



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social Y Administrativa
Carrera de Derecho

“Regulación de redes sociales como medios de comunicación digitales dentro de la ley electoral, código de la democracia para el control de la campaña electoral anticipada”

**Trabajo de Integración
Curricular previo a la obtención
del Título de Abogado**

AUTOR:

Miguel Ángel Ludeña Briceño

DIRECTOR:

Dra. Gladys Beatriz Reategui Cueva, Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2023

Loja, 09 de junio de 2023

Dra. Gladys Beatriz Reategui Cueva, Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que, he revisado y orientado todo el proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Regulación De Redes Sociales Como Medios De Comunicación Digitales Dentro De La Ley Electoral, Código De La Democracia Para El Control De La Campaña Electoral Anticipada**, previo a la obtención del título de Abogado, de la autoría del estudiante **Miguel Ángel Ludeña Briceño**, con **cédula de identidad Nro. 1105539090**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación para su respectiva sustentación y defensa.

Dra. Gladys Beatriz Reategui Cueva, Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Miguel Ángel Ludeña Briceño**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular 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 Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1105539090

Fecha: Loja, 11 de julio de 2023

Correo electrónico: miguel.ludena@unl.edu.ec

Teléfono: 0999959679

Carta de autorización por parte del autor para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Miguel Ángel Ludeña Briceño** declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Regulación De Redes Sociales Como Medios De Comunicación Digitales Dentro De La Ley Electoral, Código De La Democracia Para El Control De La Campaña Electoral Anticipada**, como requisito para optar por el título de **Abogado**; 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 Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 11 días del mes de julio de dos mil veintitrés.

Firma:

Autor: Miguel Ángel Ludeña Briceño

Cédula: 1105539090

Dirección: Gonzanamá

Correo electrónico: miguel.ludena@unl.edu.ec

Teléfono: 0999959679

Datos complementarios:

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Dra. Gladys Beatriz Reategui Cueva Mg. Sc.

Dedicatoria

Dedico con mucho cariño el presente Trabajo de Integración Curricular:

Querida mamá, no puedo expresar con palabras lo agradecido que estoy por todo lo que has hecho por mí a lo largo de mi vida. Desde el momento en que nací, has sido mi guía, mi protectora y mi confidente. Nunca has dudado en sacrificarte por mí, en ponerme primero y en ayudarme a alcanzar mis sueños.

Hoy, gracias a tu amor y dedicación, he logrado culminar esta etapa de mi vida académica con éxito. Este Trabajo de Integración Curricular que hoy presento es el resultado de años de esfuerzo y trabajo, pero también es el resultado de tu amor incondicional. Tu constante apoyo, tus palabras de aliento y tus abrazos reconfortantes han sido mi mayor motivación para seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles.

Miguel Ángel Ludeña Briceño

Agradecimiento

Quiero agradecer primero al Señor del Buen Suceso, a la Virgen del Carmen y a San Benito a quienes pedí abran mi entendimiento para poder lograr estar donde me encuentro en este momento, cerca de alcanzar mi objetivo profesional.

Quiero también agradecer a la planta docente de la Carrera de Derecho por tantos años en los que supieron implantarme su conocimiento el cual me ha servido para formar mi criterio profesional.

A mi Mamá, Hermanos, Tíos y Abuelos por nunca dejar de confiar en mi a pesar de las adversidades y siempre bríndame el aliento necesario con su amor para poder lograr mis objetivos.

A mi Director de Trabajo de Integración Curricular que ha sido el apoyo incondicional para poder culminar con éxito la presente investigación.

Miguel Ángel Ludeña Briceño

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de Autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Tablas.....	
Índice de Figuras.....	
Índice de Anexos.....	
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	7
4.1. Derecho Electoral	7
4.2. La Democracia.....	9
4.3. Concepciones sobre la Democracia.....	11
4.4. Tipos de Democracia	12
4.4.1. Democracia Directa (Comunismo).....	12
4.4.2. Democracia Indirecta	13
4.4.3. Democracia Liberal. (Capitalista)	14
4.4.4. Socialdemocracia.....	15

