los procesos comunicacionales de acuerdo a las complementariedades que puedan instrumentarse, se reduzca y optimice el costo y recursos aplicados, se alcance niveles de pertinencia y oportunidad deseados.

Causas Identificadas:

- Ausencia de instrumentos formales de coordinación del accionar comunicacional de las unidades de comunicación.
- Falta de formalización de directrices de comunicación.

¹² Consultoría para el Desarrollo de la Estrategia de Comunicación Pública para la Función Ejecutiva a cargo de la empresa e-Strategia Consulting Andes. Informe Diagnóstico Sistema. Pág. 38

¹³ Consultoría para el Desarrollo de la Estrategia de Comunicación Pública para la Función Ejecutiva a cargo de la empresa e-Strategia Consulting Andes. Informe Diagnóstico Sistema. Pág. 16-17

- Falta de capacitación en la estrategia de comunicación.

Ausencia de Claridad en los Mensajes a la Ciudadanía.- En la actualidad la ciudadanía recibe y tiene acceso a una gran variedad de fuentes de información, muchas de las cuales no necesariamente son verificadas o contextualizadas, lo cual lo vuelve vulnerable a la desinformación, mucho más cuando los mensajes que emiten las diferentes unidades de comunicación no guardan una coordinación generando mensajes dispersos y confusos.

Causas Identificadas:

- Inasistencia de autoridades o vocerías invitadas a entrevistas pautadas.
- Ausencia de un discurso político unificado.
- Falta de entrega oportuna de información de las instituciones.

Falta de Priorización en el enfoque Comunicacional.- La Secretaría Nacional de Comunicación y las diferentes unidades de comunicación han centrado su atención respecto a la comunicación en sus respectivas autoridades, así en el caso de la SECOM existe una concentración en las actividades del Señor Presidente, limitando la generación de un enfoque prospectivo que impulse el accionar de las diferentes unidades de comunicación. Por su parte las unidades de comunicación se han centrado en resaltar las actividades de sus respectivas autoridades, limitando de esta forma una comunicación estratégica y coordinada.¹⁴

Causas Identificadas:

- Falta de formalización de directrices de comunicación.
- No se evidencia posicionamiento de la rectoría de la SECOM.
- Priorización de lo coyuntural.

Comunicación Extemporánea a la Ciudadanía.- La oportunidad es una característica que debe presentar la comunicación para que esta sea eficiente, caso contrario a pesar de que el mensaje deseado llegue, este es extemporáneo y por tanto inútil. Esta característica tan apreciada no se cumple sobre la base de lo requerido.

Causas Identificadas:

- Falta de promoción de eventos con suficiente anticipación.
- Entrega extemporánea de la información.
- Las unidades de comunicación no manejan calendarios de acción.
- Páginas institucionales desactualizadas.

¹⁴ Consultoría para el Desarrollo de la Estrategia de Comunicación Pública para la Función Ejecutiva a cargo de la empresa e-Strategia Consulting Andes. Informe Diagnóstico Sistema. Pág. 16-17

Limitada Articulación de los recursos de comunicación.– La ejecución de la estrategia de comunicación requiere de la aplicación de recursos tanto físicos como de talento humano, los mismos que son limitados y por ende se deben emplear con el mayor nivel de eficiencia posible. Es en esta línea que se ha detectado dificultades para una adecuada coordinación con las unidades de comunicación para el uso de los diferentes recursos.

Causas Identificadas:

- Falta de un registro actualizado del personal de comunicación existente en cada una de las unidades de comunicación y su notificación a la Secretaría Nacional de Comunicación.
- Falta de un registro de equipos de comunicación consolidado.
- Falta de herramientas de coordinación en territorio.
- Incumplimiento de las unidades de comunicación a las directrices de la Secretaría Nacional de Comunicación.
- Falta de procesos claros y formalizados.

Limitadas Herramientas tecnológicas para la Gestión de la Comunicación.– La ejecución de la estrategia de comunicación requiere de herramientas tecnológicas que faciliten la coordinación y gestión de la comunicación; sin embargo, no se cuenta con un sistema informático que permita incrementar la eficiencia en la gestión de la comunicación.

Causas Identificadas:

- Falta de recursos para el desarrollo e implementación de un sistema informático.
- Falta de equipamiento tecnológico que soporte un sistema informático de comunicación.

4.4. FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN..-

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización o sistema, en función de sus características internas y externas con el propósito de desarrollar una estrategia para el futuro. Dicha herramienta se aplicó al sistema de comunicación en función de las entrevistas ejecutadas a instituciones públicas del ámbito de la comunicación, en el marco de la consultoría para el desarrollo de la estrategia de comunicación pública para la Función Ejecutiva a cargo de la empresa e- Strategy Consulting Andes, obteniendo los siguientes elementos claves:

