



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Unidad de Educación a Distancia y en Línea

Maestría en Comunicación Política

Estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) 2023.

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del título de Magíster en Comunicación Política.

AUTORA:

María Fernanda Ruiz Ñaguazo

DIRECTOR:

Lic. Eduardo Fabio Henríquez Mendoza. Msc. PhD

Loja - Ecuador

2024

Certificación

Loja, 17 de diciembre de 2023

Lic. Eduardo Fabio Henríquez Mendoza. Msc. PhD
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **Análisis de las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) 2023**, de la autoría de la estudiante **María Fernanda Ruiz Ñaguazo**, con **cédula de identidad Nro.1105030520**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.



Lic. Eduardo Fabio Henríquez Mendoza. Msc. PhD
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **María Fernanda Ruiz Iñaguazo**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1105030520

Fecha: 17 de diciembre de 2023

Correo electrónico: maría.f.ruiz@unl.edu.ec

Teléfono: 0996817230

Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.

Yo, **María Fernanda Ruiz Ñaguazo**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: **“Análisis de las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) 2023”**, como requisito para optar por el título de **Magister en Comunicación Política**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los ocho días del mes de enero de dos mil veinticuatro.

Firma:

Autora: María Fernanda Ruiz Ñaguazo

Cédula de identidad: 1105030520

Dirección: Barrio La Argelia

Correo electrónico: maría.f.ruiz@unl.edu.ec

Teléfono: 0996817230

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Titulación: Lic. Eduardo Fabio Henríquez Mendoza. Msc. PhD

Dedicatoria

Con humildad y profundo agradecimiento, dedico este logro ante todo a Dios, quien ha guiado cada paso de mi camino, proveyendo sabiduría, fuerza y paciencia en cada desafío, su presencia ha sido mi mayor fuente de inspiración y consuelo en este viaje.

Quiero expresar mi inmenso amor y gratitud a mi esposo, el compañero incansable de mi vida, cuyo apoyo incondicional y amor inquebrantable han sido mi refugio y mi fortaleza. A mis pequeños, que con su inocencia y alegría iluminan cada uno de mis días, recordándome la importancia de perseguir nuestros sueños con corazón y determinación.

Mi agradecimiento se extiende también a mis queridos padres, quienes me enseñaron el valor del trabajo duro y la perseverancia. Han sido una constante fuente de inspiración y apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria.

A mi familia y a mis amigos, les agradezco por creer en mí, por sus palabras de aliento y por estar siempre a mi lado en cada etapa de este viaje, cada uno de ustedes ha dejado una huella imborrable en mi corazón y en mi camino hacia este logro; a todos ustedes, les dedico este momento de triunfo, gracias por ser parte de mi vida y por ayudarme a alcanzar esta meta tan significativa.

María Fernanda Ruiz Iñaguazo

Agradecimiento

Con profunda gratitud, inicio este agradecimiento dirigiéndome a Dios, fuente de mi salud, amor y fortaleza. Él ha sido mi guía y sostén en cada etapa de este viaje, iluminando mi camino hacia el éxito personal y profesional.

Mi corazón está también lleno de gratitud hacia mi esposo, Miguel Tapia, y mis pequeños, Martín y Catita. Su amor, apoyo y comprensión han sido pilares fundamentales en mi vida, brindándome la fuerza y motivación necesarias para alcanzar mis metas. Son mi alegría diaria y mi mayor inspiración.

Un especial reconocimiento a mis padres, Agustín y María, por su amor incondicional y apoyo constante, son ejemplos vivos de sacrificio, trabajo y perseverancia, y han sido mi roca y guía a lo largo de esta travesía.

A mis hermanos Joahna, Lorena, Luis y mi tío Manuel, les agradezco por ser más que familia, amigos leales que siempre han estado a mi lado en los buenos y malos momentos. Sus palabras de aliento y apoyo fraterno han sido esenciales en mi desarrollo tanto personal como profesional.

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por acogerme en sus aulas y brindarme las herramientas para mi crecimiento académico; a todos los profesores que, con su sabiduría y valores, han dejado una huella indeleble en mi formación profesional, les estoy eternamente agradecida.

Un reconocimiento especial al PhD. Eduardo Fabio Henríquez Mendoza, cuya experiencia, conocimiento y apoyo invaluable han sido cruciales para la realización exitosa de este proyecto. Su guía ha sido fundamental en este importante logro académico.

María Fernanda Ruiz Ñaguazo

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras.....	x
Índice de anexos.....	xi
1. Título	1
2. Resumen	2
Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	7
4.1. Teorías de la comunicación Política	7
4.2. Comunicación y Marketing Político	8
4.2.1. Elementos Fundamentales del Marketing Político	8
4.2.2 Marketing Político y Publicidad Electoral.....	9
4.3. Medios de Comunicación y Política	10
4.4. Debate Político.....	11
4.5. Los debates como eventos de resonancia en el ciclo electoral	12
4.6. Discurso	13
4.6.1. Análisis del Discurso	14
4.7. Estrategias Discursivas	15
4.8. Normativas y ética en el Discurso Político	17
4.9. Mensaje persuasivo en la Comunicación Política	18
4.10. El mensaje y el medio	19
4.11. Figuras Retóricas	20
4.12. Persuasión	21

4.13. Estrategias de persuasión política	21
5. Metodología	23
5.1. Área de Estudio.....	23
5.2. Procedimiento	24
5.2.1. Enfoque Metodológico	24
5.2.2. Fases del autor	24
5.2.3. Alcance de la investigación	26
5.3. Diseño no experimental	26
5.3.1 Proceso	26
5.4. Técnicas	26
5.4.1. Análisis del discurso	26
5.4.2 Entrevista estructurada	27
5.5. Instrumentos.....	27
5.6. Participantes	27
5.7. Población	28
6. Resultados	29
6.1. Análisis del Programa “Loja Debate 2023”	29
6.2. Análisis de la entrevista	49
7. Discusión	57
8. Conclusiones	60
9. Recomendaciones	62
10. Bibliografía	63
11. Anexos	65

Índice de tablas:

Tabla 1. Instrumento de Análisis	27
Tabla 2. Panelistas que participaron en el debate	28
Tabla 3. Prioridades bajo las cuales trabajarán en caso de ser electos.....	29
Tabla 4. Primer eje temático sobre Seguridad y Convivencia Social	30
Tabla 5. Segundo eje temático sobre Economía y Vialidad	32
Tabla 6. Tercer Eje Temático sobre Medio Ambiente y Territorio.....	34
Tabla 7. Cuarto eje temático sobre Administración local y provincial.....	36
Tabla 8. Prioridades bajo las cuales trabajarán en caso de ser electos	38
Tabla 9. Primer eje temático sobre Seguridad y Convivencia Social	39
Tabla 10. Segundo Eje temático sobre Economía y Vialidad	41
Tabla 11. Tercer eje temático sobre Medio Ambiente y Territorio	43
Tabla 12. Cuarto Eje Temático sobre Administración Local y Provincial.....	44
Tabla 13. Aspiraciones Personales.....	46
Tabla 14. Entrevistado 1	48
Tabla 15. Entrevistado 2.....	49
Tabla 16. Entrevistado 3.....	50
Tabla 17. Entrevistado 4.....	52
Tabla 18. Entrevistados.....	53
Tabla 19. Entrevistados.....	54

Índice de figuras:

Figura 1. Mapa del cantón Loja23

Figura 2. Diseño de la metodología25

Índice de anexos:

Anexo 1. Entrevistas	63
Anexo 2. Debate	91
Anexo 3. Validación de Instrumentos	147
Anexo 4. Certificación de traducción del resumen.....	154

1. Título

Estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) 2023.

2. Resumen

Este proyecto de investigación tiene como propósito principal analizar las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) 2023. Este estudio se basó en un enfoque cualitativo, ya que se sumergió en el contexto social para comprender cómo los individuos se expresaban, percibían y se relacionaban con su entorno. Asimismo, se procuró conceptualizar y examinar las estrategias discursivas, las técnicas retóricas de la comunicación política además de evaluar y contrastar la coherencia y consistencia de los mensajes transmitidos por los candidatos en el programa "Loja debate" con respecto a sus propuestas de campaña previamente publicadas. En este contexto los resultados revelaron una estructura coherente y consistente en la presentación de propuestas de los candidatos en cuatro ejes temáticos, que se caracterizaron por sus marcadas diferencias en la forma de percibir el mundo, sus propósitos con el cantón y la imagen que querían construir frente al pueblo lojano. Se evidenció por tanto que los participantes utilizaron estrategias discursivas variadas para abordar temas clave mediante propuestas con enfoques distintos adaptando su discurso para atraer a diferentes segmentos de votantes. Finalmente, también, se determinó que algunos de los debatientes mostraron carencia en el uso de datos concretos y recursos retóricos sólidos. Sin embargo, de manera general se pudo establecer que la mayoría de postulantes si lograron articular sus propuestas en el debate, estableciendo una conexión con los electores.

Palabras claves: Comunicación política, electorado; campañas presidenciales, Marketing político; estrategia, debate.

Abstract

In the framework of the electoral debate, the main purpose of this research project is to analyze the: Discursive strategies used by the candidates for the Mayor of Loja to persuade their voters during the broadcast of the electoral debate called “Loja debate” organized by the National Council Electoral (CNE) 2023. This study was based on a qualitative approach, since it was immersed in the social context to understand how individuals expressed, perceived and related to their environment, and it was also non-experimental, because the context in which the study phenomenon (debate) developed. Likewise, an attempt was made to conceptualize and examine the discursive strategies and rhetorical techniques of political communication in addition to evaluating and contrasting the coherence and consistency of the messages transmitted by the candidates in the "Loja debate" program with respect to their previously published campaign proposals. The target population was the candidates for the Mayor of Loja, who participated in the electoral debate called “Loja debate”. Likewise, an interview was applied to experts in social communication in order to know the criteria and analysis on the development of this debate. In this context, the results revealed a coherent and consistent structure in the presentation of the candidates' proposals in four thematic axes, which were characterized by their marked differences in the way they perceive the world, their purposes with the canton and the image they wanted to build for people of Loja, it was therefore evident that the participants used varied discursive strategies to address key topics through proposals with different approaches, adapting their speech to attract different segments of voters. Finally, it was also determined that some of the debaters showed a lack in the use of concrete data and solid rhetorical resources. However, in general it was established that the majority of applicants achieve to articulate their proposals in the debate, establishing a connection with the voters.

***Keywords:** Political communication, electorate; presidential campaigns, political marketing; strategy, debate.*

3. Introducción

En la comunicación política, se incluyen aspectos como: estudios de los medios de comunicación, el análisis de los discursos de los políticos y aquellos que están tratando de influir en el proceso político; así como de las conversaciones formales e informales entre los miembros del público. Además de las entrevistas, los espacios gratuitos de propaganda política, los anuncios audiovisuales y radiofónico, las ruedas de prensa, entre otros, son diferentes formatos utilizados por líderes políticos y partidos, con el propósito de acercarse y convencer a los ciudadanos de su opción política.

Pero sin duda es el debate entre candidatos, el que más expectación genera en la audiencia, posibilitando así una mayor influencia en la toma de decisiones, y logrando captar la atención en el electorado.

Los debates entre candidatos en una contienda política es un evento comúnmente realizado en las campañas electorales. Esta actividad se ha vuelto habitual debido a la creciente importancia de los mismos, ya que su finalidad radica en demostrar un buen ejercicio de la democracia, aportar a la transparencia política y la libertad de expresión. Además que representan una gran oportunidad para que los electores puedan comparar y evaluar las propuestas de los líderes políticos que compiten por el cargo.

Bajo este contexto, los debates permiten que los electores obtengan una valiosa información sobre los candidatos. Asimismo, que la cantidad de información obtenida en un debate sea mucho mayor que la que se puede conseguir de otras formas de mensaje electoral. Ya que esta, se encuentra reglamentada en la Ley Orgánica Electoral, del Código de la Democracia (2020) constituyendo un elemento clave para el posicionamiento político del candidato, en el caso de ser bien utilizado por el político.

A partir del año 2020 en el Ecuador, por medio del Código de la Democracia, se determinó la obligación de los candidatos a las diferentes dignidades de elección popular de participar en los debates electorales organizados por el Consejo Nacional Electoral (CNE).

En este contexto la presente investigación busca llevar a cabo un análisis de las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) (2023).

La importancia de este tema radica en que a través del mismo se explora uno de los espacios mediáticos más característicos de una campaña electoral, *los debates* y al hablar de estos de las estrategias discursivas y las tácticas que los panelistas utilizan para manipular, convencer, explicar, defender y corroborar puntos de vista, con el objetivo de ganar o evitar que el otro, o los otros participantes ganen.

Es así que el debate, objeto de estudio en el que un total de 15 candidatos a la alcaldía del cantón Loja expusieron sus propuestas y planes fue el escenario perfecto para llevar a cabo esta investigación. Los temas abordados en dicho evento fueron: seguridad y convivencia social, economía y vialidad, medio ambiente y territorio, y administración local y provincial.

Cabe señalar que tanto los resultados como las conclusiones obtenidas a través de esta investigación cumplen un papel fundamental como base de conocimiento para investigaciones futuras dentro de la misma área temática. Es decir que los hallazgos encontrados proporcionan un marco sólido que permitirá orientar y guiar a futuros estudios, permitiendo a los investigadores construir sobre este fundamento para profundizar en la comprensión del tema en cuestión. Además, se considera que este estudio también aportará significativamente para que futuros candidatos puedan conocer cuáles son las estrategias idóneas, y parámetros discursivos para un debate; que le permita al político pueda desarrollar es su propuesta de campaña y ganar electores.

El problema que se consideró y dada su importancia fue: ¿Cuáles fueron las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) para las elecciones del 2023? Para el presente estudio de investigación se consideró a los candidatos a la Alcaldía de Loja, que participaron en el debate electoral denominado “Loja debate”.

Por otra parte, la estructura de la presente investigación se configuró a través de un marco teórico en el cual se desarrollaron dos variables de investigación: Estrategias discursivas y debate electoral. Luego encontramos, la fase metodológica en la que se aplicó una entrevista estructurada a expertos en la comunicación social, para explorar cómo los candidatos construyeron sus mensajes políticos y sociales, además de la utilización de una matriz bidimensional del discurso enunciado por cada candidato.

Los objetivos que guiaron esta investigación fueron en primer lugar conceptualizar las estrategias discursivas y las técnicas retóricas de la comunicación política, partiendo, de las propuestas de Aristóteles: el ethos, el pathos y el logos en términos discursivos. En segundo lugar, examinar las estrategias discursivas, las técnicas retóricas de la comunicación política utilizadas por candidatos a la Alcaldía de Loja durante la transmisión del debate electoral denominado "Loja debate" Y en tercer lugar evaluar y contrastar la coherencia y consistencia de los mensajes transmitidos por los candidatos en el debate "Loja debate" con respecto a sus propuestas de campaña previamente publicadas.

4. Marco teórico

4.1 Teorías de la Comunicación Política

Para Serrano *et. al* (1998) “la comunicación política es un campo que estudia cómo la información y las narrativas políticas se crean, se diseminan y se reciben en las sociedades” (p.31). Este ámbito ha evolucionado considerablemente, especialmente con el advenimiento de los medios digitales. Sin embargo, para Rodríguez y Fernández (2016) la comunicación política no solo implica la diseminación de información por parte de los actores políticos, sino también cómo los ciudadanos interpretan y responden a dicha información, su relevancia radica en su poder para influir en la opinión pública, configurar debates políticos y, en última instancia, en su capacidad para afectar el proceso democrático.

Respecto a las teorías fundamentales de la comunicación política, podemos decir que son varias y constituyen fundamentales en el estudio de dicho ámbito. Si mencionamos, por ejemplo, la Teoría de la Agenda-Setting, señala que los medios de comunicación no necesariamente le dicen a la gente qué pensar, pero sí poseen una influencia significativa en lo que el público piensa. Por otro lado, la Teoría del Framing subraya cómo la presentación de noticias y temas políticos puede moldear las percepciones y opiniones. La Teoría de la Espiral del Silencio propone que las personas tienen más probabilidades de silenciar sus opiniones cuando creen que son minoritarias, mientras que la Teoría del Flujo de Información de Dos Pasos se centra en cómo los líderes de opinión median entre los medios y el público (Aguado, 2004).

No cabe duda que hoy por hoy la comunicación política ha experimentado cambios drásticos, esto debido a la utilización de las plataformas digitales que han democratizado el acceso a la información, pero también han favorecido a la proliferación de las fake news, creando retos únicos para la integridad informativa. Los actores políticos, en este contexto han tomado las estrategias digitales para fomentar la interacción con los electores, lo que sin duda ha cambiado primordialmente las campañas y la participación política.

La comunicación política juega un papel vital en el fortalecimiento de la democracia, facilita el debate público, la participación ciudadana y la rendición de cuentas; sin embargo, también presenta desafíos como la regulación de los medios y la delgada línea entre la libertad de expresión y la propagación de información errónea (Canel, 2006).

Por otra parte, la investigación en la comunicación política en este campo contiene métodos cualitativos como cuantitativos, el análisis de contenido, las encuestas y las entrevistas son herramientas fundamentales para investigar cómo este tipo de comunicación afecta y es afectada por la sociedad.

4.2 Comunicación y Marketing Político

La comunicación política es el área de la ciencia política, que se ocupa de la producción, difusión y diseminación de los efectos de la información, tanto a través de los medios de comunicación masiva, así también de los interpersonales, en un contexto político. A decir de Crespo (2011) esto incluye el estudio de los medios de comunicación, el análisis de los discursos de los políticos y aquellos que están tratando de influir en el proceso político; así como de las conversaciones formales e informales entre los miembros del público, entre otros aspectos.

Tabla 1.
Diferencias entre Comunicación y Marketing Político

Aspecto	Marketing Político	Comunicación Política
Alcance	No solo publicidad y discursos electorales, sino toda la posición del partido en el mercado electoral.	Interacciones entre medios y sistemas políticos a nivel local, nacional e internacional.
Enfoque	Estrategias y herramientas para influir en la opinión pública antes y durante las elecciones.	Análisis del contenido político en los medios, su producción, impacto en audiencias y políticas.
Metodología	Investigación de mercado, segmentación, creación de imagen, gestión de campañas electorales.	-
Público objetivo	Miembros del partido, medios de comunicación, posibles fuentes de financiamiento, electorado.	Público en general, incluyendo electores y políticos.
Etapa de desarrollo	Considerado un arte, las estrategias se adaptan a los contextos políticos.	-
Amplitud	-	Campo amplio que incorpora perspectivas de varias disciplinas.
Influencia en campañas	Preocupación estratégica por las necesidades y deseos del electorado.	Considerado un subconjunto de herramientas de marketing político.
Relación con la propaganda	Distinto de la propaganda; implica reciprocidad.	-
Enfoque estratégico	Objetivos estratégicos totales de partidos y candidatos.	-
Aspecto permanente	Ampliado para convertirse en un elemento estratégico permanente de gobernabilidad.	-

Nota. Kolovos, I., & Harris, P. (2005) mediante esta tabla ofrecen una visión clara de cómo se definen y diferencian el marketing político y la comunicación política, destacando sus respectivos enfoques, metodologías y ámbitos de aplicación.

Por su parte marketing político, es visto como el conjunto de técnicas que permiten captar las necesidades que un mercado electoral tiene, con miras al establecimiento de un programa ideológico proclive a solucionarlas (Barranco, 2003). A lo anterior se suma la incorporación de un candidato, capaz de “personalizar” e impulsar dicho programa, valiéndose de la publicidad política. Si bien es cierto la finalidad del Marketing Político es la obtención del voto individual de la mayor cantidad de votantes; a partir de ello alcanzar el triunfo.

4.2.1. Elementos Fundamentales del Marketing Político.

Los elementos fundamentales del Marketing Político encierran varios aspectos que se deben emplear, entre ellos, conocer a nuestro público: de ahí la necesidad de investigar asiduamente a través de los estudios cualitativos y cuantitativos, para conocer sus necesidades, objetivos, aspiraciones y requerimientos esenciales. Para Saiz (2005)

es indispensable en un proceso político, contar con el mejor candidato: para lo cual las organizaciones políticas entiendan que se debe lanzar aquel candidato que tiene las mayores posibilidades de ganar, y no lanzar a aquellos que quieren acceder al poder por un simple capricho. (p.63)

Bajo este concepto, se deben crear las mejores propuestas, para llegar a la mente del electorado y de aquellos votos indecisos, la campaña electoral entonces debe basarse en propuestas viables y direccionadas a dar solución a las problemáticas de la gente.

Hay que tomar en cuenta y tener claro que el votante en la figura más importante, es el protagonista de la contienda, por ello es necesario contar con propuestas que realmente estén enfocadas a mejorar su calidad de vida; además, se deben crear mensajes y discursos que lleguen a tocar su corazón y sus fibras más sensibles.

4.2.2. Marketing Político y Publicidad Electoral

Costa, L (2004) define al Marketing Político como “un subconjunto del marketing que se centra en la promoción de ideologías, partidos y candidatos políticos, utiliza estrategias de marketing y herramientas de comunicación para influir en las percepciones y comportamientos del electorado” (p. 44). En el marco de una campaña política la publicidad electoral es uno de los componentes más importantes del Marketing Político, pues tiene como objetivo informar, persuadir y movilizar a los votantes mediante la utilización de variados recursos. Esta publicidad puede tomar muchas formas, desde anuncios en televisión y radio hasta campañas en redes sociales.

Cabe señalar que el Marketing Político y la publicidad electoral han avanzado significativamente con el paso de los años, desde los clásicos carteles y panfletos en los primeros días de la democracia moderna hasta el uso sofisticado de datos y redes sociales en la actualidad, y plataformas digitales estas prácticas se han adaptado a los cambios en la tecnología y la sociedad (Barranco, 2003).

Sobre los modelos de comunicación política, estos explican cómo los mensajes políticos afectan a la opinión pública, por ejemplo, el modelo de dos pasos de la comunicación destaca el papel de los líderes de opinión en la mediación de la información entre los medios y el público.

En el contexto político, la segmentación implica dividir el electorado en grupos basados en características demográficas, psicográficas o de comportamiento. El targeting se refiere a la adaptación de mensajes y campañas para atraer a estos segmentos específicos (Saiz, 2006).

Costa (2004) menciona que la publicidad electoral utiliza una gran variedad de herramientas, desde folletos y carteles hasta anuncios digitales y campañas en redes sociales, cada herramienta tiene sus ventajas y desafíos específicos en términos de alcance, engagement y medición de resultados.

4.3. Medios de Comunicación y Política

Desde épocas anteriores los medios de comunicación juegan un papel fundamental, toda vez que su evolución desde los canales tradicionales hasta lo que hoy son las plataformas

digitales modernas ha transformado significativamente la manera en que la información política se difunda y se consuma.

Aquí se explicará sobre la intersección entre los medios y la política, enfatizando cómo esta relación influye en la percepción pública KLL y en el proceso democrático. Los medios de comunicación tradicionales como bien se menciona han ido creciendo y evolucionando, han sido pilares en la comunicación política, en las primeras etapas de la democracia moderna.

Estos medios no solo informaban al público, sino que también formaban la opinión pública, jugando un papel crucial en elecciones y debates políticos. Con la presencia y crecimiento de Internet y las redes sociales, la forma de comunicación en los medios cambió drásticamente. Redes sociales como Twitter, Facebook y YouTube hoy proporcionan a los líderes políticos canales directos para comunicarse con el electorado, permitiendo una interacción más inmediata y personalizada (Perera et al., 2023).

A la vez estos pueden ser utilizados para influir en la opinión pública; la propaganda política y las campañas de desinformación son ejemplos de cómo los medios pueden ser empleados para manipular percepciones y comportamientos políticos, especialmente lo que son las redes sociales, para las que no existe un control (Romo, 2019).

Por ello, es necesario analizar cómo los mensajes mediáticos son elaborados y distribuidos para alcanzar objetivos políticos específicos, es fundamental llevar a cabo un análisis crítico del papel de los medios en la política, esto incluye reflexionar sobre su responsabilidad ética y el efecto de las noticias falsas y la polarización mediática en la sociedad.

Este análisis debe considerar tanto la libertad de prensa y tomar en consideración la responsabilidad de los medios de mantener un discurso político informado, equilibrado y claro. Proyectándose hacia el futuro, es inevitable que la tecnología continúe transformando la relación entre los medios y la política; la inteligencia artificial, la realidad virtual y otras tecnologías emergentes podrían crear nuevas plataformas y métodos para la comunicación política, es inevitable que el avance tecnológico siga expandiéndose y planteando

oportunidades como desafíos para la democracia y la participación ciudadana (Toxtle y González, 2020).

4.4. Debate Político

Según Malassis (2014) el debate puede definirse como la discusión y contraposición, en un foro organizado, en el que se enfrentan diversas posiciones, generalmente divergentes, acerca de temas determinados; suele ser público y es moderado por una o varias personas de acuerdo a las acciones que se definen en su organización. Así mismo para Saiz (2005)

en el ámbito político-electoral, el debate consiste en la exposición y el intercambio de opiniones, a partir de la ideología, plataforma electoral o programa político de los partidos políticos o coaliciones y sus candidatos. En periodo electoral, estos debates se caracterizan por estar formalmente organizados, ser públicos y moderados por una persona consensuada por todos los actores políticos. (p.67)

En efecto, hoy en día, el debate es un elemento imprescindible en un proceso de elecciones, este es un elemento clave para que la ciudadanía conozca más al candidato, sus aspiraciones y propuestas. Por lo tanto, estos debates y su difusión en la sociedad constituyen elementos fundamentales del voto libre previsto en el sistema constitucional, primordialmente por la cantidad de información de que dispone el elector, o votante a través del mismo.

4.5. Los Debates como eventos de Resonancia en el Ciclo Electoral

Como se mencionó anteriormente los debates captan la atención de millones de votantes durante las campañas electorales. Y se caracterizan por ofrecer en un mismo espacio a todos los candidatos para referirse a una serie de temas comunes de interés público.

Los eventos destacados atraen la atención del público y dan forma al contexto interpretativo, pero solo por cortos períodos de tiempo. De ello se deduce, entonces, que los eventos que conducen la atención pública hacia la política canalizan los temas que vienen a la mente en un contexto particular. Esto da espacio a los estudios sobre los debates presidenciales como procesos de información para que los votantes solventen sus decisiones (Arceneaux, 2005) y a aquellos que se centran en el impacto de las campañas sobre la

definición de la agenda (agenda-setting) y el framing de la decisión. En palabras de Vavreck (2009) “la cobertura televisiva y de medios gráficos afecta lo que los votantes piensan que son cuestiones o problemas importantes (agenda setting), y ayuda a determinar los criterios por los cuales los votantes evalúan a los líderes políticos (priming)” (p.74). Una de las formas en que los debates pueden influir a los votantes es alterando la importancia que los votantes asignan a diferentes temas. Esta teoría del “framing” asume que el contenido de la campaña da forma a lo que piensan los votantes. No se trata de que las campañas digan cómo actuar ni cómo pensar, sino sobre qué temas deliberar.

4.6. Discurso

En la comunicación política, para Van Dijk (1999)

el discurso es el núcleo central, el eje principal de todo evento comunicativo, en donde las ideas y propuestas políticas son expuestas. Se lo puede ver desde la óptica de los formatos (según los medios a utilizar); de la intencionalidad (de acuerdo con el contexto político en que se produce, electoral, de crisis, etc.); de su impacto, tanto el real como el esperado; de las estrategias discursivas utilizadas; y de lo silenciado, de lo no dicho. (p.47)

El ritmo informativo, el mandato editorial (ideológico) y de opinión, obviamente, imponen agendas, que son manejados en algunos de los casos por los grupos de poder. Por su parte, las TIC obligan a repensar las formas de construir el discurso político y a replantear las estrategias de participación e incidencia políticas; otra esfera de estudio son los sondeos de opinión y las identidades asignadas a la opinión pública. Normalmente, ciertos actores institucionales, mediáticos o partidarios presumen de su condición de portavoces de la opinión pública, lo que no es otra cosa que el conocimiento del que disponen gracias a los sondeos.

Vargas (1999) señala que no hay discurso político que no tenga en cuenta la cultura política del grupo social destinatario, y los contextos en los que se intercambian los discursos: producción y recepción. Se ponen al mismo nivel, sin distinción de jerarquía ni direccionalidad, ya que el uso de las nuevas tecnologías permite que los actores de la comunicación participen en uno y otro contexto, dependiendo de su posición e intención.

4.6.1. Análisis del discurso

Para Van Dijk (1999) el Análisis del Discurso es una disciplina interdisciplinaria que estudia el uso del lenguaje en textos y conversaciones, por medio de esta área se examina cómo el lenguaje crea significado y cómo se utiliza para ejercer poder, influir en la opinión pública y construir identidades sociales.

Inicialmente en el campo de la lingüística, el análisis del discurso ha incorporado influencias de la sociología, la psicología y la antropología, expandiendo su alcance. Teóricos como Michel Foucault y Teun A. van Dijk han sido fundamentales en su evolución, proponiendo que el discurso es tanto una forma de conocimiento como una forma de poder.

En la era de la información y avance creciente de las TICs el análisis del discurso se ha vuelto crítico para entender cómo se forman y difunden las narrativas en la sociedad, especialmente en el contexto de los medios digitales y las redes sociales.

Los enfoques metodológicos en el análisis del discurso varían desde análisis cualitativos, que buscan entender el contexto y el significado detrás del lenguaje, hasta métodos cuantitativos que se centran en patrones y frecuencias en el uso del lenguaje. (Manzano, 2005).

Para Malassis (2014)

el discurso es una herramienta poderosa para la construcción de la realidad social, teóricos como Pierre Bourdieu han argumentado que el lenguaje no solo refleja la realidad social, sino que también la moldea. El análisis de contenido, por ejemplo, es una técnica que permite cuantificar y analizar la presencia de ciertas palabras, temas o conceptos dentro de un texto; por otro lado, el análisis crítico del discurso se enfoca en la relación entre discurso, poder y desigualdades. (p.36)

Estas herramientas se han aplicado en diversos estudios, como el análisis de discursos políticos para entender cómo los líderes influyen en la opinión pública o el estudio de discursos mediáticos para examinar la representación de grupos sociales.

El discurso político, por ejemplo, es crucial para entender cómo los políticos construyen sus identidades y persuaden a los electores; el discurso mediático, por otro lado, es fundamental para analizar cómo los medios de comunicación influyen en la percepción pública.

El análisis del discurso revela cómo las palabras pueden reforzar o desafiar estructuras sociales y cómo contribuyen a la formación de la opinión pública. La era digital ha transformado radicalmente el discurso, especialmente a través de las redes sociales, que han democratizado la creación y distribución de información. Estos cambios plantean nuevos desafíos para el análisis del discurso, como la necesidad de abordar la desinformación y las narrativas virales.

4.7. Estrategias Discursivas

El término estrategia discursiva se utiliza para describir el lenguaje que utilizas en una situación comunicativa para lograr un objetivo o propósito determinado. En este caso, la situación comunicativa es el intercambio de opiniones en un panel de discusión donde el objetivo varía de acuerdo con el rol de participación. (Sal y Maldonado, 2006).

Los recursos discursivos para persuadir en una audiencia, consisten en establecer razonamientos claros y específicos que permiten convencer a quienes nos escuchan, es necesario usar un lenguaje directo, haciendo énfasis en las ideas más importantes además se requiere hablar con seguridad usando un tono de voz con volumen e intensidad adecuados. Las estrategias para persuadir a la audiencia deben sustentarse en datos, hechos o definiciones que sean comprobables y fundamentadas (Powers, 2020).

Los recursos discursivos son todos aquellos elementos que se utilizan con la finalidad de organizar y estructurar un texto o bien una expresión oral. También existen estrategias discursivas las cuales son todas aquellas herramientas que sirven para difundir la opinión para posteriormente debatirlo y convencer al lector (Sal y Maldonado, 2006).

Estas estrategias plantean un orden natural ya que buscan que se elijan de una manera clara el razonamiento y las ideas concluyentes. Se pueden utilizar los recursos discursivos al momento de exponer, recuerda que al momento de exponer necesitas tener una adecuada

comunicación tanto oral como canal para poder difundir los mensajes que queremos de una manera clara.

Los recursos discursivos son herramientas que permiten la elaboración organizada de un mensaje oral o escrito, con la finalidad de que tenga un estilo propio y que sean coherentes. Y pueden clasificarse de acuerdo con los razonamientos que se usan para la realización de los mensajes, esto quiere decir que se toma en cuenta el contenido, la forma, la intención, la manera en que se concibe la realidad y la estructura de lo que se explica dentro del texto o discurso hablado.

Los recursos discursivos persiguen la empatía de quienes reciben el mensaje, mantienen una forma fija de expresión, esto hace que tanto el hablante como el oyente identifiquen lo que se está comunicando y el contexto en el cual se hace. Siendo estos recursos que deben cumplir con ciertas características para que el mensaje del emisor pueda llegar de buena forma al receptor (Meyenberg, y Lugo, 2012).

El autor de los textos o el sujeto que emite el discurso utiliza diferentes herramientas para exponer sus ideas, todo ello según su estado de ánimo, intencionalidad y subjetividad.

Los recursos discursivos deben cumplir con ciertas características para que el mensaje del emisor pueda llegar de buena forma al receptor; los siguientes son los elementos necesarios de este tipo de herramientas comunicativas El tema, estructura, estilo, y función. Estas formas de plantear argumentos con la finalidad de convencer se les llaman estrategias discursivas, y que los panelistas las utilizan de manera intencional para persuadir al auditorio, hacer que se identifique con su postura y sus opiniones (Sal y Maldonado, 2006).

Las estrategias discursivas pueden ser de dos tipos, argumentativas y las que apelan a la sensibilidad, las argumentativas, su finalidad es captar el interés de la audiencia; hacer uso de un lenguaje cercano al público; citar autores reconocidos para darle sentido y validez a sus argumentos; exponer más de un ejemplo para reafirmar una misma idea; contraargumentar que las ideas de sus opositores son poco confiables o inválidas (Sal y Maldonado, S. 2006).

Las que apelan a la sensibilidad buscan, advertir acerca de posibles implicaciones y consecuencias de un hecho; hacer uso de la ironía; descalificar a alguien; para ahondar más

en el tema, las estrategias argumentativas son los procedimientos discursivos que de forma intencional utiliza el autor o participante (el emisor) para que su discurso sea eficiente, y convencer o persuadir a un auditorio (el receptor), para que se adhiera a su punto de vista

Las estrategias argumentativas pueden ser de dos tipos, estrategias discursivas que apelan a la razón, se basan en el argumento de autoridad, que consiste en respaldar una idea haciendo referencia a su autor, que se considera con cierta credibilidad.

Un ejemplo de estrategia discursiva que apela a la razón es cuando se cita a un experto reconocido en el tema que se está discutiendo. Los argumentos que se respaldan con datos, los cuales son resultado de estudios e investigaciones. El hecho de que la idea esté sustentada en un análisis riguroso y sistemático, le presta mayor credibilidad. Un ejemplo de esto son las menciones de estadísticas o encuestas.

4.8. Normativas y Ética en el Discurso Político

La relevancia de las normativas y la ética en el discurso político es fundamental para la integridad de los procesos democráticos, estos principios aseguran que las comunicaciones políticas se realicen de manera responsable, transparente y respetuosa, fomentando un ambiente de debate sano y constructivo (Manzano, 2005). La tesis central de este tema es explorar cómo las normativas y la ética no solo influyen en la calidad del discurso político, sino también en su capacidad para fomentar la confianza y la participación ciudadana en los asuntos públicos.

Históricamente, el discurso político ha sufrido transformaciones importantes, desde los tiempos de la retórica clásica hasta la era de las redes sociales, las normas y éticas que rigen el discurso han avanzado para adecuarse a los cambios en los medios de comunicación y las expectativas sociales. Por ejemplo, en la era de la imprenta, la difusión de ideas políticas se volvió más accesible, mientras que, en la actualidad, las redes sociales han democratizado aún más la expresión política, aunque también han planteado nuevos desafíos éticos (Meyenberg y Lugo, 2012).

Hoy por hoy existen gran cantidad de leyes y normativas que reglamentan el discurso político, estas pueden variar significativamente, pero generalmente incluyen regulaciones

sobre la financiación de campañas, la publicidad política, y la igualdad de acceso a los medios de comunicación.

Para Pendas (2020) los principios éticos claves en el discurso político incluyen la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y el respeto por los demás. Estos principios no solo son fundamentales para la integridad personal de los políticos, sino que también son esenciales para la salud de la democracia. Sin embargo, la aplicación de estos principios en la práctica a menudo enfrenta desafíos, como la manipulación de la información o la utilización de discursos de odio.

La carencia de un discurso con ética y moral puede tener resultados catastróficos, como la desconfianza del público hacia el emisor. Ejemplos históricos y contemporáneos pueden ilustrar cómo la desinformación y los discursos divisivos han impactado negativamente en sociedades específicas.

Van Dijk (1999) recomienda para mejorar la ética en el discurso político, se pueden sugerir varias estrategias, estas incluyen la educación cívica, la regulación de los medios de comunicación, y la promoción de la transparencia en las campañas políticas. Además, el fortalecimiento de las instituciones democráticas y la promoción de una cultura de responsabilidad y respeto mutuo son fundamentales.

4.9. Mensaje persuasivo en la Comunicación Política

Es razonable pensar que el límite ético de un mensaje persuasivo se encuentra en los objetivos finales que persigue. Puede estar apoyado en una estructura de determinados mensajes, y puede cuestionarse desde el punto de vista ético el uso de relatos dirigidos a despertar las emociones del auditorio (Barranco, 2003, p.48).

No obstante, toda persuasión lleva incorporados contenidos abiertamente destinados a tocar emociones y fibras sensibles, sin que ello implique incumplimiento de las normas deontológicas del periodista.

De acuerdo a Garcillan (2015) la comunicación política contiene un mensaje de opinión que se inserta en los géneros periodísticos, de manera especial en la entrevista, en la

que el entrevistado, lógicamente, como centro del trabajo periodístico, no sólo dice lo que piensa sobre lo que se le pregunta, sino que además goza del derecho a decirlo, a dar sus opiniones, sus puntos de vista.

La comunicación política, constituye un mensaje persuasivo que en sí mismo presupone la existencia de otros mensajes con interpretación no sólo distinta, sino a veces contradictoria. Por otro lado, González (2018) mencionan que la argumentación de la persuasión puede incorporar análisis comparativos a través de los cuales un comunicador político puede llegar a conclusiones parciales, tal vez intencionadas, en apoyo de sus intereses.

4.10. El mensaje y el medio

McLuhan (1998) señala que la comunicación política debemos entenderla también como el mensaje que llega al medio informativo, no el que finalmente aparece publicado o editado para ofrecerlo al lector, oyente o telespectador. En el trabajo de edición, el periodista político se suele permitir ciertas licencias para hacer persuasivo su mensaje, lo que nos lleva a afirmar que los límites éticos de la comunicación política deben ser más nítidos y exigibles que en el periodismo en general. En la comunicación política, la ética debe primar por encima de cualquier otra consideración.

Discurso, formatos, intenciones e impacto, en la comunicación política, como hemos dicho antes, el núcleo central es el discurso, que se convierte en eje del hecho comunicativo. El discurso podemos estudiarlo desde el punto de vista de los formatos que asume según los medios utilizados (Gonzales, 2018).

Desde el punto de vista de la intencionalidad, de acuerdo con el contexto político en el que se produce. Por el impacto producido o previsto; por las estrategias discursivas utilizadas, y por lo silenciado. En la segunda dimensión del estudio, aparecen los medios de comunicación utilizados, desde los tradicionales (Prensa, Radio y Televisión), hasta las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Estas últimas, utilizadas como medios, amplifican el alcance del discurso a la vez que participan en su construcción, por lo que son consideradas en su doble vertiente de vehículos y actores.

En los medios tradicionales, el ritmo informativo y el mandato editorial y de opinión, imponen agendas. Por su parte, las nuevas tecnologías obligan a repensar las formas de construir el discurso político y a replantear las estrategias de participación e incidencia políticas. Otra esfera de estudio son los sondeos de opinión y las identidades asignadas a la denominada "opinión pública".

4.11. Figuras Retóricas

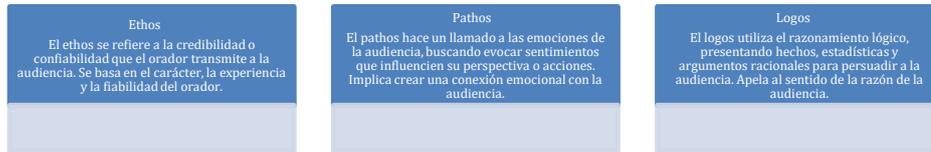
Las figuras retóricas son recursos literarios imprescindibles para crear narraciones únicas, originales y con estilo propio. La retórica es una disciplina que se dedica tanto a la construcción de discursos persuasivos eficaces como a la teorización sobre el modo como se consiguen estos discursos. Es una disciplina, por lo tanto, teórica y aplicada sobre la capacidad de convencer con el uso de la palabra (Gallucci, 2003).

La retórica constituye así la primera reflexión sobre el discurso o uso lingüístico al servicio de una intención comunicativa: el propósito del orador, es convencer al auditorio de su opinión para orientarlo hacia una determinada actuación.

En los tratados de retórica clásica se sistematizan las reglas y preceptos relativos al «arte del bien decir» (ars bene dicendi) o retórica, frente a las reglas de la gramática o «arte de decir correctamente» (ars recte dicendi). La retórica formaba parte, junto con la dialéctica y la gramática, del currículo escolar o trivium de la Edad Media y despertó gran interés como campo de estudio hasta la Edad Moderna (Artistóteles, 1990).

En la retórica aristotélica, Ethos, Pathos y Logos son tres componentes esenciales para construir un argumento persuasivo. El "Ethos" se enfoca en la credibilidad y la confiabilidad del orador, dependiendo de su carácter y autoridad percibida. "Pathos", por otro lado, apunta a las emociones de la audiencia, buscando despertar sentimientos que influyan en su actitud y decisiones. Finalmente, "Logos" se basa en la lógica y la razón, utilizando datos, hechos y argumentos racionales para convencer. Estos elementos trabajan juntos para crear un discurso efectivo y convincente, cada uno apelando a diferentes aspectos de la percepción y el razonamiento del público (Artistóteles, 1990).

Componentes retóricos de Aristóteles



Nota. Estos tres componentes son fundamentales en la retórica aristotélica y se utilizan para construir argumentos persuasivos en el discurso (Aristóteles, 1990).

Aristóteles divide la retórica en cuatro partes: invención, disposición, elocución y acción; la tradición romana como Cicerón, Quintiliano, y añade la memoria a estas cuatro partes, estas partes definen las cinco fases en el proceso de creación de un discurso eficaz, con lo que tiene que ver con: invención (*inventio*), disposición (*dispositio*), elocución (*elocutio*), memorización (*memoria*) del discurso y acción oratoria (*pronuntiatio*) (Aristóteles, 1990).