4.5.	Función Electoral en el Ecuador.....	16
4.5.1.	Consejo Nacional Electoral.....	17
4.6.	Definición de Política.....	19
4.7.	Partidos Políticos.....	22
4.8.	Origen de los Partidos Políticos.....	24
4.8.1.	Importancia de los Partidos Políticos.....	25
4.8.2.	Partidos Políticos en el Ecuador.....	26
4.9.	Movimientos Políticos.....	28
4.10.	Diferencia entre Partido Político y Movimiento Político.....	30
4.11.	Derecho al voto en el Ecuador.....	32
4.12.	La Decisión Política:.....	34
4.13.	Campaña Electoral.....	37
4.14.	Campaña Electoral en Redes Sociales.....	39
4.15.	Marketing Político.....	41
4.16.	Comunicación Política.....	43
4.17.1.	Periodismo Político en el Ecuador.....	45
4.18.	Propaganda y Publicidad Política.....	47
4.19.	Medios de Comunicación.....	49
4.19.1.	Medios de Comunicación Digital.....	50
4.20.	Redes Sociales.....	51
4.20.1.	Tipos de Redes Sociales.....	52
4.20.1.1.	Facebook:.....	53
4.20.1.2.	Twitter:.....	53
4.20.1.3.	Instagram.....	53
4.20.1.4.	LinkedIn.....	54

4.20.1.5. YouTube,.....	54
4.20.1.6. Tiktok:	54
4.21. Proselitismo	55
4.22. Campaña Electoral Anticipada	56
4.18. Branding	57
4.19. Constitución de la República del Ecuador.....	59
Artículo 1, 61, 95 y 115.	59
4.20. Declaración Universal de los Derechos Humanos.	63
Artículo 21.	63
4.21. Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.	64
Artículo 25.	64
4.22. Ley Orgánica De Comunicación.	65
Articulo 4 y Articulo Inumerado.....	65
4.23. Ley Electoral, Código de la Democracia.....	67
Artículo 1, 275, 278 y 202.	67
4.24. Reglamento Para El Control Y Fiscalización Del Gasto Electoral,.....	71
Articulo 5 y 8	71
4.25. Código Electoral Colombiano.....	73
4.26. Ley Electoral y de Partidos Políticos de la Republica de Guatemala	74
4.27. Código Electoral Nacional de la Republica de la Argentina.....	75
5. Metodología	76
5.1. Materiales Utilizados	76
5.2. Métodos	77
5.3. Técnicas	77
Encuestas:	77

Entrevista:	78
6. Resultados	78
6.1. Resultados De La Aplicación De Encuestas.....	78
6.2. Resultados de la Aplicación De Entrevistas.	87
6.3. Estudio de Casos.....	96
6.4. Análisis de Datos Estadísticos.....	101
7. Discusión	109
7.1. Verificación de Objetivos.....	109
7.1.1. Verificación de Objetivo General.....	109
7.2. Contratación de Hipótesis	113
7.3. Fundamentación jurídica de la propuesta	115
8. Conclusiones	117
9. Recomendaciones	119
9.1. Propuesta Jurídica: Lineamientos propositivos.	121
10. Bibliografía	124
11. Anexos	136

Índice de Tablas

Tabla 1. Pregunta Nro. 1	78
Tabla 2. Pregunta Nro. 2	80
Tabla 3. Pregunta Nro. 3	81
Tabla 4. Pregunta Nro. 4	83
Tabla 5. Pregunta Nro. 5	85

Índice de Figuras

Figura 1. Representación gráfica- Pregunta Nro.1	78
Figura 2. Representación gráfica- Pregunta Nro.2	80
Figura 3. Representación gráfica- Pregunta Nro.3	82

Figura 4. Representación gráfica- Pregunta Nro.4	83
Figura 5. Representación gráfica- Pregunta Nro.5	85
Figura 6. El estado general del uso de la Internet, Redes Sociales y Equipos Móviles en el Ecuador.	101
Figura 7. Redes Sociales más usadas en el Ecuador.....	102
Figura 8. Rangos de edad en Facebook, Tiktok y Padrón Electoral CNE 2023.....	103
Figura 9. Tabla de Pauta de Políticos con las Redes Sociales de META	106