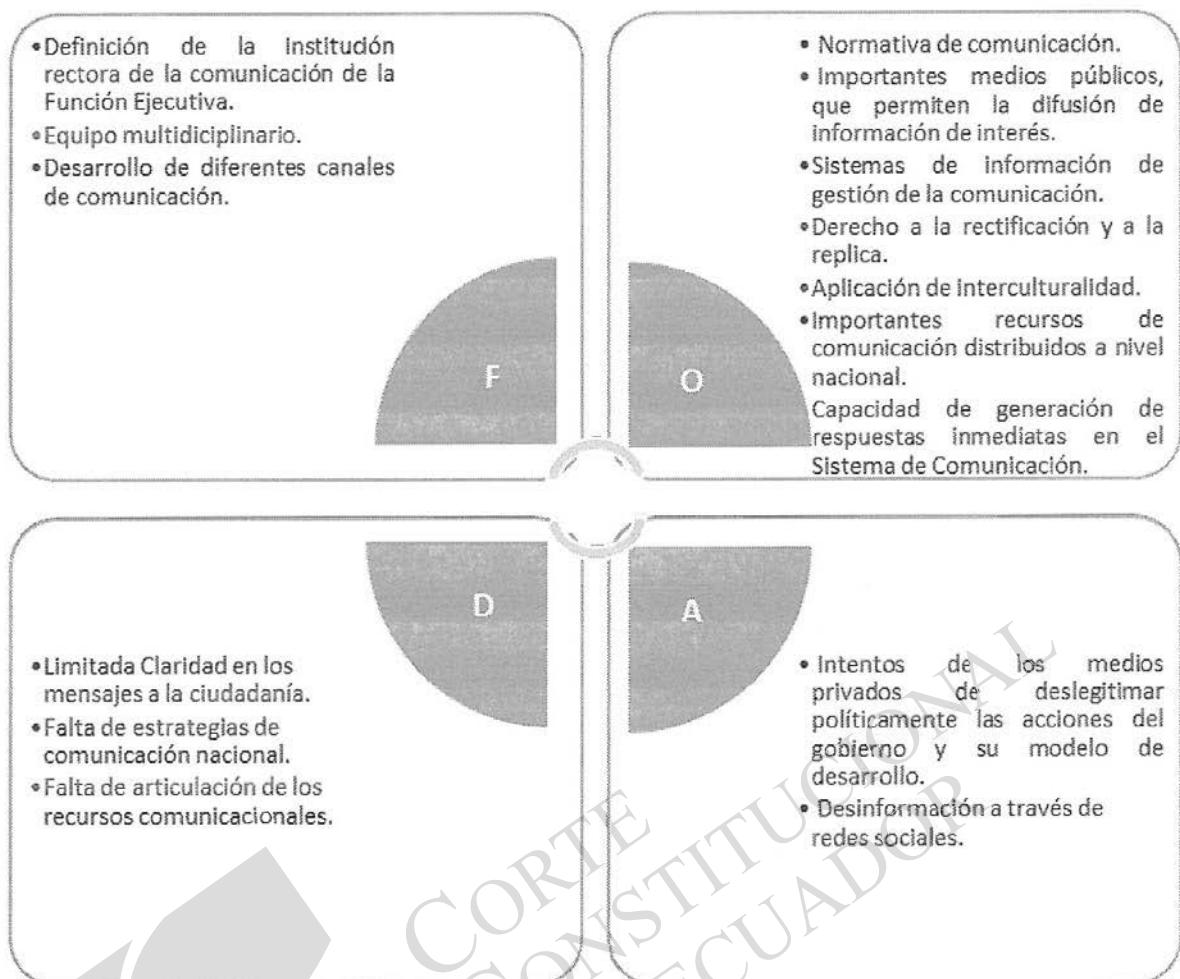


Gráfico 9. Fuente y Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

5. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN.

5.1. Modelo de Comunicación de la Función Ejecutiva.

La adecuada implementación de una política requiere de un modelo de gestión, que permita que la misma sea adoptada y comprendida por quienes son los responsables de su ejecución. Es así que se ha diseñado un modelo de comunicación para la Función Ejecutiva que permita identificar y aplicar adecuadamente la Estrategia Nacional de Comunicación en concordancia con la coyuntura y las directrices del ente rector de la comunicación en la Función Ejecutiva.

La propuesta del modelo de comunicación se sustenta en el Modelo de Negocios Canvas¹⁵, creado por Alexander Osterwalder, este modelo constituye una importante herramienta para crear modelos de negocio de una forma rápida y sencilla a través del análisis de 9 módulos básicos que reflejan la lógica que sigue una institución para obtener beneficios/ingresos.

En función al Modelo de Negocio Canvas se presenta una estructura diseñada para empresas privadas, se ha reemplazado el módulo Fuentes de ingreso por el módulo denominado Ciudadanía Informada, esto debido a que las acciones emprendidas respecto a comunicación no se enfocan en un retorno económico, por el contrario, se busca un beneficio social el cual constituye contar con una ciudadanía informada. Con esta adaptación los 9 módulos del modelo de comunicación son: Alianzas Estratégicas, Procesos Clave, Recursos Clave, Propuesta de Valor, Canales, Relaciones con el Beneficiario, Beneficiario, Estructura de Costos y Ciudadanía Informada.

Alianzas Estratégicas.- Corresponden al relacionamiento con instituciones o personas claves con las que es necesario trabajar para obtener los productos comunicacionales deseados en relación a información, tipo de producto, alcance, medio de difusión, etc. Es importante señalar que el principal aliado estratégico para las unidades de comunicación es la Secretaría Nacional de Comunicación, la misma que presta el asesoramiento y directrices necesarias para cumplir con la estrategia de comunicación del Gobierno Nacional. En su calidad de ente rector de la comunicación en el Ecuador.

Procesos Clave.- Constituyen los principales procesos que se deben ejecutar para informar oportuna y eficientemente a la ciudadanía. Los procesos claves para cumplir con este objetivo son:

- Gestión de Información.
- Gestión de Análisis Político.
- Gestión de Relaciones Públicas.
- Gestión de Promoción de la Comunicación.
- Gestión de Manejo de Crisis.

¹⁵ Generación de Modelos de Negocio. Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. Editorial Deusto.

Recursos Clave.- Corresponden a los recursos físicos y al talento humano que se requiere para generar los productos comunicacionales necesarios para informar oportunamente a la ciudadanía, estos requieren de una adecuada coordinación con las diferentes instituciones y el ente rector de la comunicación en la Función Ejecutiva.

Propuesta de Valor.- Constituye la propuesta respecto a qué factores caracterizarán a la comunicación gubernamental y que la diferencian de otros medios que también transmiten información a la ciudadanía, entre los factores diferenciadores de la comunicación están la transparencia, objetividad, contraste de la información, etc.