4.12. Persuasión

Para Power (2020) la persuasión es una herramienta de comunicación útil para transformar ideas, creencias, actitudes y, en el mejor de los casos, comportamientos. Las técnicas de persuasión se dividen en dos grupos: las racionales y las emocionales. Algunas técnicas racionales serían la argumentación, la lógica, la retórica, el método científico y la evidencia. Algunas técnicas emocionales serían la publicidad, la fe, la imaginación, la propaganda, la seducción.

Se persuade por el talante, cuando el discurso es dicho de tal forma que hace al orador digno de crédito. Porque a las personas honradas las creemos más y con mayor rapidez [...] por así decirlo, casi es el talante personal quien constituye el más firme medio de persuasión. (Aristóteles, 2000, p. 176)

No se debe olvidar que persuadir es un arte porque tiene en cuenta tanto lo que tú quieres transmitir como lo que tu interlocutor está recibiendo, sus respuestas, sus sentimientos y sus intereses. Es la base de cualquier negociación y permite la conexión emocional entre dos personas, imprescindible para crear un buen vínculo (Garcillan, 2015).

En toda comunicación persuasiva la información se va transmitir a través de los cinco sentidos, es cierto que en la publicidad se ha hablado siempre de dos sentidos fundamentalmente: el oído y la vista, pero vamos a comprobar que los demás sentidos también contribuyen en gran manera a facilitar una comunicación tremendamente persuasiva; así como la experimentación.

4.13. Estrategias de Persuasión en Política

Para Aira, *et al.* (2019) la persuasión es un elemento central en la política, su importancia radica en la capacidad de influir en las opiniones, actitudes y comportamientos del electorado, en este contexto, comprender las estrategias de persuasión se vuelve crucial para analizar cómo los líderes políticos y los partidos moldean la opinión pública. Power (2020) la define como el proceso de influir en las actitudes, creencias o comportamientos de una persona o grupo, no es simplemente el acto de argumentar, sino también el arte de presentar la información de manera convincente.

Se pueden explorar varias teorías, como la teoría del cambio de actitud de Hovland, Janis y Kelley, que enfatiza cómo los mensajes persuasivos cambian las actitudes de las personas. La Teoría de la Acción Razonada de Fishbein y Ajzen sugiere que la intención de comportamiento de una persona está influenciada por su actitud hacia el comportamiento y por las normas subjetivas (Sisek 2000).

Ríos, *et al* (2020) menciona que la persuasión es vital en la política porque permite a los líderes y partidos políticos formular y comunicar sus mensajes de manera efectiva, influenciando así las opiniones y decisiones de los votantes. Se pueden mencionar ejemplos históricos como los discursos de Winston Churchill durante la Segunda Guerra Mundial, que sirvieron para fortalecer el ánimo y la resistencia del pueblo británico. Se discuten las técnicas de persuasión verbal, como el uso de retórica y el lenguaje emocional, las estrategias no verbales incluyen el lenguaje corporal y la apariencia física.

Para lo cual el analizar cómo los políticos utilizan la televisión, la radio y, más recientemente, las redes sociales e Internet para difundir sus mensajes y persuadir al electorado, constituye un aspecto prescindible. Examinar cómo se utilizan técnicas como la

repetición de mensajes, la apelación a emociones (miedo, esperanza, orgullo) y la construcción de narrativas para influir en las opiniones y comportamientos.

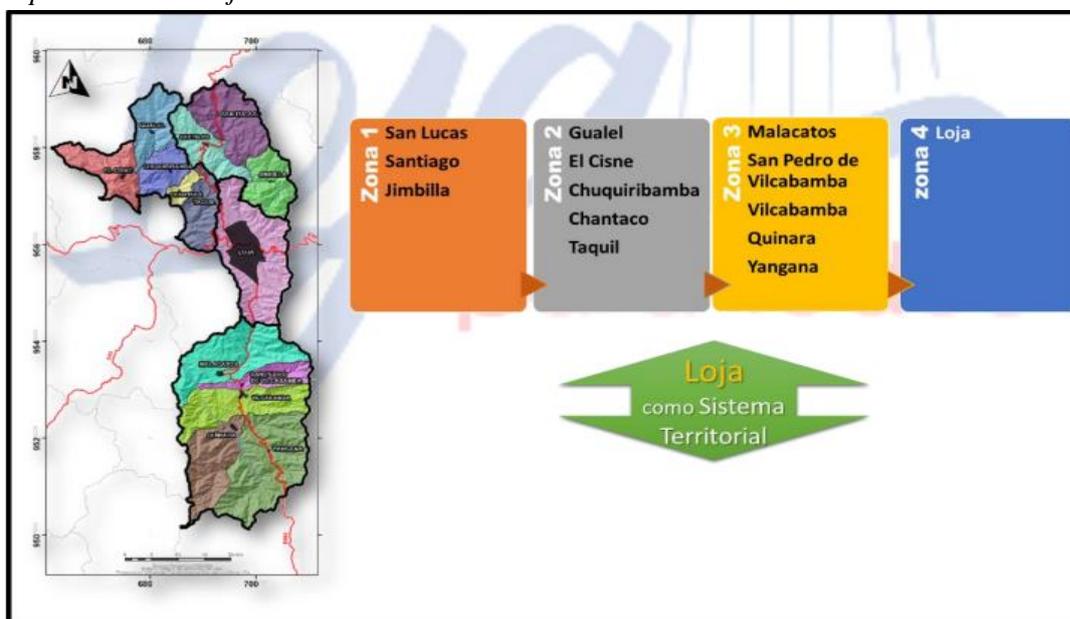
5. Metodología

Para el estudio de investigación, se llevaron a cabo diversos procedimientos y métodos de estudio, que incluyeron aspectos relacionados con el contexto, croquis, enfoque, investigación descriptiva, diseño no experimental, proceso, técnicas, instrumentos y participantes. Estos elementos se consideraron esenciales para alcanzar los objetivos establecidos.

5.1. Área de estudio

Figura 2.

Mapa del cantón Loja



Nota. Secretaría técnica Planifica Ecuador, 2019

Loja es un cantón de la provincia de Loja, Ecuador, la población total en el cantón Loja es de 254.000 habitantes aproximadamente, la cual está distribuida en un 68 % en la zona urbana, 13% en la periferie, y 19% en las parroquias rurales.

Es el cantón más grande y poblado de la provincia de Loja y agrupa el 50% de la población provincial en tres secciones geográficas; la Hoya de Loja donde está la ciudad de Loja (65% de la población), los valles tropicales y subtropicales del sur (25% de la población) y las mesetas templadas del norte del Cantón (10% de la población)".

Y cuenta con las siguientes parroquias urbanas: El Sagrario, Sucre, El Valle, San Sebastián, Punzara, Carigán. En lo que corresponde a parroquias rurales: Malacatos, Quinara, Santiago, Gualel, Jimbilla, Chuquiribamba, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana, Chantaco, San Lucas, El Cisne, Taquil.

5.2.Procedimiento

5.2.1. Enfoque metodológico

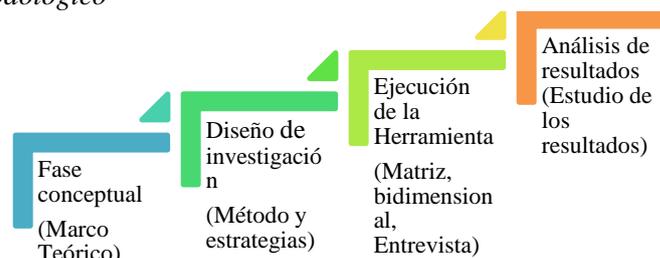
Este estudio se basó en un enfoque cualitativo, ya que se sumergió en el contexto social para comprender cómo los individuos se expresaban, percibían y se relacionaban con su entorno. En la investigación cualitativa, las palabras constituían la principal herramienta de recolección de datos y generaban textos que permitían la reflexión y el debate.

Existían dos maneras principales de explorar un texto: a través del análisis de contenido o mediante el análisis de discurso. Ambos enfoques buscaban adentrarse en el texto para descubrir significados profundos (Amezcuca, 2023). Es por ello que, para esta investigación, se examinó el papel que desempeñaron los candidatos a la Alcaldía de Loja desde la comunicación política y cómo construyeron sus visiones sociales, siguiendo un proceso estructurado de exploración donde se buscó descifrar el significado detrás de sus estrategias discursivas.

5.2.2. Fases del autor

La investigación científica se desarrolla a través de un conjunto de procesos organizados en diferentes fases, cada una con objetivos y funciones específicas. En el contexto de este estudio, se plantea la implementación de cuatro etapas secuenciales en el proceso de investigación cuantitativa y cualitativa (Basado en Briones, citado en Romero-Rodríguez 2014, p.213)

Figura 3
Diseño metodológico



Nota. Se presenta el diseño de investigación.

5.2.2.1. Fase conceptual o teórica

En esta etapa se trabaja en la definición, delimitación y formalización del problema objeto de estudio, junto con la revisión de la literatura académica y el desarrollo del marco teórico.

5.2.2.2. Fase de diseño de la investigación

Durante esta etapa, se establece el método y las estrategias que se emplearán para recopilar y analizar los datos. Se determina el tamaño y la segmentación de la muestra, y se realiza un piloto para evaluar el funcionamiento del cuestionario o sistema de recolección de datos.

5.2.2.3. Fase de ejecución de la herramienta/s.

Aquí se procede a administrar el cuestionario a la muestra seleccionada con el propósito de recopilar datos. Luego, se lleva a cabo la tabulación y codificación necesarias para los métodos analíticos.

5.2.2.4. Fase de análisis de los resultados

En esta etapa, el investigador examina los resultados derivados de la aplicación de los cuestionarios y su correspondiente tabulación.

5.2.3. Alcance de la investigación

Esta investigación fue de tipo transversal, semántica, buscando el sentido de las palabras y el análisis de los temas y categorías propuestas, y pragmática, pretendiendo descubrir las circunstancias en las que la comunicación tenía lugar. Además, fue de tipo no experimental. Lo que se buscó analizar fueron las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado "Loja debate" organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) para las elecciones del 2023.

Por ello, sus datos fueron recopilados desde el diseño transversal, el cual fue determinado por períodos de estudio. Asimismo, su intención fue describir el fenómeno a través de categorías de estudio (Mousalli-Kayat, 2015).

5.3. Diseño no experimental

5.3.1. Proceso

Se aplicó el tipo de investigación no experimental, porque se observó el contexto en el que se desarrolló el fenómeno de estudio (debate) y se analizó para obtener información, en donde ya no se pudo cambiar el contexto de lo ya desarrollado, sino emitir criterios y análisis de las acciones ejecutadas a través del debate.

5.4. Técnicas

5.4.1. Análisis del discurso

Su objetivo era desarrollar teorías en torno a sus tres elementos esenciales: uso del lenguaje, patrones textuales y conversacionales, transmisión de creencias, cognitivo y

comunicación en contextos sociales. Por lo tanto, el análisis del discurso no podía considerarse como una técnica utilizada únicamente en la investigación social, porque su alcance era tan amplio que requería la especificación del enfoque elegido, ya fuera lingüístico, antropológico, sociocrítico, así como de las características específicas. Según Teun Van Dijk, el análisis del discurso evidencia las formas en que se ejercían, perpetuaban y, en ocasiones, se cuestionaban los abusos del poder social, la dominación y la desigualdad a través de textos y discursos dentro de marcos sociales y políticos (Van Dijk, 1999).

5.4.2. Entrevista estructurada

La entrevista estructurada a expertos que ayudó a recopilar la información primaria mediante la opinión de las personas seleccionadas desde los diferentes ámbitos de su especialidad. (Hernández, 2018)

5.5. Instrumentos

En última instancia, lo que constituía las propiedades del discurso se determinó observando la construcción del discurso, en el debate, la estructura de la argumentación, el estilo y otros factores clave propuestos por Van Dijk en su enfoque CDA. Para este propósito se utilizó una matriz bidimensional del discurso enunciado por candidato.

Tabla 2.
Instrumento de análisis

Categorías de análisis	Categorías de análisis
Estructura social y discurso	Aspectos políticos, ideológicos y normativos
Dimensión macro y micro	Poder de control; Acceso al discurso y control
Análisis de la mente	Control de la mente; Influencia del contexto
Modelos mentales	Cognición social

Nota. adaptación propia de Van Dijk (1983).

5.6. Participantes

Tabla 3.

Panelistas que participaron en el debate

Candidato	Partido Político
Jorge Vicente Reyes Jaramillo	Movimiento Centro Democrático, lista 1
Carlos Leonel Escudero Sánchez	Alianza somos el cambio (Pachakutik y Unidad Popular)
Jonathan Mauricio Calva Carrión	Partido Sociedad Patriótica (PSP), lista 3
Ligia Isabel Rodríguez Lima	Movimiento Pueblo, Igualdad, Democracia (PID), lista 4
Juan Carlos Torres Díaz	Revolución Ciudadana, lista 5
César Augusto Guerrero Cueva	Alianza Por Loja (PSC y Convocatoria), lista 6-62
Vanessa del Carmen Vinces Requena	Izquierda Democrática, lista 12
Fredy Oswaldo Altamirano Arias	Partido Socialista Ecuatoriano (PSE), lista 17
Bryan Eduardo Cango Picoíta	Movimiento Democracia Sí, lista 20
Nixon Arlig Granda	Juntos por Loja (Suma y Alianza Popular), lista 23-73
Paúl Stewart Cueva Luzuriaga	El reto es Loja (RETO y Construye), lista 33-25
José Bolívar Castillo Vivanco	Movimiento Acción Regional por la Equidad (ARE), lista 61
Franco Antonio Quezada Montesinos	Movimiento Solidez, Esperanza y Respeto (SER), lista 63
Patricio Alberto Valdivieso Espinosa	Movimiento Renovación Democrática, lista 111
Fernando Geovanny Ayala Guerrero	Movimiento Progresista, lista 123

Nota. Elaboración propia

5.7.Población

Para el presente estudio de investigación se consideró a los candidatos a la Alcaldía de Loja, que participaron en el debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) 2023. Además de expertos en la comunicación social para conocer criterios y análisis sobre el desarrollo de este debate.

6. Resultados

6.1. Análisis del programa “Loja Debate 2023”

Primer bloque, conformado por ocho candidatos: Paúl Cueva, Nixón Granda, Juan Carlos Torres, Fernando Ayala, César Guerrero, Jorge Reyes, Freddy Altamirano y Jonathan Calva,

Tabla 4.

Prioridades bajo las cuales trabajarán en caso de ser electos

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Los candidatos presentan sus prioridades bajo las cuales trabajarán si son electos como alcaldes de Loja. Cada uno destaca diferentes aspectos, como seguridad ciudadana, desarrollo económico, infraestructura, inclusión, servicios de calidad, agua potable, vialidad, turismo, cultura y medio ambiente.</p> <p>En general, los temas resuenan con las preocupaciones del electorado, ya que abordan cuestiones importantes para la comunidad local.</p>
Dimensión macro y micro	<p>En cuanto a retórica y persuasión, los candidatos utilizan argumentos como la creación de empleo, la mejora de la calidad de vida y la inversión pública y privada para persuadir al público.</p>
Análisis de la mente	<p>La mayoría de los candidatos no presentan datos concretos o fuentes confiables para respaldar sus argumentos. En su lugar, utilizan argumentos generales y propuestas vagas, las estrategias de ataque son limitadas en este contexto, ya que el formato del debate no permite confrontaciones directas entre candidatos, respecto a esta primera interrogante.</p> <p>Algunos candidatos muestran empatía al mencionar la creación de empleo para jóvenes y la preocupación por las necesidades de la comunidad.</p>
Modelos mentales	<p>En cuanto a habilidades de debate, los candidatos son claros en su comunicación y se expresan de manera persuasiva, los temas prioritarios varían entre los candidatos, pero la mayoría se centra en problemas locales como la seguridad, la economía y la infraestructura.</p> <p>El público objetivo parece ser la población lojana en general, y los candidatos adaptan su tono y contenido para atraer a diferentes grupos de la ciudad de Loja, algunos candidatos utilizan llamados a la acción, como la mejora de la vialidad y la inversión pública y privada, para movilizar a su</p>

	<p>base de votantes.</p> <p>La comunicación no verbal, se menciona que los candidatos tienen cuarenta y cinco segundos para responder, lo que puede influir en su manejo del tiempo y la comunicación no verbal.</p>
--	--

Nota. Elaboración propia

Tabla 5.
Primer Eje Temático sobre Seguridad y Convivencia Social

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Paúl Cueva, propone la creación de un fondo público de financiamiento para la seguridad en el que los ciudadanos participen en su gestión y fiscalización. También menciona la importancia de políticas públicas y ordenanzas para abordar la violencia de género.</p> <p>Nixon Granda, destaca la gravedad de las estadísticas de delincuencia en la provincia y propone rechazar a los presos de alta peligrosidad que llegan a la ciudad. Aboga por liberar la seguridad ciudadana para los lojanos.</p> <p>Juan Carlos Torres, plantea la necesidad de tipificar la violencia política y trabajar en conjunto con los assembleístas para lograrlo. También propone tres ejes de acción: infraestructura, capacitación y redes de apoyo.</p> <p>Fernando Ayala, promete crear mil empleos para jóvenes, incluyendo la formación de un "escuadrón de seguridad ciudadana". Su enfoque está en el control de espacios públicos y los permisos de funcionamiento.</p> <p>César Guerrero, propone conformar la Junta Cantonal de Protección de Derechos para abordar la violencia política. Plantea resolver el problema de la criminalidad desde una perspectiva integral.</p> <p>Jorge Reyes, se enfoca en generar espacios y campañas para fomentar el respeto a la mujer y la solidaridad familiar. También menciona el apoyo a través de asesoría jurídica y centros de acogida.</p> <p>Freddy Altamirano, destaca la necesidad de sensibilizar y fomentar una cultura de paz a través del sistema educativo. Propone políticas públicas de inclusión económica de las mujeres.</p> <p>Jonathan Calva, plantea la importancia de la tipificación de la violencia política y la participación activa de las mujeres en la toma de decisiones. Aboga por rehabilitar espacios públicos y usar tecnología para mejorar la seguridad.</p> <p>Las propuestas varían en enfoque y alcance, desde la creación de fondos</p>

	<p>públicos y políticas específicas hasta la rehabilitación de espacios públicos y la inclusión de jóvenes en la toma de decisiones. Algunas propuestas son más detalladas que otras, y su viabilidad podría depender de factores como el presupuesto y la capacidad de implementación del municipio.</p>
Dimensión macro y micro	<p>En cuanto a la retórica y persuasión, algunos candidatos utilizan argumentos basados en datos y estadísticas para respaldar sus propuestas, mientras que otros enfatizan la importancia de la inclusión y la sensibilización. También se observa el uso de metáforas y ejemplos concretos, como "escuadrón de seguridad ciudadana" y "economía violeta", que pueden ayudar a conectar con el público.</p>
Análisis de la mente	<p>Algunos candidatos respaldan sus argumentos con datos, como las estadísticas de delincuencia en la provincia. Sin embargo, otros se centran más en las propuestas sin proporcionar evidencia concreta de su eficacia.</p> <p>En este fragmento, no se observan ataques directos entre los candidatos. En su lugar, se centran en presentar sus propias propuestas.</p> <p>Los candidatos muestran preocupación por temas como la violencia de género y la inseguridad, lo que podría resonar con las preocupaciones del electorado. Sin embargo, la forma en que expresan esta empatía varía.</p> <p>La presentadora controla el tiempo de cada candidato de manera efectiva, asegurándose de que respeten los límites de tiempo asignados.</p>
Modelos mentales	<p>La calidad del debate varía entre los candidatos. Algunos son más claros y persuasivos en su comunicación que otros.</p> <p>Cada candidato enfoca el tema de seguridad y convivencia social desde una perspectiva ligeramente diferente, lo que refleja sus prioridades individuales.</p> <p>Aunque no se menciona explícitamente, los candidatos están hablando en un contexto local y se dirigen a los votantes de Loja. Sus propuestas reflejan las preocupaciones de la población local.</p> <p>Los candidatos no mencionan específicamente llamados a la acción como registrarse para votar, pero presentan propuestas que podrían movilizar a diferentes grupos demográficos.</p> <p>El análisis de la comunicación no verbal, se evidencia seguridad al momento de expresar su pensamiento.</p>

Nota. Elaboración propia

Tabla 6.
Segundo Eje Temático sobre Economía y Vialidad

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Paul Cueva propone fortalecer y recuperar el fondo asignado para el festival de las artes vivas y crear un nuevo festival que incluya música alternativa y bandas locales. Su propuesta es centrarse en la cultura local y articular con las universidades e institutos.</p> <p>Nixon Granda enfatiza en exigir al Gobierno Nacional asignar recursos para el festival de artes vivas y crear fondos concursables para instituciones culturales y educativas. Su enfoque es en la financiación y la participación de la comunidad.</p> <p>Juan Carlos Torres propone desarrollar la industria cultural y de contenidos en Loja, promoviendo exportaciones de cortos de animación y cine. Su enfoque es en la economía creativa y el empleo joven.</p> <p>Fernando Ayala se centra en la creación de empleo alrededor del festival de artes vivas y la reactivación económica de la ciudad. Su propuesta se enfoca en el empleo y la economía local.</p> <p>César Guerrero menciona la creación del "quinquenio de las artes" y la visibilización de artistas locales en el mundo. Su enfoque es en el desarrollo cultural y la proyección internacional.</p> <p>Jorge Reyes propone un fideicomiso para el fondo de la cultura y el turismo, así como la reorientación del festival de artes vivas hacia diversos sectores y manifestaciones culturales. Su enfoque es en la gestión financiera y la inclusión cultural.</p> <p>Freddy Altamirano propone administrar el Teatro Benjamín Carrión por los lojanos y crear empleo a través de la gestión municipal. Su enfoque es en la gestión local y la cultura comunitaria.</p> <p>Jonathan Calva destaca su experiencia como gestor cultural y enfatiza en la promoción turística, comunitaria y sostenible. Su propuesta se centra en el turismo y la cultura local. En general, las propuestas varían en enfoque, desde la financiación del festival hasta el desarrollo cultural y la creación de empleo. Algunas propuestas parecen más concretas y factibles que otras, y será importante para los candidatos respaldar sus ideas con detalles específicos. Los candidatos parecen ser en su mayoría serios y enfocados en las propuestas, no se observan lenguajes corporales extremadamente</p>

	<p>llamativos o tonos emocionales elevados. La mayoría de los candidatos se comunican de manera coherente con el mensaje que quieren transmitir, que está centrado en la cultura, el arte y el desarrollo económico de Loja. Durante las interpelaciones, los candidatos respondieron de manera directa a las preguntas y críticas de sus oponentes, las tácticas empleadas para neutralizar los ataques de los oponentes incluyen proporcionar explicaciones claras y argumentos sólidos en defensa de sus propuestas, la mayoría de los candidatos mostraron habilidades de debate al responder a las preguntas y críticas de manera eficaz.</p>
Dimensión macro y micro	<p>Algunos candidatos utilizaron ejemplos concretos y datos para respaldar sus argumentos, lo que aumenta su persuasión. Se observaron metáforas y analogías en los discursos, como la idea de que Loja puede convertirse en un exportador de contenidos, lo que ayuda a conectar con el público, el uso de ejemplos personales, como la experiencia de Jonathan Calva como gestor cultural, también contribuye a la persuasión.</p>
Análisis de la mente	<p>Algunos candidatos respaldaron sus argumentos con datos y ejemplos, como la inversión en el festival de artes vivas. La integración de esta información en sus discursos fue efectiva para respaldar sus propuestas. En las interpelaciones, los candidatos confrontaron a sus oponentes con preguntas directas sobre sus propuestas o declaraciones anteriores. Estas estrategias fueron efectivas para aclarar posiciones y contrastar ideas. Varios candidatos demostraron empatía al mencionar la importancia de la cultura y el arte en la comunidad local. Esto puede ayudar a conectar emocionalmente con el electorado. En general, los candidatos utilizaron eficazmente el tiempo asignado para transmitir sus mensajes sin perderse en detalles.</p>
Modelos mentales	<p>En general, los candidatos demostraron habilidades de debate, siendo claros y persuasivos en sus argumentos. Los temas prioritarios para cada candidato varían, pero todos están relacionados con el desarrollo cultural y económico de Loja. Los candidatos ajustaron su tono y contenido para atraer a diferentes grupos del cantón, enfocándose en la cultura y el desarrollo local. Algunos candidatos mencionaron la importancia de involucrar a la comunidad en el festival de artes vivas y promover la participación ciudadana.</p> <p>La comunicación no verbal de los candidatos fue en su mayoría coherente con sus mensajes, transmitiendo confianza y sinceridad.</p>

Nota. Elaboración propia

Tabla 7.
Tercer Eje Temático sobre Medio Ambiente y Territorio

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Paul Cueva, propone intervenir en el área de conservación municipal y descontaminar los ríos y reforestar las quebradas. Además, menciona la protección de la vida silvestre y la fauna urbana.</p> <p>Nixon Granda, destaca la necesidad de construir colectores marginales para limpiar las quebradas y ríos, además de trasladar un centro de recolección de basura para evitar la contaminación ambiental.</p> <p>Juan Carlos Torres, aborda la contaminación de los ríos como un problema generalizado y propone reordenar las finanzas municipales para emprender obras prioritarias, incluyendo la construcción de colectores marginales de los ríos.</p> <p>Fernando Ayala, se enfoca en la creación de un "escuadrón ecológico" y la financiación de una moderna planta de agua potable a través de una consulta popular y el respaldo del Gobierno.</p> <p>César Guerrero, menciona la protección de cuentas hidrográficas y aboga por la conservación y restauración de los ríos, destacando la importancia de la educación y los recursos a largo plazo.</p> <p>Jorge Reyes, plantea la necesidad de captar y tratar las descargas contaminantes hacia los ríos y destaca la importancia de la modernización de la planta de tratamiento de aguas residuales.</p> <p>Jonathan Calva, hace hincapié en la importancia de la rehabilitación y restauración de ríos, junto con prácticas arquitectónicas sustentables y modernas.</p> <p>Freddy Altamirano, se opone a la contaminación de los ríos y propone captar y tratar las descargas contaminantes, además de enfocarse en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.</p> <p>Los candidatos presentan propuestas relacionadas con el medio ambiente y el territorio de la ciudad de Loja. Cada candidato ofrece su visión sobre cómo abordar los problemas ambientales y la sostenibilidad urbana. Las propuestas varían desde la conservación de áreas naturales hasta la</p>

	modernización de la infraestructura de agua potable.
Dimensión macro y micro	<p>Los candidatos utilizan argumentos y propuestas específicas relacionadas con la gestión del agua y la conservación del medio ambiente en Loja.</p> <p>Nixon Granda y Fernando Ayala, mencionan la financiación de una planta de tratamiento de agua potable, mientras que Juan Carlos Torres, se centra en la reorganización financiera municipal.</p> <p>Jorge Reyes, destaca la restauración de ríos y cuencas hidrográficas.</p> <p>Jonathan Calva, habla de políticas públicas para promover la movilidad sostenible.</p> <p>Sobre la retórica y persuasión, los candidatos utilizan argumentos sólidos relacionados con la conservación del medio ambiente y la gestión del agua para persuadir a los votantes y varios candidatos mencionan la necesidad de proteger los recursos naturales y promover una ciudad sostenible.</p>
Análisis de la mente	<p>Los candidatos a menudo no proporcionan datos concretos o fuentes confiables para respaldar sus propuestas, lo que debilita la solidez de sus argumentos.</p> <p>Los candidatos no parecen enfocarse en atacar a sus oponentes en este discurso, centrándose más en la presentación de sus propias propuestas.</p> <p>Empatía y conexión:</p> <p>Varios candidatos expresan empatía hacia los problemas ambientales y la necesidad de proteger los recursos naturales, lo que puede resonar con el electorado preocupado por el medio ambiente.</p> <p>En general, los candidatos utilizan eficazmente el tiempo asignado para presentar sus propuestas y responder a las preguntas.</p>
Modelos mentales	<p>Los candidatos muestran habilidades de debate al presentar sus argumentos de manera clara y persuasiva.</p> <p>Interactúan de manera respetuosa con los demás candidatos y el moderador.</p> <p>Sobre temas prioritarios, los candidatos consideran prioritarios temas relacionados con el medio ambiente y la gestión del agua, que son relevantes para el electorado y la situación actual de la ciudad.</p> <p>Los candidatos parecen orientar su discurso hacia un electorado interesado en cuestiones ambientales y la gestión del agua.</p> <p>Algunos candidatos mencionan la posibilidad de convocar una consulta popular para tomar decisiones importantes relacionadas con el medio ambiente y la gestión del agua.</p> <p>No se mencionan llamados a la acción claros en términos de registro de</p>

	votantes o asistencia a eventos.
--	----------------------------------

Nota. Elaboración propia

Tabla 8.
Cuarto Eje Temático sobre Administración Local y Provincial

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Paul Cueva, aboga por la descentralización y la optimización de recursos a través de alianzas público-privadas y cooperación internacional. Menciona la importancia de involucrar a la sociedad y la universidad en la toma de decisiones.</p> <p>Nixon Granda, propone un plan de desarrollo urbano llamado "Mi Barrio Bonito" mediante alianzas público-privadas para mejorar la infraestructura de la ciudad. Promete construir cuarenta barrios en cuatro años.</p> <p>Juan Carlos Torres, enfoca en la recuperación de la cartera vencida, austeridad, y optimización de procesos como medidas para obtener recursos. También menciona la búsqueda de créditos internacionales y cooperación con Juntas Parroquiales.</p> <p>Fernando Ayala, destaca la digitalización de trámites para eficiencia administrativa y propone dar nuevas funciones a los empleados operativos. Aboga por la repavimentación de la ciudad y la limpieza de los ríos.</p> <p>César Guerrero, propone aumentar la recaudación mediante la recuperación de deudas y la gestión de cobranzas. Plantea la inversión pública y privada en proyectos de infraestructura y la creación de un fideicomiso.</p> <p>Jorge Reyes, prioriza recuperar la imagen de un municipio eficiente y reducir el gasto corriente mediante la jubilación de empleados. Propone obtener créditos internacionales para proyectos de saneamiento ambiental.</p> <p>Freddy Altamirano, se enfoca en la digitalización de trámites y la optimización de recursos humanos. Plantea la delegación de competencias en vialidad y la construcción de puentes vaivén.</p> <p>Jonathan Calva, aboga por la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente. Propone seguir los Objetivos de Desarrollo Sustentable y ser una ciudad ecológica.</p> <p>Las propuestas de los candidatos varían en enfoque y estrategia, pero en general, todos buscan mejorar la administración local y obtener recursos</p>

	<p>adicionales para proyectos de infraestructura y servicios públicos.</p> <p>La mayoría de los candidatos se expresan de manera clara y coherente, utilizando un lenguaje accesible para el público.</p> <p>Las réplicas se centran en cuestiones políticas y estratégicas, como las alianzas de los candidatos o los detalles de sus propuestas.</p>
Dimensión macro y micro	<p>Sobre la retórica y persuasión, los candidatos utilizan argumentos lógicos y datos para respaldar sus propuestas. Algunos mencionan cifras específicas, como la deuda municipal, para respaldar sus argumentos.</p> <p>No se detectan elementos retóricos especialmente llamativos, como metáforas o anécdotas personales, en la mayoría de los discursos.</p>
Análisis de la mente	<p>La mayoría de los candidatos respaldan sus argumentos con datos, como el monto de la deuda municipal o la cantidad de vehículos en la ciudad.</p> <p>Algunos candidatos mencionan la existencia de procesos legales y ordenanzas para respaldar sus propuestas.</p> <p>Las críticas entre candidatos son mayormente respetuosas y se centran en cuestiones políticas y estratégicas.</p> <p>Los candidatos tienden a presentar sus propias propuestas en lugar de atacar directamente a sus oponentes.</p> <p>La mayoría de los candidatos muestran empatía con las necesidades de la comunidad y enfatizan la importancia de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.</p> <p>En general, los candidatos utilizan eficazmente su tiempo para transmitir sus mensajes, sin perderse en detalles irrelevantes.</p>
Modelos mentales	<p>Los candidatos en su mayoría son claros y persuasivos en sus argumentos y se relacionan adecuadamente con el moderador y los otros candidatos.</p> <p>Los temas prioritarios para los candidatos incluyen la mejora de la infraestructura, la eficiencia administrativa y la sostenibilidad ambiental.</p> <p>Los candidatos parecen dirigirse principalmente a los votantes interesados en la administración local y provincial, enfatizando la necesidad de mejorar la gestión y obtener recursos para proyectos clave.</p> <p>Algunos candidatos mencionan la importancia de la participación ciudadana y la cooperación con diferentes grupos para movilizar a la comunidad.</p> <p>No se observan señales significativas de comunicación no verbal que indiquen insinceridad o falta de confianza por parte de los candidatos.</p>

Nota. Elaboración propia

Segundo Bloque conformado por siete candidatos: Patricio Valdiviezo, Brayan Cango, Carlos Escudero, Vanessa Vinces, José Bolívar Castillo, Ligia Rodríguez, y Franco Quezada.

Tabla 9.
Prioridades bajo las cuales trabajarán en caso de ser electos.

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Patricio Valdivieso, el candidato Valdivieso destaca la lucha contra la pobreza, desigualdades y corrupción como sus prioridades. Propone modernizar la institución municipal y abordar temas como el agua potable, alcantarillado y seguridad. Sus propuestas resuenan con preocupaciones sociales y de desarrollo local.</p> <p>Bryan Cango, enfoca su plan en temas ambientales y sociales, como el agua potable y alcantarillado sanitario, saneamiento ambiental y apoyo a grupos vulnerables. Su enfoque en gestión participativa y equitativa muestra un interés en la inclusión y el desarrollo sostenible.</p> <p>Carlos Escudero, menciona la seguridad ciudadana, la producción agrícola, la transparencia y el desarrollo de infraestructura como sus prioridades. Su discurso es claro y directo, apelando a temas de seguridad y desarrollo económico.</p> <p>Vanessa Vinces, se enfoca en la economía, el empleo, la energía y la seguridad. Su lenguaje es emotivo, destacando la inseguridad como un problema que afecta a la economía. Muestra una conexión emocional con las preocupaciones de los votantes.</p> <p>José Bolívar Castillo, se preocupa por abordar la politiquería y proyectar un futuro positivo para Loja. Aunque sus prioridades no son explícitas, su discurso es orientado hacia la necesidad de cambio y renovación.</p> <p>Ligia Rodríguez, se centra en la falta de empleo, la inseguridad y la falta de transparencia. Sus propuestas incluyen planes para trabajadores autónomos, desarrollo urbano y transparencia en la administración pública. Su discurso apunta a resolver problemas concretos.</p>

	<p>Franco Quezada, propone un sistema de gobernabilidad eficiente y menciona quince ejes de desarrollo, incluyendo vías, agua potable, alcantarillado, seguridad y empleo. Su enfoque es amplio y orientado hacia el desarrollo integral de Loja.</p>
Dimensión macro y micro	Los candidatos utilizan enfoques diferentes para abordar las necesidades locales, desde cuestiones medioambientales hasta seguridad y economía.
Análisis de la mente	<p>La mayoría de los candidatos respaldan sus argumentos con propuestas concretas, aunque algunos podrían haber proporcionado más datos específicos para respaldar sus planes.</p> <p>Algunos candidatos, como Vanessa Vines, emplean un tono emocional para abordar la inseguridad, buscando conectar con las preocupaciones del público.</p> <p>El uso del tiempo varía entre los candidatos, algunos son más concisos y efectivos en su comunicación que otros.</p>
Modelos mentales	<p>En términos de habilidades de debate, la claridad y persuasión varían entre los candidatos. Algunos son más efectivos que otros en la comunicación de sus propuestas.</p> <p>Las prioridades de los candidatos difieren, y algunos se centran más en temas urgentes, como la seguridad, mientras que otros abordan una variedad de áreas.</p> <p>Los candidatos ajustan su tono y contenido para atraer a diferentes segmentos de la población, aunque esto no siempre es explícito en sus respuestas.</p> <p>Algunos candidatos hacen llamados a la acción, como la movilización de votantes, mientras que otros se centran más en presentar sus propuestas.</p>

Nota. Elaboración propia

Tabla 10.

Primer Eje Temático sobre Seguridad y Convivencia Social

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Los candidatos presentaron diversas propuestas para abordar la violencia contra las mujeres y promover la seguridad en Loja.</p> <p>Patricio Valdivieso propuso la creación de la Secretaría de la Mujer y la Familia, así como el fomento de la independencia económica de las mujeres.</p> <p>Bryan Cango habló de generar políticas públicas y brindar más</p>

oportunidades políticas y directivas a las mujeres.

Carlos Escudero destacó la equidad de género en el municipio y la creación de casas de acogida.

Vanessa Vinces propuso casas sororas, fortalecimiento de capacidades y guarderías municipales accesibles.

José Bolívar Castillo mencionó la importancia de robustecer la organización barrial y el respeto a los derechos de las mujeres.

Ligia Rodríguez, centró en propuestas para abordar la violencia de género y promover la seguridad en Loja.

Franco Quezada habló de un plan de acción inmediata, el Consejo de Seguridad Ciudadana y programas de prevención.

Los candidatos utilizaron un tono en su mayoría respetuoso y serio al abordar este tema sensible. Sus lenguajes corporales parecían coherentes con el mensaje de compromiso hacia la seguridad y la equidad de género.

Durante las interpelaciones, los candidatos abordaron temas relacionados con la seguridad vial y las fotomultas, lo que generó un debate adicional sobre la responsabilidad en la firma de contratos. Las respuestas parecían estar enfocadas en la fiscalización y la protección de los derechos de los ciudadanos.

Dimensión macro y micro	Los candidatos utilizaron argumentos sólidos para respaldar sus propuestas en cuanto a la violencia de género y la seguridad en la ciudad. Se centraron en la importancia de la igualdad de género y la prevención.
Análisis de la mente	Los candidatos no proporcionaron datos específicos durante el debate, como estadísticas de violencia de género o cifras de delitos. Sus argumentos se basaron más en principios generales y propuestas. Las interpelaciones se centraron en temas diferentes al eje temático, lo que limitó la efectividad del debate en torno a la seguridad y la violencia de género. Los candidatos expresaron su preocupación por la seguridad y la igualdad de género, destacando la importancia de empoderar a las mujeres y prevenir la violencia. Esto podría conectar con las preocupaciones del electorado. Los candidatos utilizaron en su mayoría su tiempo de manera efectiva para transmitir sus mensajes, pero algunas respuestas parecían desviarse hacia temas no relacionados.
Modelos mentales	Los candidatos mostraron habilidades variadas en el debate, con algunos siendo más claros y persuasivos que otros. La calidad del debate se vio

afectada por las interpelaciones fuera de tema.

Los candidatos consideraron que la seguridad y la igualdad de género son temas prioritarios para la ciudad, lo que podría resonar con el electorado.

Parece que todos los candidatos apuntan a atraer a un electorado que valora la seguridad y la igualdad de género en Loja.

Los candidatos mencionaron la importancia de programas y políticas públicas para abordar los problemas, pero no se enfocaron en llamados específicos a la acción.

Aunque se observó un tono respetuoso y comprometido en el lenguaje corporal de los candidatos, no se destacaron gestos o expresiones faciales que sugirieran una particular emotividad o sinceridad.