Índice de Anexos

Anexo 1. Certificado de Aprobación por parte del Director del Trabajo de Integración Curricular.	136
Anexo 2. Designación del Tribunal del Trabajo de Titulación.	137
Anexo 3. Certificación del Honorable Tribunal de Grado.	138
Anexo 4. Formato de la Encuesta	139
Anexo 5. Formato de la Entrevista	141
Anexo 6. Noticias en Medios de Comunicación sobre la Campaña Electoral Anticipada....	142
Anexo 7. Enlaces a videos de políticos realizando Campaña Electoral Anticipada	144
Anexo 8. Imágenes de Candidatos realizando Campaña Electoral Anticipada	145
Anexo 9. Certificado de Traducción del Resumen	149

1. Título

Regulación de Redes Sociales como Medios de Comunicación Digitales dentro de la Ley Electoral, Código de la Democracia para el control de la campaña electoral anticipada

2. Resumen

El avance de la tecnología y la ciencia en nuestro país nos ha permitido dar un paso gigantesco hacia la tecnificación de la comunicación; las crecientes nuevas formas de comunicarnos y de informarnos van dejando a un lado a los medios tradicionales. En la actualidad en la que vivimos, las redes sociales se encuentran al alcance de casi todos; podría afirmar a ciencia cierta que el 80% de los ecuatorianos han ingresado alguna vez a una red social y muchos de ellos, inclusive, tienen perfiles personales dentro de estas. Es casi imposible encontrar una persona que no tenga un teléfono inteligente con el que pasa varias horas conectado a la red, ya que muchos hemos convertido al celular en una herramienta de trabajo y recreación. A los políticos les resulta muy atractivo el mundo virtual, ya que comprendieron que mediante la Internet podían difundir sus ideas de forma más veloz, teniendo una interacción más personal con la ciudadanía. Pero, así como avanzan las nuevas tecnologías de la información, así mismo debe avanzar el Derecho. Dentro de nuestro panorama electoral, las redes sociales juegan el papel principal de ser los grandes difusores de la información, ya que con un solo clic podemos acceder a cualquier información. Lo importante y trascendental para los usuarios consiste en saber distinguir la información falsa de la verdadera. Asimismo, en el presente trabajo de titulación se aplicaron entrevistas y encuestas a profesionales del Derecho, Sujetos Políticos y Comunicadores Sociales. Los resultados obtenidos sirvieron para plantear la propuesta jurídica al Código de la Democracia con la finalidad de implementar la regulación de las redes sociales como medios de comunicación digital para el control de la campaña electoral anticipada.

Palabras claves: Redes Sociales, Campaña Electoral Anticipada, Democracia, Política. Derecho Electoral.

2.1. Abstract

The advance of technology and science in our country has allowed us to take a giant step towards the technification of communication; the growing new ways of communicating and informing ourselves are leaving traditional media to one side. Nowadays, social networks are within the reach of almost everyone; I could say with certainty that 80% of Ecuadorians have at some time logged on to a social network and many of them even have personal profiles on them. It is almost impossible to find a person who does not have a smartphone with which he or she spends several hours connected to the network, as many of us have turned the mobile phone into a tool for work and recreation. Politicians find the virtual world very attractive, as they understood that through the Internet, they could disseminate their ideas faster and have a more personal interaction with citizens. However, just as new information technologies are advancing, so must the law. Within our electoral panorama, the networks play the main role of being the great disseminators of information, since with a single click we can access any information. What is important and transcendental for users is knowing how to distinguish false information from true information. Likewise, interviews and surveys were carried out with legal professionals, political subjects and social communicators. The results obtained were used to propose a legal proposal to the Democracy Code with the aim of implementing the regulation of social networks as digital media for the control of early electoral campaigning.

Keywords: Social Networks, Early Election Campaign, Democracy, Politics, Electoral Law.

3. Introducción

El presente trabajo de titulación se realizó debido a la necesidad de un análisis jurídico, doctrinario respecto de la regulación de las redes sociales como medios de comunicación digital, para controlar los actos de campaña electoral anticipada; he visto relevante investigar este tema con la finalidad de garantizar el cumplimiento de los derechos de participación, la igualdad y equidad de la promoción electoral, es decir, mi tema es de gran importancia pues estamos llevando la norma a una evolución tecnológica, esta investigación ha demostrado la importancia de tener un ordenamiento jurídico electoral que se encuentre a la vanguardia respecto del mundo virtual.