Relaciones con el Beneficiario.- Constituye la determinación del tipo de relación que se mantendrá acorde al tipo de beneficiario, así por ejemplo se puede mantener una relación personalizada a través de la realización de eventos y ferias; un relacionamiento virtual a través de redes sociales, un relacionamiento a distancia a través del empleo de medios como la prensa, radio o televisión, etc.

Canales.- Los canales definen la forma mediante la cual se enviará el mensaje que se desea comunicar. Estos pueden ser: radio, televisión, prensa, redes sociales, entre otros.

Beneficiario.- El eje de la comunicación del Gobierno Nacional es toda la ciudadanía; sin embargo, en función del mensaje que se pretenda difundir y los beneficiarios, esta puede ser focalizada en un segmento de la población. Siendo primordial una correcta definición del público objetivo, sus gustos y preferencias.

Estructura de Costos.- Corresponde a las contrataciones que se deben ejecutar para poder emprender las acciones comunicacionales dentro de las que se destacan las referentes a producción, edición, impresión, etc. en el caso de las unidades de comunicación e investigaciones y estudios en el caso de la Secretaría Nacional de Comunicación, las mismas que deberán considerar los principios de legalidad, trato justo, igualdad, calidad, vigencia tecnológica, oportunidad, concurrencia, transparencia, publicidad; y, participación nacional en concordancia con la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Ciudadanía Informada.- Corresponde al resultado de las diferentes acciones que se emprendan en cada uno de los módulos analizados, los cuales al ser ejecutados eficientemente permitirán llegar a la ciudadanía con información de interés y calidad, cumpliendo con el derecho de la ciudadanía a estar bien informada.

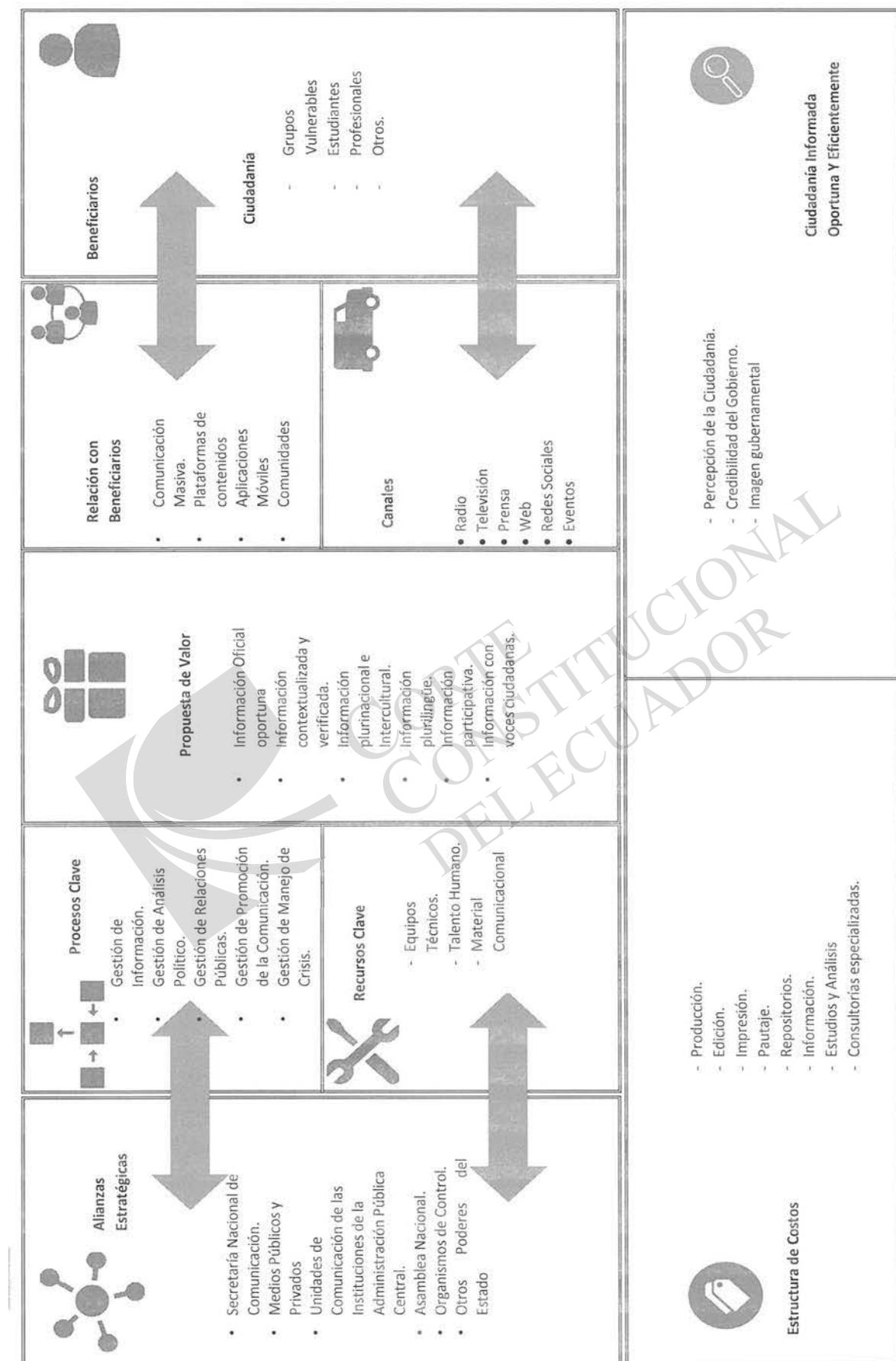


Gráfico 10. Fuente y Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

5.2. Principios del Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva.-

Los principios del sistema de comunicación son reglas de carácter general que deben cumplirse con el propósito de alcanzar una comunicación OPORTUNA Y ADECUADA PARA LA CIUDADANIA.