Nota. Elaboración propia

Tabla 11.
Segundo Eje Temático sobre Economía y Vialidad

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Patricio Valdivieso, propone industrializar las artes vivas y formar a los artistas locales para exportar cultura y arte. También menciona la necesidad de no exportar seres humanos.</p> <p>Bryan Cango, destaca la importancia de asignar un presupuesto adecuado al festival de artes vivas y trabajar en la promoción de la cultura a nivel nacional e internacional.</p> <p>Carlos Escudero, aboga por transformar las artes vivas en una industria cultural y un consorcio de las artes vivas para promover el desarrollo de diversas formas de arte.</p> <p>Vanessa Vinces, exige el retorno del presupuesto para las artes vivas y propone estructurar el festival desde las parroquias rurales, promoviendo la gastronomía local.</p> <p>José Bolívar Castillo, critica la falta de voluntad política para gestionar adecuadamente el festival y sugiere impulsar el turismo para mejorar la economía local.</p> <p>Ligia Rodríguez, aboga por crear centros de arte y cultura en cada parroquia, formar a jóvenes en las artes y comercializar la cultura local.</p> <p>Franco Quezada, propone trabajar en el rescate del patrimonio cultural, convertir el festival en un evento permanente y potenciar el talento local.</p> <p>Los candidatos en su mayoría mantienen un tono serio y enfocado en sus</p>

	<p>respuestas. Utilizan un lenguaje claro y directo para transmitir sus propuestas. Su lenguaje corporal no se puede evaluar en un texto escrito, pero en su mayoría se presentan de manera profesional y comprometida con el tema.</p> <p>En la parte de la interpelación, los candidatos tienen la oportunidad de plantear preguntas y desafíos a sus oponentes. Estas preguntas buscan destacar las diferencias en las propuestas y enfoques de cada candidato. Las respuestas también revelan la capacidad de los candidatos para defender sus argumentos y responder a las críticas. En general, las respuestas son coherentes con las propuestas previas de los candidatos.</p>
Dimensión macro y micro	<p>Los candidatos utilizan metáforas y ejemplos concretos para respaldar sus argumentos. Por ejemplo, mencionan la necesidad de "exportar cultura" y convertir el festival en una oportunidad de desarrollo económico. Estos elementos retóricos ayudan a persuadir al público y a conectar con la importancia de la cultura y las artes en Loja.</p>
Análisis de la mente	<p>Los candidatos no proporcionan datos o fuentes concretas en sus respuestas. En su lugar, se basan en argumentos generales y propuestas sin respaldo específico en cifras o datos concretos.</p> <p>Los candidatos muestran empatía al mencionar la importancia de promover la cultura local y apoyar a los artistas. Sin embargo, la empatía no siempre se traduce en propuestas detalladas o acciones concretas.</p> <p>Los candidatos utilizan eficazmente su tiempo para transmitir sus mensajes y responder a las preguntas. Se ajustan al límite de tiempo establecido y se mantienen enfocados en el tema en discusión.</p>
Modelos mentales	<p>En general, los candidatos son claros y persuasivos en sus respuestas. Interactúan de manera respetuosa con el moderador y los otros candidatos durante la interpelación.</p> <p>Los candidatos consideran que el desarrollo de la cultura y las artes es un tema prioritario para Loja. Si bien algunos mencionan la importancia del turismo y la economía, la cultura es el tema central en este discurso.</p> <p>Los candidatos parecen orientar su discurso hacia un público interesado en la cultura y las artes, así como en el desarrollo económico de Loja a través de la promoción de la cultura local.</p> <p>Aunque algunos candidatos mencionan la necesidad de promocionar la cultura local y exportar la cultura, no se mencionan llamados claros a la acción, como registrarse para votar o asistir a eventos específicos.</p>

Nota. Elaboración propia

Tabla 12.
Tercer Eje Temático sobre Medio Ambiente y Territorio

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Patricio Valdivieso, propone regularizar la titularidad de la tierra, enfocándose en barrios abandonados y combatiendo las mafias de tráfico de tierras. También plantea la creación de cuatro centralidades urbanas.</p> <p>Bryan Congo, se centra en dotar de servicios básicos a asentamientos informales, promoviendo el crecimiento vertical y la reforma urbana.</p> <p>Carlos Escudero busca evaluar y proyectar un Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) y establecer zonas urbanas y rurales. Además, propone un consultorio jurídico popular para resolver problemas de legalización de tierras.</p> <p>Vanessa Vinces, destaca la importancia de tomar decisiones efectivas en la planificación urbana y el ordenamiento territorial, priorizando la seguridad y el desarrollo sostenible.</p> <p>José Bolívar Castillo, propone la creación de nuevas parroquias y centralidades urbanas con servicios públicos y un enfoque en el bienestar comunitario.</p> <p>Franco Quezada, enfatiza la necesidad de planificar y organizar el territorio con equidad y justicia, especialmente en la entrega de servicios básicos y la legalización de tierras.</p> <p>En general, los candidatos presentan propuestas diversas para abordar el crecimiento poblacional y la planificación territorial, con enfoques en la regularización de tierras, servicios básicos, crecimiento vertical y el bienestar comunitario.</p>
Dimensión macro y micro	La retórica y persuasión se observan en la mayoría de los candidatos, destacando la importancia de la protección del medio ambiente y la equidad territorial.
Análisis de la mente	Los datos y evidencia son utilizados en menor medida, con algunos candidatos mencionando la existencia de asentamientos informales y

	<p>proyectos específicos.</p> <p>Las estrategias de ataque son suaves, principalmente a través de interpelaciones sobre temas específicos.</p> <p>La empatía y conexión con los votantes se muestra al hablar sobre la seguridad y el bienestar de la ciudadanía.</p> <p>El uso del tiempo es eficiente en su mayoría, aunque algunos candidatos podrían ser más concisos en sus respuestas.</p>
Modelos mentales	<p>Las habilidades de debate varían entre los candidatos, con algunos siendo más claros y persuasivos que otros.</p> <p>Los temas prioritarios incluyen la protección del medio ambiente, el acceso a servicios básicos y la planificación urbana.</p> <p>La audiencia objetivo parece ser la ciudadanía en general, con un enfoque en la equidad y el desarrollo sostenible.</p> <p>Las estrategias de movilización incluyen mencionar proyectos específicos y resaltar la importancia de votar.</p>

Nota. Elaboración propia

Tabla 13.
Cuarto Eje Temático sobre Administración Local y Provincial

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Patricio Valdivieso, propone modernizar el Municipio, digitalizar trámites, implementar sistemas inteligentes, y crear una universidad tecnológica. Sus propuestas son ambiciosas y buscan una ciudad inteligente desde el municipio.</p> <p>Bryan Cango, se enfoca en continuar la digitalización de procesos municipales, implementar nuevas aplicaciones y oficinas de información. Propone desconcentrar los trámites municipales para mayor comodidad de los ciudadanos.</p> <p>Carlos Escudero, aboga por la automatización de procesos, pagos en línea, y la digitalización total para ahorrar dinero y aumentar la transparencia. Destaca la importancia de eliminar el uso del papel en el municipio.</p> <p>Vanessa Vines: Menciona la digitalización como una forma de mejorar la transparencia y la ejecución de recursos. Promete cámaras de seguridad gratuitas, Internet gratuito en barrios, parques y avenidas, y alumbrado público.</p>

	<p>José Bolívar Castillo, habla de un data center y un convenio con cooperación internacional para convertir a Loja en una Smart City. Destaca la importancia de evitar la politiquería en los procesos de contratación y obras.</p> <p>Ligia Rodríguez, quiere acelerar trámites con la digitalización y utilizar un call center poco utilizado. Propone Internet gratuito en toda la ciudad y una digitalización actualizada.</p> <p>Franco Quezada, promete un gobierno electrónico para simplificar trámites y mejorar la gestión educativa. Destaca la importancia de internet gratuito en escuelas y canchas públicas.</p> <p>En general, los candidatos presentan propuestas relacionadas con la digitalización y la mejora de la gestión municipal, aunque varían en los detalles y la profundidad de sus propuestas.</p>
Dimensión macro y micro	Los candidatos utilizan términos como "ciudad inteligente," "transparencia," "digitalización," y "modernización" para persuadir a los votantes de que son la mejor opción para la administración local.
Análisis de la mente	<p>Aunque algunos candidatos mencionan medidas específicas, como la implementación de cámaras de seguridad o la creación de universidades tecnológicas, no proporcionan datos concretos o fuentes confiables para respaldar sus argumentos.</p> <p>Los candidatos hacen énfasis en la importancia de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y en la necesidad de resolver problemas urgentes, como la congestión en el centro de la ciudad.</p> <p>En general, los candidatos utilizan eficazmente su tiempo para transmitir sus mensajes, aunque algunos pueden ser más concisos en sus respuestas.</p>
Modelos mentales	<p>En general, los candidatos son claros en sus respuestas y interactúan de manera respetuosa entre ellos.</p> <p>Los temas prioritarios varían entre los candidatos, pero la mayoría reconoce la importancia de la digitalización y la mejora de la gestión municipal.</p> <p>Los candidatos buscan atraer a diferentes grupos demográficos al mencionar temas como educación, seguridad, transparencia y tecnología.</p> <p>Algunos candidatos mencionan la importancia de la participación ciudadana y el involucramiento de la comunidad en la toma de decisiones.</p> <p>Muestran empatía y conexión con las preocupaciones de los votantes, pero deben ser más concisos en sus respuestas para aprovechar mejor su tiempo de habla en los debates</p>

Tabla 14.
Aspiraciones Personales

Categoría de análisis	Análisis
Estructura social y discurso	<p>Patricio Valdivieso, presenta un discurso enfocado en el desarrollo tecnológico y la creación de oportunidades en su cantón. Sus propuestas son ambiciosas y apuntan a resolver problemas sociales, como la falta de empleo. Su estilo de comunicación es claro y emotivo, mostrando compromiso personal y familiar con el bienestar del cantón.</p> <p>Bryan Cango, se presenta como un joven profesional con una visión fresca para el cantón. Su discurso se centra en la necesidad de infraestructura y desarrollo. Utiliza un lenguaje apasionado y enfocado en la juventud. Sus propuestas parecen factibles, pero necesitaría proporcionar más detalles.</p> <p>Carlos Escudero, se presenta como un hombre sencillo y transparente que ha entregado obras públicas necesarias en el cantón. Su discurso resalta sus logros y la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos. Su estilo es directo y enfocado en resultados.</p> <p>Vanessa Vinces, destaca su valentía y compromiso con la honestidad. Aboga por soluciones viables y el empoderamiento de los jóvenes. Su discurso es apasionado y centrado en el desarrollo económico. Resuena con la necesidad de generar empleo y oportunidades.</p> <p>José Bolívar Castillo, se muestra emotivo y comprometido con la recuperación de la ciudad. Su discurso es enérgico y resalta la cultura, el arte y la productividad. Menciona el enfrentamiento a la adversidad. Parece un candidato que busca conectar emocionalmente con los votantes.</p> <p>Ligia Rodríguez, se presenta como una defensora de diversos grupos sociales y luchadora por una sociedad mejor. Su discurso se enfoca en la igualdad de género y otros temas sociales. Su estilo es apasionado y orientado hacia la justicia social.</p> <p>Franco Quezada, destaca su trabajo en beneficio de diferentes grupos de la población. Su discurso es humilde y enfocado en la reconstrucción y el</p>

	<p>progreso del cantón. Utiliza un tono amigable y de cercanía con los ciudadanos.</p>
Dimensión macro y micro	<p>Los candidatos utilizan en su mayoría discursos apasionados y orientados a la mejora de la calidad de vida en el cantón Loja. Utilizan metáforas como "cambiar la realidad del cantón" y "empoderarse del desarrollo". Se centran en aspectos macro, como la infraestructura y el desarrollo económico, así como en aspectos micro, como la atención a grupos específicos.</p>
Análisis de la mente	<p>Los candidatos ofrecen declaraciones generales sobre sus intenciones y logros, pero no proporcionan datos o fuentes específicas que respalden sus afirmaciones.</p> <p>En general, los candidatos se centran en sus propias propuestas y logros en lugar de atacar a sus oponentes. Sin embargo, algunos mencionan la necesidad de un cambio en la política del cantón. Varios candidatos muestran empatía y un entendimiento de las preocupaciones de los votantes especialmente en relación con el empleo y las oportunidades para los jóvenes. Los candidatos en su mayoría utilizan eficazmente su tiempo para transmitir su mensaje, aunque algunos podrían ser más específicos en sus propuestas</p> <p>En general, los candidatos demuestran habilidades de debate al comunicar sus propuestas y compromiso con el cantón. Sus interacciones con la presentadora son respetuosas.</p> <p>Los temas prioritarios para los candidatos incluyen el desarrollo económico, la infraestructura y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos. Estos temas parecen relevantes para el electorado.</p> <p>Los candidatos buscan atraer a un público diverso, incluyendo jóvenes, trabajadores, y otros grupos demográficos.</p> <p>Algunos candidatos hacen llamados a la acción, como empoderar a los jóvenes y mejorar la situación de la ciudad. Sin embargo, estos llamados podrían ser más específicos.</p> <p>La empatía y la conexión con los votantes son aspectos destacados, y los temas prioritarios parecen estar en sintonía con las preocupaciones del electorado.</p>
Modelos mentales	

Nota. Elaboración propia

6.2. Análisis de la entrevista

Tabla 15.

Entrevistado 1

Nombre del entrevistado: Daniel González, ex autoridad del CNE, abogado, analista político.

CATEGORÍAS	CONTENIDO
Propuestas de campaña y su representación en el debate	Se mencionan algunas de las propuestas de campaña de los candidatos a la alcaldía de Loja, como mejoras en vialidad, seguridad, abastecimiento de agua potable y movilidad. Sin embargo, se destaca que las propuestas eran bastante homogéneas y no se profundiza en cómo se representaron en el debate. No se proporciona una evaluación detallada de cómo las propuestas se presentaron en el debate ni de si los candidatos lograron persuadir a los electores con sus propuestas.
Coherencia y consistencia discursiva	El entrevistado señala que hubo incoherencias en el discurso de algunos candidatos durante el debate. Se menciona que algunos candidatos improvisaron ideas sin fundamento lógico en el momento y que no hubo una preparación adecuada en términos de discurso coherente. No se proporciona una evaluación exhaustiva de la coherencia y consistencia discursiva de todos los candidatos ni se citan ejemplos específicos de incoherencias.
Análisis de estrategias discursivas	El entrevistado critica la falta de preparación de los candidatos en cuanto a estrategias discursivas. Se menciona que ninguno de los candidatos aplicó estrategias efectivas en el debate y que hubo falta de manejo técnico en la comunicación política. No se detallan las estrategias discursivas específicas utilizadas por los candidatos ni se proporciona una evaluación detallada de sus habilidades en este aspecto.
Evaluación de técnicas retóricas en comunicación política	El entrevistado afirma que ninguno de los candidatos demostró preparación en técnicas retóricas y que hubo disparos al aire en sus discursos, sin una estrategia clara. No

	se proporcionan ejemplos específicos de técnicas retóricas utilizadas por los candidatos ni se analiza cómo estas técnicas afectaron su desempeño en el debate.
--	---

Nota. Elaboración propia

Tabla 16.

Entrevistado 2

Nombre del entrevistado: Franco Quezada, alcalde del cantón Loja.

CATEGORÍAS	CONTENIDO
Propuestas de campaña y su representación en el debate	El entrevistado mencionó cinco propuestas fundamentales de su campaña: propuesta de vida, obra pública, seguridad, generación de empleo y gestión y cooperación. Destacó que estas propuestas estaban alineadas con su programa de gobierno y las presentó de manera coherente en el debate. Resaltó una propuesta adicional, la gestión y cooperación, que afirmó que le diferenciaba de otros candidatos.
Coherencia y consistencia discursiva	El entrevistado afirmó que todas sus respuestas durante el debate estaban en línea con su programa de gobierno y que mantuvo la coherencia en su discurso. Señaló que nunca titubeó ni dudó en sus respuestas y que todas estaban fundamentadas en sus propuestas previamente divulgadas. Este enfoque en la coherencia y la consistencia discursiva es esencial para que los candidatos mantengan la confianza del electorado.
Análisis de estrategias discursivas	El entrevistado mencionó que utilizó una estrategia de empatía al conectar con el público y compartiendo su historia personal, como su sueño de ser un buen alcalde. También destacó la importancia de saber cuándo elevar o bajar el tono durante el debate. Además, mencionó que utilizó una técnica retórica de repetición para enfatizar sus puntos. En general, el entrevistado fue consciente de las estrategias discursivas que empleó y las utilizó efectivamente
Evaluación de técnicas retóricas en comunicación política	El entrevistado mencionó que repitió una frase y el nombre de un candidato durante el debate para enfatizar sus argumentos. Esta estrategia puede considerarse una técnica retórica de repetición que utilizó para reforzar su mensaje y hacerlo más memorable. Aunque solo mencionó este

	ejemplo, parece que fue consciente de las técnicas retóricas y las utilizó de manera estratégica.
--	---

Nota. Elaboración propia

Tabla 17.

Entrevistado 3

Nombre del entrevistado: Pablo Ruiz, orador, analista político, docente universitario.

CATEGORÍAS	CONTENIDO
Propuestas de campaña y su representación en el debate	<p>Se identifican dos grupos de candidatos: uno que presenta propuestas técnicas con estadísticas y otro que utiliza un enfoque más emocional.</p> <p>Los candidatos técnicos incluyen a Cheche, Patricio, Paul y Jorge Reyes.</p> <p>El actual alcalde (Franco) se destaca por una campaña emocional.</p> <p>Se menciona un tercer grupo de candidatos que parecen no tener claridad en sus propuestas.</p> <p>Se señala la importancia de la legitimación estadística para dar contundencia al mensaje.</p>
Coherencia y consistencia discursiva	<p>Se destaca que los planes de trabajo de los candidatos a menudo no son leídos por la mayoría de la población, lo que dificulta evaluar su coherencia.</p> <p>Se mencionan dos conceptos: capacidad de respuesta y coherencia o cumplimiento de lo prometido.</p> <p>Se resalta que los planes de trabajo a veces son copias de elecciones anteriores o de otras administraciones.</p> <p>Se enfatiza que en campañas electorales se suelen utilizar mensajes emocionales en lugar de racionales.</p>
Análisis de estrategias discursivas	<p>Se describen diferentes estrategias utilizadas por los candidatos.</p> <p>Cheche se destaca por su enfoque en campañas de aire, utilizando herramientas como TikTok y un discurso futurista dirigido a centennials y millennials.</p> <p>Franco utiliza una estrategia de campaña de tierra, con un discurso esperanzador y emocional dirigido a un público más amplio.</p> <p>Patricio intenta combinar estrategias de campaña de aire y</p>

	<p>tierra.</p> <p>El Chato utiliza una figura reiterativa para enfocarse en la experiencia pasada.</p>
Evaluación de técnicas retóricas en comunicación política	<p>Se mencionan figuras literarias utilizadas por los candidatos, como la figura reiterativa, resonancia cultural y prospectiva.</p> <p>Se destaca que Franco utiliza resonancia cultural para generar un discurso emocional y cercano.</p> <p>Cheche utiliza la prospectiva para vender un mensaje de futuro.</p> <p>El Chato se enfoca en la figura reiterativa para destacar la experiencia.</p>

Nota. Elaboración propia

Tabla 18.

Entrevistado 4

Nombre del entrevistado: Pablo Vivanco, sociólogo, orador, analista político.

CATEGORÍAS	CONTENIDO
Propuestas de campaña y su representación en el debate	<p>Según el entrevistado, las principales propuestas de campaña se centraron en problemas comunes de larga data, como el plan maestro de agua potable, la modernización burocrática y la vialidad.</p> <p>No se identificaron propuestas emblemáticas que movilizaran un gran número de propuestas en torno a una idea fuerza.</p> <p>Es importante evaluar si los candidatos lograron transmitir de manera efectiva estas propuestas durante el debate y si pudieron conectarlas con las necesidades del electorado.</p>
Coherencia y consistencia discursiva	<p>El entrevistado destaca la importancia de la coherencia interna del discurso, donde todas las ideas deben estar interconectadas y formar un argumento sólido.</p> <p>La consistencia se relaciona con la aplicabilidad de las ideas propuestas y su correspondencia con las necesidades de la ciudad.</p> <p>Se señala que la falta de coherencia y consistencia puede estar relacionada con la falta de una matriz ideológica clara</p>

	por parte de algunos candidatos.
Análisis de estrategias discursivas	<p>Las estrategias discursivas se describen como "elementales" y se critica que los candidatos a menudo se enfocaron demasiado en el tecnicismo y en sonar técnicos o expertos en lugar de conectarse con las preocupaciones cotidianas de la gente.</p> <p>Se menciona una actitud polarizante en el discurso, con candidatos jóvenes versus candidatos mayores, lo que puede haber contribuido a una falta de cohesión en las estrategias discursivas.</p>
Evaluación de técnicas retóricas en comunicación política	<p>Se critica la falta de recursos retóricos valiosos y se considera que los discursos fueron planos y carecieron de innovación tanto en su estructura como en su contenido.</p> <p>Se destaca la importancia de establecer un mensaje claro y una estrategia discursiva efectiva que se conecte con las preocupaciones de la gente y no se quede atrapada en la solución técnica.</p>
<i>Nota.</i> Elaboración propia	

Tabla 19.

Entrevistados

Nombre de los entrevistados:

- Nelson Nogales
- Rebeca Sánchez, de Venezuela, Socióloga

CATEGORÍAS	CONTENIDO
Propuestas de campaña y su representación en el debate	<p>Los entrevistados destacan la importancia de que los políticos se preparen adecuadamente para los debates y tengan un profundo conocimiento de sus propias propuestas de campaña.</p> <p>Se menciona que, en algunos casos, los candidatos pueden dar respuestas que no están necesariamente relacionadas con sus propuestas reales, lo que puede llevar a la falta de coherencia en su discurso.</p>
Coherencia y consistencia discursiva	<p>Todos los entrevistados enfatizan la necesidad de coherencia entre lo que un candidato dice en un debate y sus propuestas de campaña. Se destaca que la coherencia no</p>

	<p>solo debe ser verbal, sino también ética y ética, lo que significa que los candidatos deben creer y respaldar lo que dicen en público. Se sugiere que la falta de coherencia puede llevar a la pérdida de confianza por parte de los votantes.</p>
Análisis de estrategias discursivas	<p>Se menciona que los candidatos a menudo utilizan estrategias discursivas calculadas en debates para atraer a diferentes sectores del electorado.</p> <p>El manejo del lenguaje, la empatía y la conexión emocional se destacan como estrategias efectivas para persuadir a los votantes.</p> <p>Se destaca que la preparación previa a un debate es esencial para desarrollar estrategias discursivas efectivas y coherentes.</p>
Evaluación de técnicas retóricas en comunicación política	<p>Se resalta la importancia de evitar la retórica agresiva y confrontacional en los debates, ya que puede tener un efecto negativo en la percepción de los votantes.</p> <p>Se enfatiza la importancia de respaldar las afirmaciones con evidencia sólida y datos verificables.</p> <p>Se menciona que la comunicación no verbal, como el lenguaje corporal y el tono de voz, desempeña un papel crucial en la persuasión de los votantes.</p>

Nota. Elaboración propia

Tabla 20.

Entrevistados

Nombre de los entrevistados:

- *Rodrigo Aponte, Colombia*
- *Maikel Domínguez, de Colombia, es sociólogo de formación, tiene una maestría en filosofía y siempre ha estado involucrado en movimientos políticos.*

CATEGORÍAS	CONTENIDO
Propuestas de campaña y su representación en el debate	<p>Ambos entrevistados coinciden en que la coherencia entre los mensajes en un debate y las propuestas de campaña es esencial. La coherencia implica que lo que se dice en un debate debe estar alineado con lo que se promete en la campaña.</p> <p>Ambos mencionan que los candidatos deben conocer las necesidades y preocupaciones de la comunidad a la que se</p>

	<p>dirigen. Esto implica un análisis profundo y un conocimiento real de la situación local.</p> <p>Maikel Domínguez destaca la importancia de que las respuestas en un debate estén basadas en valores éticos y reflejen genuinamente las creencias y propuestas políticas del candidato. Rodrigo Aponte agrega que el discurso debe ser coherente con la realidad de la comunidad.</p>
Coherencia y consistencia discursiva	<p>Ambos entrevistados mencionan la importancia del manejo del lenguaje en las estrategias discursivas. Esto incluye tanto el contenido verbal como el lenguaje corporal.</p> <p>Maikel Domínguez enfatiza la importancia de utilizar un lenguaje claro y accesible para llegar a la mayoría de los votantes. Rodrigo Aponte agrega que el discurso debe ser coherente con la realidad de la comunidad y debe bajar el tono en términos de léxico para ser comprendido por todos.</p> <p>Ambos entrevistados mencionan que el discurso político debe incluir elementos emocionales, ya que lo emocional tiende a conectar más con los votantes que lo puramente racional.</p>
Análisis de estrategias discursivas	<p>Aunque no mencionan explícitamente las técnicas retóricas, ambas entrevistas hacen referencia a la importancia de conocer a fondo la realidad local y utilizar datos concretos y estadísticas en el discurso. Esto puede considerarse una forma de utilizar la retórica para respaldar argumentos.</p>
Evaluación de técnicas retóricas en comunicación política	<p>Ambos entrevistados hablan de la necesidad de que el discurso sea coherente con la realidad local y con las propuestas de campaña. La coherencia y consistencia discursiva son esenciales para generar confianza entre los votantes.</p>

Nota. Elaboración propia

7. Discusión

Este estudio de investigación se enfoca en analizar las estrategias discursivas empleadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja durante el debate electoral "Loja debate" 2023. Situado en el contexto del cantón de Loja, este análisis cualitativo se centra en cómo los candidatos se comunican con sus electores. Se utilizan diversas técnicas, como el análisis del discurso y entrevistas estructuradas con expertos en la comunicación social, para explorar cómo los candidatos construyen sus mensajes políticos y sociales. Este estudio contribuirá a nuestra comprensión de la comunicación política en un contexto local y de participación en un debate.

En el debate, los candidatos presentaron sus propuestas ante la seguridad ciudadana, desarrollo económico, infraestructura, inclusión, servicios de calidad, agua potable, vialidad, turismo, cultura y medio ambiente. En general, los temas resuenan con las preocupaciones del electorado, ya que abordan cuestiones importantes para la comunidad local. En los hallazgos, Daniel González, mencionó que, en el debate de los candidatos a la alcaldía de Loja, se presentaron propuestas relacionadas con la vialidad, seguridad y abastecimiento de agua, no hubo un análisis profundo de estas en el debate. De acuerdo con Van Dikj los candidatos evidencian en su discurso la imposibilidad crítica, demarcando la falta de retórica, de valores y de fuerza en su postura (Van Dijk, 1999). Por ello, se observó que en sus planteamientos hubo incoherencias en el discurso, falta de estrategias efectivas, así como técnicas retóricas que debilitaron sus intervenciones, demostrando una preparación inadecuada para el evento.

El análisis del debate "Loja Debate 2023" ilumina la relevancia de la coherencia y consistencia en las propuestas políticas, elementos cruciales en la construcción de un ethos persuasivo, tal como Aristóteles resalta en su Retórica. La efectividad de los discursos políticos radica no solo en lo que se dice, sino en cómo se presenta, y este evento no fue la excepción. Aunque se evidenció una falta de datos específicos en

algunos argumentos, los candidatos mostraron una empatía notable hacia las preocupaciones locales, enfocándose en mejorar la calidad de vida, la eficiencia administrativa y la gestión ambiental.

Pablo Ruiz pone de manifiesto una problemática común en la política: la falta de lectura y análisis crítico de los planes de trabajo por parte de los votantes, lo que dificulta la evaluación de su coherencia y capacidad de respuesta. Este hecho resalta la importancia de un ethos basado en la sencillez y accesibilidad, conforme a la idea aristotélica de la "areté". La simplificación del discurso no solo facilita su comprensión, sino que también fortalece el vínculo de confianza con el electorado.

Por otro lado, se menciona la preocupante tendencia de reciclar planes de trabajo de elecciones anteriores, lo que pone en duda la originalidad y autenticidad de los candidatos. Aristóteles resalta la coherencia y consistencia discursiva como fundamentales para una persuasión efectiva. En este sentido, la lógica y la razón detrás de los argumentos son esenciales para fortalecer la confianza y la validez de las propuestas presentadas. La estructura lógica y la ausencia de contradicciones internas son, por lo tanto, elementos esenciales para un discurso político convincente y eficaz. En resumen, "Loja Debate 2023" subraya la importancia de un ethos basado en la claridad, la coherencia y la autenticidad, elementos esenciales para una comunicación política persuasiva y efectiva.

En el análisis del discurso político durante el programa "Loja Debate 2023", los candidatos despliegan una variedad de estrategias discursivas, reflejando los principios de ethos, pathos y logos identificados por Aristóteles. Cheche, por ejemplo, se centra en el ethos al adoptar un enfoque futurista en plataformas como TikTok, apelando a los centennials y millennials con un discurso que enfatiza su carácter innovador. Franco, en cambio, se inclina hacia el pathos, utilizando un discurso esperanzador y emocional para resonar con un espectro más amplio de votantes, buscando influir en sus emociones y pasiones. Patricio intenta una combinación de estrategias, buscando equilibrar el ethos y el pathos, mientras que El Chato se enfoca en el ethos a través de su experiencia pasada.

En sus discursos, todos los candidatos buscan persuadir mediante el logos, presentando argumentos sólidos respaldados por evidencia, aunque a veces carecen de datos concretos. Además, como sugiere Pablo Ruiz, el uso de recursos retóricos como metáforas, analogías e ironías añade un nivel adicional de persuasión y engagement. Cada candidato, consciente o inconscientemente, utiliza estos tres aspectos del discurso aristotélico para construir su narrativa, influir en las pasiones de la audiencia y reforzar la percepción de su propio carácter y credibilidad. La capacidad de adaptarse a diferentes contextos comunicativos y seleccionar un tono adecuado para su público objetivo es crucial en su estrategia para conectar con los votantes.

En "Loja Debate 2023", la diversidad de estrategias retóricas utilizadas por los candidatos refleja un intento de equilibrar ethos, pathos y logos. Mientras algunos candidatos fortalecen su ethos con datos y empatía, mostrando fiabilidad y conocimiento, otros apelan al pathos con propuestas generales que despiertan emociones pero carecen de la solidez del logos. Pablo Vivanco critica la ausencia de innovación en estos discursos, subrayando la necesidad de un mensaje claro y una estrategia emocionalmente resonante que conecte con las preocupaciones del electorado, más allá de soluciones técnicas (Aristóteles 2000).

Van Dijk (1999) señala que la retórica política eficaz se apoya en metáforas impactantes y narrativas convincentes, fundamentales para un discurso político que emocione y persuada. Sin embargo, la crítica de Vivanco resalta un déficit en este aspecto, sugiriendo que muchos candidatos no lograron un equilibrio entre los elementos aristotélicos del discurso. Un enfoque que combine convincentemente el ethos, mostrando la credibilidad y carácter del orador; el pathos, movilizand o emociones y pasiones; y el logos, con argumentos lógicos y bien fundamentados, es crucial para captar la atención y el apoyo del electorado. En conclusión, el análisis sugiere una oportunidad perdida en "Loja Debate 2023" para un discurso político más rico y multidimensional que pueda resonar profundamente con los votantes.

8. Conclusiones

El análisis del debate electoral "Loja Debate 2023" revela que los candidatos a la Alcaldía de Loja presentaron propuestas relevantes para la comunidad local, aunque con ciertas carencias en términos de profundidad y coherencia en sus discursos. A pesar de utilizar estrategias variadas, algunos candidatos carecieron de datos concretos y recursos retóricos sólidos. La innovación y la preparación en la comunicación política son esenciales para conectar con el electorado y transmitir un mensaje claro. La coherencia y el cumplimiento de promesas son aspectos cruciales para evaluar a los candidatos. Este estudio destaca la necesidad de mejorar las habilidades retóricas y estratégicas de los candidatos para abordar de manera efectiva las preocupaciones de la comunidad local

Por medio de este estudio se han analizado las estrategias discursivas y técnicas retóricas en la comunicación política a través del prisma de las propuestas de Aristóteles: el ethos, el pathos y el logos. Hemos observado cómo estas dimensiones continúan siendo cruciales en la persuasión política contemporánea. Esta investigación subraya la importancia de equilibrar credibilidad, emoción y lógica en los discursos políticos. En un mundo político en constante cambio, comprender y aplicar estas estrategias de manera ética sigue siendo fundamental para una comunicación política efectiva y un compromiso ciudadano informado.

En el programa "Loja debate" revelan estrategias discursivas variadas entre los candidatos a la Alcaldía de Loja. A pesar de las diferencias en enfoque y persuasión, todos demuestran empatía hacia las necesidades locales y buscan soluciones pertinentes. La retórica se basa en argumentos sólidos y datos en algunos casos, mientras que otros se centran en propuestas generales. En general, los candidatos

presentan un discurso claro y persuasivo, adaptado al público local, respetando un tono respetuoso en los debates.

Respecto a los mensajes de los candidatos en el debate "Loja debate", se concluye que algunos candidatos lograron articular sus propuestas de manera coherente en el debate, estableciendo una conexión con los electores. Sin embargo, hubo críticas a la falta de claridad en las propuestas de algunos candidatos y a la falta de profundidad en su presentación; la conexión entre las propuestas de campaña y el discurso en el debate es esencial para ganar la confianza de los votantes. Además, la aplicación de técnicas retóricas puede influir en la percepción del electorado. En resumen, la preparación y coherencia en la comunicación política son fundamentales para el éxito en la arena política.

9. Recomendaciones

Fortalecer las habilidades retóricas y estratégicas de los candidatos, dado que el análisis del debate electoral señaló carencias en la profundidad y coherencia de los discursos de algunos candidatos, se recomienda que los candidatos inviertan tiempo en mejorar sus habilidades retóricas y estratégicas. Esto incluye la capacidad de presentar datos concretos y utilizar recursos retóricos sólidos para respaldar sus argumentos y propuestas.

Indispensable equilibrar credibilidad, emoción y lógica en los discursos políticos, la investigación resalta la importancia de equilibrar el ethos, el pathos y el logos en la comunicación política. Por lo tanto, se sugiere que los candidatos trabajen en desarrollar discursos que sean creíbles, emotivos y lógicos al mismo tiempo. Esto les ayudará a conectarse de manera más efectiva con el electorado y transmitir un mensaje claro.

Establecer una conexión más sólida entre las propuestas de campaña y los discursos en los debates, puesto que la falta de claridad y profundidad en la presentación de algunas propuestas fue un punto crítico en el análisis en “Loja Debate”. Para ganar la confianza de los votantes, se recomienda que los candidatos se esfuercen en establecer una conexión más sólida entre sus propuestas de campaña y los discursos en los debates. Esto implica presentar sus propuestas de manera coherente y convincente durante los debates.

Aplicar técnicas retóricas de manera ética y efectiva, puesto que las técnicas retóricas pueden influir en la percepción del electorado, se insta a los candidatos a aplicar estas técnicas de manera ética y efectiva. Esto implica utilizar argumentos sólidos y datos concretos para respaldar sus puntos de vista y propuestas, sin recurrir a la manipulación o la desinformación. La preparación y coherencia en la comunicación política son fundamentales para el éxito en la arena política.

10. Bibliografía

- Aira, T; Curto, V; Escalona, N; Rom, J. (2019). *La Comunicación Política*. Segunda edición. Barcelona
- Amezcuca, M. (2023, 03 10). *Metodología de Investigación Cualitativa. De los datos a la interpretación*. Retrieved from Fundación Index: <https://index-f.com/gomeres/?p=1467&preview=true>
- Arceneaux, K. (2005) “Do Campaigns Help Voters Learn? A Cross-National Analysis,” *British Journal of Political Science*, 36 (2005)
- Artístoteles. (1990). *Retórica*. Madrid: Ed. de Antonio Tovar, Centro de Estudios Constitucionales.
- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Murcia.
- Barranco, F. J. (2003). *Técnicas de Marketing político*. Madrid: Pirámide.
- Canel, M. (2006). *Comunicación política una guía para su estudio y práctica*. Segunda edición. España
- Crespo Ismael, G. A. (2011). *Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña*. . Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Costa, L. (2004). *Manual de Marketing Política*. Segunda Edición. México.
- Garavelli, M. (2001). *Manual de retórica*. Madrid : Cátedra.
- Gallucci, L. (2003). *Las figuras retóricas como técnica de creación publicitaria*. México
- Garcillán López-Rúa, M. (2015). *Persuasión a través del marketing sensorial y experiencial*. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.
- Gonzales, S. (2018). *La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones*. *Revista Mexicana de Opinión Pública* • año 13 • núm. 25 • julio-diciembre de 2018 • pp. 185-193 ISSN 1870-7300 • DOI 10.22201/fcpys.24484911e.2018.25.65182
- Hernández, R. y. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGrawHill.
- Kolovos, I., & Harris, P. (2005). Political marketing and political communication: the relationship revisited.
- Malassis, J. M. (2014). *Debates Políticos y Medios de Comunicación*. México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Mancilla, M. (n.d.). *La actualidad del método hermenéutico de Friedrich Schleiermacher*. Retrieved April 18, 2023 from SciELO Colombia: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-12632021000100056
- Manzano, V. (2005). *Introducción al análisis del discurso*. Tercera edición. México
- McLuhan, M. (1998). *Comprender los medios de comunicación*. Primera edición. Editorial Paidós. Barcelona.

- Proceso de Investigación. (n.d.). Retrieved April 17, 2023 from Revistas UdeA: https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_2008_DisenosInvestigacionExperimental.pdf
- Meyenberg, Y; Lugo (2012). *Palabra y poder. Manual del discurso político*. Grijalbo. México.
- Pendas, B. (2020). *Enciclopedia de las ciencias morales y políticas para el siglo XXI*. Primera edición. Madrid.
- Perera R. R. Dorantes G. L. y Aguilar. (2023). *Tuiteando desde el poder. Nuevas tecnologías, viejas estrategias La comunicación política de Andrés Manuel López Obrador a través de Twitter*. Primera edición: 13 de febrero. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Circuito Mario de la Cueva s/n. isbn: 978-607-30-7287-8 http://ciid.politicas.unam.mx/www/libros/978_607_30_7287_8.pdf
- Power, Hayden. (2020). *Comunicación Persuasiva*. Tercera edición. Madrid.
- Toxtle, A. & R. González (2020). “Facebook, una extensión de marketing y no un espacio deliberativo: caso de Andrés Manuel López Obrador en elecciones presidenciales de México en 2018”. *Global media journal Mexico*, 17 (33): 72-95.
- Ríos, E; Páez, H; Barbos, J. (2020). *Estrategias de Comunicación*. Primera edición. Editorial REDIPE. Colombia.
- Rodríguez, J; Fernández, C. *Nuevas Formas de Comunicación Política II*. Madrid.
- Romo, A. (2019). “23 ventajas y desventajas de las redes sociales en 2019”. *Neo Attack* <https://neoattack.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales>
- Sáiz, F. J. (2005). *Técnicas de Marketing Político*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Sal, J; Maldonado S. 2006. *Estrategias discursivas de un discurso pragmático*. Primera edición. España.
- Serrano, M; Piñuel, J; Sanz, J; Arias, M. (1998). *Teoría de la Comunicación*. Segunda Edición. Vol.8. Madrid.
- Sizek, S. (2000) *Más allá del análisis del discurso*. En: LaClau, Ernesto. *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*. Editorial Nueva visión. Buenos Aires.
- Van Dijk, T. A. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Anthropos.
- Vavreck, Lynn (2009) *The message matters: the economy and presidential campaigns*. Princeton University Press,
- Vargas, N. A. (1999). *Periodismo de opinión*. Madrid.

11. Anexos

Anexo 1. Entrevistas

ENTREVISTA 1

Nombre del entrevistado: Nelson Nogales

Entrevistadora

Bueno, muchísimas gracias, sobre todo por la apertura y sus conocimientos nos van a ayudar a contextualizar un poco más nuestro proceso de investigación.

Dentro de ello yo me he planteado las siguientes inquietudes, la primera, a su criterio ¿cómo los políticos deben generar coherencia entre los mensajes en un debate y sus propuestas de campaña?

Entrevistado

Bueno, era eso es un poquito complejo, porque en realidad los debates son el resultado, digamos de un conjunto de preguntas que seleccionan aleatoriamente o eligen desde las organizaciones sociales, de los periodistas, etc.

Pero lo que sí implicaría es que los candidatos se preparen, que de alguna manera estudien, que de alguna manera traten de ampliar su conocimiento respecto a la sociedad que quieren representar, a las necesidades, etc., sino, pues, pensemos momentos vergonzosos de varios candidatos que se les preguntaba, sí, a ver cuánto cuesta la leche y el candidato daba como las mil vueltas y nada, o se le preguntaba otra cosa, iba por las ramas, etc.

Hay muchos candidatos que, la verdad, ni se preocupan de prepararse.

Recuerdo, no me acuerdo que año fue, no me acuerdo si fue el dos mil catorce o el dos mil diecisiete, que una candidata de Tulcán decía que, bueno, dijo, era una candidata a Diputada, no me acuerdo si provincial o nacional, que sí que habría que crear una ley para que la papa de Colombia baje, porque la papa de Colombia estaba vendiendo muy cara y que no sé qué, entonces, uno se quedaba preguntando y esta mujer, o sea, ¿qué es lo que pretende?

O sea, este, sí, Tulcán puede ser una provincia, este, limítrofe, pero lo que lo que lo colombianos quieran hacer o hagan con sus normas, es una vaina totalmente distinta, ¿no?

Entonces, serán propuestas así, y el detalle está en que muchos candidatos realmente no tienen conciencia o claridad respecto a sus propias propuestas de campaña.

Respecto a el conocimiento de la población que representa, o sea, como esos hay un montón de ejemplos, no solo en Ecuador, sino también en Latinoamérica, en general, o sea, cada país tiene sus propias joyas, algunas más brillantes que otras, pero sí, entonces, la idea es que los candidatos, no importa el cargo, deberían pasar por un

proceso de preparación, y es algo que muchos no lo hacen, porque no lo ven necesario y no lo crean, no lo creen pertinente, algo que es muy muy absurdo.

¿Por qué nuevamente?, O sea, la política latinoamericana y me atrevería a decir que más allá incluso mundial, pues, este, está basada en esta idea de universalidad de que cualquiera puede ser candidato, o sea, puede ser alguien salido del realities show, o puede ser un cómico, como el caso de Tiririca, en en Brasil, que fue el diputado estatal más agotado y que apenas había cursado el segundo curso de primaria, o sea, prácticamente era un alfabeto, pero fue el diputado más más botado, o la candidata que fue, este, que era una prostituta en Lima, que ganó el curul, claro que ella tenía otra idea y se supone que iba a estudiar sociología, yo, la verdad, le perdí el Raspro hace tiempo, pero, pues, la democracia descansa sobre esta idea de que cualquiera puede ser candidato y no hay un límite respecto al conocimiento.

Entonces, su desconocimiento se presenta justamente en las entrevistas en los debates o en otros escenarios donde los extienden al público y prácticamente quedan como lo que en su mayoría son. Ignorantes de la realidad a la que supuestamente van a representar.

Y digamos, para no hacer el cuento más largo, yo creo que la idea de la coherencia entre el mensaje y la propuesta del de campaña, pues sí implica como una articulación lógica formal, pero que detrás de ello, haya un proceso de preparación, y para allá mi criterio y por mi experiencia sé que no existe.

O sea, yo realmente conocí muchos candidatos que no tenía ni la intención ni la pretensión ni la voluntad de tratarse de preparar, o sea, para ellos era como la labia y tratar de salir de al paso como sea o esquivarla y ya está.

O sea, ese era su criterio, ese era su pensar, y lógicamente, pues no se les puede ahí como obligar a prepararse, y nuevamente la norma tampoco le sí.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente inquietud se refiere a lo siguiente, desde una perspectiva crítica. ¿Cuáles considera, que son las estrategias discursivas, que deba emplear un político durante el desarrollo de un debate?

A ver, que en realidad hay que estar conscientes de algo, y es que el debate solo les sirve a dos personas.

¿Sí? Al que está de segundo, que es el que quiere posicionar, si quiere bancar, porque ni siquiera el primero, el que está dentro del primer puesto, dentro de las encuestas, no tiene por qué debatir. Y es un error que vaya y debata.

¿Sí? Eso lo dice cualquier manual de comunicación política eso así lo dijo el gurú de la de la de la comunicación política hyde de Bambah, la experiencia nos lo dice así, en realidad, el primero no tiene ni por qué ir.

Si le dicen debate, pues, él simplemente dice, no, no tengo por qué debatir, no están a la altura moral o no sé, como pasó con Rafael Correa varias veces, como pasó con Ledy Moreno, como un montón de candidatos no importan las latitudes.

En realidad, los primeros de las encuestas no tienen por qué ir, entonces, solo le interesa al segundo ir y al tercero, son los dos únicos candidatos que les interesa el debate.

Y a los otros, lógicamente, pues sí, de alguna manera, para reducir la brecha. ¿Sí? Ahora, nuevamente, ¿cuál es la estrategia que uno debería seguir para, de alguna manera, tener un buen desempeño?

¿Sí? La idea es entrarse en sus propuestas. No recurrir al ataque, porque no importa el lugar que ocupe dentro de la intención de voto, eso no va a variar demasiado.

¿Sí? Eso no va a variar demasiado. O sea, el ataque no es, digamos, como una buena estrategia. ¿Sí? Más bien uno ahí va perdiendo el tiempo que puede invertir tratando de comunicar su mensaje, tratando de comunicar su propuesta.

Entonces, la estrategia más lógica y más sencilla es la de centrarse en sus propuestas y en tratar de convencer de que su campaña, o bueno, su agenda es la más conveniente para el país.

¿Sí? Que es, digamos, como lo más lógico y lo más sencillo que deben hacer los candidatos.

¿Sí? Porque nuevamente ni pelear, pues que, porque eso no sirve, y además de que la experiencia así nos los demuestra, o sea, uno puede botar el barro a todo el mundo, pero, pues eso no se traduce en votos.

Entonces, pues lo lógico es seguir con lo suyo y a ver cómo si es que eso, o sea, si es que sus propuestas, si es lógica, si es coherente, etc., pues puede posicionarse mejor.

Ahora, asociado a la propuesta, pues tiene que venderla de una forma atractiva. Porque si uno mira muy bien las últimas campañas electorales en Ecuador, el elemento estratégico era el mismo, o sea, todo el mundo pedía cambios, si uno mira la elección del dos mil diecisiete, pues, era cambio positivo, cambio efectivo, que era como la estrategia que habían utilizado todos los partidos políticos.

Pero ninguno supo vender, ni Cynthia Viteri supo vender, ni Guillermo Lasso supo vender muy bien la estrategia de cambio y lógicamente dio la victoria a Lenin Moreno.

En la siguiente lo mismo, o sea, siguió siendo cambio, pero ninguno lo vendió de una manera atractiva para la población.