El artículo 1 Constitución de la República del Ecuador señala que: El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. Este artículo señala que el Estado se organiza como una República, lo cual implica que los ciudadanos tienen derecho a elegir a nuestros representantes por medio del voto. Esto garantiza que los intereses de la población sean representados y que los ciudadanos tengan el poder de tomar decisiones sobre su futuro. El Art. 115 de la Constitución de la República del Ecuador nos señala que: El Estado, a través de los medios de comunicación, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas programáticas de todas las candidaturas. Los sujetos políticos no podrán contratar publicidad en los medios de comunicación y vallas publicitarias. Se prohíbe el uso de los recursos y la infraestructura estatales, así como la publicidad gubernamental, en todos los niveles de gobierno, para la campaña electoral. La ley establecerá sanciones para quienes incumplan estas disposiciones y determinará el límite y los mecanismos de control de la propaganda y el gasto electoral. De la misma manera el regular a las redes como medios de comunicación digital garantiza la equitativa e igualitaria promoción electoral, pues como lo señala el art. 115 solo de esta manera podemos propiciar el debate y la difusión de las ideas de una manera respetuosa e igualitaria.

El presente trabajo de titulación se encuentra estructurado de la siguiente manera: el marco teórico donde se desarrollan diferentes categorías: Derecho Electoral, La Democracia, Concepciones sobre la democracia, Tipos de Democracia, Democracia Directa, Democracia

Indirecta, Democracia Liberal, Socialdemocracia, Definición de Política, Partidos Políticos, Origen de los partidos políticos, Importancia de los partidos políticos, Partidos Políticos en el Ecuador Campaña Electoral, Marketing Político, Comunicación Política, Periodismo Político en el Ecuador, Propaganda y publicidad política, Medios de Comunicación, Redes Sociales Definición, Proselitismo, Campaña Electoral Anticipada y Branding; también se contempló la normativa interna de la república del Ecuador, tratados y convenios internacionales como: la Constitución de la República del Ecuador, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la Republica Del Ecuador; en el Derecho Comparado se procedió a establecer las semejanzas y diferencias de leyes extranjeras en relación con la ley ecuatoriana, utilizando las legislaciones: Código Electoral Colombiano, Ley Electoral y de Partidos Políticos de la Republica de Guatemala y el Código Electoral Nacional de la Republica de la Argentina.

En el presente trabajo de titulación se verifico el objetivo general el cual consistió en realizar un estudio jurídico y doctrinario respecto a la regulación de redes sociales como medios de comunicación digitales dentro del código de la democracia para el control de la campaña electoral anticipada. Además, se verificó los objetivos específicos que se detallan a continuación: primer objetivo específico: “Demostrar de manera efectiva que las redes sociales juegan un papel importante dentro de los procesos electorales y deben ser reguladas para que no existan actos electorales anticipados”; segundo objetivo específico: “Establecer la necesidad de regular las redes sociales como medios de comunicación digitales para un mayor control de la campaña electoral en la internet”; y, tercer objetivo específico: “Presentar una propuesta jurídica que permita regular las Redes Sociales dentro la Ley Electoral, Código de la Democracia”

La hipótesis contrastada es la siguiente: La Falta de regulación en la Ley Electoral, Código de la Democracia a las redes sociales como medios de comunicación digital no permite el control de los actos partidistas dentro de estos medios sociales, impidiendo así el control de los actos de campaña anticipados, dificultando la permanencia y el perfeccionamiento de la democracia.

Así mismo, conforman el siguiente trabajo de integración curricular los materiales y métodos utilizados para la recolección y obtención de información importante, también encontramos las técnicas de recolección de información como lo son la encuesta y entrevista, conjuntamente con el estudio de casos los cuales contribuyeron con la información idónea y

pertinente para fundamentar el presente trabajo investigativo, con dicha información se logró corroborar la hipótesis cuyos resultados ayudaron a la fundamentación de la propuesta jurídica. En la parte final del presente trabajo de titulación se encuentran las conclusiones y recomendaciones mismas que se lograron obtener durante todo el desarrollo del trabajo de integración curricular, y con ello se presentó la propuesta jurídica; Lineamientos Propositivos a la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la Republica Del Ecuador que busca regular a las redes sociales como medios de comunicación digital para el control de la campaña electoral anticipada.

De esta manera queda establecido el presente trabajo de investigación jurídico, doctrinario que busca la regulación de redes sociales como medios de comunicación digitales dentro de la Ley Electoral, Código de la Democracia para el control de la campaña electoral anticipada.