Participación.- Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios públicos, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos impulsarán una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

Planificación.- La comunicación del Estado deberá ser planificada en todos sus niveles de tal forma que genere el uso eficiente de recursos y se construya un mensaje comunicacional de fácil acceso a la ciudadanía.

Oportunidad.- La comunicación del Estado deberá ser oportuna, esto implica que debe llegar a la ciudadanía en un momento en el cual la información es útil y con un mensaje claro.

Calidad.- La comunicación del Estado deberá ser de calidad, esto es cumplir con los estándares definidos por la Secretaría Nacional de Comunicación respecto al mensaje que se quiere emitir, el medio, la imagen y la estrategia a emplear.

Accesibilidad.- La comunicación del Estado deberá ser de fácil acceso a la ciudadanía, es decir que esté disponible en diferentes medios, formatos e idiomas acorde a las necesidades de la ciudadanía, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas.

Coherencia.- La comunicación deberá ser coherente con el proyecto político y los objetivos nacionales definidos por el Gobierno, es decir mantendrá una alineación directa a los mismos y los impulsará desde el ámbito de sus competencias.

5.3. Pilares y Objetivos del Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva¹⁶

Los Pilares del Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva constituyen los habilitantes para el desarrollo de la comunicación gubernamental, en esta línea deben

¹⁶ Adaptado de: *Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva*. JABEZSTRATEGIA, S., 2016.

estar en concordancia con la Constitución, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) y su Reglamento, cuyo marco ha sido construido de una forma participativa y constituyen lo que debe ser la comunicación. Sobre la base de los pilares del sistema de comunicación se estructuran los objetivos del sistema de comunicación.

La Constitución y la Comunicación:

Respecto a comunicación, la Constitución del Ecuador identifica varias características relevantes que esta debe contener, así podemos señalar las siguientes:

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad. [...]

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación [...].

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. [...]

La Ley Orgánica de Comunicación:

En relación a la Ley Orgánica de Comunicación se han extraído los principios que esta presenta:

Art. 11.- Principio de acción afirmativa. - Las autoridades competentes adoptarán medidas de política pública destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de grupos humanos que se consideren fundamentalmente, en situación de desigualdad real; respecto de la generalidad de las ciudadanas y los ciudadanos. [...]

Art. 12.- Principio de democratización de la comunicación e información. - Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación, propenderán permanente y progresivamente a crear las

condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación, a crear medios de comunicación, a generar espacios de participación [...].

Art. 13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua [...]

Art. 15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

Art. 16.- Principio de transparencia.- Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

Desarrollo de Pilares del Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva

El marco regulatorio analizado, nos presenta las siguientes características a las cuales se incorporan los principios de la ley de Comunicación y los definidos para el Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva.

Características Primordiales (Constitución)	Principios (Ley de Comunicación)	Principios (Sistema de Comunicación)
<ul style="list-style-type: none"> • Libre • Intercultural • Incluyente • Diversa • Participativa • Plural • Veraz • Verificada • Oportuna • Contextualizada • Sin censura previa • Con responsabilidad ulterior 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso universal en igualdad de condiciones • Interculturalidad • Acción afirmativa • Plurinacionalidad d • Participación • Transparencia • Democratización 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación • Interculturalidad • Plurinacionalidad d • Planificación • Oportunidad • Calidad • Democratización

Cuadro 3. Fuente: JABEZSTRATEGIA, S.A. Consultoría Desarrollo de la Estrategia de Comunicación para la Función Ejecutiva. Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

En función del análisis realizado se plantean los siguientes pilares para el Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva los mismos que consideran el incremento de la eficiencia y la eficacia en la comunicación del Gobierno Nacional, la normativa analizada y principalmente el derecho de la ciudadanía a la información:

1. LA INFORMACIÓN ES DE TODOS Y PARA TODOS

- Libre – Intercultural – Incluyente – Diversa – Plural – Acceso universal en igualdad de condiciones – Plurinacionalidad – Democratización –

2. DIFUNDIR OPORTUNA Y EFICIENTEMENTE LA REALIDAD

- Participativa – Planificación – Oportunidad – Calidad

3. RELATO DE VERDAD CON RESPONSABILIDAD

- Veraz – Verificada – Oportuna – Contextualizada – Sin censura previa – Con responsabilidad ulterior – Transparencia –

5.3.1. Despliegue de Objetivos

5.3.1.1. La Información es de Todos y para Todos

Incrementar la cercanía del Gobierno a sus Mandantes.

El presente objetivo consiste en identificar: las necesidades de la ciudadanía respecto a información de índole gubernamental, los canales a través de los cuales desearía recibir dicha información, como esta debería ser segmentada, el formato a emplearse, etc. En síntesis, lo que se busca es que el ciudadano o ciudadana reciba información del Gobierno Nacional con base en sus expectativas y preferencias, para lo cual las instituciones deberán conocer el segmento, canal y mensaje a emplearse acorde a las necesidades existentes.

Estrategias Propuestas

- ❖ Institucionalizar el conocimiento y uso efectivo de la opinión pública para la toma de decisiones.
- ❖ Fortalecer los procesos de intercambio de información, opiniones, criterios y puntos de vista entre el gobierno y la sociedad.
- ❖ Diversificar los productos comunicacionales oficiales por etnia, lenguaje, etc.
- ❖ Fortalecer el uso de los espacios y canales de comunicación abierta en medios tradicionales y no tradicionales.