Entonces, nuevamente no solo basta repetir tres veces los tres elementos del de la propuesta, sino que hay que, de alguna manera, adornarla, hay que revestirla para que sea mucho más atractiva para el elector.

¿Sí?, que nuevamente eso implica un trabajo, eso implica como este, un sondeo, implica trabajar muy bien con encuestas, un montón de elementos que lógicamente, pues en los cuartos de guerra deberían hacer, pero no necesariamente todo el mundo lo hace.

Muchísimas gracias. Estimado Nelson, muy clara su respuesta.

ENTREVISTA 2

Nombre del entrevistado: Rebeca Sánchez, de Venezuela, Socióloga.

Entrevistadora

Bueno, muy buenas noches, muchísimas gracias por aceptar esta entrevista y sobre todo sus conocimientos que son muy importantes para nuestro proceso de investigación.

El tema que yo me he planteado es se refiere al análisis de las estrategias discursivas, en este caso, para persuadir a los electores durante el desarrollo de un debate.

Entrevistada

Aquí, dentro de este tema, la primera inquietud se refiere a lo siguiente, a su criterio, ¿cómo los políticos deben generar coherencia entre los mensajes en un debate y que vayan en relación también con sus propuestas de campaña debidamente promocionadas. Ya. No, sin duda alguna de los políticos, no solamente los candidatos deben esforzarse por lograr esa coherencia, no solamente en los mensajes y en las propuestas de campaña, sino en su actuación política. Dentro de la campaña. Esa coherencia esencial para lograr la confianza, para construir esa credibilidad por parte de los votantes.

Entonces. ¿Cómo se puede avanzar hacia esa coherencia entre mensaje y espacios de debate política? Propuestas de campaña y acción política. En primer lugar, generando un conocimiento profundo de nuestras de las propias propuestas de campaña de los candidatos. O sea, muchas veces los candidatos no conocen a profundidad sus propias propuestas, porque de repente trabajan con un equipo, uno trabaja al área económica, otro trabaja al área de educación, y de realmente el candidato no siempre está empapado de cada una de las de sus propuestas electorales y de las políticas que tienen cada una de esas propuestas electorales.

Entonces, en primer lugar, un conocimiento profundo de sus propias de propuestas de campaña, luego transmitir con claridad, como segundo paso, transmitir con claridad esas propuestas de campaña a todo público mediante un lenguaje accesible, evitando una jeringa política demasiado técnica, que resulte confusa, usa para los votantes.

Generalmente los votantes tienden a recurrir a cifras como para ilustrar un mensaje político y no está mal, pero considero que a veces las cifras pueden llegar a ser ininteligibles para para la población votante, para la población electoral muchas veces el mensaje descriptivo, el mensaje no numérico llega de manera más fácil a la audiencia. Entonces, este, esa comunicación accesible esa comunicación política, coloque, es fundamental también para lograr transmitir ese mensaje, pero al mismo tiempo, evitando contradicciones, es decir.

¿Para qué se requiere entonces el conocimiento profundo de tus propuestas de campaña? Para que llegues al debate o a los debates electorales, evites las contradicciones con entre de entre discurso y propuestas de campaña.

Los votantes, recordemos que los votantes ahorita con esta con este acceso que tenemos a distintas plataformas comunicacionales es muy fácil que los votantes puedan cruzar mensajes, que puedan usar información y que puedan identificar consistencias.

Además, hay que recordar que el equipo del equipo del adversario está allí atento identificando esas inconsistencias para explotarlas electoralmente, sacarles provecho. Entonces, ese conocimiento profundo de las propuestas electorales va a evitar que caigas en contradicciones en el debate electoral y además de eso que puedas utilizar ese mensaje claro, accesible para los votantes, para una población electoral que maneja generalmente un lenguaje no especializado, un lenguaje coloquial. Respalda también en el debate en el debate electoral esos mensajes, por ejemplo, concretos. ¿Ya?

Mostrar que las propuestas, que nuestras propuestas electorales a las que estamos haciendo referencia en el debate, tienen sustento en hechos concretos. Y este esté es

precisamente una estrategia que conoce muy bien, por ejemplo, el movimiento de la Revolución ciudadana y que está aplicando el movimiento de la Revolución ciudadana en la actual con tienda del electoral. ¿Eso de qué? Ya lo hemos hecho y lo volveremos a hacer, se ha convertido en slogan de campaña, porque precisamente hace referencia a hecho concreto. ¿No?

Es un es un movimiento político que apuesta al triunfo electoral, tomando como referencia supone que un pasado en el que, este, en el que se considera que hubo resultados positivos de gestión.

Y se ha convertido en ese sentido en una estrategia, un slogan de campaña. Pero es importante también mencionar que acá el evitar contradicciones entre el discurso en un debate político concreto y las propuestas de campaña, no solamente son una responsabilidad del candidato, esto constituye un esfuerzo compartido de todo el equipo de campaña, es decir, todo el equipo de campaña debe conocer a profundidad el plan de gobierno, comprenderlo cómo un Carlos, de manera consistente y de manera clara, identificando cada uno 000 compartiendo, entre todos, unificando criterios sobre cuáles son los mensajes clave.

En ese sentido, debe haber como un esfuerzo bonificado, es decir, todo el equipo de campaña debe trabajar sobre los mismos mensajes claves, aunque utilicemos distintos lenguajes, siempre sobre el mismo mensaje clave, y de esta manera vamos a evitar o los equipos de campaña pueden evitar contradicciones entre el debate, el entre los debates electorales y las propuestas de Campana.

Entrevistadora

Muchísimas gracias, estimada Rebeca, muy acertada sobre todo sus respuestas, y me amplió un poquito más la información. La siguiente inquietud es desde una perspectiva crítica. ¿Cuáles considera usted serían las estrategias, discursivas, que debería emplear un político durante su desarrollo y preparación para un debate?

Entrevistada

A ver, yo considero que es prioritario, o sea, la estrategia que debe prevalecer en el en el desarrollo de un debate electoral tiene que ser el respeto hacia lo pone y el respeto hacia lo votante. En estos momentos actuales, una retórica agresiva, una retórica irrespetuosa, causa, podría causar un efecto negativo en la percepción que tiene la audiencia, en la percepción que tiene los dos votantes acerca de un determinado político. Mí y mi soy de la opinión de que quien ataque en este momento pierde el debate electoral, porque la gente en está cansada de la polarización política, de la confrontación política.

La gente en este momento de crisis social, cultural, de valores, económica, la gente está esperando respuestas concretas a sus demandas y necesidades. De alguna manera, este fue un factor fundamental para que Noboa ascendiera de manera sigilosa a la segunda vuelta. Noboa en el debate electoral, en la primera vuelta, nunca confrontó y respondió directamente a las preguntas de los moderadores.

En este sentido, la gente tuvo una percepción positiva de ese candidato a de ese candidato en concreto, a tal punto de que se convierta de un outsider a una figura de gran relevancia en esta segunda vuelta, se convierte en el contendiente que nadie esperaba, porque todo pensaban que iba a hacer token.

Quien iba a ascender a esa segunda vuelta en caso de darse. Pero Noah sorprende con esta actitud no confrontativa, y con una actitud de alguna manera de respeto hacia los votantes y de los, y a los proponentes de y de responder de manera directa a los a las preguntas de los de los moderadores.

Entonces, por supuesto que esta esta para mí es como la premisa fundamental, una premisa fundamental en el desarrollo de bases electorales, específicamente en el contexto ecuatorial.

Pero también existen distintas estrategias que pudiesen aplicarse en un debate electoral y que pueden cambiar de acuerdo al contexto. Como decía anteriormente, fundamental el ser claros y transparentes en el discurso.

Evitar ambigüedades, y aquí sí considero que hay una gran falencia, por ejemplo, y me perdonan que haga referencia como a ejemplos concretos, pero creo que pueden ayudar a ilustrar a qué me estoy refiriendo. Sí.

Un ejemplo concreto de ambigüedades en esta en esta segunda vuelta electoral y que hemos podido ir identificando en las medidas que los contendientes o contendores van desarrollando sus argumentos, es que por una parte, por ejemplo, el candidato presidencial Novoa asegura o garantiza la educación pública, incluso, ofrece becas a los estudiantes mientras su calidad a la vicepresidencia considera como un modelo adecuado de gestión de la educación, pues el modelo privado, es decir, que cada familia está gestione de manera privada, de acuerdo a su escala de valores, de acuerdo a sus intereses, gestione la educación de sus hijos e hijas y que el estado se mantenga distanciado de ese ámbito.

Entonces, a mí me parece a mí particularmente me parece que esto ambigüedad, esta contradicción entre el discurso del candidato a la presidencia y el discurso de la candidata a la vicepresidencia de un mismo partido constituye una ambigüedad, una contradicción que puede confundir a los bancos votantes, incluso puede restar votos.

Entonces, otro elemento importante, por ejemplo, en los debates electorales, perdón, es proporcionar respuestas directas a las preguntas de los moderadores, tomando en consideración lo que dije ya anteriormente.

Se tienen que responder las preguntas de los moderadores y es lo que todos estamos esperando. Incluso esto se ha instituido como una de las normas a implementar en este próximo debate electoral.

El hecho de evadir preguntas, da la impresión o sugiere que el candidato o candidata a ajustando información o que simplemente desconoce el tema.

Entonces, otra de las estrategias fundamentales, otra de las de las acciones sine qua non, que se tienen que aplicar tienen que aplicar los candidatos en el debate, tiene que ser responder claramente y de forma directa a las preguntas concretas que se le plantean en el panel de operadores. Afirmar también las, perdón, respaldar también las afirmaciones con evidencia sólida, con datos verificables, por ejemplo, si se dice, si se afirma que la pobreza ha aumentado en los últimos años, si se afirma que la delincuencia ha aumentado en los últimos años o que se ha disminuido el presupuesto para la las políticas públicas, pues se tienen que verificar o se tienen que respaldar esos datos con datos que puedan revisarse, que se puedan verificar y que sean y que provengan de fuentes oficiales. Entonces, los candidatos tienen que ir preparados con esos datos. Con

esos datos verificables. Otro aspecto fundamental es conectar emocionalmente con los votantes. Mostrar empatía hacia sus preocupaciones, sus necesidades, sus demandas.

Este es precisamente Uno de los factores de los que adolece el candidato a la vicepresidencia de la Revolución ciudadana, se pudiese decir que es una de sus debilidades, que fue también candidato presidencial en las pasadas Elecciones de los dos mil veintiunos.

Una de las principales, uno de los principales factores que se cuestiona a Andrés Araujo, por ejemplo, es esa incapacidad de conectar con la bota antes de generar empatía por manejar siempre como un discurso muy monocorde, un discurso que no tiene esa musicalidad altos y bajos. Que se requieran un discurso político para despertar, para infundir emociones, para para para conectar dar emocionalmente con los votantes más allá de lo racional.

Ese es si tuviésemos que destacar, entonces, una debilidad de un candidato sería esa en el caso de Andrés Araujo.

Otro aspecto fundamental es mostrarse dispuesto dispuesta a escuchar a considerar las opiniones del proponente. A mostrarse abierto a una retroalimentación de propuestas a un diálogo constructivo.

Esa esa postura constructiva en el debate, creo que va a ser muy valorada también por la audiencia, y otro aspecto fundamental va a ser la comunicación no verbal.

Eso en la comunicación política que ustedes seguro lo conocen, también mejor que yo, el lenguaje corporal, el tono de voz, esos son aspectos que juegan un papel fundamental en la comunicación política a la percepción de los votantes y los candidatos deben ser conscientes.

De cómo cómo se presentan en una Palestra pública, cómo se presentan ante la audiencia, cómo cómo es ese lenguaje no verbal frente a una audiencia. Esos serían como los aspectos fundamentales en un debate electoral.

ENTREVISTA 3

Nombre del entrevistado: Maikel Domínguez, de Colombia, es sociólogo de formación, tiene una maestría en filosofía y siempre ha estado involucrado en movimientos políticos.

Entrevistadora

Bueno, muy buenas noches, estimado Eduardo, estimado Michael, y gracias por la apertura, sobre todo para poder nosotros ampliar nuestros conocimientos respecto a este proceso de investigación que nos encontramos desarrollando.

Dentro del tema que yo me he planteado, bueno, es un caso particular de la ciudad de Loja, pero específicamente lo he relacionado al tema de analizar las estrategias discursivas en un debate, en este caso, por candidatos de la ciudad de Loja.

Bajo ese contexto, me he planteado algunas preguntas generales, que de cierta forma me llevan a corroborar mi tema de investigación y dentro de ella la primera inquietud es la siguiente, A su criterio, ¿cómo los políticos deben generar coherencia entre los mensajes en un debate y sus propuestas de campaña?

Entrevistado

Sí, coherencia en el discurso. Discúlpame. ¿Coherencia en el discurso ahí? ¿Cómo pueden generar coherencia entre los mensajes en un debate relacionado con su propuesta de campaña?

Sí, bueno, fíjate que cuando un candidato va a un debate, aquí hay una preparación bastante importante, no solamente una preparación del candidato, sino que al candidato lo preparan en función a ese debate.

Es decir, lo preparan en función a las múltiples preguntas que puedan surgir en una campaña electoral cuando hay un debate, hay algunas líneas orientadoras, hay algunas preguntas orientadoras que se le dan a los candidatos en función a lo que más o menos se le va a preguntar en los debates, pero también hay otras formas en las que hay preguntas abiertas directamente en un escenario por los ciudadanos o ciudadanas que estén en ese grupo.

Entonces, hay una preparación bastante importante de ese candidato se prepara. ¿No?, ahora, pero esa preparación, y ahí voy a voy a tratar de responder a tu pregunta, tienen que tener coherencia con su propuesta, porque no necesariamente lo que él plantea en ese debate, se relaciona con su propuesta política de campaña, porque en los debates, es cuando el candidato se visibiliza en función a lo que piensa, cómo lo piensa y cómo considera él que va a desarrollar su propuesta política en función al cambio que quiere generar en una sociedad.

Entonces, lo que vemos es que, en la mayoría de los debates, los candidatos y candidatas, bueno, es parte de una naturaleza de la mala política, de la mala praxis y política mentir. ¿No? Y jugar bajo esa mentira y una y la manipulación del público, contestar lo que la gente quiere escuchar, pero eso no necesariamente es lo que está pensando o lo que considera directamente el candidato.

Por eso es que le digo que, en los debates políticos, las respuestas son calculadas en función a un patrón electoral.

Por ejemplo, casi siempre nacen, salen preguntas, por ejemplo, a un candidato conservador, le preguntan cuál sería su política pública y social referente a la legislación sobre organizaciones LGBT, por ejemplo.

Entonces, allí el conservador piensa en ese debate si se va de afín, es decir, es decir, si se va en contra de forma frontal sobre los movimientos y los derechos LGBT, pues allí va a perder un importante una importante masa electoral.

Si se va un poco más hacia favorecerlo, pues, entonces, va a perder votos electorales desde su nacimiento ideológico de campaña, que sería el conservativo.

Entonces, siempre lo va a buscar un punto medio, en el que ni para allá ni para acá, para poder mantener dentro de ese debate esa expectativa de que es un hombre racional y que es un hombre que entiende todas esas dinámicas y ese proceso.

Esa coherencia de la cual tú estás hablando de tu pregunta tiene que ver con eso, que éticamente lo que él dice en el debate debe sentirlo y pensarlo, y debe estar relacionado éticamente con esa propuesta política de campaña, porque es esa propuesta la que dará cimiento a la orientación política y la construcción de ese país que él piensa.

Entrevistadora

Gracias, estimado Michael. La siguiente inquietud se refiere, una perspectiva crítica, ¿cuáles considera que serían las estrategias discursivas que, en este caso, debe emplear un político durante el desarrollo o su participación ya en un debate?

Entrevistado

Dentro de las estrategias y cursivas de un político en el debate, bueno, lo primero en el debate es el manejo del lenguaje.

No solamente el lenguaje tengamos el lenguaje como contenido de lo que se dice y se piensa, sino también que su lenguaje corporal hace parte de eso que expresa.

¿No? Dentro de esas estrategias de cursiva tiene que ver en el manejo de exclusivo.

¿Cómo se comunica y cómo comunica a la gente?, ¿Cómo él desde su posición política ideológica y de desde la construcción de ese discurso político, busca relacionarse con el lote, con el otro que lo que le escucha?

¿No? Con el otro que lo está escuchando, y con el que no lo escucha también, porque hace parte de cómo él vez esa estrategia de la exclusiva que él plantee, trate de persuadirlo para que haga parte de su campaña y lo apoye.

Dentro de esas estrategias, bueno, está del manejo del dispositivo en un lenguaje común, en un lenguaje que se entienda en un lenguaje corriente, por así decirlo, que le permita desde ese mismo lenguaje crear esa comunicación con el otro.

Puede ser un político pues estudiado, capacitado, con altos estudios, pero si dentro de su de su estrategia discursiva mantiene un tecnicismo en su discurso, la gente no le va a entender lo que te quiere decir.

Lo segundo que te diría dentro de esa estrategia exclusiva es que parte de lo que se dice dentro de un discurso político tiene que ver con un contenido axiológico, tiene que ver con un contenido emocional. Y ese contenido emocional en una campaña política es hasta mucho más importante que lo racional.

Y esto es porque lo que primero conecta dentro de la estrategia discursiva, más que lo racional, es lo emocional. Entonces, eso sería uno de los de las segundas cosas dentro de lo estratégico.

Lo primero, el lenguaje que va a utilizar la persona para comunicarse con el otro, tanto el que escucha como el que no lo escucha, y lo segundo, tiene que ver con, este, esto que te he venido comentando.

ENTREVISTA 4

Nombre del entrevistado: Daniel González, ex autoridad del CNE, abogado, analista político.

Entrevistadora

Muy buenas tardes, estimado Daniel, gracias por aceptar esta entrevista, sobre todo para fortalecer algunos temas muy importantes dentro de mi tema de investigación que se refiere al análisis de las estrategias discursivas, utilizadas por los candidatos a la alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate

denominado “Loja debate” realizado por el consejo nacional electoral durante el año dos mil veintitrés.

Dentro de ello me he planteado algunas inquietudes, la primera sería de forma general bajo su percepción.

¿Cuáles fueron, en este caso, algunas de las propuestas de campaña más significativas de algunos de los candidatos a la alcaldía de Loja de pronto que se divulgaron antes de participar en el debate “Loja Debate 2023”?

Entrevistado

Sí, bueno, en este sentido, las propuestas de los diferentes candidatos, alcalde de Loja, pues, voy a decir un poco homogéneas, la gran mayoría de ellos, pues, a decir, como en toda campaña electoral, siempre tratan de proponer lo más que se puede.

Sin embargo, digamos, si alguna persona interesada contrasta en una campaña electoral, lo que un candidato propone frente a lo que a lo mejor propuso verdaderamente en su plan de trabajo podría haber algunas diferencias.

Incluso, le cuento como experiencia que en alguna ocasión ya cuando estábamos dolarizados, algún candidato presidencial presentó su plan de trabajo, por ejemplo, en sures, estando ya la moneda en dólares.

Entonces, ese tipo de cuestiones suele suceder en la política ecuatoriana, porque, lamentablemente, los planes de trabajo a veces no son hechos ni por los propios candidatos, no los revisan, no los conocen, sino son personas que contratan para que los sin embargo, de eso, mire, la mayor cantidad de propuestas que los candidatos, pues, han dado proponían en este momento de la el tema de la vialidad, de la seguridad, justamente, recuerdo de poner videocámaras en Loja por las circunstancias de seguridad, lo propio con el tema del abastecimiento y solución del plan maestro de agua potable, el tema de movilidad también en cuanto sistema de transporte.

Entonces, creo que esas son las propuestas, las principales propuestas que un poco los candidatos, voy a decir, coincidían en el momento de poder proponer a la ciudadanía.

Entrevistadora

Muchísimas gracias, estimado Daniel.

La siguiente interrogante se refiere, en el contexto del debate, Loja Debate se introdujeron de pronto propuestas o temas que no habían sido abordados anteriormente durante la campaña, de pronto, a su criterio, existieron nuevas propuestas o ampliaron este espacio para de pronto analizar otros temas que no fueron anteriormente topados dentro del desarrollo de su campaña previa.

Entrevistado

Mire, me parece que el diseño del debate no se enfocó mucho a pesar de, y hay una crítica que yo hacía los de debate y formato a los debates, de que esos debates debían haberse creado y construido en virtud de la realidad local de cada provincia, de cada cantón, porque eran cantón, lógicamente, calidad de candidatos Alcalde, no con una dinámica y una visión nacional, porque, por ejemplo, algunos de los temas sí, que lógicamente los candidatos no proponían en campaña es porque no era de su competencia.

Sin embargo, al momento del formato del debate, por ejemplo, les preguntaban a los candidatos qué van a hacer respecto del tema de nacional, cuando es un tema de

competencia exclusiva del Gobierno Nacional, de la policía nacional, de los estados de excepción que puede mandar el presidente de la república.

Entonces, por ejemplo, ahí los candidatos de otra manera, si bien conocían con anticipación ese tipo de preguntas, un poco entiendo que por tratar de salir en razón del principio de coordinación, pues daban ese tipo de respuestas.

Pero más allá de eso, los fueron de bates muy lineales, las propuestas, claro, no se diferenciaban frente a las que ya venían haciendo, a más de eso, el formato de este de un debate en ese sentido, pues, no permitía tampoco el desarrollo, el poder contrastar las diferentes ideas de los candidatos, el poder contrastar, por ejemplo, con su plan de trabajo, que sería muy importante, y algo adicional, el poder dar un espacio a que la ciudadanía también pueda intervenir con determinadas interrogantes.

¿No es cierto? a los candidatos para que de otra manera sí puedan profundizar en cómo, cuándo, con qué presupuesto van a ser cada una de sus propuestas.

Entonces, en ese sentido, no creo que hubo mayor variación.

Entrevistadora

Muchísimas gracias, estimado Daniel. La siguiente interrogante se refiere, ¿cómo calificaría usted la coherencia y la consistencia entre los mensajes transmitidos por los candidatos durante el debate, Loja debate y sus respectivas propuestas de campaña previamente divulgadas ¿Siente usted que existió esta coherencia, toparon los mismos temas referente a su campaña y ya durante el desarrollo o de pronto dispararon ideas sueltas que no tenían ningún fundamento lógico?

Sí, mire, hay ese tipo de candidatos, voy a decir que de un rato al otro se le ocurre decir algún tipo de cuestión.

Y me parece que pasó en el debate, sí, pasó con una de las candidatas, no me equivoco que hubo algún tipo de interrogante, uno de los candidatos también, que de una u otra manera, entiendo que les voy a decir, se les acabó el discurso en el tiempo que tenían y de otra manera trataban de llenar ese tiempo con ideas que en ese momento venía con ocurrencias de ese momento.

Y creo que eso no es lo lógico y lo técnico vea, lamentablemente, en Loja el tema de comunicación política, el tema de preparación de campañas y todo ese tipo de cuestiones no es que los candidatos los toma muy en serio, porque a veces también en la política creen que ese tipo de cuestiones son gratuitas o cosas por el estilo. Claro, y no y no se empapan técnicamente, ¿cómo deben ser una campaña?

Entonces, ese tipo de circunstancias en territorio, al menos en Loja, voy a decir, si se observan mucho, falta de reparación, a veces incoherencias, a veces no se no saben lo que dicen, a veces proponen cosas que no les corresponden, pero son únicamente por cumplir con el momento, por cumplir con la obligación del debate.

Entonces, me parece que en ese sentido que sí, lamentablemente algunos candidatos se incurrieron en este tipo de circunstancias.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente inquietud se refiere, desde una perspectiva crítica, ¿cómo evaluaría usted las estrategias discursivas implementadas por los candidatos a la alcaldía de Loja durante el debate.

¿Considera que existieron, se aplicaron de pronto algún tipo de estrategias discursivas por los candidatos?

Entrevistado

Me parece que no, ninguna, yo no vi en ningún candidato, si bien, creo que hubo un candidato que tuvo algún tipo de estrategias sobre todas las redes sociales, Pero a la final no hacia todo eso, o sea, yo creo que una campaña deben manejarla de forma integral, tanto un mensaje, tanto la agenda política, la agenda de territorio, tanto su equipo de trabajo, todo en virtud de la investigación que puedan hacer.

Y sobre eso, pues el candidato juega un papel sumamente importante en el mensaje que va a transmitir a la gente, entonces, mire, a mí me parece que ninguno de los candidatos tuvo algún tipo de preparación respecto de lo que iban a hablar en los debates fueron circunstancias que en ese momento fueron saliendo.

Incluso mire que, si vamos a analizar a los candidatos, incluso a los últimos alcaldes que ha tenido Loja, no es que han sido, voy a decir grandes oradores ni que han sido personas que ha tenido un buen discurso, voy a decir.

Lamentablemente eso no se ha dado, y como con la gran cantidad de cantidades que han existido, pues a la final, voy a decir muchos han terminado finalistas y han ganado la elección, pero en ese sentido no ha existido un manejo técnico, me parece que en el debate de ninguno de los candidatos en cuanto a su discurso.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente inquietud con un enfoque de comunicación política. ¿Cómo evaluaría las técnicas retóricas, de pronto, implementadas por los candidatos de la alcaldía de Loja durante la presentación en su debate?

Entrevistado

O sea, me parece que en tema de comunicación política, tema de retórica, que hay algunos elementos que hay de que analizar, me parece que ninguno de ellos tuvo, o sea, ninguno de los candidatos estuvo preparado, manejó con comunicación política, manejó estrategias de discurso, voy a decir, que se puedan atar a un proceso de estrategia, voy a decir, fueron disparos al aire en absolutamente todos ellos, y en ese sentido no creo que hubo ningún tipo de ese manejo técnico.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente y última inquietud. ¿Cuáles cree usted que son los desafíos más significativos que enfrentan los políticos para lograr un posición a mi efectivo en la participación de un debate.

Bajo el contexto de que, bueno, hemos observado que nos estos últimos debates presentados, por ejemplo, en el debate presidencial, donde vimos una buena participación, en el debate inicial de Daniel Novoa, que le, de hecho, le sumó muchos puntos.

Bajo ese contexto usted considera, ¿cuáles serían estos desafíos más significativos que enfrentarían los próximos candidatos en la participación en su debate.

Entrevistado

Sí, me parece a mí que en primer lugar hay que hablar respecto del formato de los debates. Eso me parece que influye necesariamente. La diferencia, vea usted un debate de ocho de diez candidatos frente a un debate de dos candidatos.

Me parece que, claro, mientras menos candidatos, mientras menos personas intervienen, hay más mayor profundidad en cuanto a analizar los temas, primer tema.

Segundo, quienes actúan como moderadores dentro de ese formato, indiscutiblemente también tienen un rol protagónico en el desarrollo, ¿no es cierto? De ese debate, y creo que es importante.

Y, pues, ¿cuánto formato me parece que es importante contrastar planes de trabajo, frente a propuestas para que nazcan las interrogantes y el rol de la ciudadanía también que debe tomarse en ese sentido.

No creo que únicamente dentro de ese formato sea un comité de debate, voy a decir, entre cuatro paredes quienes hagan el formato y digan, vea, sobre estos van a hablar, porque esto van a hablar porque son los problemas que tiene el Ecuador, sí.

Pero las cantidades ya han firmado y han presentado un plan de trabajo, entonces, tiene que ser un elemento también además de lo que decía de la ciudadanía. Eso me parece que es un primer momento.

Un segundo momento, Vamos en cuanto a los candidatos. Los candidatos para ir a un debate deben estar preparados. Deben conocer y estar en capacidad de poder indicar cifras y ejecutar cifras.

Porque caso contrario, vamos a tener presidentes de la República como la actual, en la cual, pues, mire, se decía que tenía todo, que ha tenido ocho años analizando al país, pero al momento que se llega a ejercer un cargo lamentablemente no saben qué hacer.

Entonces, es la obligación de un candidato de prepararse, de conocer con anticipación, cada una de las temáticas que le corresponde pone y que son competencias del Ejecutivo, entonces, de esa manera va a poder, ampliamente, ¿no es cierto?, conversar, debatir, discutir y dar a conocer sus ideas.

Y un tercer momento, que también tendría que ver con los candidatos, me parece que necesariamente debe haber una preparación política. Una preparación política desde la imagen del candidato, la vestimenta del candidato, la comunicación no verbal del candidato en cuanto ¿no es cierto? precisión, seguridad, sentimientos, porque una campaña, sí, además de tener contenido, voy a decir, además de que exista masa a gris, de que exista cabeza para poder discutir y debatir, hay actividades en motivas que no podemos dejar negado, entonces, debe haber un manejo técnico también, y los candidatos deben tener un equipo técnico que les permita, pues lógicamente, competir.

Vea, las campañas ya no son como en el tiempo de Velázquez Ibarra, donde únicamente había medios de comunicación, y había las tarimas para los grandes discursos.

Las campañas en este momento son por redes sociales, por medios de comunicación, por territorio, por un sin número de circunstancias y aristas que también que lógicamente tener el presente los datos en el corto tiempo que tiene dentro de la campaña electoral.

Muchísimas gracias, estimado doctor, aprecio mucho el tiempo proporcionado por usted, gracias.

ENTREVISTA 5

Nombre del entrevistado: Franco Quezada, alcalde del cantón Loja.

Entrevistadora

Bueno, el tema de mi proyecto de investigación se al análisis de las estrategias discursivas, utilizadas por los candidatos de la alcaldía de Loja, para persuadir a sus electores ante la transmisión del debate denominado “Loja Debate”

Es algo más o menos relacionado, pero involucrado más al tema de discurso y el tema de propuesta de campaña.

Dentro de ello, la primera interrogante se refiere, ¿cuáles considera usted que fueron las propuestas más significativas que usted, en este caso, divulgó antes de participar en este debate?

Entrevistado

Bueno, para para mí hubo básicamente cinco propuestas: el tema de la propuesta de vida, que es una fundamental. Cuando hablamos de la obra pública, la vialidad, las obras de saneamiento, como son agua potable, alcantarillado, residuos sólidos, el tema de la seguridad, la generación de empleo. Eso esos cinco ejes fueron fundamentales en nosotros.

Claro con algunos complementarios que no podría llamarse así, pero que quizás no son menos importantes el tema educativo, el tema deportivo, que fue fundamental.

Pero algo que me caracterizó a mí, que me diferenció de los demás, fue la propuesta del catorceavo eje que nosotros lo desarrollamos, la gestión y cooperación.

Todos los candidatos me criticaban y decían que no se puede conseguir, que no se puede hacer obra. ¿Perdón? Si es que no se tienen los recursos que salen del pueblo a través de tasas, impuestos, de todo tipo de pregunta, que no se puede hacer otra, y yo les demostré que no era así, que todo se puede hacer con gestión con cooperación.

Entonces, no creían, al final los candidatos terminaron diciendo mi decían que ellos también van a conseguir los recursos, que sí los van a hacer.

Para mí eso fue fundamental, de verdad, el poder potenciar este eje transversal para todos los quince ejes que nosotros tenemos o los catorce adicionales después de este eje.

Entrevistadora

Muchísimas gracias, la siguiente interrogante se refiere, en el contexto del debate, Loja, debate, de pronto se introdujeron propuestas o temas que no habían sido abordados durante el desarrollo de su campaña.

Entrevistado

Sí. ¿Nos podría indicar?

Bueno, fue un tema que quizás no lo abordamos cuando se habló precisamente de esta pregunta, que tenía que ver con la seguridad, hablaba de un poco del tema de la mujer, porque generalmente no se había abordado.

¿No? Porque yo siempre hablé de la generalidad. Nunca te topé temas específicos, hombre, mujer, porque yo soy una persona que respeta a todos en su generalidad. Entonces, toparon algo esto de la violencia contra la mujer.

Y todo esto, pero conocía este proceso, sabía lo que quería yo, y yo dije, bueno, voy a empezar dos mil, yo respeto mi casa, respeto a mi esposa, soy hombre fiel y leal en

todos mis actos a ella, de ahí, de ahí empecé, y para mí fue bueno algo que se topó en este tema, y que quizás no se lo topaba normalmente, no en todos los debates, que se habían sucedido.

Pero fue bueno, de verdad, para mí fue una lección aprendida porque expresé todo lo que yo sentía, qué queríamos con esto, ¿no? Entonces, para mí fue bueno, de verdad.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente otorgante, ¿cómo calificaría usted la consistencia entre los mensajes transmitidos, en este caso, por su persona durante el desarrollo del debate, y las respectivas propuestas de campaña previamente divulgadas.

¿Considera que existió esa coherencia?

Entrevistado

Sí, siempre, siempre, todos bien cimentados en la en el programa de Gobierno, en los quince he de desarrollar, todos.

Eso fue fundamental, todos tenían coherencia, secuencia, tenía una elocuencia en todo lo que se decía, frente a que a lo que nosotros habíamos propuesto en este programa de gobierno.

¿No? Pero todo estaba ahí.

Entrevistadora

Desde una perspectiva crítica, ¿cómo evaluaría a usted las estrategias discursivas implementadas dentro del su discurso del debate durante el desarrollo. ¿Cómo evaluaría amplió bajo su criterio estrategias discursivas que la favorecieron en su debate?

Entrevistado

Sí. Hay un principio y al final. ¿Ya? El poder entrar con el público con un tema de empatía, cuando incluso nos preguntaban cuáles son expectativas en caso de llegar a ser alcalde.

Entonces, desde ese mismo hecho, yo sentí que generé ese contacto con la ciudadanía, el poder decirle lo que realmente quería, yo con esta alcaldía, y al final ¿Me entiende? El sueño. ¿No? ¿Cuál era mi sueño, mi visión en esa alcaldía del Loja?

A mí me parece que esos elementos fueron ganas, el que yo pueda entrar con mi historia, y el que yo pueda rematar con algo que yo lo soñé, lo viví siempre y lo que quería hacer.

Entonces, mi sueño, yo siempre fue alcanzar la excelencia, no para crearme. Yo siempre decía soñé de niño con ser el mejor deportista y lo logré. Soñé de joven con ser el mejor deportista del país y lo logré.

Soñé con ser uno de los mejores maestros, y estoy convencido que lo logré, porque respeté enseñé mis estudiantes con amor, con cariño, hoy sueño con ser el mejor alcalde que Loja ha tenido.

Entonces, para mí eso fue fundamental en ese aspecto es la entrada y la salida y las líneas discursivas en cada uno de los temas, fueron muy coherentes, muy apegadas a la propuesta, que íbamos a desarrollar nosotros en nuestro programa de gobierno.

Entonces, a mí me parece que eso fue fundamental y todo a tiempo. Imagínese que era tan así que yo llegaba al minuto sesenta cincuenta y nueve, y acababa mi respuesta. Eso fue fundamental. Nunca titubeé, nunca dudé, siempre estuve seguro de lo que decía, y

no quería quizás. ¿Me entiende? Yo no le quería agradar a nadie, sino decía lo que sentía, lo que conocía y lo que había propuesto.

Esa era mis respuestas en este discurso, pero es que la línea exclusiva estuvo bien, los altos, los bajos, ¿Cuándo tenía que levantarme?, cuándo tenía que bajar y cuándo tenía que elevar el tono y posicionar lo que yo sentía. Lo que yo quería, lo que el pueblo necesitaba, eso fue bueno.

Entrevistadora

Siguiente interrogante, con un enfoque de comunicación política, ¿cómo evaluaría usted las técnicas retóricas empleadas por su persona durante el desarrollo del debate, Loja debate.

Entrevistado

Sí, solo en el debate repetí dos cosas, dos veces, una frase, el nombre de un candidato, no le voy a decir el nombre, pero se lo dije después, pero se lo dije con todo respeto.

Dije, mira, esto, esto, pero fue bueno, porque con eso enfaticé y le dije, que yo tenía pleno conocimiento y que estaba convencido de lo que quería, porque él duraba de mí.

Entonces, le dejé claro que cómo son las cosas, de cómo se debe hacer, y por qué quería yo hacer o llegar a la alcaldía.

Entrevistadora

¿Y por finalizar, ¿Cuáles cree usted que son los desafíos más significativos que enfrentan los políticos, para lograr un verdadero posicionamiento dentro de la participación de un debate?

Entrevistado

Bueno, el desafío más grande es el poder vencer ese miedo, a estar a un escenario enorme ante miles de personas, el desafío es el mostrarse uno cómo es, el no perder lo que uno realmente es lo que uno siente.

Lo que uno quiere decir, porque tiene que haber, como usted lo dijo elocuencia, en lo que digo y en lo que pienso y en lo que hago, y para mí eso fue fundamental cada palabra que, aunque lo decía no tan rápido, sino de manera un poco pausada, eso fue fundamental para mí.

Y entonces, debo decirle que viví este debate como el mejor de todos los tiempos, de todos los debates que yo he tenido, y eso fue fundamental para Loja.

No digo para mí, porque hoy sé que Loja está en buenas manos, no porque yo me crea o porque mi ego está elevado, pero eso me lo dicen las personas, eso me lo digo yo mismo, y yo quiero un poco ya para como culminar.

Que el poder sostenerme en este debate que tuvimos la vez pasada fue muy duro, muy fuerte. Mientras los otros alardeaban y se daban ínfulas de ser los que iban a ganar y me iban a destrozar en un debate, mientras eso ocurrió, yo oraba.

Un candidato se acercó a verme y se dio cuenta él algo de mí, y sabía que yo estaba orando precisamente. Y cuando fui al debate, yo les tengo que decir, le dije, Dios mío, esta es una oportunidad enorme para Loja, tú me conoces a mí, sabes lo que tengo en el corazón. Ahí te lo dejo. Que aquí se termina, que todo se acabe aquí, porque de todas maneras me han querido destruir, que aquí se acabe. Pero no fue así.

ENTREVISTA 6

Nombre del entrevistado: Rodrigo Aponte, Colombia

Entrevistadora

Gracias desde Loja, le enviamos saludos cordiales y aprovechar sobre todo sus conocimientos y su trayectoria profesional.

Bueno, el tema que yo me he planteado se refiere a al análisis de las estrategias discursivas, utilizadas por los candidatos que en su momento fueron para la alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante un debate que se desarrolló en la ciudad de Loja, denominado Loja Debate 2023.

La primera pregunta es la siguiente, a su criterio, ¿cómo los políticos deben generar coherencia entre los mensajes en un debate y sus propuestas de campaña?

Entrevistado

Interesante, oh, esa coherencia entre el debate y la parte exclusiva de su campaña, sobre todo Loja.

Bueno, en ese contexto local, el discurso siempre debe estar impregnado de las situaciones que allí se van a vivir. ¿Cuáles son los intereses de Loja que la población desea que le sean resuelto?

¿Sí? ¿Sí? Entonces, el candidato, x, en caso de su discurso, él debe apuntarlo a esa elaboración, a esa construcción de un discurso que la población desea oír.

¿Qué políticas públicas, allí?, ya sea de educación, de vivienda, salud, estructura, alcantarillado.

Entonces, ese candidato va a tener que y llenarse como, rodearse de un equipo y conocer las necesidades de cada comunidad, de cada barrio.

Entonces, una comuna tiene un número de barrios, y ese número de barrio, y cada barrio va a tener una necesidad específica.

Entonces, el error de los candidatos en un tiempo fue habla en un discurso que estaba en una disrupción con la realidad que vivía esa comuna o la ciudad, en este caso, o el barrio específico a Delva, porque ese candidato va a ir a diferentes comunidades de Loja a vender su discurso, a vender su plan su plan de gobierno, su plan de campaña.

¿Sí? Y ese plan de campaña debe estar conectado con la realidad de lo que está pasando en esa comunidad. Si ese discurso, esa narrativa no está conectada con esa realidad con las necesidades básicas las necesidades más sentidas y las más importantes la comunidad desea que le sean resuelta por el candidato que pueda llegar a cuando la alcaldía, ese candidato no va a tener mucho eco.

Además, por otro lado, sabemos que están los grupos, que trabajan con esos candidatos, que tienen cierta influencia en ciertos barrios, que por más que el discurso vaya por otro lado, van a votar por ese candidato.

Sin embargo, sí que tenga que utilizar todo y alcanzar el mayor número de votos para al alzarse con el triunfo en la alcaldía en las direcciones, él tiene que armar ese discurso partiendo de la realidad, no es lo que yo quiera, es qué está pasando en esa comunidad, porque es que pasa, no, vamos a hacerle un parque, resulta que la no quiere un parque, la comunidad quiere que le pongan la electrificación nocturna, porque eso le va a dar seguridad a tal bar.

¿Sí? Prefieren la luz nocturna, porque al haber luz, eso va a dar más seguridad.

Entonces, él debe conocer de primera mano esas necesidades, y con eso armar un discurso, un discurso claro, un discurso coherente, un discurso que debe bajar el nivel sin perder la calidad discursiva, sin perder la, sí, la calidad discursiva debe bajar el tono, me refiero en cuanto al tono al léxico que va a usar, para que el electorado que lo está escuchando, que a lo mejor sí hay personas cultas, educadas, pero hay un grueso de la población que habrá palabras que no va a entender.

Entonces, mejor discurso es bajarle ese tono al léxico, pero que es un discurso coherente con la realidad que vive cada comunidad, y luego.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente pregunta es, dice lo siguiente, Desde una perspectiva crítica, ¿cuáles considera usted que son las estrategias discursivas que debe emplear un político durante el desarrollo de un debate?

Entrevistado

Bueno, en un debate ya, en un debate contestan todos los candidatos, me supongo.

¿No? Hay cuatro candidatos y están en un debate. Están en la televisión o en la emisora o están en un auditorio, digamos que están en la Universidad de Loja, hay cuatro candidatos, el candidato debe conocer las estrategias del otro.

¿No? Sin irle a hacer espionaje allá a su a su cuartel político, debe conocer el plan de gobierno de cada plan político, por decirlo así, porque no es ningún plan de gobierno todavía, porque yo como candidato apenas estoy en un plan.

¿No? Como alcalde, debo llevar ya estructurada un plan, entonces, ese plan debe responder, debo tener claro, las estadísticas en cuanto a salud, vivienda, educación, debo tener claro, por ejemplo, ahí dice de morbilidad de mortalidad de la población.

Debo tener claro el nivel de ocupar opción 000 el nivel de desempleo, el tipo de, sí, debo tener, Carlos, cuál es la problemática de las mujeres, en un momento dado, porque todos esos son temas que van a salir y que el conductor del panel del debate va a ser, y que cada candidato debe tener un banco de preguntas ya casi que en su mente para poder responder de acuerdo a lo que responde cada candidato, sin ir a atacar a lo otro, sin ser no sé, porque eso se usa mucho ahora la agresividad.

Pero sí debe tener claro qué es lo que se puede llevar a cabo en ese debate, supongo que el candidato le dice, mire, esto va a ser la línea general de las preguntas, y él debe estar preparado, conocer.

Si yo no conozco la situación de mi ciudad, yo no puedo ser candidato a la alcaldía, porque va a llegar a una a un debate donde van a decir, pues, que van a estar los medios de comunicación, la radio, la televisión, qué sé yo, la divulgación a través de, no sé, de periódicos locales.

Entonces, van a decir, van leyendo. ¿Qué candidato no conoce, no tiene idea de nada?