4. Marco Teórico

4.1. Derecho Electoral

Intentar definir de manera exacta al Derecho Electoral siempre presenta dificultades, porque si se quiere ser muy preciso, debemos tomar y abordar con amplitud la materia, para concretar sus rasgos, pero si al contrario tratamos de darle una conceptualización básica, tenemos que dejar fuera elementos claves dentro de la materia que intentamos definir.

Como toda rama de derecho está dirigida a regular una materia en particular, un conjunto de normas, en el caso del Derecho Electoral está dirigido a regular los fenómenos electorales. Cottert y Emeri identifican al Derecho Electoral como:

"El conjunto de reglas destinadas a definir la cualidad del ciudadano, diferenciar los diversos tipos de elecciones y reglamentar el desarrollo del escrutinio. Estas reglas varían en el espacio y en el tiempo, pues son un reflejo de la naturaleza profunda de los regímenes políticos que las aplica". (Coneret & Emeri, 1973, pág. 13).

Puedo señalar entonces que el Derecho Electoral abarca todo el conjunto de normas que regulan los procesos de elección popular y a los mecanismos de partición política para influenciar o controlar las decisiones de los órganos electorales estatales.

Al preguntarnos por el concepto del derecho electoral nos encontramos con dos posibles acepciones o dimensiones de éste que, a su vez, derivan de la doble dimensión que el derecho constitucional atribuye a los derechos fundamentales como, por una parte, derechos subjetivos y, por otra parte, normas objetivas que informan el ordenamiento jurídico. (Butamante, 2020, pág. 22).

Para comenzar a definir de una forma más exacta al Derecho Electoral nos encontramos con dos concepciones; una concepción amplia y otra restringida. El concepto restringido hace referencia a un derecho que es subjetivo del individuo, el derecho de elegir y ser elegido, y el de ejercer el voto. Mientras que el concepto amplio hace referencia al conjunto de normas que regulan la elección de órganos representativos.

Francisco Berlín (1980) nos dice que:

“...el Derecho Electoral en la actualidad tiene un doble contenido: a) electivo, en cuanto a recoger las reglas concernientes al régimen de elección de los gobernantes, y b) de participación y control, en cuanto hace intervenir al pueblo en las decisiones de los gobernantes y eventualmente en la supervisión de sus actos.” (pág. 186).

De aquí se puede afirmar el Derecho Electoral no se agota en el aspecto electoral, sino que también abarca el aspecto normativo que regula al electorado y dictan las reglas para la participación de representantes elegidos es escrutinios, este también regula los actos que realizan los gobernantes, pues con una ley electoral se pueden sancionar los actos que se vayan en contra de la democracia y los principios de participación.

“El Derecho Electoral regula en esencia la expresión de la voluntad ciudadana para elegir o (eventualmente) destituir a los titulares de funciones públicas, o también para aprobar o rechazar una determinada medida gubernativa.” (Sánchez, 2010, pág. 7) Estudiar el Derecho Electoral dentro de mi investigación es crucial porque para poder plantear una reforma al Código de la Democracia se debe entender los alcances de la materia, como se ha estudiado el derecho electoral regula los procesos políticos de elección popular, dictando las normas que permitirían el respeto de la democracia, pero su alcance es mayor pues así como regula y norma también puede sancionar diversos actos, entre ellos los actos de campaña anticipada o proselitismo, fuera del tiempo contemplado dentro de Código Normativo Electoral.

El Derecho Electoral es un instrumento concreto, para actuar en democracia, dentro de un Estado moderno, pues los escrutinios constituyen un mecanismo jurídico que no solo nos permite escoger a los titulares de los órganos representativos, sino, además, nos permite la participación, en cierta medida, en la determinación, ejecución y control de las decisiones políticas a lo largo de todo el proceso gubernamental.

“El Derecho Electoral como conjunto de normas y principios que regulan el proceso electoral, compone un sistema jurídico particular.” (Nohlen & Sabsay, 2007, pág. 30). La conceptualización citada determina que el Derecho Electoral es una rama del Derecho Público

Desde que migramos de un sistema monárquico absolutista a un sistema democrático participativo, nos hallamos en la imperiosa necesidad de crear un cuerpo normativo en el cual se dicten las reglas para la participación. El Derecho Electoral nace con la democracia, no se podría

tener un cuerpo normativo en una sociedad en la que no exista un cierto grado de democracia, así nos encontremos en la dictadura más cerrada, la población siente un aire de libertad cada que el gobierno llama a elecciones porque así solo exista una lista, queda sembrada la esperanza dentro de la población.