Indicadores Propuestos

- ❖ Porcentaje de canales oficiales de comunicación bidireccional gobierno ciudadano/a.
- ❖ Índice de penetración de los mensajes de los medios y programas oficiales.
- ❖ Índice de penetración de los mensajes de los productos audiovisuales generados.
- ❖ Porcentaje de cobertura de Enlace Ciudadano por etnia/lengua (1 indicador por etnia/lengua).
- ❖ Porcentaje de productos comunicacionales oficiales que incluyen la opinión pública en sus procesos de diseño, producción y difusión.
- ❖ Número de seguidores de las cuentas institucionales seleccionadas y priorizadas.
- ❖ Promedio de retuit de las cuentas institucionales seleccionadas y priorizadas.
- ❖ Número de nuevos espacios de diálogo generados en medios no tradicionales y digitales.
- ❖ Porcentaje de planes con enfoque al ciudadano.

5.3.1.2. Difundir Oportuna y Eficientemente la Realidad

Incrementar la eficiencia y coherencia de la comunicación pública de las instituciones de la Función Ejecutiva.

El presente objetivo consiste en incrementar la eficiencia y coherencia en el mensaje dado por las entidades de la Función Ejecutiva, esto implica que exista una adecuada coordinación respecto a los diferentes recursos comunicacionales que posee el Estado y principalmente que haya un solo mensaje difundido por las diferentes instituciones.

Estrategias Propuestas

- ❖ Priorizar la comunicación bidireccional entre los ciudadanos y el gobierno.
- ❖ Fortalecer la articulación y coordinación de la comunicación social en el territorio.
- ❖ Promover proyectos de reforma de las estructuras, los procesos, y la priorización de gastos en las DIRCOM.
- ❖ Establecer políticas y normas de comunicación e imagen gubernamental.
- ❖ Establecer gabinetes de crisis con roles, responsabilidades y procesos interinstitucionales para el manejo de situaciones críticas.

Indicadores Propuestos

- ❖ Porcentaje de planes de comunicación gubernamental de las instituciones aprobados.
- ❖ Porcentaje de autoridades de la Función Ejecutiva capacitadas en comunicación y manejo de crisis.
- ❖ Índice de eficiencia de la comunicación pública en la Función Ejecutiva.
- ❖ Índice de coherencia de la comunicación pública en la Función Ejecutiva.
- ❖ Porcentaje de campañas de las instituciones que cumplen al menos 80% de metas comunicacionales predefinidas.
- ❖ Inversión promedio por habitante en comunicación publicitaria a nivel nacional.
- ❖ Porcentaje de instituciones de la Función Ejecutiva que utilizan las matrices estandarizadas para el intercambio interinstitucional de información.
- ❖ Porcentaje de campañas digitales que cumplen con mecanismos de medición del impacto generado.

5.3.1.3. Relato de Verdad con Responsabilidad

Incrementar la credibilidad de la comunicación gubernamental

El presente objetivo consiste en incrementar los niveles de percepción de la ciudadanía respecto a veracidad, oportunidad, transparencia y coherencia de la comunicación que es emitida por parte de las diferentes instituciones de la Función Ejecutiva. Esto implica que exista un adecuado proceso de validación y verificación de la información a ser difundida a la ciudadanía y consecuentemente que la comunicación sea oportuna llegando en el momento indicado.

Estrategias Propuestas

- ❖ Implementar mecanismos sistematizados de investigación y evaluación de la opinión pública con estándares metodológicos internacionales.
- ❖ Fortalecer la segmentación de audiencias, territorios, etc.
- ❖ Fortalecer la presencia publicitaria en medios locales y comunitarios.
- ❖ Impulsar campañas con enfoque a la gestión pública sectorial.

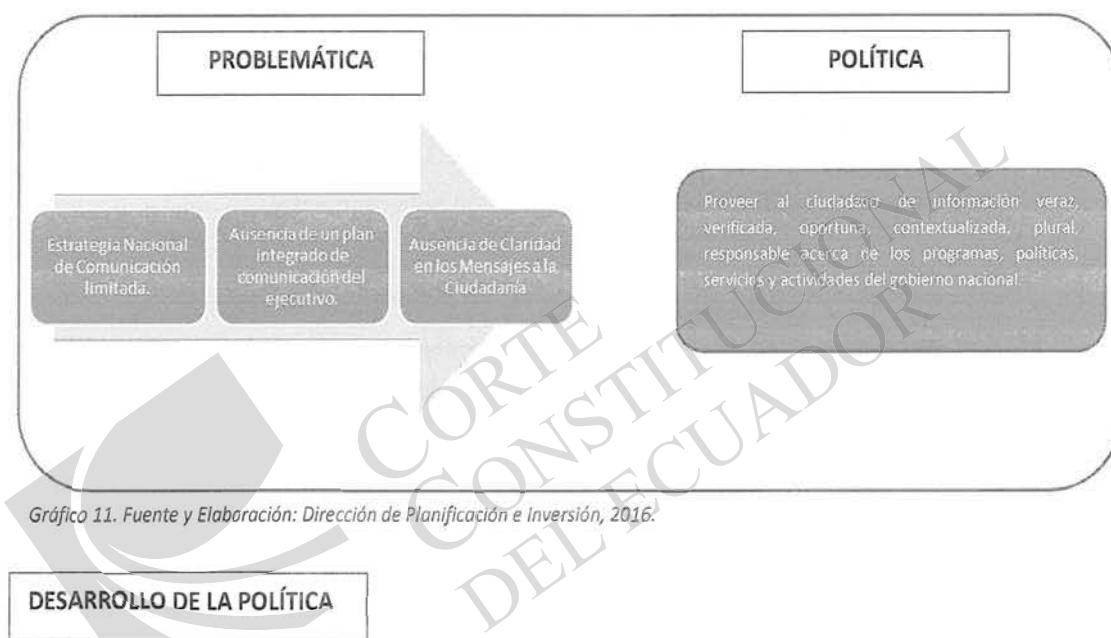
Indicadores Propuestos

- ❖ Nivel de confianza de los ciudadanos en la comunicación gubernamental.
- ❖ Porcentaje de ciudadanos encuestados que sientan ser escuchados por la autoridad gubernamental correspondiente a su problema o demanda.
- ❖ Índice de audiencia impactada en televisión y radio por campañas de comunicación publicitaria.
- ❖ Calificación del sondeo de opinión de calidad de los medios e información oficial.