Entonces, lo básico en un candidato es conocer la realidad de su comunidad y conocer sus estadísticas, estar seguro de lo que va a decir, y de datos concretos porque eso es lo que le va a dar en la fortaleza y le va a dar la seguridad a él de que puede cautivar al electorado que el electorado va a decir, oh, este este señor conoce y tiene buenas intenciones políticamente.

Muchísimas gracias, estimado Rodrigo. Esas serían las preguntas. Gracias a ti, Vari, María Fernanda. Ok,

ENTREVISTA 7

Nombre del entrevistado: Pablo Vivanco, sociólogo, orador, analista político.

Entrevistadora

Muchísimas gracias por aceptar mi entrevista, estimado Pablo.

Y bueno, dentro del tema que me he planteado para este proceso de investigación, es el análisis de las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la del debate electoral denominado Loja Debate 2023, organizado por el Consejo Nacional Electoral.

Estimado Pablo, dentro de ello me he planteado algunas interrogantes y espero me pueda ayudar a a solventar estas inquietudes.

La primera interrogante se refiere a lo siguiente, ¿Cuáles son las propuestas de campaña más significativas que cada candidato a la alcaldía de Loja, en este caso, divulgó antes de participar en el debate denominado Loja debate?

Alguna apreciación de forma general, que es lo que usted me puede indicar.

Entrevistado

Yo creo que esta campaña en, digamos, mirándole en un contexto más amplio, se movió alrededor de los grandes problemas comunes que Loja, discute, no de ayer, sino desde hace muchos años.

Y los temas, digamos, las grandes propuestas de campaña, giraron alrededor de el plan maestro de agua potable, que ha sido la gran discusión los últimos cuarenta años en la ciudad.

Se habló mucho y eso es por la época también en el contexto que nos encontramos de la modernización de los sistemas de los sistemas burocráticos o de los trámites burocráticos.

Se ha hablado mucho de la vialidad también. ¿Cierto? Que, digamos, son que pueden desde mi perspectiva son los tres grandes bloques o los tres grandes ejes alrededor de todo, que todos los candidatos se mueven.

No, digamos, yo personalmente no logro identificar en alguno de estos candidatos una gran propuesta, digamos, emblemática, que podríamos llamar ideas fuerza.

¿No es cierto? Esta idea fuerza que logra movilizar alrededor de ella un gran, digamos, un gran número de propuestas, no la identifico.

Pero sí identifico estos tres grandes bloques o no, pero es alrededor de los cuales todos se estaban moviendo siempre.

Entrevistadora

La siguiente interrogante se refiere. ¿En el contexto del del debate Loja Debate se introdujeron propuestas o temas que no habían sido abordados en las campañas de los candidatos previamente divulgadas?

Entrevistado

Yo creo que no, y creo que no principalmente por el formato del debate y por el tiempo.

¿Cierto? Si nosotros nos damos cuenta, si nosotros hacemos un poco de memoria en el debate, la primera intervención es una presentación que por la estructura misma del discurso tú te das cuenta que es un mensaje aprendido.

Porque está, digamos, muy coherentemente elaborado, utiliza formas expresivas que coloquialmente no las utilizan, pero después de eso te das cuenta, en cambio, que ya empieza a hablar el candidato, ya no empieza a hablar la preparación del candidato, sino que empieza a hablar el candidato.

Te digo que, por el formato, no había la posibilidad de introducir algo más novedoso, y, digamos, no hubo una réplica del debate alrededor de una idea que ellos hayan propuesto ¿No es cierto?

La mediatización del debate o la réplica del debate es muy importante para valorar quién lo hizo mal, quién lo hizo mejor, o quién lo hizo peor, o quién planteó algo nuevo, y eso no sucedió.

Entrevistadora

Muchísimas gracias, Pablo. La siguiente interrogante se refiere, ¿cómo calificaría la coherencia y consistencia entre los mensajes transmitidos por los candidatos en el debate Loja debate y sus respectivas propuestas de campaña previamente divulgadas?

Entrevistado

Yo creo que hablar de la coherencia y de la consistencia, me lleva a pensar, digamos, en dos factores distintos. Creo que la coherencia viene dada, digamos, por la estructura interna del argumento, es decir, todas las ideas que me está planteando el candidato están concatenadas, es decir, forman un círculo, inician y terminan en un lugar, digamos, plenamente trazado.

Y la consistencia, desde mi punto de vista, tiene que ver con que esa idea corresponda con una necesidad específica de la ciudad y sea completamente aplicable.

Entonces, la coherencia y la consistencia la valoro yo, desde, digamos, en un aspecto interno de la idea y un aspecto externo que sea capaz de conectarse con la materialidad de la necesidad.

En ese sentido, creo que hay un factor que es muy importante que es el factor ideológico. Muchos de ellos quizás inclusive desconocían cuál es la matriz ideológica que tenían, a pesar de que no la conozcan todos los candidatos provienen de una matriz ideológica. Y muchos de ellos se mueven como al son muy eclécticos, ¿no?

No tienen una posición definida y eso hace que a veces sean como incoherentes en sus propuestas, porque tienen una visión del mundo que no se corresponde con lo que están planteando.

¿No es cierto? Por ejemplo, tienes candidatos que, por decir, por calificar algo están, digamos, en un en una línea de derecha, tienes otro claramente socialdemócratas y hacia la izquierda no tienes casi nadie.

Entonces, los socialdemócratas en algún momento se inclinan mucho por la privatización, por lo público privado. De en cambio, hay gente de la derecha que empieza a proponer, por ejemplo, subsidios, por ejemplo, bonificaciones o ese tipo de cosas.

Entonces, creo que sí hay una incoherencia en general, digamos, por esta esta maleabilidad de su estructura ideológica que hace que quieran buscar moverse por todos lados.

¿No es cierto? Hay una cualidad líquida, más bien, en sus propuestas, y eso hace que no sean completamente consistentes.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente interrogante se refiere, desde una perspectiva crítica, ¿Cómo evaluaría las estrategias discursivas implementadas por los candidatos a la alcaldía de Loja durante el programa de debate Loja Debate?

Entrevistado

Yo las calificaría como elementales, si bien todos podían coincidir en los grandes problemas y en muchas soluciones, faltaba siempre un anclaje, digamos, con la dimensión más cotidiana de la gente, pero todos quieren sonar o muy técnicos o muy expertos en el tema, pero no logran dimensionar la realidad de su votante que está del otro lado y que no le interesa saber específicamente, las especificaciones técnicas o procedimentales o logísticas que debe llevar la solución de un problema, sino que le importa que se lo solucione.

¿No es cierto? entonces, yo siento o sentí siempre que falta ese apego o esa ese esa apelación a la dimensión más cotidiana, más material, más vívida de la gente que en serio está sufriendo los problemas de no tener agua, que en serio está sufriendo los problemas se le está yendo la casa, los problemas de que en serio sus hijos no tienen que comer o no pueden ir seguros a la escuela.

La unidad, a veces la unidad digamos, una estructura lógica de un argumento, viene de premisas y luego se construyen conclusión.

¿No es cierto? A veces fallan estas cosas y hace que ellos caigan en cierta en ciertas falacias, pero eso sí es que se lo mira con mucho detalle.

Otra de las cosas que yo sí me di cuenta es había una actitud polarizante y esta es una de las cualidades, digamos, del populismo más clásico.

¿No es cierto? Decir ellos versus nosotros, Y como había muchos candidatos, digamos, había, esto era mucho más identificable en quienes eran jóvenes versus quienes eran viejos.

¿No es cierto? Jóvenes decían ustedes ya pudieron hacerlo y no lo han hecho y nosotros ahora tenemos el conocimiento técnico y académico para resolverlo.

Y del otro lado, en cambio, los viejos decían, nosotros ya lo hicimos y sabemos cómo funciona, mientras que ustedes vienen con una inexperiencia que le va a pasar factura a la ciudad.

Entonces, digamos, si queremos mirarlo de una forma más macro, creo que había esta actitud polarizante, que intentaba ubicarlos a los unos de un lado y a los otros del otro lado, y es importante darse cuenta de que esta actitud polarizante tenía como condición de posibilidad la condición etaria de los candidatos.

Entrevistadora

Continuamos con la siguiente interrogante, de acuerdo al debate realizado Loja debate, ¿considera usted que los candidatos definieron el mensaje y la estrategia discursiva en su presentación?

Entrevistado

Yo creo que la definieron inicialmente, pero, digamos, llegaron muy bien preparados, muy bien armados, quizá muy bien informados, pero digamos como la estructura discursiva no la estructura, disculpa, si es que yo tengo algo escrito o yo tengo el tiempo que escribirlo y difiere, la estructura cuando yo lo improviso.

Y me parece que hay una clara distinción entre la primera intervención y las intervenciones del medio, porque generalmente las finales también están muy elaboradas.

Y creo, que sí hubo, digamos, una estructura mínima que les permitía a ellos viajar de, decir cuál es el problema, dimensionarlo al problema y plantearlo una solución.

Digamos, se mueven generalmente en esto, que es un reconocimiento, una justificación y una propuesta. Sí hay una estructura elemental.

Lo que no hay es esta cercanía con los problemas de la gente. Parecía que por momentos simplemente están hablándose entre ellos. Entre gente que conoce y sabe del mundo de la política y del mundo de la resolución de los problemas.

Entonces, es una, digamos, es una puesta en escena muy, por decirlo, algo, muy profesional, muy elevada, muy lejos, de que sea comprensible para toda la gente.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente interrogante dice, con un enfoque en la comunicación política. ¿Cómo evaluaría usted las técnicas retóricas empleadas por los candidatos a la alcaldía de Loja durante el debate denominado Loja Debate?

Entrevistado

Yo creo que el tecnicismo terminaba sofocando al mensaje. No había un equilibrio entre la carga de propuestas, de ideas, lo más programático con las cualidades lingüísticas que mejoren el discurso.

El discurso no es la el fondo y la forma, sino que el discurso termina siendo el equilibrio o la armonía entre estos dos elementos.

Es decir, no creo que desde mi perspectiva no existieron recursos retóricos valiosos que hayan podido establecer ser un rasgo distintivo y por eso es que nunca nadie habló del quién ganó el debate.

Todos fueron mis exposiciones planas, momentos con eslóganes muy elementales, a veces muy chabacanos o a veces demasiado simplones, carentes de una forma innovadora, tanto en su estructura, cuanto en su sentido.

No nos olvidemos que la política y sobre todo una campaña política es una disputa, decir, una lucha por los sentidos del mundo de la gente. Y en ese caso, los sentidos alrededor de lo que es y de lo que debería ser una ciudad.

¿No es cierto? No existía con claridad, no aparecía con claridad, y si pensamos, digamos, en una clave más crítica, no encontramos una puta clara por el modelo de ciudad que quería.

¿Cierto? Eso es muy importante, porque nadie te planteó un modelo de ciudad, sino que todos estaban planteando una suma de respuestas a los problemas.

Y la idea de ciudad no es la suma de las soluciones que ellos tienen, sino que es mucho más que eso.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. Y para finalizar, ¿cuáles cree usted que son los desafíos más significativos que enfrentan los políticos para lograr, en este caso, un posicionamiento efectivo en la participación de un debate?

Entrevistado

Yo creo que el posicionamiento efectivo de un debate no viene únicamente por performance, es decir, por la puesta en escena que pueden presentar, porque no lo es todo.

Yo creo que lo más importante es que los candidatos sepan reconocer la dimensión política de los problemas para que de nuevo, no se queden atrapados en la solución técnica.

Los políticos deben alejarse de la lógica de la de la publicidad que siempre quiere consumidores y debe alejarse de la lógica del marketing que solo busca el maquillaje estratégico.

Deben tener un conocimiento cabal de lo que están avalando profundo, informado y ser conscientes de que quieren o no tienen atrás de sí mismos y atrás de sus ideas una propuesta ideológica con la cual deben ser coherentes.

Yo no creo, que el de hablar una por una forma correctísima de hablar, una por una forma correctísima de presentarse, sino que viene por una conjunción de la presentación oral de su posicionamiento corporal y de la disposición de sus ideas.

El electorado de hoy no creo que simplemente se lleve por las formas, las formas son importantes, pero hay un trasfondo que es la capacidad del político de tener una lectura política.

Los problemas, ya no técnica, ya no una lectura cotidiana, ya no una lectura del sentido común, sino que hay que darle algo más a la gente, porque la gente también es pensando que puede y puede decir lo que ellos en algún momento dijeron que era una cápsula de sentidos comunes.

ENTREVISTA 8

Nombre del entrevistado: Pablo Ruiz, orador, analista político, docente universitario.

Entrevistadora

Estimado Pablito, gracias por aceptar mi entrevista para este proceso de investigación que me encuentro realizando.

Que se refiere al análisis de las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos de la alcaldía de Loja, para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate denominado “Loja Debate 2023”, organizado por el Consejo Nacional Electoral.

Dentro de esto me he planteado algunas inquietudes, la primera sería

¿Cuáles fueron las propuestas de campaña más significativas que, en este caso, los candidatos de la alcaldía de Loja divulgaron antes de participar en este debate denominado Loja debate?

Entrevistado

A ver, yo creo que interesante que tenías ahí es como dos grupos de candidatos, el primer grupo de candidatos que mostraba una lógica un poco más técnica, que te mostraban un poco con estadísticas, y ese era la estrategia de exclusiva.

Hay una dentro de las figuras retóricas o de la legitimación de las palabras, se habla de la legitimación estadística. Entonces, cuando tú botas números o hablas un lenguaje técnico, más allá de que esté correcto o no correcto, al final termina dándole contundencia el mensaje.

Creo que en este grupo un poco más técnico estaba, por ejemplo, candidato Cheche, estaba Patricio también, Paul, y pormenorizadamente te diría que un poco Jorge Reyes. Luego tenías candidatos que no tenían una propuesta necesariamente técnica, sino que no, diría yo, no hacían alusión a la racionalidad, y más bien tenían una campaña un poco más emocional, que yo creo que esta es la lógica que utilizaba, es exclusivamente, por ejemplo, el actual alcalde, que al final terminó siendo Franco.

Ahora, dicho eso de ahí en estos dos grupos como para hablar de las personas que estaban más arriba, porque hablar de qué sé yo, el candidato Ayala, etc., creo que es un tercer grupo de personas que, efectivamente, no sabían en dónde estaban y para que estaban participando.

Sin embargo, decir esto de aquí que cuáles son las estrategias que utilizaron comunicacionalmente, como discurso, no significa que ya sean ciertas.

Ojo, porque una cosa es proponer técnicamente, otra cosa es proponer emocionalmente y en cualquiera de los dos casos que no pueda pasar. Pero yo creo que tendrías esos dos tipos de discursos en los dos tipos de candidatos.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente inquietud En el contexto del debate Loja Debate, ¿se introdujeron desde pronto propuestas o temas que no habrían sido abordados anteriormente dentro de su campaña?

Entrevistado

Sí, pero hay que recordar para qué sirve un debate, la organización que tuvo el debate, básicamente, terminó siendo para una exposición, ese es uno de los grandes problemas que nosotros tenemos en la organización de debate del CNE.

Es decir, la lógica de un debate no es necesariamente pelearse en ideas, de hecho, permite de vista de eléctrico a la plantación de ideas para llegar a una síntesis.

Lo que viste un poco en el debate es un poco de exposiciones de ciertas ideas que estaban sí en los planes de trabajo y otras obviamente que se acudían a las a las preguntas que estaban dentro de la organización del debate.

Entrevistadora

Perfecto. La siguiente inquietud. ¿Cómo calificaría usted la coherencia y la consistencia entre los mensajes transmitidos por los candidatos? Y sus respectivas propuestas de campaña.

Entrevistado

A ver, lo que sucede es que estadísticamente tú no tienes un porcentaje representativo, no hay esa estadística, pero los politólogos coinciden en que casi nadie lee los planes de trabajo. O sea, capaz de leer las personas que son académicas o que son analistas políticos o hacen estudios de comunicación.

Entonces, tú tienes dentro de la teoría política tienes dos tipos de cosas, tienes algo que se llama responsive, que es la capacidad de respuesta, y tienes algo que se llama comprance o coherencia o ponencia que es lo que tú dices.

El responsable es hasta donde los candidatos terminan haciendo lo que dicen. ¿No? Y la coherencia, en cambio, es hasta dónde terminan representando esos planes de trabajo y los candidatos, la opinión pública, entonces, son dos cosas completamente diferentes. ¿Cuál es el problema con los planes de trabajo? Que en los planes de trabajo tú puedes poner un montón de cosas, porque no tienes un filtro puntualmente del CNE que te diga esto es factible o no.

A pesar de que el CNE te dice dentro de la formación de los planes de trabajo, tú tienes que tener un estado de diagnóstico, que tienes que tener objetivos medibles, que sean cuantificables, etc.

Pero normalmente los planes de trabajo muchas veces terminan siendo copias las anteriores elecciones de que candidatos que perdieron o terminan siendo copias, por ejemplo, de prefecturas anteriores, o terminan siendo, por ejemplo, copias de otra alcaldía, eso pasó, por ejemplo, en el caso de suma.

Entonces, yo te diría que no puedes medir si fueron coherentes o no, porque al final no hay un control ni la opinión pública, excepto la de un número muy pequeño de gente, como te decía, que lea los planes de trabajo terminan representando exactamente lo mismo en el debate.

Yo creo que eso es importante que se sepa ahora. Normalmente en un debate y en una campaña electoral, y este es un punto bastante interesante, creo que lo vamos a averiguar conmigo, es el ser humano no termina siendo racional.

Entonces, cuando tú planteas una idea racional, no necesariamente puede convencer.

Normalmente, en una campaña electoral lo que haces tú es generar mensajes emocionales. Mensajes alrededor de la esperanza, mensajes alrededor del amor, mensajes alrededor de lo religioso o mensajes futuristas. ¿No?

Ninguno de esos mensajes que esos mensajes son los que manejaban, por ejemplo, o la honestidad, o sea, es decir, hay una carga mucho más axológica, yo puedo decir de lo que pasó en el debate, decir, vamos a buscar una Loja a Amazon, esta, una Loja del futuro.

Estos son dos mensajes que los construyeron los dos tipos de candidatos que te decía, pero ¿cuál?, primero, para hablar de futuro tienes que decir cómo, nadie pregunta cómo, y para hablar de honestidad te tienes que decir a partir de qué o de qué transparencia o con qué procesos, nadie te dice cómo tampoco.

Entonces, creo que es bastante difícil medir la coherencia, porque al final en una campaña electoral es un proceso donde la gente, por los candidatos dicen lo que la gente quiere escuchar

Entrevistadora

Desde una perspectiva crítica y bajo su conocimiento, estimado Pablo, ¿cómo evaluaría las estrategias discursivas, implementadas por estos candidatos durante el debate.

¿Cree que exigieron esas estrategias discursivas?

Entrevistado

A ver. Sí hay estrategias y discursivas en la parte comunicacional, tú tienes dos tipos de campañas, campañas de aire y campañas de tierra.

Yo creo que quien mejor utilizó la de aire y las estrategias exclusivas en campaña de aire terminó siendo Cheche, porque él tuvo un, diría yo, una campaña bastante

interesante, bastante, te diría yo, extraordinaria en el sentido de, fuera de lo que normalmente estamos o estamos acostumbrados a ver en Loja a través del manejo de tik tok, etc.

Y claro, esa la estrategia de cursiva de Elekrad, un discurso mucho más fresco, un discurso antipolítico, un discurso completamente futurista de todas las obras que él planteaba hacer, y su nicho de mercado en la estrategia del discurso estaba segmentado puntualmente para centennial y millennials.

Es un poco lo que pasa con ahorita con el efecto Novoa, es lo que pasó, lo está pasando con el efecto Novoa. Es apelarle a ese inicio de mercado. Luego tú tienes las estrategias discursivas, por ejemplo, la cantidad que ganó, que al final termina siendo nuestro tal de ahora, que es franco, es en cambio aplica una campaña de tierra.

Esa campaña de tierra el discurso es mucho más de tacto, es mucho más esperanzador, no es futurista, es mucho más de pueblo, por así decirlo, en el sentido de lo que significa pueblo, es decir, como un significante vacío, no como pueblo, pueblo, en el sentido económico, sino como pueblo somos gentes en nuestro momento.

Luego tienes las estrategias que te diría que están en la mitad, que hizo campaña tierra y aire, y exclusivamente, por ejemplo, Patricio, que le hizo o intentó hacer las dos cosas. ¿No? Capaz por eso tampoco, no tenía un nicho de mercado puntual. Apelaba campaña tierra y campaña aire.

Un discurso en estrategia discursiva retrospectiva, que apelaba el voto retrospectivo, es, por ejemplo, el discurso del Chato, que tenía esta lógica de apelar al pasado, que es un poco, si te das cuenta, es lo que utiliza Luisa, ya lo hice, ya lo hice, ya estoy acá, ya lo estuve trabajando, sé cómo hacerlo, la voz de la experiencia.

Entonces, yo creo que por ahí van las estrategias.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. La siguiente inquietud con un enfoque de comunicación política. ¿Cómo evaluaría usted las técnicas tóricas, empleadas por los candidatos durante el desarrollo del debate?

Entrevistado

A ver, ahí creo que tienes algunas figuras literarias, por ejemplo, Chato utilizaba y hablo de las personas por un poquito más representativas en el sentido de votación. Chato utilizaba algo que se llama una figura reiterativa, es una figura literaria es decir, esta cosa es la voz de la experiencia.

El mensaje de él era que se quede puntualmente la experiencia en la retina del votante, para que sepan ya estuvimos mejor antes.

¿Cuál es el problema de esta estrategia exclusiva?, que hay mucha gente que, lo mismo que le pasa a Luisa, que es mucha gente que no vivió esa época y, por más de que le cuentas, igual no es palpable esa realidad.

Una figura literaria que utilizó Franco, se llama resonancia cultural, es decir, es un curso mucho más pasional, menos lógico, mucho más el motivo. Su personaje estaba justamente inventado para eso, mucho más de contacto.

Mucho más de cercanía. El problema de eso es que, claro, al final es un discurso bastante emocional, cala completamente con la lógica de lo que muchas veces la gente espera, pero no tiene necesariamente un fondo técnico.

Y te diría que Cheche, en cambio, utiliza algo que se llama prospectiva dentro de figuras literarias, y el sentido de él es, vender futuro.

¿No? Es mucho más fácil que vender futuro que vender el pasado, y eso es prácticamente, porque la gente obviamente siempre tiene por sesgo cognitivo, cree que va a estar mejor.

¿No sabes por qué? Pero cree que va a estar mejor y yo creo que esa es una de las de las figuras que lo utilizó.

Entrevistadora

Muchísimas gracias. Para finalizar, ¿Cuáles considera que son los desafíos más significativos que enfrentan los candidatos políticos para lograr un verdadero posicionamiento político, en una participación de un debate?

Entrevistado

Creería que dos cosas, forma y fondo, forma en el sentido de mostrar seguridad, equilibrio, medida, prudencia, dependiendo en el contexto que en el que estás en el debate, ¿no? Y esa forma tiene que estar mucho o muy bien correlacionada con lo que en ese momento la opinión pública te está pidiendo.

En ese momento la opinión pública estaba hablando de una Loja destruida, de una Loja alejada, de una Loja de una Loja que no se conoce, y ahí es donde tienes ese dicho de mercado, ¿no?

De hablar de unión, hablar de pueblos, de somos pueblo, de familia, etc. Entonces, en forma, creo que el cuerpo tiene que representar eso, tiene que representar sensatez, calma, abrigo, ¿no?

Y en cuestiones de fondo, el gran problema o el desafío que tienen ahí los los candidatos es no solo explicar el qué, sino explicar el cómo, y ahí es donde los planes de trabajo caen muchísimos, porque tú puedes decir, qué sé yo, lo que dicen algunos.

¿No? Voy a construir la zona rosa en tal lado, voy a construir un nuevo parque en tal lado voy a promover deporte en tal lado.

Si bien el desafío es decir qué, un desafío mucho más grande, es decir, ¿cómo? Es decir, ¿de dónde vas a sacar ese presupuesto?

Si el presupuesto del municipio tiene cuatro millones de dólares, para generar obra y lo demás, casi todo su mantenimiento. Si prometes que eso es lo que pasa con alguno de los candidatos, pasó y está pasando.

Si prometes la alcantarilla para todos, agua para todos, asfaltado para todos, el problema es el fondo, es decir. ¿Cómo vas a hacer? Entonces, El desafío más grande para los candidatos que son un poco más técnicos es el populismo.

Y el desafío para los candidatos populistas es dejar de ser tan populistas, porque luego la expectativa crece demasiado se aleja de la realidad, y luego tienes un un pueblo o una ciudadanía iracunda, no le cumpliste, porque no le fuiste sincero porque le prometiste demasiado.

Entonces, yo creo que el debate, si bien es un punto de inflexión, siempre en una votación, es ver cómo puede ser ahí congruente entre lo que dices y haces, y peor aún con el candidato que al final termina ganando.

Entrevistadora

Muchísimas gracias, Pablito.

¿Algo adicional? Bueno, desde el tema de mi entrevista ya concluimos con las preguntas, pero quisiera saber De pronto, si me puedes sugerir algún cuadro de análisis de discurso, alguna propuesta.

Sí. Tienes, creo que puede ser unas tres cosas interesantes ahí mi mi almacén. La primera es, hay un autor que se llama Edmond Revísale. Ya. Él él él trabaja en encuadres.

Entonces, él te dice, por ejemplo, que todo discurso tiene un encuadre. Y ese encuadre es, todo discurso tiene cinco elementos, una causa, un problema, una solución, una evaluación moral y una resonancia cultural.

En causa problema solución, tú ves una parte lógica, en la parte de evaluación orales, evaluación oral son, ¿qué adjetivos positivos y negativos usa el candidato?

Esto te permite hablar de legitimidad. Y en resonancia cultural, básicamente, termina siendo la parte emocional.

Entonces, tú puedes ir desagregando o analizando el cada uno de los discursos con ese con esta teoría, que es la teoría del lenguaje. Otro que es interesante es un poco la parte, el el análisis retórico.

El análisis retórico es un poco lo que decía Aristóteles en la parte Entonces, identificarle cuál es el pato, si si la parte emocional, cuál es el lento, es la parte de legitimación que habla y cuál es el logo que es la parte nacional.

Uno que no se usa mucho, pero que te da datos bastante interesantes es la la construcción narrativa, es decir, es como una novela, los una novela, los los actores, por ejemplo, quién es el bueno, quién es el malo.

¿No? En la trama, cuál es el desarrollo, cuál es el conflicto y cuál es la exclusión. Entonces, aquí puedes agregarle en el discurso cómo van el candidato, construyéndose como héroe.

¿Cuál es el enemigo que está combatiendo?Cuál es la saña, que llega es como un cuento, la saña que el que termina golpeando y cuál es la conclusión de ese cuento de la historia.

La narrativa se utiliza muchísimo sobre todo porque tiene bastante resonancia, porque casi todos aprendimos, por ejemplo, a cuestiones o como qué está bien o qué está mal hacer, a raíz de cuentos.

Entonces, es quién cuenta una cuenta. Ahí tienes tres marcos, disculpe.

Anexo 2. Debate

Prioridades bajo las cuales trabajarán en caso de ser electos.

Presentadora:

Y bien, en este **primer bloque ya me acompañan ocho candidatos**, quienes están ubicados de acuerdo al orden que previamente se determinó en un sorteo público.

Y es que administrar los gobiernos locales implica conocer las realidades, necesidades y oportunidades de cada provincia o cantón. Para empezar con este programa vamos a solicitar a cada candidato que en cuarenta y cinco segundos nos explique las prioridades bajo las cuales trabajarán en caso de ser electos.

Así que Vamos a empezar con usted, candidato, Paúl Cueva, buenas noches. Cuarenta y cinco segundos.

Candidato

Muy buenas noches. Nuestro plan de trabajo está conformado por seis temas, primero nuestra Loja habitable y ordenada, segundo productiva y emprendedora, tercer turismo, cuarta cultural y social, quinta, asociativa y solidaria, sexta institucional.

Atacaremos firmemente un problema principal que se encuentra en estos seis ejes, que es la inseguridad por una seguridad ciudadana, ¿Y por qué? porque como lojano y ustedes como lojanos tenemos miedo, miedo al hecho del incremento de la inseguridad, del robo, de la delincuencia, debemos de acabar con el mismo, desde ahora en adelante con firmeza.

Presentadora:

Muchas gracias, candidato, ahora es el turno del candidato, Nixon Granda, buenas noches.

Tiene cuarenta y cinco segundos.

Candidato

Buenas noches a la ciudadanía lojana, un saludo para los compañeros candidatos a la alcaldía. Yo quiero ser su alcalde, porque quiero trabajar por mi ciudad y por las trece parroquias rurales de nuestro cantón.

Quiero hacer de nuestra Loja una Loja competitiva, una Loja de oportunidades, una Loja que ayude a generar fuentes de trabajo.

Queremos hacer de Loja y recuperar la imagen institucional para generar confianza y atraer la inversión pública y privada, que nos va a permitir fuentes de trabajo.

Trabajaremos fuertemente en mejoramiento de la vialidad, la seguridad, el trabajo social, mejoraremos los sistemas de alcantarillado y agua potable de nuestra ciudad, pero también de nuestras parroquias rurales.

Presentadora:

Gracias candidato por su respuesta, es el momento, entonces, de Juan Carlos Torres, bienvenido, cuarenta y cinco segundos también.

Candidato

Buenas noches, el problema de nuestra ciudad es que su corazón está enfermo. El municipio es el corazón de una ciudad, y si el corazón se enferma, la ciudad toda termina enferma.

Hay baches en las calles, hay trámites lentos, la ciudad está de cabeza. Yo no te ofrezco las grandes promesas que cada cuatro años, los mismos señores de siempre nos hacen, nunca más un voto por una mentira.

Yo me comprometo con ustedes a convertir el Municipio, en una herramienta útil para resolver los problemas que tienen ustedes, cuando emprenden, cuando trabajan.

Presentadora:

Muy amable, candidato.

Es el momento escuchar a Fernando Ayala, buenas noches, cuarenta y cinco segundos, por favor.

Candidato

Buenas noches, gracias por estar aquí, como alcalde, mi prioridad será crear mil empleos para jóvenes sin exigir experiencia. Con esto ayudaré a mil familias lojanas, se reactivará la economía de la ciudad y evitaré que los jóvenes migren a otras ciudades o países. Gracias.

Presentadora:

Muy amable, candidato, es el momento de darle la bienvenida al candidato César Guerrero, buenas noches, cuarenta y cinco segundos también.

Candidato

Buenas noches, mi nombre es César Guerrero Cueva y yo creo en la inclusión. Sí, el municipio el municipio es como una casa grande, y yo, como un buen padre de familia, debo cuidarlo y protegerlo, cuidar sus parques, sus avenidas, el agua, el transporte, la fauna urbana.

Y claro, principalmente al ser humano. El municipio debe brindar servicios de calidad. ¿Cómo lo vamos a hacer? a través de un gobierno abierto, ¿cómo?, con las nuevas tecnologías, las vamos a incluir, yo no los invito a cambiar de página, yo los invito a cambiar de libro, a construir juntos la Loja que soñamos. Va a suceder, porque voy a hacer que suceda.

Presentadora:

Muy amable, candidato.

En estos momentos vamos a dar la bienvenida a Jorge Reyes. La misma pregunta, cuarenta y cinco segundos.

Candidato

Buenas noches, resulta un ejercicio muy difícil, resumir en este tiempo las prioridades para una gestión municipal. Al menos en este momento me voy a referir a dos, agua potable y vialidad.

Por ti, mujer, que no tienes agua para cocinar, para bañar a tus hijos y que tienes que caminar a traer galones de agua, por todas esas personas, a las que sirve el plan maestro de agua potable, y que ciento sesenta y cuatro veces se ha ido la tubería, por ellos mejoraremos el problema del agua, y luego la vialidad horrorosa desastrosa, que es una muestra de la iniquidad que existe.

Presentadora:

Terminó su tiempo, candidato, muchísimas gracias, ahora vamos a dar la bienvenida a Freddy Altamirano.

Buenas noches, cuarenta y cinco segundos.

Candidato

No quiero que voten por mí, los que están conformes, no quiero que voten por mí, pero si están molestos, indignados, vamos juntos, vamos por una Loja cultural y turística.

En turismo tenemos todas las posibilidades de crecer, en cultura, queremos, una zona franca cultural, cero impuestos municipales que nos permitan generar aquí los más grandes eventos artísticos.

Vamos a hacer que el festival de artes vivas y este Teatro Benjamín Carrión sea administrado por los lojanos. Nosotros somos los que vamos a definir nuestro destino.

Los jóvenes tendrán su primer centro de élite.

Presentadora:

Muchas gracias candidato, ahora es el turno de escuchar a Jonathan Calva, buenas noches, cuarenta y cinco segundos también, por favor.

Candidato

Buenas noches, trabajaremos por un cantón pensado para sus habitantes, en donde puedan vivir de manera coherente con el entorno y con el medio ambiente.

Vamos a contribuir para la defensa y la recuperación de nuestros recursos naturales, de manera participativa, construiríamos un municipio que sea eficiente, que esté automatizado, que genere oportunidades equitativas para todas y todos.

Vamos a través de alianzas público privadas y alianzas estratégicas a gestionar los recursos de inversión, necesarios para poder dar cobertura a todas las necesidades de las y los lojanos basados en conceptos como solidaridad, reciprocidad y justicia social.

Hacer sin dañar.

PRIMER EJE TEMÁTICO SOBRE SEGURIDAD Y CONVIVENCIA SOCIAL

Antes de iniciar con este debate temático.

Les quiero mostrar nada más, este es el sobre que nos entregó el comité de debates, que corresponde, obviamente, para los candidatos a la alcaldía de Loja, vamos a proceder a abrirlo porque dentro se encuentran las preguntas para los candidatos, esta noche.

Aquí dentro están, bloque uno y bloque dos.

Vamos a utilizar el del bloque uno.

Y aquí están los sobres con las preguntas que van a responder el día de hoy. Y bien, vamos a empezar en este instante con nuestro **primer eje temático que se trata sobre seguridad y convivencia social**.

Previo a iniciar con las inquietudes, y tal como ya se vio en este video explicativo, cada candidato tendrá un minuto para responder la pregunta.

El tiempo será controlado mediante un cronómetro con las respectivas alertas y al cumplirse ese tiempo, como ya lo vimos hace pocos segundos nada más, el micrófono se apagará.

Así que vamos a iniciar con usted candidato bueno, con todos los candidatos, de hecho, en este primer bloque voy a tomar la pregunta sobre **el eje de seguridad, que es el primer eje temático que vamos a tratar el día de hoy**.

Voy a abrir sobre, está completamente sellado, Hay dos preguntas y voy a elegir una. Y la pregunta dice así.

La escalada en las cifras de violencia y femicidio alarman a la sociedad ecuatoriana. En ese sentido, ¿Qué acciones proponen para prevenir sancionar y reparar a las víctimas de la violencia contra las mujeres en el ámbito político?

Así que vamos a iniciar ya con esta primera pregunta con usted candidato Paúl Cueva buenas noches, un minuto.

Candidato

Muchas gracias, vamos a conformar un fondo público de financiamiento para la seguridad donde tú, tu ciudadano serás parte del mismo para poder administrar, gestionar y fiscalizar estos fondos que serán dirigidos para erradicar este tipo de actos de violencia en contra de la mujer.

Pero además de eso, tendremos el principio para poder tratar con todos los ejes, con toda la sociedad, en el ámbito de, manejar políticas públicas y ordenanzas que ayuden a erradicar el femicidio, la violencia, la violencia de género y todo lo que está contextualizado con el mal que suscita aquí en la ciudad de Loja.

Es imperante el tratar de generar principios de cambio.

Pero para ello, mi propuesta para erradicar la violencia se encuentra notariada. Este es el compromiso de Paul Cueva, que lo vamos a hacer visible y que en el momento adecuado presentaremos al Consejo Nacional Electoral.

Presentadora:

Gracias. Gracias, candidato por su respuesta. Es el momento de escuchar la respuesta del candidato Nixon Granda. Un minuto, por favor.

Candidato

En materia de seguridad las estadísticas son alarmantes en nuestra provincia, pero más alarmantes son en nuestro cantón, ya que el ochenta y dos por ciento de las acciones delictivas sucede en el cantón Loja. Y el sesenta y dos por ciento de las acciones criminales con muerte también suceden en nuestro cantón.

Por ello, nosotros debemos confiados en las funciones que tiene el Alcalde, las competencias que tiene el municipio y, sobre todo, sobre todo, el liderazgo que debe imponer la primera autoridad del cantón, nosotros vamos a solicitar que los presos, los PPLS de alta peligrosidad, que están viniendo a la ciudad de Loja sean rechazados por nuestra ciudad y nosotros vamos a lidiar con ello, porque la cárcel que tenemos en la ciudad de Loja es de mínima peligrosidad.

Y además, con estos criminales también vienen bandas delictivas, toda una cadena que imponen temor y ponen terror en nuestra ciudad. Así que vamos a liberar lo que es la seguridad ciudadana para los lojanos.

Presentadora:

Gracias candidato. Nada más voy a recordarles a los candidatos la pregunta que tienen que responder. ¿Qué acciones propone para prevenir sancionar y reparar a las víctimas de la violencia contra las mujeres en el ámbito político?

Esta pregunta, por favor, candidato, Juan Carlos Torres, tiene un minuto.

Candidato

Gracias. La violencia política no está tipificada en el público hoy. Desde el municipio vamos a llevar adelante, esa bandera. Vamos a conversar con los assembleístas de la provincia y a buscar apoyo en todo el país para que eso se tipifique. No podemos permitir que la mujer sea víctima de violencia en ningún ámbito, pero en nuestro caso, en el ámbito político.

Pero no solamente eso, si queremos hablar de seguridad y de combatir la violencia, desde el Municipio vamos a llevar adelante tres ejes, uno que tiene que ver con infraestructura, otro que tiene que ver con capacitación y otro de que tiene que ver con redes y colaboración, la infraestructura básicamente consiste en dotar a la Policía Nacional de lo que necesita para combatir la violencia.

En cuanto a redes tiene que ver con redes de cámara, redes de apoyo barrial para que los vecinos se organicen y puedan luchar contra este flagelo. Y, por supuesto, el

Municipio tendrá que estar detrás proveyendo de los fondos para llevar adelante todas estas iniciativas.

Presentadora:

Muy amable, candidato. Gracias por su respuesta. Continuamos con nuestro cuarto candidato, Fernando Ayala, la misma pregunta, un minuto.

Candidato

Soy el único candidato que va a crear mil empleos para jóvenes sin exigir experiencia, de esos mil jóvenes crearé el escuadrón de seguridad ciudadana, y ese escuadrón se va a unir para trabajar con la Policía Nacional, Bomberos, Tránsito y Policía Municipal.

Para dar protección y socorro, para controlar los espacios públicos, para controlar el consumo y exceso de bebidas alcohólicas, y lo principal, para controlar los permisos de funcionamiento, que eso es muy importante.

Hay que saber a quién se los da, solo así podemos tener control y orden, y volveremos a hacer la Franciscana ciudad de Loja.

Gracias.

Presentadora:

Vamos a continuar. Entonces, con nuestro siguiente candidato, César Guerrero, tiene un minuto, por favor. Gracias.

Candidato

Cada día, dos personas denuncian al 911 de que han sido abusadas.

Yo quiero ser la persona que las represente a la sin voz. Quiero ser la persona que les diga que efectivamente el Municipio tiene la Junta Cantonal de Protección de Derechos. ¿Qué hacer? Conformarla eficientemente, visibilizar todos los problemas que tienen que ver con el feminismo y con la violencia política.

La violencia política solo está consagrada como disposición en el código de la democracia. Loja ha sido testigo de que dos alcaldesas sufrieron violencia política y el consejo actual.

Nosotros debemos crear una ordenanza. ¿Para qué? También a nivel cantonal podamos resolver este tipo de problemas. La ciudad de Loja se ha convertido en un foco infeccioso, digo, un foco infeccioso de la criminalidad.

Veinticinco muertes violentas del año pasado. Empezamos con cinco ahora. Hay que resolver el problema de forma integral.

Presentadora:

Gracias, candidato. Es momento de escuchar la respuesta del candidato Jorge Reyes, buenas noches, tiene un minuto.

Candidato

Generar espacios, barrios solidarios, mejorar el vecindario como la unidad fundamental de nuestra sociedad, desarrollar sistemáticas campañas con los niños y con los jóvenes. Para desde allí inducir al respeto a la mujer, a la solidaridad con la familia, a evitar estas manifestaciones de violencia.

Desde el Municipio se puede brindar una serie de instancias de asesoría jurídica a las mujeres que callan por temor, la violencia, pero también se puede establecer centros de acogida, y en esos centros programas de inserción social, finalmente, el botón de pánico para todos los lojanos, incluidos los casos de violencia.

Presentadora:

Gracias candidato.

Vamos a escuchar ahora la respuesta de Freddy Altamirano, tiene un minuto.

Candidato

Las estamos matando. Si como sociedad no nos unimos, seremos cumplidos.

Ningún tipo de violencia contra la mujer, peor aún, la violencia política. Mil quinientas llamadas de violencia intrafamiliar existen de las cuales setenta y tres por ciento de las mujeres han tenido algún tipo de violencia.

Este tema tenemos que arrancarlo de raíz, trabajaremos con el sistema educativo, para sensibilizar y fomentar una cultura de paz. Políticas públicas de inclusión de la mujer en la vida social y económica.

La economía Violeta tiene que ser fundamentada para que, la mujer pueda trabajar efectivamente, se inserte en la sociedad económicamente y ya no dependa de su esposo o de su pareja para vivir y tener una independencia económica.

Vamos a liberarlas económicamente.

Presentadora:

Gracias candidato, llegamos a nuestro último participante de este primer eje temático. Le escuchamos Jonathan Calva. Tiene un minuto.

Candidato

En el tema de la violencia de género en el ámbito político, es importante revisar cuál es la normativa y prácticas interinstitucionales que se están generando para poder incluir a las mujeres en el ámbito de la elección popular, en el ámbito de las políticas públicas y la decisión en la toma de y la participación en la toma de estas decisiones para generación de políticas públicas.

Pero sobre todo, comprender que es importante que sean vinculadas desde una desde sus colectivos, desde una visión emancipadora y no adoctrinante.

En el ámbito de la seguridad vamos a habitar, rehabilitar, restaurar espacios públicos que se han convertido en focos críticos de inseguridad.

Vamos a través de tecnología moderna, generar también vigilancia y también vamos a procurar generar brigadas mixtas para poder acompañar a las personas, principalmente mujeres en espacios que son, que tienden a la incidencia de la inseguridad sobre todo en la periferia.

Presentadora:

Así concluimos nuestra primera ronda de preguntas, y ahora los candidatos tendrán la posibilidad de interpelar en quince segundos a sus contenedores, quienes tendrán cuarenta y cinco segundos para responder.

Es así que vamos a escuchar al candidato Jorge Reyes, usted va a interpelar al candidato Paul Cueva, adelante quince segundos.

Candidato

¿Cuánto peso le otorga usted al tema de la en la prevención de la violencia en general y particularmente de la violencia de género?

Presentadora:

Tiene cuarenta y cinco segundos para responder, candidato.

