



REPÚBLICA DEL ECUADOR

## ASAMBLEA NACIONAL

### COMISIÓN ESPECIALIZADA PERMANENTE DE SOBERANÍA ALIMENTARIA Y DESARROLLO DEL SECTOR AGROPECUARIO Y PESQUERO

#### ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA No. 029

El día Miércoles 9 de junio de 2010, siendo las 9h45, se instala la Sesión Ordinaria No. 029 de la Comisión Especializada de Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Agropecuario y Pesquero, contando con la presencia de los siguientes asambleístas: Jaime Abril Abril, Omar Juez, Jimmy Pinoargote, Richard Guillén, Gilmar Gutiérrez y Ramiro Terán.

Por contar con el Quórum necesario, el Presidente da inicio a la sesión No. 029

Se integran a la sesión los asambleístas Pedro de la Cruz y Gerónimo Yantalema a las 10h00 y 10h05 respectivamente.

El asambleísta Yandri Brunner se incorpora a las 10h26.

#### DESARROLLO DE LA SESIÓN

Se da lectura al orden del día el cual es aprobado por unanimidad:

Orden del día:

##### 1. Participación en el Taller de Comunicación Política

El objeto de la sesión ordinaria No. 029, es el participar en un taller de coordinación política, direccionado hacia los señores asambleístas y sus asesores.

Interviene el Sr. Ralph Murphine, quien ha trabajado con diferentes candidatos presidenciales.

Manifiesta principalmente que existen varios modelos de comunicación, los cuales es importante diferenciarlos para aplicarlos correctamente. Entre ellos están:

- Comunicación social: informar y educar
- Comunicación comercial: vender productos y servicios
- Comunicación política: persuadir ciudadanos/votantes

Lo importante en este sentido es el objetivo de la comunicación política, que es tocar un acorde sensitivo en el ciudadano de información ya presente en su mente. No es para insertar nueva información.





REPÚBLICA DEL ECUADOR

## ASAMBLEA NACIONAL

### COMISIÓN ESPECIALIZADA PERMANENTE DE SOBERANÍA ALIMENTARIA Y DESARROLLO DEL SECTOR AGROPECUARIO Y PESQUERO

El proceso de comunicación política para una asamblea es algo básico, es investigación para hacer un análisis sobre la estrategia de comunicación.

La forma de comunicación que estamos utilizando no tiene el impacto que se quiere. El tipo de impacto debe ser personal.

La asamblea nacional tuvo el 68% negativo en diciembre del año pasado, son cifras como en el viejo congreso.

En la asamblea se debe proyectar de mejor manera el mensaje que se transmite. Es importante que se hagan conocer los beneficios que las leyes tienen para la gente.

La recomendación que se hace es la de establecer una estrategia de comunicación, no un cambio en la estrategia de la legislación, esto se realiza a través de formas más amplias de entrega, con más comunicadores y mejor enfocado en beneficios y no en leyes únicamente.

Se deberían trazar estrategias para llegar a la gente, los medios de entrega de información deberían ser directos, es decir, a más de la televisión, radio, prensa, vallas, debe utilizarse el teléfono, correo, internet, puerta a puerta, diálogos, carpas, autobuses, taxis y más. Si no existen los sistemas deben ser creados.

La meta es ganar y mantener el apoyo de los ciudadanos para el trabajo de la Asamblea Nacional.

También en el taller, intervino la Directora de Comunicación de la Asamblea Nacional, Lic. Julia Ortega, quien manifestó que la comunicación llega fragmentada a través de todo lo que un ser humano aprecia día a día. La estrategia de comunicación es la combinación del planteamiento con métodos y mensajes por medio de los cuales el planificador busca lograr objetivos de la comunicación.

La Asamblea Nacional, necesita plantearse una mejor base para la transformación, leyes hechas por y para la gente, abrirse mejores espacios políticos.

El mensaje que se debe transmitir hacia la sociedad es que en la Asamblea se legisla, fiscaliza y representa, que se trabaja para la diversidad, que es un espacio para ejercer la pluralidad, que se hace la ley y se la respeta y que se fortalece la institucionalidad democrática.

Existen niveles de la estrategia que hay que organizar, entre los cuales están, primero el nivel político, es decir el discurso de la propuesta política: valores, ideales, mensajes e ideología; segundo el nivel comunicacional, a quién decirlo, cuándo, dónde y para qué; y el tercer nivel publicitario, que es cómo decirlo.





REPÚBLICA DEL ECUADOR

ASAMBLEA NACIONAL

COMISIÓN ESPECIALIZADA PERMANENTE DE  
SOBERANÍA ALIMENTARIA Y DESARROLLO DEL SECTOR AGROPECUARIO Y  
PESQUERO

Para lograr una exitosa comunicación política, se debe tener en calor el planteamiento del proyecto, entender el contexto o momento que se vive, tener un plan estratégico con apoyo político, comunicar a través de los servicios públicos, organizar recomendaciones en eventos, entre otros.

Intervino además, una delegada de la unidad de Participación Ciudadana de la Asamblea Nacional, quien dio a conocer lo que se realiza al momento en la institución para fomentar la participación de la ciudadanía, al realizar el proyecto de "Qué leyes necesitas?" que es un mecanismo de consulta directa a los ciudadanos.

Siendo las 13:00 se da por concluida la sesión ordinaria No. 029 de la Comisión Especializada de Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Agropecuario y Pesquero.

La presente acta es redactada en la ciudad de Quito, a los nueve días del mes de junio de 2010. Para constancia de lo detallado, en uso de las atribuciones conferidas en los arts. 27.5 y 28 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, SUSCRIBEN:

Jaime Abril Abril  
Presidente de la Comisión de Soberanía Alimentaria y  
Desarrollo del Sector Agropecuario y Pesquero

Angélica Campoverde Ortiz  
Prosecretaria Relatora