5.4. Políticas de Comunicación de la Función Ejecutiva

La política pública se define como “*un curso de acción de la gestión pública que institucionaliza la intervención pública en respuesta a un problema social identificado como prioritario, y que se convierte de esta manera en materia de política de Estado*”¹⁷. De la misma forma las políticas públicas son la respuesta a potencialidades no desarrolladas, en este sentido, se plantea una serie de políticas basadas en la problemática y potencialidad del Sistema de Comunicación de la Función Ejecutiva.

Política 1. Proveer al ciudadano de información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, responsable acerca de los programas, políticas, servicios y actividades del gobierno nacional



Todas las personas tienen el derecho constitucional de buscar, recibir e intercambiar información, por otro lado, los funcionarios públicos tienen la obligación permanente de rendir cuentas a la ciudadanía. La difusión de información de relevancia pública e interés general, bajo las características descritas constituye un mecanismo que promueve el ejercicio de tales derechos.

¹⁷ Senplades, Guía para la Formulación de políticas públicas sectoriales. Pág. 10. 2011 Ed. Primera.

Política 2. Reconocer al ciudadano como el eje de la comunicación gubernamental.

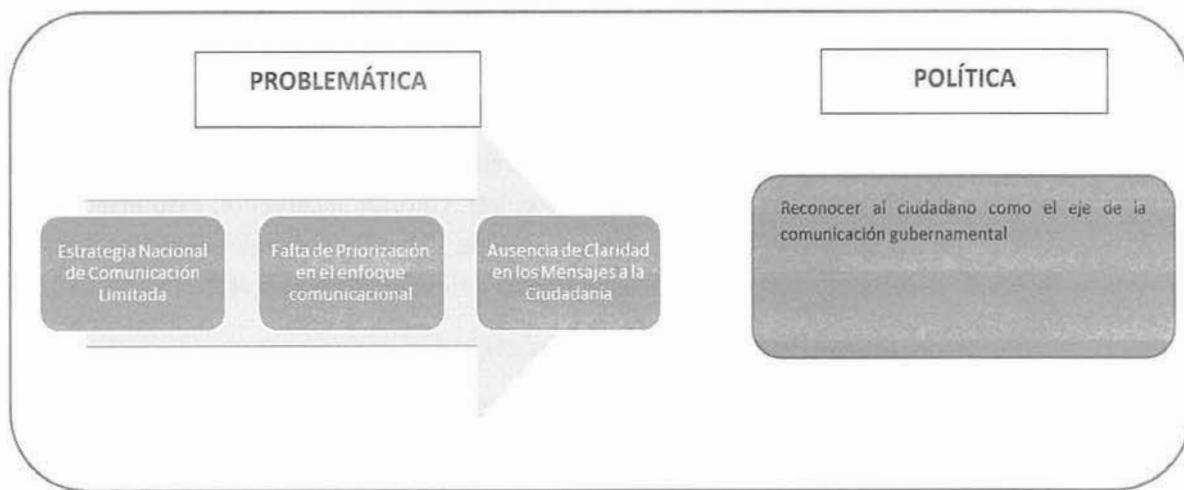


Gráfico 12. Fuente y Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

DESARROLLO DE LA POLÍTICA

El ciudadano, titular de los derechos a la comunicación e información, es el eje central y principal receptor de la comunicación gubernamental. Bajo este enfoque ciudadano, las estrategias de comunicación deben responder a la realidad de la población ecuatoriana, sus intereses y necesidades considerando su pluralidad y diversidad. La comunicación podrá ser en castellano o en los idiomas oficiales de relación intercultural, es decir el kichwa y el shuar, así como en otros idiomas ancestrales en las zonas en donde estos se hablan.

Política 3. Planificar y articular la comunicación gubernamental a una estrategia global alineada al Plan Nacional del Buen Vivir sobre la base de políticas del ente rector de la comunicación.

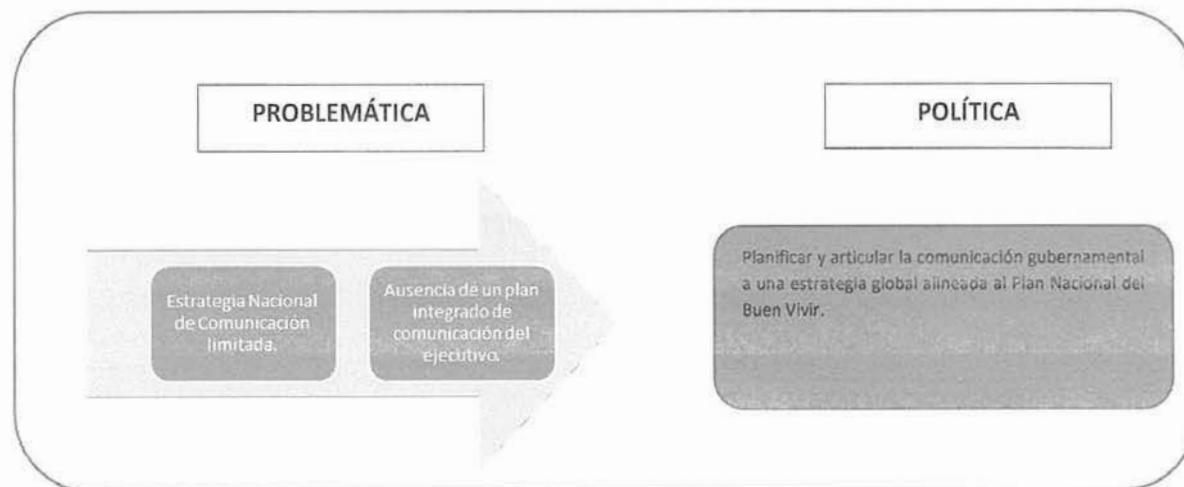


Gráfico 13. Fuente y Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

DESARROLLO DE LA POLÍTICA

En el marco actual del Plan Nacional del Buen Vivir la comunicación gubernamental debe propiciar la construcción de espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, la diversidad, la plurinacionalidad y la interculturalidad garantizando a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa. En esa línea el establecimiento de una estrategia global por parte del ente rector de la comunicación impulsa los objetivos definidos en el Plan Nacional del Buen Vivir.