Candidato

No existe peso, es una condición transversal que se tiene que tomar en consideración desde la educación primaria, secundaria y con las universidades.

Con las últimas haremos a través de vinculación con la colectividad y la investigación, el fomento verdadero del respeto de la equidad de género.

Y de todos los grupos vulnerables que hay que darles la consideración de vida, los LGTBI, todos aquellos que se encuentran indiscriminadamente subsuelo o por debajo de la vialidad del desarrollo, y es que Loja, siendo cultural, siendo progresista, tiene que empezar con esta política pública que encamina el derecho pertinente para todos aquellos grupos olvidados.

Gracias.

Presentadora:

Candidato a usted mismo. Tiene que interpelar a Nixon Granda, por favor, quince segundos.

Candidato

Nixon, ¿Cómo asegura que respetará los derechos de las mujeres?

Si desde su gestión no predico con ese ejemplo.

Candidato

Gracias, Paul. Las mujeres tienen derecho a decidir. Y cuando yo fui vicealcalde, ellas decidieron entregarme a mí esa responsabilidad, que sea el vicealcalde del cantón Loja. Pero en mi administración municipal yo entregaré la posibilidad, no como una dádiva o como una caridad, porque las mujeres se lo merecen, porque las mujeres están preparadas y han demostrado que son muy buenas administradoras y muy buenas trabajadoras.

Por ello, el cincuenta por ciento y más de los funcionarios de libre nombramiento y remoción con el cargo de jefes y directores serán mujeres, y les daremos todo el apoyo para que demuestren lo capaces que son para buscar el desarrollo de nuestro cantón.

Presentadora:

Gracias candidato. Ahora, Fernando Ayala, tiene quince segundos para interpelar a Juan Carlos Torres.

Candidato

Carlitos. ¿Qué piensa de hacer con la prostitución, venta de droga y delincuencia? Que todos los días se ve en la calle José Antonio Eguiguren y Parque Bolívar.

Candidato

Bueno, nosotros tenemos algunos cejes en cuanto al tema seguridad.

Uno de ellos tiene que ver con redes de vigilancia y cooperación con información de inteligencia de la policía. En realidad, esa es una realidad bastante dura, bastante cruel y tenemos que mirar ambos lados.

Lo que no podemos permitir es que el centro de la ciudad se convierta en un foco infeccioso. En algún momento la municipalidad, la ciudad hizo el esfuerzo y generó una denominada zona de tolerancia.

Si es que esa actividad se da, pues tiene que ser dentro del debido orden. Vamos a utilizar todos los recursos del municipio para que ese orden se dé en la ciudad y los niveles de violencia en esos sectores disminuyan.

Presentadora:

Gracias candidato ahora Fredi Altamirano, tiene quince segundos para interpelar al candidato Fernando Ayala.

Candidato

Estimado Fernando, ¿qué política pública consideras necesaria implementar en un municipio para integrar a la mujer?

Candidato

Freddy, verás, como te dije un inicio, voy a crear mil empleos.

En estos mil empleos va a ser también para integrar a la mujer, porque en estos escuadrones de seguridad ciudadana también pueden empezar a unirse las mujeres, no solo los varones, las mujeres podrán controlar desde drones toda la ciudad y ver la delincuencia, porque en estos momentos tenemos mucha delincuencia en la ciudad, entonces, ahí también puede ser incluida la mujer, no podemos dejarla de lado a la mujer, eso.

Presentadora:

Gracias candidato.

Ahora, por favor, Juan Carlos Torres, tiene que interpelar a César Guerrero, tiene quince segundos.

Candidato

Doctor Guerrero, usted fue uno de los abogados que participó en el tema de fotomultas, a su entender ¿En dónde se origina este problema?

Candidato

Se origina la falta de capacidad administrativa que tuvieron el consejo y adicionalmente uno de los administradores municipales.

En esta forma equivocada de hacer una política pública cuando querían entregar el cincuenta por ciento para la municipalidad, el cincuenta por ciento de la recaudación.

Para una empresa pública, no más, no más de esto.

Presentadora:

Usted mismo, por favor, Interpele, tiene quince segundos a Jorge Reyes.

Candidato

Jorgito, buenas noches. Saludo respetuoso, quisiera hacer formularle la siguiente pregunta. ¿Usted considera que está bien que una persona que ha sido denunciada por violencia de género se haya subido en el parque de San Sebastián con su candidato a la Prefectura?

Me parece reprochable desde todo punto de vista. El que se quiera llegar acciones más allá de la decencia para inmiscuir a otra persona en protervos fines proselitistas.

Yo quiero aprovechar esto para solidarizarme también con usted, que es parte de estas triquiñuelas politiqueras, y no se olvide, Dios juzga a los humanos y el pueblo castigará a los políticos deshonestos.

Presentadora:

Muy amable candidato, vamos a escuchar, entonces, a Jonathan Calva, tiene quince segundos para interpelar a Freddy Altamirano.

Candidato

Estimado Freddy, buenas noches. ¿Cuáles consideras que son los criterios que se deben aplicar en el municipio para poder integrar a las y los jóvenes en la toma de decisiones acerca del ordenamiento territorial del cantón?

Candidato

Bien, el ordenamiento territorial ha tenido falencias fundamentales. No es un proceso permanente, no es un proceso técnico que se ha venido llevando de una manera ordenada dentro del municipio.

Los jóvenes tienen que ser parte de esa discusión, tiene que ser parte de ese proceso, porque tiene que ser integrados en todas y cada una de las acciones que se tiene que ejecutar dentro de la municipalidad, infraestructura, espacios y sobre todo la posibilidad efectiva de participar en la toma de decisiones.

Por lo tanto, en el plan de ordenamiento y en la y toda la planificación municipal.

Presentadora:

Gracias candidato. Vamos a escuchar a Nixon Granda, tiene quince segundos para interpelar, por favor, a Jonathan Calva.

Candidato

Jonathan. ¿Qué acciones usted tomaría para fortalecer el Consejo Cantonal de Seguridad Ciudadana?

Candidato

Vamos a vamos a generar formación y capacitación, sobre todo, para que se entienda cuáles son las funciones y competencias de este sector, sensibilizándoles para que puedan tomar decisiones en forma autónoma y hagan uso de los recursos del Municipio de una forma transversal.

Presentadora:

Gracias candidato por su respuesta. Ya los ocho participantes han desarrollado sus propuestas en torno a nuestro primer eje temático, sobre seguridad y convivencia social a través de una ronda de preguntas.

Cada candidato tuvo la oportunidad también de interpelar a sus contendientes, quienes tuvieron la opción de dar respuesta a estos cuestionamientos.

SEGUNDO EJE TEMÁTICO SOBRE ECONOMÍA Y VIALIDAD

Vamos ahora a debatir nuestro **segundo eje temático sobre economía y vialidad**, para eso vamos a tomar el segundo sobre.

Aquí está. La pregunta dice así, **La ciudad de Loja se caracteriza por su peso cultural a nivel nacional e internacional, ¿Qué proyectos impulsará para el desarrollo de las bellas artes y cómo aportará para el festival internacional de las artes vivas?**, Vamos a empezar, entonces, con la respuesta de esta pregunta, con el candidato, Paul Cueva, tiene un minuto, por favor.

Candidato

Muchas gracias, primero, fortaleceremos y recuperaremos el fondo asignado para el festival de las artes vivas.

Es más, generaremos un nuevo festival que tiene que ver con música alternativa de Rock, pop, pero también de aquellas bandas de pueblo que son la cultura próspera de cada una de nuestras trece parroquias. Es importante asistir y articular con las

universidades y con los institutos. Toda forma de cultura, de arte, de pintura, y por ello tratar de exportar más allá de los límites del Ecuador a aquellos y aquellas que nos representan con esta, la realidad de Loja, que tiene que ver con el potencial de nuestras letras, de nuestro arte y por ello.

Seguir luchando para ustedes en el fomento de la cultura, las artes vivas tienen que salir adelante año tras año.

Presentadora:

Gracias. Gracias candidato por su respuesta. Continuamos con Nixon Granda. ¿Tiene un minuto, por favor?

Candidato

Existe la Ley de las Artes Vivas Internacionales para que se desarrollen en nuestra ciudad.

Nosotros desde el Municipio de Loja, y representando a todos los lojanos, exigiremos, no solicitaremos de que nos ayuden, exigiremos al Gobierno Nacional de que se asignen los recursos necesarios para que el festival de artes vivas de nuestra ciudad siga siendo ese festival modelo a nivel de país y que genere también desarrollo cultural en nuestra ciudad.

Crearemos fondos concursables para que todo el año puedan participar instituciones dedicadas a la cultura, al arte y también instituciones educativas en diferentes actividades artísticas, literarias y también, pues, de la canción lojana que a nosotros nos da un renombre internacional y nacional.

Así que trabajaremos fuertemente para recuperar este festival de artes vivas y que sea ejemplar rizador a nivel nacional.

Presentadora:

Gracias candidato. Vamos a escuchar ahora la respuesta de Juan Carlos Torres. La misma pregunta tiene un minuto.

Candidato

Vamos a garantizar el presupuesto de las artes vivas, pero no solamente eso, vamos a complementarlo. La esencia de Loja es el arte y la cultura.

Vamos a ir hacia la industria cultural, hacia la industria de contenidos, Loja puede convertirse en un exportador de contenidos, Cortos de animación, cortos de cine, contenido para metaverso, contenido para redes sociales.

Hay empresas que ya lo están haciendo en este momento y lo están haciendo muy bien y sin ningún apoyo. Desde el municipio vamos a llevar adelante todas las acciones para que esa industria se consolide, tenemos algunas fases.

Hay que entender que con esta industria se dará empleo especialmente a la gente joven, a la que entiende la cultura desde la perspectiva modernista, desde la perspectiva de la sociedad de la información y del conocimiento.

Con ellos es nuestro compromiso.

Vamos a potenciar esa esa industria, vamos a generar empleo, vamos a poner a Loja, en el sitio que se merece.

Presentadora:

Gracias, candidato. Vamos a escuchar ahora, a Fernando Ayala. Tiene un minuto también.

Candidato

Muchas gracias.

Primeramente, yo doy gracias de que el nombre del festival de las artes vivas inter nacional no se nos hayan llevado fuera de la ciudad, porque de festival, los últimos festivales no hemos tenido nada, absolutamente nada.

Es por eso que yo, generando mil puestos de trabajo, ayudaré a mil familias lojanas, reactivaré la economía de la ciudad y evitaré que el agente joven migre a otras ciudades o países, mil jóvenes, controlando la seguridad ciudadana y el medio ambiente, ganando mil ochocientos dólares por tres meses de trabajo y equipados con tecnología que yo como alcalde personalmente iré a gestionar en el exterior.

Muchas gracias.

Presentadora:

Gracias, candidato. Vamos a escuchar ahora, entonces, a César Guerrero, la misma pregunta, un minuto.

Candidato

Que el saber tenga aquí su morada, vamos a crear el quinquenio de las artes.

Usted va a saber qué va a pasar después de cinco años. La visión que yo tengo es una visión de futuro. Tenemos ya en mente y planificado Viña Jipiro. Sí, Viña Jipiro aquí, junto en la mecánica de la Prefectura.

¿Qué vamos a lograr con esto? Vamos a lograr articular las bellas artes en su máximo esplendor, y adicionalmente proponemos que todos los artistas puedan verse visibilizados ya en el mundo.

Yo sueño con ver a las gordas de Bayardo Cuenca, Sí, aquí afuera, en el en el Benjamín Carrión. Sueño con ver a los lustrabotas de nuestro amigo Salinas. Loja merece un capítulo aparte con las bellas artes.

Adicionalmente, tenemos que hacer un reclamo efectivo al gobierno nacional, porque empezamos con tres puntos seis uno punto ocho, el año pasado ciento ochenta mil, y es hora de cambiar de libro.

Presentadora:

Gracias candidato, ahora vamos a escuchar a nuestro sexto candidato, Jorge Reyes, tiene un minuto.

Candidato

El festival de las artes vivas. Debe servir para que los lojanos, desde Loja, dirijamos esta gran actividad cultural. Desde Loja para Loja y de Loja para el mundo, para ello es fundamental la coordinación interinstitucional.

Cada quien quiere hacer una partecita y no terminamos haciendo nada, de allí viene el planteamiento, del gran fideicomiso para el fondo de la cultura y el turismo que nos proyecte al mundo.

El festival de las artes vivas debe ser reorientado hacia todos los sectores de la ciudad de Loja, incorporar a diversos sectores sociales, y a diversas manifestaciones.

La cultura no tiene un límite estrecho, y finalmente hay que pensar en la cultura y las parroquias, si queremos mostrar al mundo, mostremos lo nuestro.

Presentadora:

Gracias, candidato. Es el turno ahora de Freddy Altamirano. ¿Tiene un minuto, por favor?

Candidato

Empecé mi presentación diciendo que el festival de artes vivas, y el Teatro Benjamín Carrión, deben ser administrados por los lojanos. He propuesto un comité permanente de trabajo para el festival de Artes vivas-

Tiene que este comité durante todo el año, elaborar los planes y proyectos y las curadurías necesarias para que este festival, que hoy nos deja una sensación de fracaso, hay que ser sinceros, hemos detenido de más a menos hasta que hoy sentimos que el festival de artes vivas corre un riesgo, corre un riesgo porque no se lo está haciendo bien.

Este comité gestionará los recursos. Planteará las plantillas de artistas que tiene que presentarse, es decir, tenemos que hacer que festival de artes vivas, sea esa ventana de Loja para el mundo.

Presentadora:

Gracias candidato. Ahora vamos a escuchar a Jonathan Calva, la misma pregunta, un minuto.

Candidato

Bueno, como artista y gestor cultural, que vengo trabajando ya alrededor de dieciséis años en esta área, he participado, comunitariamente y cooperativamente en algunos sitios artísticos históricos de Loja, como fue el primer festival Loja sobre tablas, como ha sido el proyecto Acla Comix, cuyo Comic, que ganó fondos concursables del Ministerio de Cultura en el dos mil quince, ha sido vendido y comercializado a nivel nacional e internacional.

También la literatura, como uno de mis componentes, ya está comercializándose en la en la antología hispanoamericana, que fue un fondo concursable que salió desde México y Colombia.

Conozco y sé que hay que comprender nuestra dinámica cultural territorial entender cuáles son nuestras culturas, la cosmovisión, la filosofía en territorio, desde y acoplar estos haberes ancestrales a una dinámica económica.

Pudiendo generar piezas que se integren a un mercado nacional internacional que consume arte de calidad y así repotenciar también el festival Artes Vivas.

Presentadora:

Muy amable candidato con usted. Finalizamos esta ronda de preguntas, pero es el momento de la interpelación.

Es así que, por favor, El candidato Jorge Reyes tiene quince segundos para interpelar a Paul Cueva.

Candidato

Dentro de los íconos de la cultura lojana, está el Teatro Bolívar. Paul, en el caso de ser usted electo alcalde, entregará el Teatro a la Universidad Nacional de Loja,

Candidato

El Teatro es el depósito de la cultura, de lo que representa el lojano.

No hablemos de instituciones, sino de potenciarlo, de darle vida. Y es que hay que ver un sin número de escenarios que no solamente son la infraestructura física, sino también aquellos que se encuentran en el medio ambiente.

Hay que potenciar de las trece parroquias, todo ese escenario para poder generar un turismo fehaciente y que genere emprendimiento para todos y cada uno de los lojanos.

Ver hacia adelante, generar compromiso con ustedes es la razón de Paul Cueva, y por ello, hablar de emprendimiento es ir más allá de las fronteras, comulgando y asociativamente con todos y cada uno de los lojanos.

Presentadora:

Muchas gracias, mismo, por favor, tiene quince segundos para interpelar a Nixon Granda. Nixon. ¿Qué opina usted de la implementación de un Hab tecnológico y cultural en la ciudad de Loja para fortalecer el festival?

Candidato

Mire, para poder fortalecer el festival, nosotros tenemos que utilizar ya programas que existen a nivel internacional y nacional, porque para poder promocionarnos solo el tema del festival, sino el tema turístico y todas las bondades y maravillas que tiene nuestra ciudad y nuestras parroquias, tenemos que aprovechar las aplicaciones que ya existen donde se pueden mostrar las ventajas que tienen todas las ciudades a nivel mundial y ahí nosotros tenemos que poner nuestros productos para que sean conocidos a nivel internacional y que también puedan venir a la ciudad de Loja.

Así que trabajaremos fuertemente en la promoción de todo lo que signifique la ciudad y sus parroquias del cantón Loja.

Presentadora:

Gracias. Ahora el candidato Fernando Ayala, quince segundos, por favor, para interpelar a Juan Carlos Torres.

Candidato

Carlitos, una pregunta sobre economía. Una vez aprobado el presupuesto del gobierno autónomo descentralizado de Loja. ¿Cómo se lo reforma?

Candidato

Bueno, se lo reforme cuando se tiene cambios sustanciales que lleguen al treinta al consejo cantonal tiene la obligación de hacer una revisión y hacer una reasignación de esos valores.

Presentadora:

Candidato Fredy de Altamirano, por favor, interpele a Fernando Ayala.

Candidato

Estimado Fernando, ha sido reiterativo tú en conversarnos y decirnos que vas a crear mil plazas de empleo. ¿Cómo lo vas a financiar?

Candidato

Claro que sí, Freddy cito, verás, primero, la planificación de esos mil empleos tiene que ganar, y si esta es el plan ganador, pues el financiamiento de los mil empleos tiene que estar ejecutado y eso lo voy a hacer como política pública cantonal, y los ingresos de estos mil empleos serán los ingresos propios generados por la propia gestión del municipio.

Esto es ingresos no tributarios, como son los recursos que provienen de las multas a los infractores por violación a las ordenanzas.

Gracias.

Presentadora:

Gracias candidato. Ahora favor, Juan Carlos Torres, tiene quince segundos para interpelar a César Guerrero.

Candidato

Doctor Guerrero, le faltó tiempo hace un momento para referirse a los presupuestos, del festival de Artes Vivas. ¿Qué hacer con ellos?

Candidato

Tenemos que exigirle, porque este tema de las Artes Villas distinguido, amigo, es un tema de que no es de disposición de cualquier persona.

Tenemos una ley. Ahora, las leyes muchas de las veces son incumplidas por las autoridades, nosotros debemos entender que la cultura debe estar más allá del bien y el mal, más allá de las relaciones sociales entre un gobierno y otro. digo, de los gobiernos cantonales hacia el gobierno central.

Mire usted, el último festival que nosotros venimos considerando que ha venido decayendo absolutamente, tuvo como presupuesto del gobierno trescientos sesenta mil dólares, y el municipio entregó cuatrocientos ochenta mil.

Aquí hay una diferencia que tiene que ser con sus consustancial y hay que exigirle al presidente el cumplimiento de la misma.

Presentadora:

Gracias candidato a usted mismo, por favor, quince segundos para interpelar a Jorge Reyes.

Candidato

Más que interpelarlo, voy a hacerle una pregunta, distinguido, amigo mira, Loja fue noticia nacional, porque quisieron matar aquí a la fauna urbana. Un alcalde del cantón Loja, y esto tiene que ver evidentemente con el tema de la cultura. ¿Qué piensas al respecto?

Candidato

Una cultura de respeto a la vida, que significa respetar a todos los seres Los perritos no podían ser carne de los leones, ni las palomitas caer muertas porque afeaban o molestaban a alguien.

Una verdadera política municipal de protección y manejo adecuado de la fauna urbana es fundamental, nosotros o yo me declaro como un animalista, convencido de que hay que hacer mucho para otros integrantes de nuestras ciudades y de nuestro cantón.

Presentadora:

Gracias, candidato. Por favor, Jonathan Calva, quince segundos para interpelar a Freddie Altamirano.

Candidato

Estimado Freddy. ¿Cuál sería la concepción básica y primordial para poder generar turismo comunitario en nuestro territorio sin afectar al medio ambiente?

Candidato

Loja tiene potencialidades enormes en el tema turístico, nuestras trece parroquias, tienen atractivos impresionantes. Tenemos que dar la infraestructura necesaria para poder potenciar los mismos. Obviamente, cuidando el medio ambiente, haciendo que esta actividad sea sostenible.

Vamos a impulsar esta actividad de manera firme, porque consideramos que es una posibilidad real de reactivar la economía de nuestras parroquias, dándole los recursos necesarios y obviamente dentro de un marco sostenible.

Presentadora

Gracias candidato, por favor, Nixon Granda, quince segundos para interpelar a Jonathan Carlos.

Candidato

Sí, Jonathan, ¿qué haría usted para involucrar más a la sociedad civil en el festival de artes vivas internacionales que tenemos acá en nuestra ciudad, y en todos los actos culturales que se desarrollan desde el municipio.

Candidato

Es importante, estimado Nixon, que el concepto de festival antes viva sea dinámico y sea permanente, que sean actividades todo el año, actividades preparatorias y de formación de públicos.

Que el festival, desde su concepción y desde sus criterios de identidad, pueda abrirse a toda la territorialidad, pueda existir y coexistir y cohabitar con la periferia urbana y también alimentarse y retroalimentarse de los conocimientos ancestrales y la filosofía como cosmofonía que existe en nuestra ruralidad, para poder también eso, emitirlo a través de las piezas artísticas que vayamos construyendo y de los y de las diferentes actividades que se pueden generar con una planificación asertiva.

Presentadora

Gracias. Muchas gracias candidato.

El segundo eje temático sobre economía y realidad ha sido desenvuelto por los ocho participantes a través de esta ronda de preguntas y asimismo, como ya escuchamos cada candidato pudo interpelar a sus contendientes, quienes también pudieron responder los cuestionamientos de sus rivales. En este momento nos vamos a nuestra primera pausa informativa, pero ya volvemos.

Presentadora

Bien, estamos de regreso con más de Loja, debate 2023 antes de iniciar nuestro tercer eje temático nada más recordarles a los candidatos que cientos de lojanos y lojanas les están viendo en estos precisos momentos y están esperando esos planes de trabajo, esas propuestas que ustedes han traído aquí para que respondan a través de las preguntas que se les ha realizado a través del comité de debate.

TERCER EJE TEMÁTICO SOBRE MEDIO AMBIENTE Y TERRITORIO.

Bueno, con esto es momento de iniciar este **tercer eje temático sobre medio ambiente y territorio**. Vamos a escoger la pregunta que van a tener que responder los candidatos. Está sellado. Hay dos preguntas. Y la que tienen que responder es la siguiente. **La naturaleza ha sido prodigiosa con la ciudad de Loja, tanto que es atravesada por tres importantes ríos. ¿Qué piensa realizar para que los ríos y sus cuencas**

hidrográficas se incorporen positivamente a la ciudad sean parte del paisaje urbano y apoyen al modelo de ciudad sostenible para el año dos mil treinta?

Vamos a empezar entonces con esta ronda de preguntas con usted, candidato a Paul Cueva, un minuto, por favor.

Candidato

Muchas gracias. Vamos a intervenir el área de conservación municipal, que es el Bosque Primario que rodea, a la ciudad de Loja. Vamos a proceder con una descontaminación de los ríos y una reforestación de las quebradas, que es el principio para poder precautelar la integridad de la naturaleza con el comportamiento de la población.

Pero más allá de eso, también vamos a proteger a la vida silvestre y a la fauna urbana. Es el principio para poder generar una ciudad residente de cambio y que esté motivada para que pueda generar el principio de atracción de fondos reembolsables y no reembolsables de aquellos que creen en el cambio climático favorable, pero en beneficio de la sociedad.

Estamos comprometidos con ustedes, lojanos y con todo lo que nos rodea, especialmente para las trece parroquias, el principio del cambio es beneficioso si cuidamos a la naturaleza.

Presentadora

Nixon Granda, de su turno ahora, tiene un minuto.

Candidato

Se nos vendió la idea de que estamos en una ciudad ecológica, pero yo les invito para que vean cómo están nuestros ríos y nuestras quebradas con la contaminación. Es por ello de que nosotros proponemos la construcción de los colectores marginales en el occidente y en el norte de nuestra ciudad para limpiar las quebradas y a su vez los ríos de nuestra ciudad.

Pero también nosotros realizaremos ya el cierre técnico del centro de recolección de basura que nosotros tenemos para trasladarlo hacia otro sector donde pueda tener un entorno que no moleste a la ciudadanía y sobre todo que no perjudique a la naturaleza y no contamina el medio ambiente.

Estaremos trabajando fuertemente en ello, pero también protegeremos las diferentes fuentes de agua, fuentes hídricas que tenemos en nuestro cantón, además de eso, en la parroquia Malacatos, construiremos la planta de tratamiento de aguas residuales que tantas faltas en ese en ese lugar.

Presentadora

Gracias. Juan Carlos Torres es su turno un minuto.

Candidato

Bueno, el fondo regional del agua tiene a su cargo el cuidado de las zonas de recarga hídrica, y tienen un convenio por ochenta años, más o menos, nuestro problema es la contaminación de los ríos, pero no es el problema único de Loja, más o menos el ochenta por ciento de las ciudades del país, tiene ese problema.

Todos los ríos que están debajo de la cuota de los dos mil quinientos metros están contaminados, eso es una constante general.

Nosotros vamos a trabajar en esto, pero no es una solución inmediata, esto es de largo plazo, tiene que ver primero con educación, tiene que ver segundo con recursos, por eso es importante reordenar las finanzas.

Nosotros estamos planteando generar un colchón de ahorro de aproximadamente cinco millones al año nos permita contratar un crédito importante, subir el nivel de endeudamiento del municipio, y con eso emprender en obras prioritarias.

Una de esas obras prioritarias tiene que ver con la construcción de los colectores marginales de los ríos.

Presentadora

Gracias por su respuesta, candidato. Ahora le escuchamos, Fernando Ayala, un minuto.

Candidato

Con los mil jóvenes a los cuales voy a dar empleo, se creará el escuadrón ecológico, este escuadrón hará cumplir las ordenanzas para cuidar quebradas, ríos, bosques, incendios forestales y contaminación ambiental.

Por otra parte, la moderna planta de agua potable para Loja vale cien millones de dólares y la propuesta es que el cuarenta por ciento sea financiado por el municipio.

Como alcalde llamaré a consulta popular para que el cien por ciento del dinero de la venta de las entradas de la feria la venta de los equipos de radio y televisión del canal municipal y la venta del edificio del cuerpo de bomberos, con eso completaré el cuarenta por ciento.

El otro cuarenta por ciento pone el Gobierno, porque el Lasso, en su llegada, Loja, en el mes de abril del dos mil veintidós, ya ofreció esa ayuda para la ciudad. Y el otro veinte por ciento pone a la banca de desarrollo. Este crédito presentaré como proyecto de inversión para infraestructura cuya capacidad de pago estaría sustentada en las tasas y contribuciones especiales de mejoras.

Presentadora

Gracias, candidato. César Guerrero es su turno, un minuto.

Candidato

Loja cuenta con treinta y tres cuencas hidrográficas que abastecen de agua. ¿Y saben una cosa? Yo creé el primer fidecomiso que la protege. Sí, el Foragua. Este fidecomiso tiene la gentileza de decirle a ustedes, a los lojanos y a la región sur del país, paguen sus servicios ambientales, y adicionalmente con este concepto de modernidad para proteger nuestras cuencas hidrográficas, ya se han protegido innumerables cuencas hidrográficas.

Hay que cuidar el agua desde su concepción.

Por lo tanto, desde el nacimiento, una vez que protejamos nosotros las cuencas hidrográficas, vamos a garantizar el fiel cumplimiento del principio universal, dotar de agua a los seres humanos. Bajo este concepto, nosotros hemos trabajado no solamente este momento, sino durante cuarenta años de mi vida por conservación. Para que ustedes conozcan fui la primera persona que presentó una acción de protección contra el abuso del poder en el Parque Nacional Podocarpus, y lo gané.

Presentadora

Gracias, candidato. Voy a leer nuevamente la pregunta para que puedan pensar nuevamente su respuesta. ¿Qué piense realizar para que los ríos y sus cuencas

hidrográficas se incorporen positivamente a la ciudad, sean parte del paisaje urbano y apoyen al modelo de ciudad sostenible para el año dos mil treinta?, es su turno de responder Jorge Reyes, un minuto.

Candidato

Loja una ciudad verde y verdaderamente ecológica. Todas las aguas hervidas van hacia las quebradas, la mayor fuente de contaminación está en las quebradas de Loja.

Cientos o al menos decenas de plantas compactas para tratar las aguas residuales y para tener nuestras quebradas limpias. Y ya lo hicimos, financiamos la construcción de los colectores marginales.

Lamentablemente, no se hizo bien esa obra, Ahora hay que culminar, porque la planta de tratamiento de aguas residuales solo sirve a una mínima parte en Loja.

Con eso estaremos descontaminando los ríos, las quebradas, y si se trata adecuadamente los lodos, que no saben qué hacer, ahora podremos tener los juguetones riachuelos aquí en nuestra ciudad, el mismo procedimiento para las diferentes parroquias rurales.

Presentadora

Gracias. Es el turno de escuchar a Freddy Altamirano, por favor, un minuto.

Candidato

Los objetivos de desarrollo del sostenible serán la hoja de ruta a seguir, hemos llenado un monumento en el centro con placas y la verdad es que nos queda la pregunta. Somos una ciudad sostenible, la respuesta creo que la tenemos todos.

No, con los ríos contaminados, como dice la pregunta, que han sido agredidos, han sido agredidos por la irresponsabilidad municipal cientos de descargas que han matado a nuestros ríos.

Estas serán captadas y trasladadas hacia la planta de tratamiento de aguas residuales. Tenemos una planta que está funcionando al treinta por ciento con una inversión que supera los diecisiete millones.

Es una irresponsabilidad de este municipio. No darle solución y seguir contaminando. Esos cientos de descargas que existen hacia los ríos serán captadas y serán tratadas.

Les volveremos la vida a nuestros ríos.

Presentadora

Gracias, candidato. Vamos a escuchar ahora a Jonathan Calva, por favor, un minuto.

Candidato

Bueno, la realidad es que a la naturaleza hay que dejarla tranquila, hay que dejarla en paz, entre menos impacto humano hay alrededor de un río, que es un hay que entenderlo como un ente orgánico que proviene desde las montañas y de las acuíferas que nos dotan de agua para todo el territorio, no solamente lojano, sino todo el territorio que nos circunda.

Entonces, es importante comprender que la restauración es natural y progresiva, lleva tiempo, pero lo hace la naturaleza por sí misma.

La rehabilitación sí es activa, y ahí es donde nosotros debemos ejercer políticas públicas y ordenanzas para proteger y recuperar el cauce natural de los ríos, y así también y acoplarnos a prácticas arquitectónicas sustentables y modernas, así como en

generales que puedan separar la colección del agua lluvia y de las aguas residuales para poder recuperar nuestros ríos y también integrarlos a nuestra economía, a futuro.

Presentadora

Gracias. Gracias candidato con usted. Concluimos esta tercera ronda de preguntas y ahora va a empezar el momento de la interpelación favor, Jorge Reyes, quince segundos para interpelar a Paul Cueva.

Candidato

Paul, en su plan de trabajo, en una de las partes dice, proyecto de la carretera Loja-Malacatos de cuatro carriles. Sus colaboradores han propalado de que usted construirá si llega a la alcaldía. Dígame. ¿Es verdad?

Candidato

No es verdad, total mentira de lo que menciona, mi estimado doctor, es una competencia concurrente y se haría realizar, pero la potestad del municipio es actuar contra un problema principal que es la inseguridad y que es la que aqueja a todos los ciudadanos y por ello no hay emprendimiento, no hay la evolución favorable de todos y cada uno de nosotros que nuestras familias necesitan para salir adelante.

Actuaremos eso sí, con la prefectura para darles el bienestar de lo que es la movilidad de lo que es el tránsito y el transporte, pero sí actuaremos sobre las sobre los cascos urbanos, tanto de la urbe como de las parroquias, para darles el aliciente de la vialidad favorable.

Presentadora

Gracias. ¿Usted mismo candidato, por favor, quince segundos para interpelar a Nixon Granda?

Candidato

Nixon. ¿Qué instituciones zonales ¿Consideraría usted que deberían volver a la ciudad de Loja para hacer una mejor gestión articulada en beneficio del medio ambiente?

Candidato

Mire, algo que es fundamental para nuestra ciudad y un debate que se ha desarrollado a nivel de todo el cantón, agua o oro, yo me voy por el agua, y desde el municipio de Loja, nosotros protegeremos la estrella hídrica que tenemos en el cantón.

Vamos a proteger los humedales y las fuentes hídricas que nosotros tenemos porque los lojanos, tanto para el consumo diario en sus hogares, cuanto para regar toda la producción que tenemos el cantón Loja, nosotros tenemos que proteger las fuentes hídricas y le garantizo a Loja que cuando yo sea alcalde, no permitiremos que las mineras vengán a destrozár la naturaleza de nuestro cantón.

Presentadora

Gracias. Candidato Fernando Ayala, por favor, quince segundos para interpelar a Juan Carlos Torres.

Candidato

Carlitos, ¿De dónde sacarás los cien millones de dólares para la moderna planta de agua potable? ¿Cómo lo vas a hacer?

Candidato

Yo no he mencionado que voy a construir una planta de agua potable. Sí he mencionado que vamos a reorganizar las finanzas del municipio a través de una política agresiva de austeridad.

Vamos a optimizar los procesos y con eso, pensamos recaudar más o menos o ahorrar más o menos, cinco millones al año, eso nos permite subir la capacidad de endeudamiento del municipio.

Si subes la capacidad de endeudamiento, puedes tener un crédito importante. De alrededor de cien millones de dólares, estimamos nosotros, y con eso sí podemos emprender en obras que son prioritarias.

¿Cuáles obras prioritarias? Agua potable, alcantarillado las más importantes, colectores marginales de los ríos y otras que se definirán con prioridades técnicas.

Presentadora

Gracias. Ahora, por favor, candidato Freddie Altamirano, tiene quince segundos para preguntarle a Fernando Ayala.

Candidato

Bien, parece que Juan Carlos y Fernando coinciden en un valor de cien millones. Fernando, ¿en qué sostienes que el costo de cien millones para resolver los problemas de agua en la ciudad.

Candidato

Bueno, ese del presupuesto que nosotros, con nuestros estudios, hemos valorado que cuesta la moderna planta de agua potable cien millones.

Es por eso que lo hemos dividido en tres partes del municipio, pagará un 40% el Gobierno Nacional pondrá el otro 40% y el otro 20% será por medio de la banca de desarrollo, que, si es viable, la propuesta de nosotros es muy viable, mi estimado Freddie.

Presentadora

¿Qué? Gracias, candidato. Por favor, ahora candidato Juan Carlos Torres, interpelo, por favor, a César Guerrero.

Candidato

Doctor Guerrero, ¿Qué hacer con las ciudadelas mal planificada, mal construidas, o incompletas que se entregan al municipio y cuyo costo nos pasan a todos los ciudadanos?

Candidato

Yo he sido abogado de una institución de gente en Ciudad Victoria, me presentaba una acción constitucional y después de que nosotros hemos sido las personas que hemos visto y hemos palpado el dolor de las personas, un juez de carácter constitucional determinó que efectivamente el municipio a través de la empresa VIVEN, y adicionalmente el Ministerio de Obras Públicas, que fue la persona que entregó un bono de la vivienda, no hicieron absolutamente nada para una construcción viable.

Desde el municipio nosotros tenemos que propender primero a tener estudios que le permitan diseñar una nueva ciudad, y no como lo que pasó con Ciudad Victoria, que utilizaron esto para un populismo social.

Presentadora

Gracias candidato, usted mismo tiene quince segundos para interpelar, por favor, a Jorge Reyes.

Candidato

Le pregunto a mi distinguido amigo. ¿Considera usted que los buses llamados verdes son ecológicos, así como lo argumenta un candidato a la alcaldía?

Candidato

Parecería que fueran ecológicos porque son verdes. Pero son buses contaminantes, buses que no se compadecen con el concepto de una movilidad urbana, sostenible y no contaminante.

Uno de los principios fundamentales de una nueva administración municipal será llegar a acuerdos válidos con todos los transportistas que forman parte de los buses, ya sean cooperativas o compañías para modernizar hacia un transporte verdaderamente ecológico que permita una ciudad sustentable.

Presentadora

Gracias, candidato Jonathan Calva, por favor, interpele al candidato Freddy Altamirano.

Candidato

Estimado Freddy, ¿Cuál sería la postura correcta del municipio frente a la problemática minera y al catastro que concesionado gran parte de nuestro territorio, como es que Fierro Urco, por ejemplo?

Candidato

Bien, la ley nos franquea una salida totalmente positiva que, de llegar a la alcaldía, la implementaré, que es la consulta popular, defender el agua, creo que es el principio fundamental de una administración municipal.

Tenemos una resolución del Cabildo, por el cual se prohíbe la explotación minera metálica, esta tiene que ser elevada a ordenanza y, obviamente, la prioridad fundamental de los lojanos es la defensa del agua.

Presentadora

Gracias candidato, por favor, el candidato Nixon Granda tiene quince segundos para interpelar a Jonathan Calva.

Candidato

Jonathan, ¿qué acciones realizaría usted para promover e impulsar la movilidad sostenible en nuestra ciudad?

Candidato

Es importante comprender al cantón de una forma integral, las vías colectoras, arteriales, locales, tienen que ser pensadas para facilitar los accesos a los habitantes principalmente.

En ese sentido hay que hacer un estudio dedicado que nos pueda dar las causas de la vialidad tan extrema, tan crítica que está alrededor de nuestro de nuestro cantón, y poder también tener costos de inversión que sean reales, lanzar números por lanzar es muy irresponsable.

Hay que hay que, en base a un estudio dedicado, poder saber que rehabilitar, restaurar, reconstruir o construir vías para que tengan armonía con los habitantes del cantón.

CUARTO EJE TEMÁTICO SOBRE ADMINISTRACIÓN LOCAL Y PROVINCIAL

Presentadora

Gracias, candidato, los ocho participantes ya han desarrollado sus propuestas en este tercer eje temático sobre medio ambiente y territorio.

Ahora vamos a continuar con nuestro **cuarto eje temático sobre administración local y provincial**, vamos a tomar la pregunta que van a tener que responder los candidatos.

La pregunta dice así, **llevar a cabo una propuesta con la que tienen demandará muchos recursos económicos los cuales deberán venir de la optimización del presupuesto de la modificación de la lógica centralista de distribución de recursos del capital privado y del aporte de la ciudadanía, ¿de qué manera planea obtener los recursos necesarios para ejecutar su plan de gobierno y los proyectos que necesita la ciudad, considerando los problemas económicos actuales y las carencias existentes.**

Vamos a empezar con usted Paul Cueva.

Candidato

Bueno, recordemos que la descentralización se genera y ello da la a través del modelo de calidad territorial, la transferencia de recursos al Municipio de Loja, y a través de autogestión tiene la contraparte, pero nosotros potenciaremos a través de una reestructuración del mismo, las alianzas públicas privadas con las nuevas empresas públicas que son en beneficio de la sociedad, agua potable, alcantarillado y vialidad.

Pero a más de ello tocaremos la puerta a través de cooperación internacional el hecho de buscar fondos reembolsables y no reembolsables, y también aquellos fondos verdes a través de la aplicación de lo que son proyectos viables y con rentabilidad en beneficio de la sociedad y, obviamente, con jugando con la activación del sector privado.

Sin dejar de lado la universidad, que es el potencial que nos permitirá los estudios de factibilidad y prefactibilidad.

Aquí hay que articular con todos y cada uno de los que pertenecen, tanto de la parte urbana como de las trece parroquias del cantón.

Presentadora

Gracias candidato, ahora vamos a escuchar al candidato Nixon Granda, un minuto, por favor.

Candidato

Así es, para mejorar los barrios de nuestra ciudad, nosotros hemos propuesto el plan Mi Barrio Bonito, y lo haremos a través de la alianza pública privada, estaremos interviniendo, cambiando los sistemas de alcantarillado, de agua potable, asfaltando sus vías, mejorando las áreas verdes comunales y además poniendo un sistema de vigilancia en cada uno de los barrios.

Construiremos cuarenta barrios dentro de los cuatro años de administración, para nosotros poder intervenir hacia las vías de acceso a los barrios periféricos de nuestra ciudad, nosotros llegaremos a un acuerdo con el gobierno provincial y con el presupuesto municipal para que podamos asfaltar cada una de las vías de acceso a los barrios periféricos de nuestra ciudad, porque también se lo merecen.

Y con el presupuesto municipal nosotros construiremos el distribuidor de tráfico en el terminal terrestre, iniciaremos los estudios para el distribuidor de tráfico en Las Pitás, La Tebaida, y también iniciaremos la planificación y estudios para construir el túnel Occidental.

Presentadora

Gracias candidato, terminó su tiempo, nada más recordarles que la pregunta dice, ¿De qué manera planea o tener los recursos necesarios para ejecutar su plan de gobierno y los proyectos que necesita la ciudad, considerando los problemas económicos actuales y las carencias existentes?

¿De qué manera planea obtener los recursos?, vamos a escuchar, entonces, a Juan Carlos Torres, por favor, tiene un minuto.

Candidato

Claro que sí. En primer lugar, vamos a tratar o a trabajar en recuperación de cartera vencida.

El municipio tiene más de veinte millones de cartera vencida, ciudadanos le deben al municipio y vamos a darle un plazo perentorio para que puedan pagar, porque si no pagaron es porque no tenían dinero.

Vamos a llegar a acuerdos de pago para recuperar ese dinero para el municipio. En segundo lugar, Austeridad, que nunca más se paguen horas extras a un chofer porque tuvo que llevarle a su jefe a la casa en el carro, sí le vamos a pagar horas extras a los obreros para que trabajen las veinticuatro horas y no causen congestionamiento de tránsito durante el día.

Optimización de procesos, optimizar procesos nos permitirá generar sumando todo un colchón de ahorro importantísimo que nos permite subir la capacidad de endeudamiento del municipio y contratar un crédito importante.

Adicionalmente un elemento que es muy complejo que tiene que ver con cooperación internacional atado a proyectos que sean viables con las Juntas Parroquiales.

Presentadora

Gracias candidato. Vamos a escuchar ahora nuestro cuarto candidato, Fernando Ayala, tiene un minuto, por favor.

Candidato

Al municipio lo digitalizaré, y con la digitalización de los trámites, la mayor parte de empleados quedarán sin funciones, pero con la reestructuración les crearé nuevas funciones que pasarán a ser empleados operativos, o sea, de campo, ellos se van a unir a las cuadrillas que se van a encargar de toda la repavimentación de la ciudad, van a ayudar a dar mantenimiento a los parques, van a pintar los puentes, y entre todos vamos a ayudar a deshierbar las orillas de los ríos, porque esos ríos están contaminados y tenemos que tenerlos que volverlos a dar vida.

Y las oficinas no se hicieron para que hagan demasiados empleados. Y por último, yo creo que ni el Alcalde debería estar en las oficinas.

Presentadora

Vamos a escuchar entonces a César Guerrero, por favor, tiene un minuto.

Candidato

Muchas gracias, Loja cuenta con cincuenta y con 56.600 vehículos. ¿Sabes cuánto se matricularon el año pasado?