Política 4. Incentivar el acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad, el lenguaje debe ser didáctico.

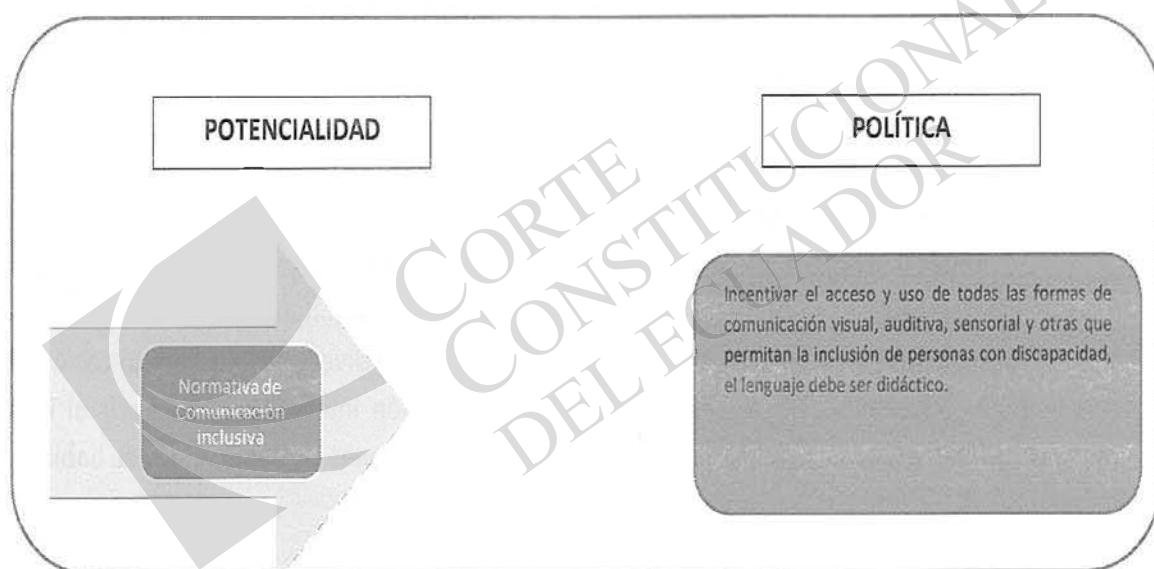


Gráfico 14. Fuente y Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

DESARROLLO DE LA POLÍTICA

La Constitución de la República del Ecuador consagra el derecho a una comunicación libre, intercultural incluyente, diversa y participativa y promueve el derecho al acceso y el ejercicio de los derechos a la comunicación de las personas con discapacidad. Es esencial que el lenguaje no sea altamente técnico y complejo. Se requiere de una comunicación que se conecte con la ciudadanía.

Política 5. Incentivar la participación ciudadana en la comunicación gubernamental.

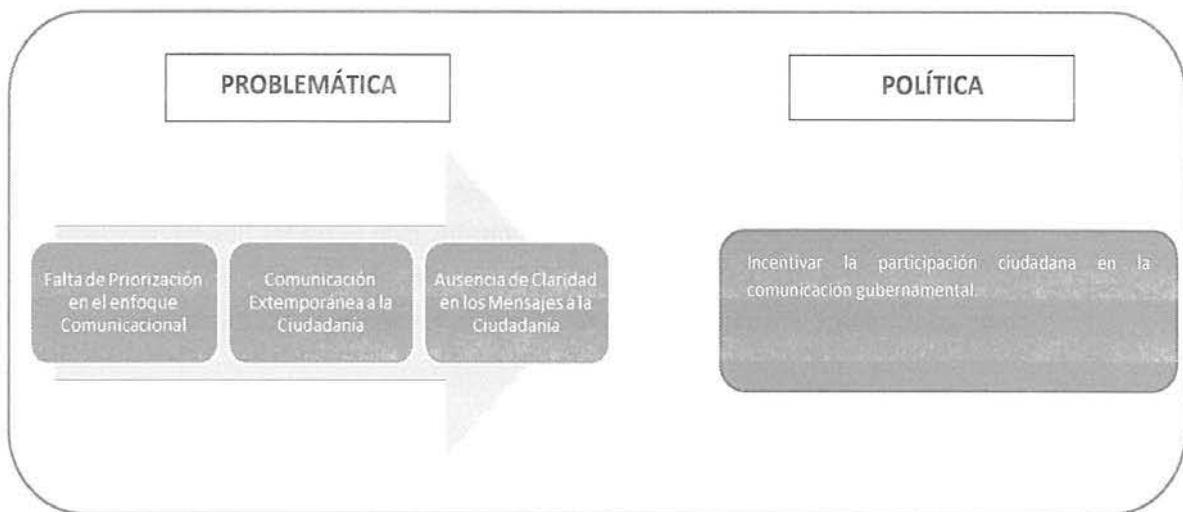


Gráfico 15. Fuente y Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

DESARROLLO DE LA POLÍTICA

La comunicación gubernamental se construye con la participación de la ciudadanía por lo que es esencial que en el diseño de estrategias, programas y políticas comunicacionales se identifiquen y se consideren los intereses, preocupaciones y opiniones de la ciudadanía. La comunicación gubernamental es un instrumento para promover la participación ciudadana en la gestión gubernamental y el desarrollo de oportunidades sociales, económicas y políticas.

Política 6. Ejecutar de forma eficiente y eficaz la comunicación gubernamental.

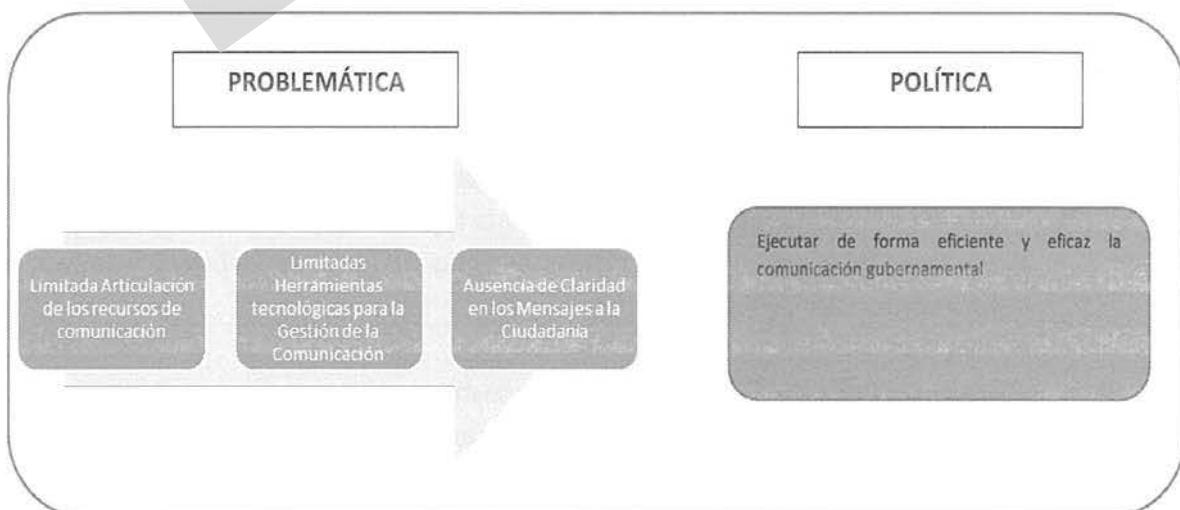


Gráfico 16. Fuente y Elaboración: Dirección de Planificación e Inversión, 2016.

DESARROLLO DE LA POLÍTICA

Debido a la gran cantidad de información y requerimientos de la ciudadanía respecto a la información gubernamental es indispensable un uso eficiente y eficaz de los diferentes recursos comunicacionales tales como los equipos de comunicación y el talento humano de comunicación, esto implica una adecuada coordinación entre las diferentes instituciones del gobierno central, la unificación de sistemas de almacenamiento para los productos comunicacionales, el análisis para la reutilización de productos comunicacionales.

6. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

La expedición de la Política de Comunicación de la Función Ejecutiva constituye el primer paso para contar con un sistema de comunicación que fortalezca la información y comunicación del Gobierno Nacional; sin embargo, de ello y con el propósito de contar con el mayor impacto posible se requiere de los siguientes factores críticos de éxito:

- Actualización del Estatuto Orgánico de la Secretaría Nacional de Comunicación.- La actual estructura orgánica de la SECOM no permite ejercer a cabalidad con su potestad de rectoría toda vez que no cuenta con una unidad de diseño e implementación de políticas de coordinación y ejecución de los planes de comunicación de la Función Ejecutiva.
- Contar con recursos humanos y financieros necesarios para llevar a cabo la implementación de la Política de Comunicación. El cumplimiento de las metas propuestas se basa en que se contará con recursos para el diseño e implementación de sistemas de gestión del conocimiento.
- Conseguir el apoyo político de esta iniciativa. Adicionalmente a los recursos humanos y financieros, los proyectos incluidos en esta política tienen un componente muy fuerte de gestión del cambio en las instituciones para lograr su implementación. Por tal motivo, el apoyo a esta iniciativa debe venir desde el más alto nivel del Gobierno y de cada uno de las instituciones involucradas.
- Desarrollar Procesos de Coordinación Interinstitucional.- La Política de Comunicación de la Función Ejecutiva constituye un lineamiento de nivel superior para obtener el mayor impacto en las actividades de comunicación; sin embargo de ello el mismo debe ser traducido a un nivel operativo, traducción que se constituye en el diseño e implementación de una serie de procesos de coordinación interinstitucional, indicadores homologados, formatos, instructivos y demás instrumentos que regularan el quehacer comunicacional en post de una ciudadanía informada en cumplimiento de sus derechos.



La Corte Constitucional a través del Registro Oficial basada en el artículo 227, de la Constitución de la República del Ecuador, que establece que la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, descentralización, coordinación, participación, transparencia y evaluación; ha procedido a crear su producto “Ediciones Constitucionales”, la misma que contiene sentencias, dictámenes, informes de tratados internacionales, etc., emitidos por la Corte Constitucional. Esta edición, está al alcance de toda la ciudadanía, ya que puede ser revisada de forma gratuita en nuestra página web, bajo el link productos - “Edición Constitucional”.

Quito

Avenida 12 de Octubre N 23-99 y Wilson
Edificio 12 de Octubre - Segundo Piso
Teléfonos: 2234540 - 2901629 Fax: 2542835
3941-800 Ext.: 2301

Guayaquil

Av. 9 de Octubre N° 1616
y Av. Del Ejército esquina,
Edificio del Colegio de Abogados del Guayas,
primer piso. Telf. 252-7107



www регистрациоn официаl.ゴb.еc