Veinticuatro mil, generaron 4.6 millones de dólares, los otros vehículos se van hacia los cantones aledaños, vamos a trabajar mañana, tarde y noche para cumplir, pagar y recaudar lo que Loja necesita.

El otro punto que nosotros estamos hablando, cooperación entre público y privado, empresas mixtas, usted pone el capital, invierte en Loja, nosotros creamos un fidecomiso.

Al crear el fidecomiso, damos una utilidad razonable y adicionalmente vamos a asaltar toda la ciudad de Loja.

El tercer punto tiene que ver con lo que ya decía mi distinguido amigo. Sí, Loja no recauda lo que tiene que recaudar. Treinta millones de dólares no se han recaudado el año pasado, solamente seis puntos seis millones de dólares.

¿Qué vamos a hacer? Hay una ordenanza ya preestablecida que dice que uno le puede dar la cartera vencida a los abogados para que puedan hacer recaudaciones, así como lo hace el IESS, el BIES o cualquier otra institución.

Así vamos lo vamos a recaudar, y ese dinero lo vamos a invertir en la inteligencia artificial y en un municipio solidario para todos.

Presentadora

Muchas gracias. Candidato Jorge Reyes, por favor, es su turno, tiene un minuto.

Candidato

Primero, recuperar la imagen de un municipio eficiente, coincido, hay que cobrar los valores pendientes dando facilidad a las personas. Segundo, iniciar un plan respetuoso para jubilar a cerca de quinientas personas en el Municipio, con ello disminuirá el gasto corriente.

Sobre la base de un municipio más eficiente y con muestras de manejar su personal de la manera más adecuada, también plantearemos créditos internacionales.

Hay muchísima plata para saneamiento ambiental, para mejorar nuestras cuencas hidrográficas. Allí está la plata para ese gran proyecto de agua y alcantarillado de descontaminación de los ríos.

Existen otros problemas importantes. Por ejemplo, cómo optimizar la eficiencia administrativa mediante la modernización del municipio.

Presentadora

Gracias. Ahora vamos a escuchar al candidato Freddie Altamirano, por favor, tiene un minuto.

Candidato

Loja exige un municipio eficiente, definitivamente. Somos completamente negligentes en el tema de la recaudación. Umapal, Obras Públicas, Higiene y Tránsito no recaudan lo que deben cobrar.

Son cerca de doce millones de dólares que no estamos recaudando. No son ni veinte ni treinta, pero sí son quince millones que tenemos en cuentas pendientes por cobrar.

Por lo tanto, esto nos permitirá mostrarnos con buena cara ante los organismos internacionales, anclar un crédito abajo interés del dos al tres por ciento, como lo hice,

con el proyecto, regenerar, y nos permitirá cumplir todo ese plan de trabajo que le hemos presentado a los lojanos.

Vamos a tener los recursos y nos va a sobrar inclusive para hacer toda la obra, que necesitamos para los lojanos.

Presentadora

Gracias, candidato. Ahora vamos a escuchar la respuesta de Jonathan Calva, por favor, un minuto.

Candidato

Bueno, yo comparto varios de los criterios que se han emitido por los colegas aquí. El tema de la automatización y digitalización de servicios trámites es muy importante para liberar y poder tener ese recurso humano en otras competencias que serán muy necesarias para la economía sustentable de nuestro cantón.

Además de eso, yo quisiera ampliar el discurso hacia el diálogo que tiene que ver en territorio, con organizaciones sociales que han estado trabajando en otros modelos económicos que proponen a no depender tanto del dinero.

Para obtener recursos, es muy importante saber cómo operan las alianzas estratégicas o alianzas público privadas, o los consorcios que pueden invertir cuáles son los requisitos de que ellos proponen para poder trabajar con un municipio, y lo principal es que sea un municipio serio, no haya mala praxis de administración, es decir, tenemos que transparentar, tenemos que fiscalizar, tener datos contables que sean reales, para poder obtener los recursos que sí existen a través de estas alianzas.

Presentadora

Gracias candidato por su respuesta, vamos a continuar en estos momentos con la interpelación, es así que, por favor, candidato Jorge Reyes, tiene quince segundos para interpelar a Paul Cueva, por favor.

Candidato

La pregunta anterior lo dije textualmente lo que consta en el plan de trabajo de Paul. Le quiero hacer una pregunta de carácter político. ¿Por qué oculta la alianza que ustedes tienen con la organización que lidera la doctora María Paula Romo? Lo que es público

Presentadora

Gracias. Cuarenta y cinco segundos.

Candidato

Nosotros no ocultamos nada de manos transparentes. Eso lo dice como un panfleto el doctor. Olvidarnos de eso. Recuerde que tiene un pacto ético que firmó. Nosotros estamos presentes para hacer una política transparente y reitero, transparente con una alianza treinta y tres veinticinco, y somos inclusivos, porque todos los lojanos deben de saber que la propuesta de renovación total tiene el principio para poder modernizar y ejecutar todo lo que tiene que ver en administración y planificación el municipio.

Es más, Lo invito al doctor a ser parte de la ganancia que vamos a tener con Paul Cueva.

Presentadora

Gracias candidato, por favor, usted mismo. Interpele a Nixon Granda, por favor. Nixon.

Candidato

¿Qué cosas no haría si llegara a ser alcalde, que hizo mal en su gestión como concejal?
En la búsqueda de una mejor administración de recursos.

Candidato

Mire, para obtener recursos tenemos un instrumento legal, que es la alianza pública privada, y nosotros realizaremos todas las gestiones para que a través de ese mecanismo podamos construir el puerto seco y el terminal terrestre porque eso significa desarrollo para nuestro cantón, significa fuentes de trabajo para los lojanos, y además significa mejorar el nivel de vida de todos los que habitamos en esta lindo cantón, ciudad y parroquias.

Además, nosotros haremos las gestiones necesarias ante los organismos internacionales, como la CAF y el BIP para que nosotros podamos obtener los recursos para otras obras de infraestructura sanitarias que nosotros tanto necesitamos en nuestra ciudad.

Presentadora

Gracias, ahora, por favor, candidato Fernando Ayala, quince segundos para interpelar a Juan Carlos Torres.

Candidato

Carlitos, mi pregunta sobre administración local, ¿Qué van a hacer con la empresa pública municipal de radio y televisión?

Candidato

Bueno, Solo un comentario anteriormente tú mencionaste que vas a sacar a los funcionarios de escritorio a la calle, eso no se puede hacer, la ley no lo permite.

Sí, señor. Segundo, sobre el tema de, mira, hay un departamento de comunicación que tiene cincuenta personas, hacerlos que comuniquen de verdad, que vayan y llevan adelante campaña de formación ciudadana.

Nosotros tenemos un plan de formación ciudadana para la convivencia social que tiene muchos ejes, de eso se va a encargar el departamento de comunicación, de eso se va a encargar el canal de televisión.

Vamos a utilizar de manera racional y efectiva todos los recursos con que cuenta la institución.

Presentadora

Gracias candidato ahora, por favor, Fredy Altamirano, interpele, por favor, a Fernando Ayala.

Candidato

Fernando, en caso de llegar a la alcaldía, ¿Qué proyectos fundamentales podrías ejecutar para superar los problemas de vialidad que tenemos en nuestro cantón?

Candidato

Gracias, Freddy. El primer problema en vialidad si hablamos hay en la vialidad local y en la vialidad nacional, y mi prioridad es presionarle al gobierno nacional que me entregue las competencias por delegación de estas vías nacionales. Una vez recibida la delegación por el gobierno nacional, recibiré el dinero.

Para este dinero servirá para construir puentes Bailey en las entradas a Loja, porque sí te das cuenta, Freddy, que en la entrada de Catamayo-Loja, en el sector el plateado hay socavones, y todos los días los turistas que vienen del aeropuerto sufren este socavón.

Entonces, ahí necesitamos poner puentes Baile, igualmente, en la entrada de Zamora-Loja y en la de Cuenca-Loja.

Gracias.

Presentadora

Gracias, candidato Juan Carlos Torres, por favor, tiene quince segundos para interpelar a César Guerrero.

Candidato

Doctor Guerrero, usted mencionó alianzas público privadas para asfaltar, el sector privado interviene cuando hay utilidad. ¿Qué utilidad se va a llevar el sector privado en esta alianza?

Candidato

Extraordinaria pregunta, la utilidad razonable que establece la Contraloría General entre dieciocho y veintidós por ciento. Sí, cuando usted ha hecho empresa, como lo ha hecho yo, usted quiere ganar y eso es lo que tenemos que hacer, pero cuando usted invierte en una ciudad, usted le va a cobrar al usuario lo que ha invertido en la ciudad.

Transparentamos los datos públicos respecto a la obra la dimensión, el espesor, el ancho, los precios están ya establecidos anteriormente, con estas características usted los invita crea en Loja, venga, invierta en Loja.

Cuando usted tiene la inversión público-privado, crea un fidecomiso, como le estaba explicando, para que ingrese el dinero pase para el usuario, adicionalmente pase para el contratista con una utilidad netamente razonable.

Presentadora

Gracias candidato, por favor, si puede interpelar en quince segundos a Jorge Reyes.

Candidato

Claro que sí, Jorge, tú has sido concejal alcalde, profesor universitario, estas jubilado. ¿Consideras ya que es momento de dar paso a las nuevas generaciones o todavía quieres seguir viviendo del sector público?

Siempre tendré en mi actitud el espíritu, joven, las ideas nuevas y renovadas, y mi paso en la docencia universitaria me significó comprender, entender a los jóvenes, a esta edad tenemos más experiencia, pero la misma energía y la misma vitalidad.

Lo he sido, un honesto profesor de la Universidad Nacional de Loja, que entró por concurso de merecimientos y oposición, y honré la docencia y me separé a los sesenta años luego de haberle entregado los dos tercios de mi vida a la Universidad Nacional de Loja.

Presentadora

Gracias candidato ahora, por favor, candidato a Jonathan Calva, quince segundos para interpelar a Freddy Altamirano.

Candidato

Freddy, ante un sistema caótico, que es depredador de recursos. ¿Cuáles son tus ideas para poder mudarnos a una nueva comprensión de la modernidad sustentable?

Candidato

Bien, crea propiciar una Loja sostenible, es la promisa fundamental que tenemos que seguirlos lojanos. No podemos seguir depredando el medio ambiente, tenemos que ser responsables con la naturaleza.

Como lo dije antes, los objetivos de desarrollo sustentable son y van a ser la hoja de ruta, la línea de ruta que vamos a transitar en el Municipio de Loja, para hacer todos y cada uno de los proyectos respetando la naturaleza.

Loja tiene que ser una Loja ecológica.

Presentadora

Gracias. Por favor, candidato, Nixon Granda, por favor, interpele a Jonathan Calva, quince segundos.

Candidato

Jonathan, producto de las fotomultas, al pueblo lojano le toca indemnizar a la empresa Safety con más de doce millones de dólares. ¿De dónde sacaría usted ese dinero para cancelar la indemnización?

Candidato

Bueno, es importante primero de limitar y de alinear las responsabilidades sé que ya hay un proceso legal que está puesto y probablemente las consecuencias tenga que asumirlas el municipio.

Lo que se puede generar es algunas cuestiones en torno a la recuperación de carteras vencidas, también buscar mecanismos mediante un estudio bien dedicado, bien planificado y orgánico, para poder compensar y contrarrestar esa injusta, multa que fue causada por mala administración anterior, malas administraciones.

Presentadora

Muchísimas gracias, candidato. Los ocho participantes, pues ya han desarrollado sus propuestas en torno a este cuarto eje temático sobre administración local y provincial. Ahora es momento de ir aún nuestra segunda pausa informativa, pero ya regresamos con más de Loja debate 2023.

ASPIRACIONES PERSONALES

Presentadora

Ya estamos de regreso más de Loja Debate 2023, y para cerrar este primer bloque, los ocho participantes van a responder la pregunta con **respecto a sus aspiraciones personales**, así que vamos a escoger la interrogante que van a responder.

Y la pregunta dice lo siguiente. ¿Cómo quiere que la gente de su cantón le recuerde luego de haber pasado por la alcaldía? Le escuchamos candidato a Paul Cueva, adelante.

Candidato

Como un lojano más, que lucha por el progreso y el desarrollo de nuestra Loja. Por inyectar una nueva forma de hacer política, por oxigenar el comportamiento del desarrollo en nuestra ciudad, en el componente urbano y en las trece parroquias.

Un lojano de corazón, un lojano que ha crecido con ustedes y que trata de discutir y trata de analizar aquellas problemáticas para poderlas resolver con soluciones, pero en conjunto con ustedes, ese lojano de a pie, el lojano que trata de luchar ante toda adversidad y ante todo conflicto de desconocimiento.

Solo generando ese surco de la intelectualidad en conjunto con las universidades, saldremos adelante, Paul Cueva, respetuosamente con ustedes y para ustedes porque estamos vía la transformación, y solo lograremos con el principio de la intelectualidad. Gracias.

Presentadora

Gracias. La misma pregunta para usted, candidato a Nixon Granda.

Candidato

Yo quiero que Loja me recuerde por haber incrementado el presupuesto participativo para generar obras en las parroquias rurales, yo quiero que Loja me recuerde, porque he dado cumplimiento a la aspiración que tenían cientos de beneficiarios con Jardines de Punzara, yo quiero que Loja me recuerde por haber creado la jefatura para legalizar y regularizar lo predios dentro de nuestra ciudad y las parroquias rurales.

Y quiero que Loja recuerde porque voy a crear dos mil lotes con servicios para personas que necesitan el apoyo desde la municipalidad. Y, por supuesto, que recuerde, por ser un hombre trabajador, luchador y, sobre todo, por invitar a la ciudadanía Lojaña a un pacto social para que trabajemos juntos por el desarrollo de nuestro cantón, por el desarrollo de los lojanos y que trabajemos juntos por una Loja grande.

Presentadora

Gracias, candidato. Ahora, por favor, candidato Juan Carlos Torres.

Candidato

Lojanas, Lojanos, en los últimos veinticinco años, los mismos señores de siempre han tomado la cabeza de la ciudad y la han puesto en el piso, y todos los días nos han venido repitiendo que ahí está bien, que es normal que no hay agua potable, que es normal que tengamos calles con baches, que es normal que los trámites duren meses e inclusive años, pero ustedes saben que eso no es normal.

Lo que yo planteo es tomar la cabeza desde el suelo y ponerla sobre los hombros para poder mirar hacia adelante, para caminar sin tropezar en beneficio de Loja.

Yo quiero que Loja me recuerde como uno de los que ayudó a tomar la cabeza desde el piso para ponerla en los hombros. Aquí la frase clave es una cada cuatro. Una cada cuatro.

Tenemos una oportunidad cada cuatro años para decirle basta a la gente que siempre nos ha estado mintiendo y ofreciendo los mismos proyectos. Loja, este es el momento.

Presentadora

Gracias candidato. Queremos escuchar ahora a Fernando Ayala.

Candidato

Jóvenes de mi Loja, crearé mil empleos para ustedes, para jóvenes, que son ustedes sin exigirles experiencia, se reactivará la economía de esta ciudad, ustedes pueden ver cómo está la economía, los jóvenes no tenemos empleo.

Es por eso que te pido que este cinco de febrero, votes por la lista ciento veintitrés es la lista que te va a dar la oportunidad para que tú trabajes, para que te ayudes en tu familia, vota con el corazón, bota pensando, vota por Fernando Ayala, somos la lista 123.

Presentadora

Gracias. Muchas gracias. Ahora es el turno del candidato, César Guerrero, por favor.

Candidato

Somos hijos de Loja y debemos procurarle continuo adelante. A mí, a César Guerrero, no le importa que lo recuerde. Este tema no es de ego, absolutamente no, yo lo que

quiero es ir al municipio a transformar mi ciudad, a dejar una Loja del futuro, una Loja inteligente, una Loja digital.

Una Loja con proyección, una Loja que le permita invertir y una Loja que le permita adicionalmente desarrollar obras culturales, y adicionalmente apoyar emprendimientos para el trabajo. Eso es lo que quiero hacer.

Yo vine aquí a entregar mi capacidad intelectual conjuntamente con la sociedad civil, sé escuchar, sé escuchar. Lo que quiero hacer de Loja es una Loja que le permita vivir en seguridad trabajo, armonía, una Loja humana.

Ya no más maltratos, ya no más maltratos. Debemos entender que la sociedad civil es civilizada Por eso le digo, vamos a cambiar de libro y no de página.

César Guerrero, lista 6 – 62,

Presentadora

Es el turno ahora de Jorge Reyes, por favor. Una Loja equitativa será el propósito por el que nosotros hagamos el mayor esfuerzo.

Candidato

Una Loja ecológica, una Loja que sea la pionera del uso de los paneles fotovoltaicos, una Loja que sea la pionera para tener la energía eléctrica para los lojanos, una Loja que entienda la cultura, una Loja que entienda que estas inequidades diferencias terribles que existen es posible superarlas.

Esta Loja necesito un municipio diferente, pero para eso necesita un alcalde, que sepa escuchar, que converse con todos, que sea un alcalde de territorio, que viva la realidad de las comunidades. Allí estaré yo feliz, así no me recuerde en ninguna otra forma.

Presentadora

Ahora vamos a escuchar al candidato Fredy Altamirano.

Candidato

En este proceso electoral representa la mayoría de lojanas y lojanas que estamos inconformes e indignados y que queremos un cambio. Transformaré a Loja en una ciudad de oportunidades.

La unidad será la norma de conducta que llevaré durante toda mi administración. Esta es una falencia de Loja que se ha trabajado individualmente, que no se ha permitido hacer una acción interinstitucional y con toda la ciudadanía.

Procesos participativos, quiero ser el alcalde del sector rural, quiero ser el alcalde de los jóvenes, quiero ser ese alcalde inclusivo, más allá de cualquier recordación, quiero que Loja sea grande, y a eso me comprometo.

Presentadora

Gracias. Ahora vamos a escuchar al último candidato, por favor, Jonathan Calva.

Candidato

Lojanas, lojanos, somos el agua que corre por las montañas, desde las entrañas, como sangre, que todo lo remueve, que fluyen las venas abiertas.

Somos el poncho y el azadón, tronidos del Chungo, del corazón, recordemos quiénes somos, recordemos ese pueblo solidario que siempre hemos sido. Seamos cooperativos, cuidémonos y protejámonos entre todos.

Quiero que se recuerde que, a partir del dos mil veintitrés, de forma colectiva y conjunta, logramos erradicar monopolios sistemáticos y nos abrimos a una emancipación ideológica, productiva y económica.

Siempre basados en nuestra ancestral y el respeto al medio ambiente, hacer sin dañar.

Presentadora

Gracias a todos los candidatos de este primer bloque seguramente los lojanos y las lojanas que están viendo en estos momentos esta transmisión ya tienen al menos información para las próximas elecciones.

Inicio del debate:

Bien, en este **segundo bloque** ya nos acompañan siete candidatos que están ubicados, como les habíamos comentado, de acuerdo al orden que se determinó en un sorteo público previo.

PRIORIDADES BAJO LAS CUALES TRABAJARÁN EN CASO DE SER ELECTOS.

Administrar los gobiernos locales implica conocer las realidades, necesidades y oportunidades de cada provincia o cantón para iniciar con este programa solicitamos a cada candidato que explique en cuarenta y cinco segundos las **prioridades bajo las cuales trabajarán en caso de ser electos.**

Es así que vamos a iniciar con usted candidato Patricio Valdivieso, tiene cuarenta y cinco segundos, buenas noches.

Candidato

Buenas noches, conciudadanos, Andrea. Señoras y señores candidatos.

Desde el Municipio de Loja, en calidad de alcalde, enfrentaremos los verdaderos enemigos de la sociedad, la pobreza, las desigualdades y la corrupción, que son el producto de las diferencias que no se han marcado en forma adecuada. Trabajaremos desde el municipio lo relacionado a la modernización de la institución, ordenando la casa.

También manejaremos el tema del agua potable y alcantarillado la inseguridad la combatiremos todos los días con los planes que haremos conjuntamente con el resto de instituciones.

Presentadora

Gracias. Ahora le damos el paso a Bryan Cango. Tiene cuarenta y cinco segundos, buenas noches.

Candidato

Buenas noches. Un saludo a los Lojanos. Nuestro enfoque de plan de trabajo está alineado a la asistencia de un nuevo plan maestro de agua potable, alcantarillado sanitario para descontaminar nuestros ríos, saneamiento ambiental. Vamos a trabajar también en el activismo social, apoyo a los grupos vulnerables.

Mediante un modelo de gestión participativo inclusivo y equitativo para que los ciudadanos sean quienes generen el desarrollo de sus comunidades alineados a parámetros de planificación, ordenamiento territorial y urbanismo.

Presentadora

Gracias. Ahora le damos la el candidato Carlos Escudero, por favor, cuarenta y cinco segundos.

Candidato

Buenas noches, apreciados, ciudadanos, para mí es un agrado. Compartir este espacio democrático. Mis prioridades son Loja seguro, seguridad ciudadana. Dos, Loja entre todos, tres, vamos a la producción en el Agro. Cuatro, vamos a avanzar con un Loja, eminentemente transparente. Cinco, Loja, tu casa, es el municipio. Trabajaremos en el agua potable, alcantarillado y vialidad.

Descubre a Loja, se trabajará en el desarrollo turístico, estas son mis prioridades, las prioridades de los mismos de siempre ha sido esto.

Caramba Loja Gracias candidato, terminó su tiempo.

Presentadora

Le damos la bienvenida a Vanessa Vinces, por favor, cuarenta y cinco segundos, la misma pregunta.

Candidato

Buenas noches, los lojanos no conocemos la geometría de la rodilla doblada, me presento, soy Vanessa Vinces, una joven emprendedora y soñadora, dispuesta a cambiar el futuro de nuestras siguientes generaciones.

Definitivamente, las problemáticas las que vamos a trabajar serán economía y empleo, la energía, seguridad y la vialidad.

La inseguridad es sinónimo de la decadencia económica, es por eso que nuestro pueblo se ha visto fruto de la usura, de la extorsión y de la corrupción.

Vamos a combatir totalmente la seguridad, mi seguridad.

Presentadora

Gracias, candidata, es el turno de José Bolívar Castillo, buenas noches, cuarenta y cinco segundos.

Candidato

Un cordial saludo al pueblo de Loja, a usted, directora del debate, a nuestros apreciados contertulios, candidatos a la alcaldía. ¿Cuáles son las prioridades que nos motivan a estar en esta ley electoral?

Primero de lo primero, nos apena profundamente que una ciudad que conquistó una posición de respeto, de reconocimiento a nivel nacional e internacional, de pronto, por efecto, la politiquería se encuentre sumida en el caos.

Esto hay que enfrentar y segundo, tenemos que proyectar la Loja del futuro.

Presentadora

Gracias, candidato. Es el turno ahora de Ligia Rodríguez, bienvenida a cuarenta y cinco segundos.

Candidato

Buenas noches, tres grandes problemas de Loja, falta de fuentes de trabajo, inseguridad, la no satisfacción de las necesidades básicas y los servicios básicos y administraciones que no transparentan su trabajo.

Para lo primero, el plan maestro de comercialización para trabajadores autónomos, comerciantes y emprendedores. Para lo segundo, vamos a hacer un plan integral de desarrollo urbano y rural.

Y para lo tercero vamos a transparentar la obra pública a través de los cabildos y consejos populares. En una alcaldía, transparente con equidad y perspectiva de género.

Presentadora

Gracias. Ahora vamos a escuchar al candidato Franco Quezada. La misma pregunta, cuarenta y cinco segundos, buenas noches.

Candidato

Mi saludo al pueblo Lojano y a todos los presentes.

Mi prioridad es reconstruir Loja a través de un sistema de gobernabilidad eficiente y participativo, que le devuelva la credibilidad a todos los lojanos. Tenemos quince ejes de desarrollo de los cuales voy a citar los más urgentes.

Loja necesita vías de primer orden, necesita agua potable permanente y de calidad, necesita alcantarillado, Loja necesita seguridad, Loja necesita generar empleo, vamos a crear la unidad de gestión y cooperación internacional para conseguir los recursos que Loja necesita.

PRIMER EJE TEMÁTICO SOBRE SEGURIDAD Y CONVIVENCIA SOCIAL

Presentadora

Gracias. Ahora vamos a iniciar ya con este debate temático.

Todos los candidatos deberán contestar una pregunta escogida al azar que se va a encontrar en esta ánfora en donde hay un banco de dieciséis inquietudes, un total de ocho preguntas sobre los cuatro ejes temáticos que fueron elaboradas, recordemos por el comité nacional de debate.

Si el tiempo de este bloque nos lo permite, se abordarán ambas inquietudes, de lo contrario, por el número de candidatos en este set, pues se va a responder nada más a una para cumplir con la hora y treinta minutos establecidos.

Las preguntas fueron selladas en sobres individuales y nos fueron entregadas a los moderadores quienes firmamos una alta confidencialidad garantizando la transparencia y el secreto absoluto de las interrogantes.

Cada grupo de preguntas estará identificado con un color distinto.

Por ejemplo, seguridad y convivencia social de color amarillo, economía y vialidad de color azul, medio ambiente y territorio de color celeste, mientras que administración local y provincial de color blanco, y finalmente una pregunta personal que será de color rosado.

Este es el sobre que contienen las preguntas para este segundo bloque, ustedes los pueden ver aquí, lo vamos a abrir para ustedes.

Aquí están las preguntas.

Y así vamos a empezar con nuestro **primer eje temático que tiene que ver con seguridad y convivencia social**. Vamos a escoger el sobre amarillo, está sellado.

Hay dos preguntas, sí, dos preguntas y voy a responder, y voy a decirles cuál tienen que responder. **La escalada en las cifras de violencia y feminicidio alarman a la sociedad ecuatoriana en ese sentido. Mucha atención. ¿Qué acciones propone para prevenir sancionar y reparar a las víctimas de la violencia contra las mujeres en el ámbito político?**

Vamos a iniciar entonces con las respuestas de los candidatos con el candidato Patricio Valdivieso, por favor, empezamos con usted, tiene un minuto.

Candidato

Somos la única candidatura que en su plan hace constar la Secretaría de la mujer y la familia, desde donde protegeremos a la mujer, capacitaremos no solo a la mujer para que no se deje maltratar, sino precisamente al hombre, para que no vaya a hacer ese maltrato en la casa.

Pero la mujer necesita independencia, económica, precisamente, para que se la valore de mejor manera.

En ese sentido, nosotros vamos a crear las empresas familiares dándoles la posibilidad de que ellas puedan adentrarse en el mundo económico, pero también estamos hablando de que le debemos entregar el apoyo educativo cuando crea cuando vamos a crear los institutos tecnológicos, y ella tiene que tener los cupos que, proporcionalmente, de acuerdo de acuerdo a la sociedad, le corresponde.

Presentadora

Gracias. Vamos a escuchar ahora la respuesta del candidato Bryan Cango, por favor. Un minuto.

Candidato

Gracias, creo que yo he sido el principal atacado por este tema de violencia de género, gracias a que esto se debe a que nuestra alcaldesa, que es nuestra presidenta provincial, es la que ha tenido este tipo de violencia, tantos actores políticos, medios de comunicación, y nadie me va a dejar mentir acá.

Creo que también es una conciencia ciudadana. Como municipios, si bien se puede implementar políticas públicas que generen una ley para mitigar todo este tipo de daños. No sé, me siento representado y orgulloso de esa mujer que me ha liberado y me ha llevado a estar donde estoy.

Vamos a trabajar con esa línea para que las mujeres tengan los espacios políticos y puedan representarnos en un municipio, darle los espacios tanto directivos, participativos.

Asimismo, quiero invitarlos para que la ciudadanía también piense y considere que esto es importante para que las mujeres líderes, puedan progresar.

Presentadora

Continuamos con el candidato Carlos Escudero tiene un minuto para responder la pregunta. ¿Qué acciones propone para prevenir, sancionar y reparar a las víctimas de la violencia contra las mujeres en el ámbito político, por favor?

Candidato

En el ámbito político ha sido un bastante nivel de porcentajes que han sido maltratadas y violentadas a nuestras mujeres, es decir, cuando sea alcalde, vamos a proponer la equidad al interior del municipio.

Que la mujer lidere la vice alcaldía para que pueda desarrollar actividades, vamos a fortalecer la junta de la mujer, la niñez y la adolescencia inyectares recursos económicos y, por lo tanto, desde esa perspectiva, construir una cultura de equidad de género en el cantón y las trece parroquias de la ruralidad.

Creemos importante crear la casa de acogida para las víctimas de la mujer. Con esta perspectiva nosotros avanzaremos en el desarrollo en la que da de género.

Caramba, Loja tiene que cambiar,

Presentadora

Gracias, candidata. Por favor, Vanessa Vinces es su turno, tiene un minuto.

Candidato

Es imperioso que los municipios asumamos la responsabilidad, de combatir la inseguridad en nuestro cantón. Específicamente ahora, en violencia de género que también repercute en el daño social, como mujer, alzó la antorcha de Matilde Hidalgo de Procel, y lidero este proceso justamente para motivar a más mujeres, Ya contamos con una ordenanza, la ordenanza cuarenta y uno, veintiuno. En el que ya hace mención que existe un sistema cantonal para prevenir y erradicar la violencia de género.

Aquí vamos a crear las casas sororas, es importante que nosotros fortalezcamos el ámbito femenino aquí, y vinculemos también el fortalecimiento de capacidades para la inserción laboral de la mujer. También es importante fortalecer las guarderías municipales para que sean accesiblemente económicas.

¿Por qué? La mayoría de mujeres no tienen acceso a estos a estos servicios municipales.

Presentadora

Candidata, muchas gracias. Por favor, candidato José Bolívar Castillo, la misma pregunta, un minuto.

Candidato

Bueno, nos alegra que por fin el país comienza a entender, el rol que deben cumplir los municipios en materia de seguridad, y mucho más todavía, cuando se trata de la seguridad del respeto de los derechos, de la familia y de la mujer.

Aquí necesitamos definitivamente robustecer la organización barrial, para que pueda existir una acción comunitaria que evite, prevenga este tipo de problemas.

La mujer tiene que ser respetada como un ser humano igual, que tiene todo el derecho a trabajar, a producir, a intervenir en política, en la academia, y eso debe ser garantizado por un sistema de seguridad donde no se filtre la delincuencia y la manipulación de las entidades públicas para ponerlas al...

Presentadora

Recibimos a nuestra siguiente candidata a Ligia Rodríguez, por favor, un minuto.

Candidato

La política está en crisis, y de hecho, los más afectados somos los más pobres, y dentro de los más pobres, las mujeres, la violencia política que se viene generando debe ser revisada también por los diversos grupos y colectivos y particularmente por el municipio.

Por eso es que nosotros hemos propuesto la prevención de la violencia de género y la violencia política. Pero unido a eso, la prevención de los riesgos biológicos y sicosociales, que demandan hoy más que nunca de que nuestras mujeres que hacen política tengan posibilidades de tener guarderías, de tener sectores donde cuiden a nuestros hijos y no provocar lo que viene sucediendo.

Hoy mismo tuvimos violencia política, no me dejaron en un lugar que me correspondía. Eso es lo que estamos sufriendo las mujeres, y el municipio que tiene perspectiva de género, que lo hemos venido sosteniendo.

Presentadora

Gracias, candidata. Por favor, candidato Franco Quezada, tiene un minuto.

Candidato

Desarrollaremos un plan de acción inmediata para defender y darle seguridad a la mujer Lojana, vamos a activar este consejo de seguridad ciudadana con todas las instituciones y entidades de control. Además, vamos a desarrollar qué importante es esto, la aplicación Loja segura para que todas las instituciones de control se conecten y, sobre todo, la comunidad en general se puede interconectar para intervenir, en caso de contravención de un delito.

Además, vamos a trabajar en el sistema de prevención con programas dedicados a sectores prioritarios para el erradicar los problemas sociales y de delincuencia, y una parte importante, la parte laboral, que es juntan un factor fundamental para erradicar la delincuencia.

Presentadora

Gracias, concluimos nuestra primera ronda de preguntas y ahora los candidatos tendrán la posibilidad de interpelar a sus contendores, quienes tendrán cuarenta y cinco segundos para responder.

Así que, por favor, candidato Franco Quezada, por favor, interpeló a Patricio Valdivieso. Tiene quince segundos.

Candidato

Mis preguntas no serán para dañar a un candidato. Serán con altura y con respeto, Patricio. ¿Qué acciones desarrollarás para darle seguridad a la mujer lojana?

Candidato

Hay tres temas que en general debemos manejar, el tema principal es recuperar la vecindad para protegernos todos y así evitar cualquier tipo de delincuencia. El segundo es el tema que tiene que ver con la vigilancia digital, implementando cámaras de reconocimiento facial, en cuanto al tema de la mujer, vamos a capacitar a la gente para que para que se evite el tema de la violencia.

Pero también la tenemos que ingresar a la mujer en el campo de acción económico, tanto en el tema de vivienda cuánto tiene que ver en el tema de formación, así como también en el tema donde ella puede producir, igual que cualquier otra persona o cualquier otro hombre.

Presentadora

Gracias candidato. Por favor, usted mismo interpeló a Bryan Cango, por favor, quince segundos.

Candidato

Bryan, hablabas de del agua potable, en este momento se utilizan setecientos ochenta litros por segundo. ¿Cuántos crees que se deben utilizar y qué se va a hacer para el dos mil treinta y para el dos mil cincuenta?

Candidato

En vista del que la pregunta no tiene mucho sentido al eje en el que estamos tratando, más bien no viene al caso, prefiero no contestar, porque no tiene sentido la pregunta, no.

Presentadora

De hecho, candidato en la interpelación puede ser sobre el eje que están tratando o sobre cualquier otro tema. Pero si usted ha sido una respuesta

Candidato

No, bueno, tenemos fuentes de abastecimiento, nuestra planta de Carigan, funcionan con quinientos litros por segundo.

Vamos a trabajar en la implementación de una nueva, una nueva especificación de tubería, de polietileno de alta densidad, para cambiar toda la conducción y la transmisión sur, y así solucionar los setenta barrios que actualmente no cuentan con el servicio las veinticuatro horas.

Presentadora

Gracias. Candidata Ligia Rodríguez, tiene quince segundos para interpelar a Carlos Escudero, por favor.

Candidato

Bueno, la violencia ha sido efectivamente no solo demostrada en lo judicial, sino también en la acción violenta que ejercen los municipios y de algunos que han sido calidad ¿Qué haría usted por resolver ese tema?

Candidato

Permanentemente los candidatos al momento de conformar listas. Hacen y apartan a la mujer para que puedan liderar. Es decir, que en la actualidad tenemos una violencia política y una y una violencia que afecta profundamente a la sociedad.

Creemos importante que en las próximas elecciones ya se viene el cincuenta por ciento, ya los políticos de siempre quieren seguir liderando, e la mujer la dejan y no les hacen caso omiso para que puedan sacarla de contexto.

Creo que es importante la inserción de la mujer en el desarrollo dentro de la política y que tiene calidad procesos.

Caramba.

Presentadora

Gracias, candidato. Candidato, José Bolívar Castillo, por favor, interpele Vanesa Vines, tiene quince segundos.

Candidato

Señora economista Vines. Me es muy grato participar en ese debate e interpelar a usted sobre este tema, precisamente de la mujer. ¿Qué plantea usted desde el punto de vista de incorporación de la mujer a la actividad productiva?

Candidato

Gracias. Definitivamente la mujer juega un rol muy importante en nuestra sociedad. Yo tengo tres hijas mujeres, y como mujer también me siento en la responsabilidad de llegar con soluciones y con propuestas viables para la ciudadanía.

Definitivamente, la inserción laboral radica netamente de participación y de fortalecimiento de capacidades técnicas en las mujeres, también de empoderamiento femenino, porque no se trata únicamente de tener la capacitación en el tema

profesional, sino de que haya el acompañamiento familiar, la motivación entre nosotras también, para que exista esta dinámica entre la inserción laboral, femenina en la sociedad.

Presentadora

Usted misma candidata, por favor, tiene quince segundos para interpelar José Bolívar Castillo.

Candidato

Doctor José Bolívar Castillo, usted menciona que, al llegar a ganar la alcaldía, volverá la tranquilidad, la paz y la seguridad, ¿Qué nos garantiza que eso no se traduzca en violencia, como ya lo hemos vivido con los vendedores ambulantes?

Candidato

Yo creo que es indispensable darse cuenta. De que la informalidad está ahí, no porque sí, está porque la gente le falta fuentes de trabajo. El municipio tiene que hacer un esfuerzo, por cierto, de cuidar el orden, porque el desorden afecta a los más pobres.

Pero ese esfuerzo tiene que significar crear más mercados, crear espacios para llevar a cabo actividades comerciales, actividades productivas, de manera que las personas sepan que esta es una ciudad ordenada, que esta es una ciudad que reconoce sus derechos, pero que ellos también tienen que reconocer los derechos de los demás ciudadanos, que ...

Presentadora

Gracias candidato. Por favor, candidato Carlos Escudero, interpele a la candidata Ligia Rodríguez.

Candidata

Apreciada Ligia, tú estuviste como concejal y en la parte de fiscalización del municipio. Te quiero preguntar cómo afecta el caso Safety estando un vicealcalde y un alcalde, un exalcalde en este...

Candidato

La violencia también tiene que ver con arbitrariedades que han cometido, en este caso, nuestros amigos que hoy son candidatos, y efectivamente, nosotros consideramos, de que aparte de lo que tiene que realizar el municipio, se debe incrementar o ayudar para que haya un frente de defensa ciudadano.

Jamás podemos permitir de que este tema de las fotomultas acordado de manera personal y auspiciado, incluso, por dos candidatos que están aquí, pueda seguirle metiendo la mano al bolsillo a los lojanos. Condenamos esto y vamos a fiscalizar como lo hemos venido haciendo

Presentadora

Gracias, candidata. Por favor, candidato Bryan Cango Interpele a Franco Quezada, quince segundos.

Candidato

Estimado Franco, usted fue vicealcalde de la Revolución Ciudadana, contribuyó para que la empresa Safety Enforcement genere un contrato con el municipio de Loja, ¿Qué solución plantea para los doce millones de dólares que actualmente tiene que pagar?

Candidato

Nosotros no firmamos ningún contrato, al contrario, nosotros siempre estuvimos a favor de la seguridad de la ciudadanía y sobre todo del peatón, sin embargo, ese contrato se lo firmó de manera abusiva, y por eso fue motivo de revocatoria para el administrador desde entonces, el contrato no lo firmamos nosotros, vuelvo a reiterar, y ese proceso nosotros lo trabajamos, lo fiscalizamos Bryan. ¿Cómo? Presentamos la demanda de Nulidad. De la resolución cero veintiocho, se bajaron dieciséis mil fotomultas, y con eso defendimos los derechos de Loja.

SEGUNDO EJE TEMÁTICO SOBRE ECONOMÍA Y VIALIDAD

Presentadora

Los siete participantes han desarrollado sus propuestas en torno a este primer eje temático sobre seguridad y convivencia social, a través de esta ronda de preguntas y también en el momento de la interpelación.

Es momento de ir a nuestro **segundo eje temático sobre economía y vialidad** vamos a escoger el sobre. Está completamente sellado. Y la pregunta es la siguiente.

La ciudad de Loja se caracteriza por su peso cultural a nivel nacional e internacional. ¿Qué proyectos impulsará para el desarrollo de las Bellas Artes y cómo aportará para el Festival Internacional de la Artes vivas?, coincidentalmente la misma pregunta del del bloque anterior.

Vamos a empezar, entonces, con el candidato Patricio Valdivieso, por favor, tiene un minuto.

Candidato

Loja ha sido declarada la Ciudad Capital Cultural del Ecuador, así como también se dice que es la cuna de artistas, pero nuestros artistas, la mayoría, lo que hacen es cantar un cover tratando de subsistir ganando ochenta, cien, ciento veinte dólares.

En las artes vivas, en un momento se invirtieron tres puntos siete millones de dólares, pero simplemente arrendamos el lugar. Cuando se invirtió poco acá, no tuvieron ningún, ni realmente ninguna sensación a nivel nacional y menos internacional.

Tenemos que las artes vivas, industrializarlas, realmente tenemos que formar a nuestra gente para que nuestros artistas exporten música para exportar cultura, para exportar arte y no tener que estar exportando, exportando seres humanos.

Presentadora

Gracias candidato. Por favor, candidato Bryan Cango, un minuto.

Candidato

Loja, reconocida culturalmente por un sin número de hombres ilustres, Matilde Hidalgo, Ángel Felicísimo Rojas. Vamos a trabajar para que nuestro festival de artes vivas tenga el presupuesto adecuado para que también la ciudadanía pueda acceder a este tipo de derechos.

La cultura debe ser el eje fundamental que se debe trabajar en nuestra ciudad, porque ha faltado mucho la inversión a presupuestaria que se ha hecho en el último festival, no asciende ni doscientos cincuenta mil dólares.

Debemos articular también con diferentes niveles de gobierno, que son el ministerio de cultura y promocionar nuestra ciudad, a nivel nacional, a nivel internacional, presentar programas turísticos, planes que nos permitan darnos a conocer como ciudad como

cultura y como lojanos que somos, que queremos a nuestra patria, que se vea en altas pantallas de todo el mundo.

Presentadora

Gracias, candidato Carlos Escudero, por favor, un minuto.

Candidato

Las artes vivas, un proyecto que hace muchos años nació en la Prefectura, el teatro Benjamín Carrión, también nació en la Prefectura, con un ideal de Carlos Escudero a masificar y a democratizar la cultura en esta provincia de Loja.

Es decir, que las artes vivas hay que transformarla, hay que ser una industria cultural, hay que ser un consorcio de las artes vivas para que los artistas plásticos, los arquitectos, los músicos, los Coristas, que son danza moderna, contemporánea, folklor, valet, las artes instrumentales, todo lo que hacer artísticos, la literatura trabaja en todo el año, de esa forma trabajando se pueda desarrollar este tipo de artes y las puedan entregar el en los diez días de las artes vivas.

Caramba Loja tiene que cambiar.

Presentadora

Por favor, candidata a Vanessa Vinces, su respuesta.

Candidato

Exigiremos al Gobierno Central que se devuelva el presupuesto de nuestras artes vivas, es notablemente la decadencia en estos últimos años, Adicionalmente, también es imperioso que en nuestro municipio se priorice a los artistas locales.

Tenemos tanto talento por exportar incluso, y no se habla de nuestra cultura. Yo siempre menciono que el festival internacional de Artes Vivas debe ser permanente en nuestro cantón, y lo vamos a estructurar así.

Se va a partir y a diseñar desde nuestras parroquias rurales, porque tiene que salir la cultura de nuestras parroquias y mostrarse al mundo. Desde ahí vamos a fomentar una verdadera cultura y vamos a hablar desde aquí desde nuestro territorio.

También es importante vincular la gastronomía y vender la nuestra gastronomía al mundo. Eso también es nuestra cultura y no se hace mención de ello.

Presentadora

Gracias. Candidato José Bolívar Castillo, tiene un minuto.

Candidato

Conciudadanos, ustedes saben cuánta falsedad hay detrás, de todo este desbarajuste de los grandes proyectos que colocaron a Loja a la vanguardia de los municipios del país.

Es lamentable, las artes vivas, el festival mundial de artes vivas se creó, para que sirva de punto de apoyo utilizando las fortalezas que Loja tiene en esta materia, para impulsar el turismo, e impulsando el turismo, poder impulsar los otros sectores de la economía.

¿Pero qué ha pasado? No es solo cuestión de presupuesto. ¿No? Es que, en realidad, habido falta de voluntad política para gestionar con la altivez que corresponde gestionar los intereses de Loja, y para preparar con la debida oportunidad un festival que está convocado a nivel mundial y que tiene que hacérselo durante todo el año.

Presentadora

Gracias. Candidata a Ligia Rodríguez, por favor, su turno un minuto.

Candidato

El objetivo de nosotros es masificar el arte y la cultura, pero saben, vamos a crear los centros de arte y cultura en cada parroquia, en donde haya identidad de su sector, en donde haya promoción de lo que significa la las artes, las artesanías, en donde podamos obtener una posibilidad como una escuela de arte y cultura para llegar al festival con productos realizables.

Pero también vamos con eso a comercializar este arte y cultura para que nuestros géneros de pintura, de música, artesanos tengan la posibilidad de tener una dinámica económica a la par que vamos creando estas escuelas de arte y cultura, se va dinamizando la economía.

Presentadora

Gracias. Por favor, candidato Franco Quezada, su respuesta.

Candidato

Vamos a trabajar en el rescate del patrimonio cultural Lojano. Que este, el de las artes vivas, no solamente sea en un mes, que sea todos los días del año, Vamos a trabajar desde las escuelas con niños en los colegios con los jóvenes.

Nuestro proyecto piloto será en nuestras ocho escuelas municipales, para que de aquí a cinco años tengamos un festival potencial con nuestro talento lojano.

Vamos a crear el festival, Loja ciudad de los festivales, en donde vamos a hacer ese trabajo en todas las plazas, en los parques, en las áreas históricas de Loja ciudad y de las trece parroquias rurales para mostrar el potencial cultural, artístico, musical, y, de esta manera, vamos a potenciar nuestro talento lojano.

Presentadora

Gracias candidato. Es el momento de la interpelación, es así que usted mismo candidato Franco Quezada tiene quince segundos para interpelar a Patricio Valdivieso, por favor.

Candidato

¿Qué propuesta tiene Patricio, para mejorar la economía y, a su vez, generar fuentes de empleo para nuestros jóvenes?

Candidato

A nuestros jóvenes primero tenemos que capacitarlos, por eso hemos planteado la creación de un Instituto Tecnológico Superior y de oficios, donde los vamos a formar.

En este momento, estamos discriminando a muchos de los jóvenes, por lo menos estamos discriminando alrededor de cuatro mil quinientos a cinco mil jóvenes que no pueden ingresar a una universidad para pagar mil quinientos dos mil quinientos dólares que no pueden entrar a un instituto, por eso estamos planteando, que es los jóvenes, dentro de la era del conocimiento, para adentrarnos en la era industrial, tiene que realmente ser capacitados, en cultura, en turismo, en producción y en tecnología.

Presentadora

Gracias, por favor, usted mismo. Interpele a Bryan Cango, por favor.

Candidato

Bryan. ¿Cómo potenciar desde el municipio nuestra música, nuestro arte, la danza, el teatro y el cine en Loja?

Candidato

Bueno, en parte de las competencias, creo que también hay que trabajar mucho en la infraestructura que cuenta actualmente el municipio. Si bien es deplorable el patrimonio cultural con el que cuenta, ahora se ha empezado ya con la reformulación y la renovación del Teatro Pío Jaramillo Alvarado, del conjunto cultural Pío Jaramillo Alvarado.

Nosotros vamos a asignar todo el presupuesto que nos brinde la ley de acuerdo al ámbito de nuestras competencias para que nuestros músicos, nuestros jóvenes y todo lo que esté relacionado a cultura tenga la potencialidad para poderse así generar un desarrollo en cuanto a cultura.

Presentadora

Gracias. Candidata a Ligia Rodríguez, por favor, interpelé a Carlos Escudero.

Candidato

Bueno, el arte y la cultura tiene un problema que es efectivamente el presupuesto. ¿Qué haría usted para crear un fondo cultural que permita resolver estos temas?

Candidato

La corporación artes vivas que la estoy planteando para el desarrollo y masificación de la cultura, es importante conseguir los fondos. La Asamblea Nacional destinó fondos para este tipo de actividades culturales.

El municipio también destina fondos para este tipo de actividades. Aparte de eso, la competencia del municipio es concurrente, pero debe ser exclusiva porque con la cultura no se juega, hay que desarrollar actividades inherentes al desarrollo de las artes vivas que no sean como una fiesta de pueblo, sino sean un verdadero desarrollo productivo que se genera en Loja.

Presentadora

Gracias, candidato José Bolívar Castillo, por favor, interpele a Vanesa Vines.

Candidato

Economista. ¿Qué podríamos hacer para que este festival, que ha sido fundado para reactivar la economía de Loja? Pueda realmente reposicionarse como lo fue los primeros años. Definitivamente recuperar el presupuesto inicial, y si es posible gestionar más recurso económico. También es importante rescatar nuestra cultura, como ya lo mencionaba, anteriormente.

No podemos hablar de un festival internacional si desde nosotros no estamos fortalecidos en el ámbito cultural, tenemos muchos exponentes de la cultura en el ámbito artístico, poetas, escritores, músicos que deben venderse al mundo, es por eso que yo propongo un catálogo justamente para fortalecer y vincular a todos los actores de nuestro cantón para poderlos mostrar a través de las plataformas digitales.

Presentadora

Gracias, candidato a usted mismo, por favor, interpelé a José Bolívar Castillo.

Candidato

Doctor José Bolívar Castillo, usted impulsó los jueves culturales, que fue un magnífico evento en nuestro cantón. ¿En qué forma económicamente impactó en el desarrollo de nuestro cantón?

Candidato

De una manera trascendente, porque los jueces culturales eran la gran escuela de la inclusión de la participación de la juventud de manera especial, de los barrios, de la ciudadanía, los colegios en la actividad cultural, eso se lo suprimió por pura politiquería.

Y toda farándula política fue cómplice de esa desaparición, se quedaron callados, no hubo medios que digan nada, tenemos que enfrentar esta situación para que Loja deje de excluir, eliminar dañar, y más bien seamos capaces de crear, de aportar, no de obviar, no de tratar de sacar de en medio a alguien, sino fortalecerlo.

Presentadora

Gracias, candidato Carlos Escudero, por favor, interpele a Ligia Rodríguez.

Candidato

Ligia, cuéntenos cómo fiscalizaste como es concejal, el caso de regenerar las famosas baldosas resbalosas.

Candidato

Bueno, Loja conoce que el tema de la corrupción ha determinado que se hace una planificación, otros son los que ejecutan y los fiscalizadores son anónimos.

De hecho, nosotros hemos intervenido para continuar en la fiscalización que ya se inició sobre el cambio de material que el ex alcalde que se encuentra hoy de candidato, ha provocado para poder utilizar materiales diferentes a los que fueron planificados.

Eso no podrá pasar jamás en nuestra administración, porque tenemos que saber qué la fiscalización debe estar por sobre todo cuando hay recursos del pueblo.

Presentadora

Gracias, por favor, candidato Bryan Cango, interpele a Franco Quezada.

Candidato

Franco, sabiendo que el Municipio de Loja tiene el ochenta y seis por ciento de gasto corriente. ¿Cómo plantea usted solucionar el problema del gasto en cuanto a tema de contratación pública para un festival cultural y qué modalidad de contratación utilizaría para contratar un promotor cultural?

Candidato

Bueno, estimado Bryan, nosotros por primera vez, históricamente vamos a crear la unidad de gestión y cooperación local, nacional e internacional. Para conseguir los recursos que Loja necesita para este tipo de proyectos, y para nosotros el tema de cultura, es un es un eje bandero que lo vamos a potenciar porque hay cantidad de talentos lojanos que han sido menospreciados en este festival.

Ha venido personas de fuera que está bien, que vengan, pero hay que potenciar lo nuestro, estimado Bryan.

Presentadora

Gracias. Los siete candidatos han desarrollado ya sus propuestas en torno a este segundo eje temático sobre economía y vialidad a través de una ronda de preguntas y también a través de la interpelación.

Ahora es momento de hacer nuestra primera pausa informativa, pero ya volvemos con más de Loja debate 2023.

TERCER EJE TEMÁTICO SOBRE MEDIO AMBIENTE Y TERRITORIO

Presentadora

Ya estamos de regreso con más de Loja debate 2023. En este espacio ya hemos escuchado a los candidatos a quienes recordamos también que cuenten cómo y qué van a hacer a través de sus planes de trabajo, los ciudadanos están muy pendientes de lo que en estos momentos se está diciendo aquí.

Vamos a continuar, es momento de debatir con nuestro **tercer eje temático sobre medio ambiente y territorio**. Vamos a escoger la pregunta. Y la pregunta es la siguiente.

La ciudad ha tenido un crecimiento poblacional significativo en este siglo y recientemente se aprobó el PUGS y el PDOT, en esta perspectiva, ¿cómo planea regular las masas edificatorias en la ciudad, considerando los cambios demográficos y su implementación natural en el territorio.

Vamos a empezar con esta inquietud con usted, candidato Patricio Valdivieso. ¿Tiene un minuto, por favor?

Candidato

Hace veinticinco años en mil novecientos noventa y siete se mapeó la ciudad y se pasó de tres mil trescientos diecisiete a cinco mil setecientos catorce hectáreas, sin dotarles de servicios básicos y menos de calidad.

El PUGS se establece algunos parámetros, y lo que primero se debe hacer es regularizar la titularidad de la tierra, especialmente de cincuenta mil predios que conforman alrededor de cuarenta y ocho barrios que han sido completamente abandonados y que tampoco se ha atacado a las mafias, a los traficantes de tierra.

Hay que hacer un urbanismo adecuado, y por eso creemos que Loja ya dejó de ser esa ciudad alargada entre la Tebaida del terminal o desde la Argelia hasta Saucos Norte. Realmente vamos a crear cuatro centralidades. La una será en la parroquia Punzará, la otra en la parroquia Sucre, una tercera en la parroquia Carigán y una cuarta en la parroquia del Valle.

Presentadora

Gracias, candidato Bryan Cango, por favor, su respuesta.

Candidato

Bueno, nosotros en nuestro plan de trabajo, hemos planteado una propuesta en virtud de los cincuenta y cinco de asentamientos informales que tenemos en nuestra en nuestro cantón.

Vamos a dotar de servicios básicos adecuados para que estos asentamientos tengan ya poder accesibilidad cuanto a la legalización de tierra, infraestructura, de vías, agua potable, alcantarillados o una planificación adecuada en cuanto a anchos de carril, diseños horizontales y verticales, vamos a trabajar enfocados en el desarrollo que genera un verdadero ordenamiento territorial, vamos a trabajar en el urbanismo, que viene enfocado en la en el crecimiento ya no horizontal de limitar nuestros límites ya para el crecimiento vertical, empezar hacer la reforma que ya se ha empezado a ejecutar para que la ciudad ya no crezca hacia los límites urbanos, sino vaya empezando a crecer hacia arriba.

Presentadora

Gracias. Continuamos con el candidato Carlos Escudero, por favor, un minuto.

Candidato

Vamos con los PDOT, vamos a evaluar el PDOT anterior de la anterior administración, vamos a proyectar un PDOT a los cuatro años Y sobre esta dinámica vamos a determinar cuáles son la zona urbana y las zonas rurales, identificar este tipo de territorio, vamos a trabajar al interior del municipio y zonificarlo al municipio zona centro, zona norte, zona sur, capaz de entregar calidad de servicios a todos los ciudadanos.

Vamos a entregar un consultorio jurídico popular para toda la comunidad lojana capaz de que toda la ilegalidad de tierras, gente que no tiene escrituras públicas puedan acercarse a este departamento y sobre esta dinámica puedan transparentar y puedan ser apropiaciones suyas sus territorios.

Caramba Loja, tiene que cambiar.

Presentadora

Gracias, candidato. Por favor, candidata Vanessa Vines, su turno.

Candidata

No se trata solo de una planificación de ordenamiento territorial o de unos books, sino de la efectiva toma de decisiones. Aquí hemos visto por administradores del Municipio anteriores que se han tomado malas decisiones en la planificación y el ordenamiento territorial, sobre todo en la construcción y en el urbanismo de algunas ciudadelas.

Que lamentablemente por caprichos tomaron estas decisiones terribles, que ahora vemos consecuencias en la ciudadanía, porque tenemos deslizamientos de tierras, hundimientos.

La efectiva planificación depende netamente de velar por la ciudadanía. De ser conscientes y consecuentes ante esta problemática, y por ende también planificar adecuadamente y seguridad también, brindarle seguridad y pensar en una ciudad hacia arriba, nuestra Loja ya está bastante extensa, y debemos dotar de servicios básicos y priorizar.

Presentadora

Gracias. Por favor, candidato José Bolívar Castillo.

Candidato

Nuestra ciudad se acerca ya a los trescientos mil habitantes, y necesitamos equidad territorial en el espacio urbano, para que pueda fundamentales la equidad económico social. En una administración anterior, creamos tres nuevas parroquias, la parroquia Punzara, la parroquia Sucre, la parroquia Obrapía, la parroquia Carigán.

En esta administración, crearemos una cuarta que es indispensable por un desarrollo importante al nororiente, que es la parroquia Chingilanchi, y estoy de acuerdo en que cada una de esas parroquias debe tener su centralidad con todos los servicios públicos, con todo el avance urbanístico debidamente planificado.

La ciudad no puede ser el resultado de la voluntad de quienes más influyen o más dinero tienen, tiene que haber un Municipio que trabaje para el bien común, pensando en la colectividad.

Presentadora

Gracias. Por favor, candidata Ligia Rodríguez, tiene un minuto.

Candidato

Bueno, candidatos que le mienten a Loja, en treinta segundos que van a resolver el problema, necesitamos cambios profundos, por eso tienen que haber verdaderas reformas, no solo a nivel del municipio, sino a nivel de la Asamblea, así que no vamos a poder resolver algunos de esos temas.

Pero también hemos hecho un Plan de Ordenamiento Territorial en donde ya está planificado propiamente qué es lo que va a pasar con Loja, no vamos a descubrir el agua tibia.

Las nuevas centralidades urbanas obligarán al Municipio y para eso vamos a estar nosotros para llevar la obra directamente aquellos espacios donde ya hay grupos de familias, grupos de vivienda, que están alejados de la ciudad, que no se han ido solo porque no hay una buena planificación, sino que efectivamente la pobreza ha llevado a la gente a ir a buscar lugares de vida en donde sean más baratos. Para eso vamos a atender la parte social con estos sectores y a resolver...

Presentadora

Gracias. Candidato Franco Quezada, por favor, su respuesta.

Loja será un cantón ordenado, vamos a planificar y organizar el territorio con un verdadero uso de suelo, hoy tienen problemas muchos sectores de la ciudad, porque generalmente la obra pública, los servicios fundamentales se los está otorgando y eso ha sido administración por clientelismo.

Si son amigos del administrador, entonces le atendemos a ese barrio, pero si no lo son, se queda sin los servicios elementales.

Hay que actuar con justicia, con equidad, con planificación, todos los sectores deben contar con vías de primer orden, con agua potable, con alcantarillado, pero también es importante señalar que vamos a trabajar de manera permanente en la legalización de tierras para que las personas puedan invertir, puedan hacer un préstamo y construir su vivienda de manera segura.

Presentadora

Gracias. Hemos concluido esta tercera ronda de preguntas, es momento de la interpelación, así que, por favor, candidato Franco que interpele a Patricio Valdivieso, tiene quince segundos.

Candidato

Patricio. ¿Cuál es su postura frente al proceso minero y Fierro Urco? ¿Y qué propuesta plantea respecto a esta situación?

Candidato

Lo hemos dicho siempre. Y nos vamos a ratificar primero es el agua, en la misma constitución establece que se debe respetar los páramos, por lo tanto, el tema de Fierro Urco debe ser intocable. Lastimosamente, hemos tenido ciertos cabildos que no le han parado ningún tipo de asunto.

Si bien es cierto, el Ministerio del ramo correspondiente es el que emite las concesiones, Loja, dentro del gobierno, dentro de la autonomía, tiene que proteger a Fierro Urco.

Presentadora

Gracias. Candidato Patricio Valdivieso, tiene quince segundos para interpelar a Bryan Cango, por favor.

Candidato

Bryan, las quebradas se han vuelto botaderos, tenemos veintidós quebradas en la ciudad. ¿Sí? Alrededor de catorce, en la parte Occidental, y ocho en la parte oriental. ¿Cuántas de esas te propones arreglar?

Candidato

Bueno, hemos planteado nosotros un modelo de gestión en cuanto manejo de saneamiento ambiental, que es lo que nos está faltando a la construcción también de los colectores marginales, que es un proyecto que asciende alrededor de veintiún millones de dólares.

Nos hemos planteado replanificar todo esta esta descontaminación de las quebradas, hablando de números creo que siendo ambiciosos vamos a solucionar el noventa por ciento porque no nunca se pude llegar a trabajar en esa línea en virtud de los diferentes asentamientos que tenemos, conexiones clandestinas que hay en la actualidad en cuanto a temas de saneamiento ambiental y vamos a construir los colectores marginales para evitar que nuestras viviendas también no sufran deslizamientos.

Presentadora

Gracias. Candidata Ligia Rodríguez, interpelé, por favor, a Carlos Escudero.

Candidato

Ninguno de los candidatos ha estado presente en la defensa de Fierro Urco.

Lo han hecho teóricamente, aquí estamos. ¿Qué en dónde ha estado usted cuando nosotros defendíamos y Fierro Urco?

Candidato

Nosotros somos Pachacutik, dependemos la estrella Hídrica de nuestra de nuestro cantón y de la provincia de Loja.

Hemos defendido con dignidad para que Fierro Urco, las mineras no la toquen, para que no se siga explotando diferentes minerales al interior de ese territorio, porque mañana seremos contaminados a través de toda el agua que proporciona Fierro Urco a la ciudad de Loja.

Quedemos evidentemente un agua para todos los lojanos.

Caramba Loja tiene que cambiar.

Presentadora

Gracias. Por favor, candidato José Bolívar Castillo, interpele Vanesa Vinces, tiene quince segundos.

Candidato

Loja tiene siete captaciones, para el sistema de agua potable. ¿Qué hay que hacer para cuidar esas captaciones?

Candidato

Ya contamos con una ordenanza en la que protegemos las setenta y cuatro mil hectáreas de áreas de conservación Municipal. Es imperioso el deber del municipio del administrador responsable, el destinar los fondos necesarios para proteger para restaurar las áreas de conservación y, sobre todo, para garantizar el líquido vital a nuestros habitantes.

Aquí también si hacemos esto podemos nosotros proponer y generar ayuda de la cooperación internacional con proyectos de la captura y venta de carbono a través de ONG, podemos considerar como la Giz, como el PENUD y el Fondo Verde de Clima.

Presentadora

Gracias candidato a usted mismo, por favor, interpele José Bolívar Castillo. Doctor José Bolívar Castillo, tengo en mis manos una sentencia ejecutoriada por los jueces, en las que el Municipio de Loja tiene que pagar más de ochocientos mil dólares a la Prefectura. En el caso de llegar al poder, ¿usted ejecutaría un juicio de...?

Candidato

Fue un contubernio. Entre la administración anterior y la prefectura. El plan urbano de Loja establece el anillo vial oriental que es indispensable, yo no puedo declarar de utilidad pública, un bien público, y ese terreno de los Faikes, el consejo provincial lo ha tenido abandonado, botado.

Más aún, fue entregado al ministerio de salud para construir el hospital cantonal. Pero no les importó, y cuando se abrió la vía, ahí juicios y problemas.

No se defendió al municipio para crear las circunstancias con la cual afectar a un ciudadano al que se lo quiere desplazar, excluir...

Presentadora

Gracias. Candidato Carlos Escudero, por favor, interpelé a Ligia Rodríguez.

Candidato

¿Qué haría cuando llegue a hacer a alcaldesa del cantón Loja? Sobre la fauna urbana que se está desarrollando y que algunos exalcaldes mataron animalitos a Mansalva.

Candidato

Gracias por lo que voy a hacer, alcaldesa. Yo creo que la conservación principalmente de la fauna es lo que le debe interesar, tanto a los grupos animalistas, como a los grupos que defienden la vida y efectivamente vamos a hacer una verdadera área de conservación, y de protección a nuestra fauna con la finalidad de contribuir con el desarrollo de la vida de la fauna.

Pero también tenemos que entender de que hay que fiscalizar justamente por todos los procesos que se han dado, en contra de los presupuestos que han sido mal utilizados para nuestras...

Presentadora

Candidato Bryan Cango, por favor, interpele al candidato Franco Quezada, tiene quince segundos.

Candidato

Estimado Franco, cuénteles al pueblo de Loja. ¿Cuál es su proceso de fiscalización en cuanto a la planta de tratamiento de aguas residuales? Y a la regeneración del casco central de Loja, que a la fecha no tienen recepción ni provisional ni definitiva.

Candidato

Bueno, de generación urbana, ustedes saben que desde el principio, cuando se dio esta contratación, hubo ahí alguna duda en muchos temas de transparencia. Y en el proceso una muestra es, este, este material de las baldosas que lo denunciamos, en contraloría, en conjunto.

Hicimos también un proceso importante también de fiscalización de todo el contrato de Regenerar que precisamente sobre eso recién se levantó un informe y que todavía no se da respuesta de esto estimado Bryan, pero siempre hemos estado pendientes de lo que a Loja le suceda en los temas de utilizar bien los recursos.

CUARTO EJE TEMÁTICO SOBRE ADMINISTRACIÓN LOCAL Y PROVINCIAL

Presentadora

Gracias. Bien, ... **momento ya de analizar nuestro cuarto eje sobre administración local y provincial.**

Vamos a ver qué pregunta tienen que responder.

Dice, en el último siglo, y más aún con la pandemia del COVID diecinueve, se ha vivido una acelerada tecnológica. En ese contexto se cuentan con plataformas o dispositivos globales, privados y virtuales que empiezan a tener una fuerte injerencia en los territorios, como Uber, Amazon, Google o Airbnb.

Entonces, ¿cuáles pueden ser las estrategias para el control de los servicios para reducir las brechas sociales y para introducir sistemas inteligentes de gobierno?

Vamos entonces a contestar esta inquietud con usted candidato, Patricio Valdivieso, un minuto.

Candidato

Necesitamos ir hacia una ciudad inteligente. Pero para eso primero tenemos que modernizar el Municipio, digitalizando los trámites municipales. Necesitamos implementar un verdadero plan de semaforización inteligente.

También debemos utilizar la tecnología para el control adecuado del transporte y del tráfico de vehículos, más allá de eso, también es necesario que el sistema de agua potable deje de ser mecánico y podamos digitalizarlo.

Para eso, hablamos de una ciudad inteligente, pero no podemos dejar que todos esos servicios vengan de otro lado, por eso consideramos de que es necesario desde el municipio impulsar una universidad tecnológica.

Es otro momento, necesitamos nuevas ideas y hemos hablado con la Universidad de La Coruña, quienes ya nos han dado algunas ideas con las que podemos empezar la transformación de Loja.

Presentadora

Gracias. Candidato Bryan Cango, por favor, su respuesta un minuto.

Candidato

Bueno, si bien es cierto, la administración actual ha dado un paso grande con la digitalización de algunos procesos, como son línea de fábrica, patente, que es una de la problemática que se ha enfocado desde hace algunos años atrás.

Nuestra propuesta está continuar con este trabajo que se lo debe hacer desde los funcionarios municipales, porque tenemos un equipo excelente de trabajadores allá, vamos a implementar nuevas aplicaciones para los diferentes trámites municipales, aparte de la desconcentración que debe tener también para que las personas ya no vayan hacia el municipio a hacer cualquier tipo de trámites, para por así decirlo.

Asimismo, vamos a implementar oficinas de información para las personas que no pueden hacer el uso de softwares y capacitarlos y poder ayudarles también a las personas que acudan para agilizar así todos los trámites municipales en cuanto a digitalización.

Presentadora

Gracias, candidato, por favor, Carlos Escudero, la misma pregunta un minuto.

Candidato

Hay que entregar automatización al municipio. La era informática tiene que llegar al municipio porque ha sido en la actualidad tan decadente. Creemos importante que todos los trámites que se realice pagos de agua potable, patentes, inclusive los impuestos prediales, y el mismo SIMER se haga a través de un sistema de Internet y de una tecnología que puede tener cualquier ciudadano.

Y para los que no tengan, se tendrá que abrir una ventanilla para que puedan pagar sus impuestos.

También es importante a través de esa tenificación y de esa tecnología comenzar a trabajar en un proceso de cero papeles, esos cero papeles vamos a ahorrar muchísimo dinero al interior del municipio y a transparentar todos los procesos a través de la digitalización.

Somos el cambio, Caramba Loja, tiene que cambiar.

Presentadora

Gracias, candidata a Vanessa Vines, por favor, su respuesta.

Candidato

Nuestra administración será una administración horizontal, de altura y de honor. Es por ello que la digitalización también servirá para fortalecer los procesos administrativos y transparentar sobre todo la ejecución efectiva del recurso económico, a través de la digitalización, es decir, de las aplicaciones móviles, la ciudadanía podrá conocer en qué porcentaje de ejecución se encuentra el recurso económico.

Esto nos permite viabilizar y generar también un conjunto de alianzas estratégicas con el sector privado para mostrarnos como una administración transparente.

Adicionalmente, también, hablar de procesos de digitalización, vamos a hablar de seguridad, cámaras de seguridad gratuitas a las familias.

Dotaremos de cámaras de seguridad para poder tener el control y monitoreo permanente. Habrá Internet gratuito en los barrios, en los parques, en las avenidas y de la misma forma, alumbrado público permanente.

Presentadora

Gracias. Candidato José Bolívar Castillo a la misma pregunta.

Candidato

Dos mil diecisiete adquirimos un enorme data center para el Municipio de Loja.

Y en convenio con entidades de cooperación internacional, se inició un proceso, que lamentablemente la politiquería lo interrumpió, que llevaba hacer de Loja, un modelo de ciudad intermedia con Smart City.

Hemos retomado ya los contactos con las agencias de cooperación internacional con las que se estaba trabajando, a efecto de que sea posible, de que Loja esté a la vanguardia, como estuvo a la vanguardia, en la clasificación domiciliar y reciclaje de basura, a la

vanguardia en este aspecto fundamental del desarrollo administrativo y de la transparencia para evitar, precisamente, la manipulación politiquera de los procesos de contratación y ejecución de obras.

Presentadora

Gracias. Cantidad a Ligia Rodríguez, por favor, su respuesta.

Candidato

Vamos a acelerar los procesos de trámites del municipio con la digitalización utilizando ese call center que nos manifiesta, que ni siquiera está utilizado en el cinco por ciento.

Tenemos uno de los mejores entes o call center que existe, quizás en el sur del Ecuador, y eso lo vamos a privilegiar. Vamos a dar Internet gratuito. ¿No? en todos los sectores, pero por sobre todo vamos a desconcentrar la tramitación del municipio con un proyecto de digitalización actualizado que permita optimizar estos trámites podremos hacerlo en cualquier parte de la ciudad o en cualquier en cualquier parroquia.

Por eso es de que es importante señalar que vivimos la nueva era de digitalización, y a eso le vamos a poner nosotros bastante empeño.

Presentadora

Gracias. Es el turno del candidato Franco Quezada, por favor, un minuto.

Candidato

Vamos a implementar un nuevo modelo de gestión que nos permita tener un municipio ágil, eficiente, moderno, con un gobierno electrónico que simplifique la tramitología, que ha sido un problema grave para todos los lojanos.

Además, nosotros vamos a utilizar la tecnología para trabajar en nuestro eje bandera, que es el educativo, nuestras Escuelas Municipales tendrán que tener, van a tener aulas inteligentes nuestros niños tendrán internet gratuito, además de colocar la infraestructura deportiva.

Cuando hablamos de las cubiertas e iluminación en las canchas públicas de Loja, también vamos a dotar las de internet gratuito para que los estudiantes hagan sus tareas y puedan dar respuesta a lo que ellos realmente necesitan en su deporte.

Presentadora

Gracias, candidato. Concluimos esta cuarta ronda de preguntas y vamos, y es el momento de las interpelaciones, la última ya.

Candidato Franco Quezada, por favor, interpelé a Patricia Valdivieso. Tiene quince segundos.

Candidato

Patricio. Considera que los principios y valores de la ética, de la transparencia y el respeto a la familia Son componentes fundamentales. Gracias. Para un candidato, para ser administrador.

Terminación su tiempo candidato, por favor.

Candidato

Franco, es otro momento. Son otros otras ideas, pero el tema de valores siempre estará presente. El tema de valores primarios uno lo aprende en el hogar, Y lo he dicho en forma, clara, jamás mancillaré el nombre de mi padre y de mi madre.

Siempre seré respetuoso. Siempre aplicaré los valores del respeto, la ética, la moral, pero también el de la responsabilidad, y por eso estoy aquí.

Porque creo que soy una persona que se siente capacitada para hacer el alcalde de Loja. Es irresponsable no estar capacitado y presentarse como candidato.

Presentadora

Gracias candidato. Por favor, interpelé a Bryan Cango, tiene quince segundos.

Candidato

Bryan ¿Hacia dónde crees que va el municipio?, con tanta negligencia que existe hasta el día de hoy.

Candidato

Bueno, creo que hay que tomar acciones urgentes en cuanto a reingeniería de procesos. Hablamos de reestructuración institucional en cuanto a orgánico funcional distribuir bien, separar ciertas dependencias del municipio, porque con el modelo de gestión actual que está, no va hacia ningún lado.

Hay que tomar acciones urgentes, separar el departamento de UMAPAL, separar el departamento de obras públicas, crear empresas públicas para la gestión de los residuos sólidos, para la creación de la empresa pública de vialidad también debe ser en base a los impuestos que se generan a través de la recolección de impuestos, de rodaje, de matriculación, y es un modelo de gestión que lo vamos a plantear nosotros

Presentadora

Gracias. Candidata Ligia Rodríguez, por favor, interpele a Carlos Escudero.

Candidato

Uno de los temas graves que hemos tenido es las lluvias. ¿Qué haría usted con respecto al cambio climático desde el municipio?

Candidato

Hay que fortalecer el alcantarillado fluvial sanitario desde esa perspectiva, hay que limpiar Todo ese tipo de malezas está despedidos, este alcantarillado fluvial, hay que limpiar los ríos permanentemente entregar los ríos para que los den mantenimiento, la empresa pública, y la presa pública tiene que ubicar sus identificativos como propaganda, que tiene que hacer en ese sentido una especial convenio entre los dos y así provocar un cambio.

Hay que hacer campañas de arbolización permanentes para controlar las lluvias. Caramba Loja, tiene que

Presentadora

Gracias, candidato. Por favor, candidato José Bolívar Castillo, interpelia a Vanessa Vines.

Candidato

Pues, en materia de digitalización, de modelización de la administración. ¿Cuál cree usted que son las medidas más importantes que debe tomarse de manera inmediata?, algo así.

Candidato

Definitivamente considero que la estructura del gobierno debe de ser ya, debe estar encaminada en la vanguardia global, de que las nuevas generaciones debemos estar en todo el derecho de participar en la digitalización de los procesos, tenemos que fortalecer las instituciones también y crear vínculos con las universidades, con los colegios profesionales, para que todos aportemos en este desarrollo digital.

Nuestra ciudad no puede quedar tal cual está nuestro cantón, nuestro municipio debe de ser un municipio de puertas abiertas y que genere soluciones, no obstáculos como lo ha venido haciendo las anteriores administraciones.

Presentadora

Gracias. Usted mismo, por favor, interpele José Bolívar Castillo.

Candidato

Doctor, tengo su plan de gobierno, en el en el cual menciona que el acceso al centro de la ciudad, como usted lo tiene contemplado en el punto cinco puntos cuatro de su plan de trabajo, ¿Será prepago o pospago?

Candidato

No, el plan de gobierno no dices, no dice eso. El plan de gobierno lo que establece es un conjunto de medidas que permitan acabar con esta tragedia de la congestión en el área céntrica y son varias, una de ellas, la generación de nuevas centralidades.

El mejoramiento de la transportación colectiva. Otra medida fundamental, mejorar los sistemas de transportación no autorizada, bicicletas, scooters, Otra medida muy importante que hay que tomar, generar una cadena de parqueamientos alrededor del centro de la ciudad para que la gente pueda dejar su vehículo ahí y movilizarse, pues, hacia el centro.

Presentadora

Gracias. Candidato Carlos Escudero Interpele, por favor, a Ligia Rodríguez.

Candidato

Ligia con una visión de Cabildo, cómo tú podrías acercarlo a Loja al mundo y el mundo aloja.

Candidato

Bueno, a través de las potencialidades que tiene Loja, como es el turismo, como es nuestro Festival de las Artes Vivas, pero por sobre todo, ¿cómo vamos a acercar al mundo cuando, pues, resolvamos los principales problemas que tiene Loja? El sesenta y siete por ciento de la población vive de trabajo autónomo.

Necesitamos potencializar el turismo para que nuestras artesanas vendan sus productos. Necesitamos que los productores lleguen directamente con sus productos a los consumidores.

Por eso tenemos un plan de comercialización para trabajadores autónomos, comerciantes, minoristas y emprendedores que va a dinamizar la economía y va a ayudar a fortalecer a lo

Gracias. Candidato Bryan Cango, interpele a Franco Quezada. Estimado Franco, usted ha dicho que va a subsidiar el transporte público. ¿Bajo qué modalidad legal va a hacerlo? Al igual que la repotenciación de las escuelas municipales, en vista de que no hay competencia escrita en el COOTAD...

Candidato

El Municipio tiene la competencia en tránsito y transporte, y tiene que asumir los compromisos para darle un buen servicio a la ciudadanía. Las paradas tienen que ser asumidas en el mantenimiento todos los días para que el transportista, para que el usuario pueda desplazarse a diferentes lugares en el tema de las escuelas municipales, para nosotros no es un gasto.

La educación es una inversión y vamos a conseguir los recursos necesarios para que la educación municipal esté en lo alto lo que merecen nuestros niños lojanos.

Presentadora

Gracias. Los siete candidatos ya arrollado sus propuestas en torno a nuestro cuarto eje temático sobre administración local y provincial.

En este momento nos vamos a una pausa informativa, pero ya volvemos con más de Loja Debate 2023.

ASPIRACIONES PERSONALES

Presentadora

Bien, ya estamos de regreso con más de Loja Debate 2023, y para cerrar este segundo bloque, los siete participantes van a responder la pregunta con respecto a sus aspiraciones personales, y aquí está la pregunta en este sobre rosado.

¿Está sellado? Y la pregunta es la siguiente. ¿Cómo quiere que la gente de su cantón le recuerde luego de haber pasado por la alcaldía?

Vamos a empezar esta ronda de preguntas con usted, candidato Patricia Valdivieso.

Candidato

Quiero que me recuerde como un alcalde justo, honesto y capaz, que sentó las bases para el desarrollo tecnológico de nuestro cantón, y es una responsabilidad que tengo con mi propia vida.

Soy padre, de tres hermosos hijos, Verónica Anahí, Dulce Valentina, y David Saúl, por ellos, mi razón de vivir, voy a dar todo desde el municipio para transformar este cantón. Para hacer un cantón seguro, para hacer un cantón solidario, un cantón lleno de oportunidades, para que nunca los padres lojanos tengamos que llorar, porque nuestros hijos, por no encontrar oportunidades, no encontrar trabajo, se tengan que marchar. Estoy consciente de lo que ofrezco. Es otro momento, con nuevas ideas haremos de Loja un cantón posible de vivir.

Presentadora

Gracias. Candidato Bryan Cango, por favor.

Candidato

Bueno, me encantaría que me recuerden, como el joven que cambió la realidad del cantón, que desde hace treinta años tiene un sin número de inconvenientes, llevar la infraestructura adecuada para que nuestros niños puedan crecer en ambiente sano, en ambiente con hospitalidad.

Quiero que me recuerde la ciudadanía como un joven profesional con nueva visión, que llegó al municipio de Loja, al cambiar toda la historia política del cantón, Loja no necesita políticos, Loja necesita profesionales, que quieran a su ciudad, que trabajen con el corazón, Loja necesita un joven que vaya a trabajar, que vaya a empoderarse de lo que debe generar el desarrollo de nuestro cantón.

Nosotros lo hacemos con el corazón, por una Loja que va a generar el desarrollo y va a ser historia, este dos mil veintitrés.

Presentadora

Gracias, su turno candidato Carlos Escudero.

Candidato

Me gustaría que me recuerden los lojanos como un hombre de a pie, un hombre sencillo, un hombre transparente, honrado, un hombre serio, que entregó agua potable cuando los mismos de siempre no la pudieron entregar, alcantarillado, fluvial sanitario, cuando ellos no lo pudieron hacer, la infraestructura de los mercados que se están colapsando en este momento, porque ellos tuvieron la culpa y no entregaron salud a nuestros ciudadanos, que me recuerden por la obra pública que llegó.

Que me sigan recordando como un hombre que tiene la voluntad de hacer lo posible y lo imposible por entregarle bienestar a Loja. Loja ya cambió, caramba.

Presentadora

Gracias. Por favor, candidata Vanessa Vincas, su turno.

Candidato

Yo quiero que me recuerden, como esta mujer valiente, como esta mujer llena de fortaleza y de virtudes, también de errores, pero aquí demostrar mi carta de presentación, que es la honestidad, la honorabilidad y poner a disposición de mi ciudadanía lojana, mi profesionalismo, toda la valentía que hemos recaudado en tantos años.

Para poder demostrar que los jóvenes sí somos capaces, que la juventud tiene que empoderarse de construir el futuro para las siguientes generaciones, porque no es posible que los mismos de siempre quieran seguir gobernándonos ya tenemos que alzar la bandera de lucha y empoderarnos de la realidad y llegar con soluciones viables, construir a base de la economía circular, generar empleo y oportunidades para todos, y que no existan más jóvenes migrando de aquí de nuestro cantón Loja.

Presentadora

Gracias, candidato José Bolívar Castillo, su respuesta.

Candidato

Hay veces en que las palabras no permiten transmitir. Todo el contenido de los sentimientos. Yo estoy ahora de candidato, porque me duele profundamente. Que la politiquería, el odio, hayan sido capaces de echar sombras sobre todo un enorme trabajo que con ustedes hemos hecho lojanos, y que lo vamos a recuperar.

No nos vamos a dejar avasallar, no nos doblegaremos ante la adversidad. Vamos a reconstruir la Loja.

Que estuvo a la vanguardia de los municipios del país y que volverá a estar ahí. No solo como una ciudad llena de cultura, de arte, de academia, como una ciudad productiva, capaz de incorporar a todos a la actividad productiva.

No importa que tiren todo el lodo que quieran, la definición, lo que somos o lo que...

Gracias. Candidata Ligia Rodríguez, por favor, su turno.

Candidato

Yo no quiero que Loja me recuerde. Quiero que Loja se acuerde de mí, quienes han caminado cuarenta y cinco años, estudiantes, trabajadores, empleados, indígenas, vivanderas, grupos LGTBI, mujeres y hombres que luchan por una sociedad más justa. Quiero que se acuerden de la lucha que estamos librando hoy por mejores días para nuestros hijos, por hacer de la convivencia social, la convivencia de la familia.

Pedimos y solicitamos a la sociedad, nos devuelvan a nuestros hijos para ser mejores ciudadanos, para ser mejores hombres de bien, para tener mejores políticos y que no le sigan mintiendo al pueblo.

Quiero que se acuerde el pueblo de Loja, mi lucha, por Fierro Urco, mi lucha en contra del alza del transporte, mi lucha por considerar la perspectiva de género como algo importante en esta Gracias.

Presentadora

Candidato, todo Franco Quezada, por favor.

Candidato

Yo quiero que me recuerden como el hombre trabajador sencillo y humilde que luchó por los niños, por los jóvenes, por los adultos mayores, por las personas con discapacidad, quiero que me recuerden, como el hombre que lo levantó y que lo reconstruyó a Loja, lo tenemos todo para hacer un cantón ordenado, seguro, productivo y empresarial, Dios, y atrasó el camino, mi pueblo ya decidió, soy franco Quezada. Sí, el diez de brillos, y seré el alcalde de Loja. Un abrazo grande. Que dios les bendiga.

Presentadora

Gracias. De esta manera, con incluimos Loja debate dos mil veintitrés, un ejercicio que busca que los ciudadanos cuenten con información de las propuestas los candidatos para la alcaldía del cantón Loja, y que sobre todo puedan decidir su voto de manera consciente y responsable para los comicios del próximo cinco de febrero.

Les invitamos a todos a cumplir con este deber cívico y patriótico en beneficio de la democracia de nuestro cantón y provincia.

Gracias por acompañarnos.

Buenas noches.

Anexo 3. Validación de Instrumentos

IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Franklin Gustavo Santín Picoita, titular de la Cédula/Pasaporte de Identidad N.º 1104888274 de profesión Comunicación Social y con estudios de postgrado en Comunicación, mención en Investigación y Cultura digital. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento banco de preguntas y tabla de criterios generales para aplicación de entrevistas, dirigido al “Análisis de las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) 2023”.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

En Loja, a los 15 días del mes septiembre de 2023.

Evaluado por: Franklin Gustavo Santín Picoita



C.I.: 1104888274 **Firma:** _____

IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, HEVER SÁNCHEZ MARTÍNEZ, titular de la Cédula/Pasaporte de Identidad N.º 1708184815 de profesión MAESTRO DE LAS ARTES EN PERIODISMO y con estudios de postgrado en DERECHO AMBIENTAL INTERNACIONAL, mención Transparencia Institucional.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento banco de preguntas y tabla de criterios generales para aplicación de entrevistas dirigido a los expertos de las ciencias políticas participantes en las elecciones seccionales 2023 para alcaldes en la ciudad de Loja.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

En Loja, a los 15 días del mes septiembre de 2022.

Evaluado por: HEVER SÁNCHEZ MARTÍNEZ

C.I.: 1708184815

Firma: _____



Anexo 4. Certificación de traducción del resumen

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Saraguro, 6 de Diciembre del 2023

Lcda. Gloria Mercedes Guillas Gualán.
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN IDIOMA INGLÉS

Certifico:

Que he traducido minuciosamente el resumen del trabajo de titulación denominado: **“Estrategias discursivas utilizadas por los candidatos a la Alcaldía de Loja para persuadir a sus electores durante la transmisión del debate electoral denominado “Loja debate” organizado por el Consejo Nacional Electoral (CNE) 2023”** de Autoría de la estudiante **María Fernanda Ruiz Ñaguazo**, con cédula de identidad número **1105030520**, previo a la obtención del título de Magister en comunicación Política, de la Unidad de Educación a Distancia y en Línea en la Universidad Nacional de Loja.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, autorizando al interesado, hacer uso del presente en lo que estime conveniente.



Lcda. Gloria Mercedes Guillas Gualán.
Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés
CI: 1104980873
Registro Senescyt: 1008-15-1337588

Correo: unidadeducativa-abc@hotmail.com
Teléfono: 3029787