4.2. La Democracia

En la ciudad de Atenas entre los siglos IV y V a.C, se crea una nueva forma de gobierno en la cual se toma en cuenta a la población para participar en las decisiones políticas del Estado, y es así como nace la democracia.

Esta palabra procede del griego “demos”, pueblo, y “cratos”, poder, autoridad. Significa el predominio popular en el Estado, el gobierno del pueblo por el pueblo; o, al menos, a través de sus representantes legítimamente elegidos, que ejercen indirectamente la soberanía popular, en ellos delegada. (Cabanellas, pág. 95).

Tomando el significado que da Cabanellas podemos decir que la democracia es el poder popular, ejercido a través de representantes elegidos por el pueblo para que sean estos los voceros de la voluntad pública, y como decía Abraham Lincoln (1863) democracia es “del pueblo, por el pueblo y para el pueblo” denotando que la democracia es el gobierno popular, en donde el pueblo es quien dirige las decisiones de un estado en beneficio de intereses comunes.

Definir a la democracia es importante porque establece una forma de organización social en la cual se le atribuye la titularidad del poder a las personas de una ciudadanía. De manera estricta la democracia viene a crear una forma de Estado, en la cual las decisiones colectivistas son tomadas por el pueblo mediante mecanismos de participación los cuales pueden ser de manera directa como indirecta, confiriendo el poder a sus representantes los cuales son elegidos de entre el pueblo, para que sean estos quienes actúen en beneficio de la colectividad. También podemos definir a la democracia en un sentido más amplio como una forma de convivencia social en la cual todos los miembros de una sociedad son libres e iguales y con la capacidad suficiente para representar intereses comunes.

“Hacia fines del siglo VI a. C. el término en singular tomará una acepción colectiva que engloba al conjunto del pueblo, a todos los que forman parte de una misma comunidad.” (Guariglia, pág. 158) La democracia aceptada como un término colectivo ha jugado un papel fundamental para

el desarrollo de los estados tal y como los conocemos en la actualidad. Cuando el pueblo se dio cuenta que la Democracia, aunque no siendo una forma de gobierno perfecta era la menos imperfecta que existía y sobre todo era un mecanismo en el cual el pueblo era quien dirigía en cierta manera las decisiones políticas de una nación fue ganando popularidad siendo en la actualidad una de las formas de gobierno más aplicada dentro de muchos estados.

Desde la época clásica hasta hoy el término "democracia" siempre ha sido empleado para designar una de las formas de gobierno, o sea, una de las diversas maneras bajo las que puede ejercerse el poder político. Específicamente designa la forma de gobierno en la que el poder político es ejercido por el pueblo. (Bobbio, Estado, Gobierno y Sociedad: Por una Teoría General de la Política, pág. 182).

Dentro del pensamiento político donde se estudia las ventajas y los efectos de la Democracia es la teoría y la tipología de los gobiernos, es por ello que cualquier discurso o postulado acerca de la democracia no puedes desconocer la relación que tiene la democracia con las otras formas de gobierno, porque solo de esta manera podemos definir su carácter específico.

La democracia es política, en la medida en que se trata de un método para formar gobiernos y legitimar sus políticas; formal, porque como método es independiente de los contenidos sustanciales, representativa, porque debe expresar la voluntad de los ciudadanos o, por lo menos, contar con el consenso explícito de los mismos. (Gilas & Cienfuegos, 2018, pág. 14)

Es importante prescindir de algunas definiciones peyorativas sobre el concepto y la ideología, en gran parte por la influencia que ha ejercido Marx y Engels en tales definiciones. Para estos dos autores, la ideología es un creencia errónea la cual es utilizada como herramienta de manipulación o dominio de una clase políticamente superior para dominar a la clase trabajadora, es por ello que para mi percepción las definiciones realizadas por autores influenciados por el marxismo-comunismo son inválidos, debido a que para estos pensadores la democracia debería ser remplazada por una dictadura social creando un estado oprimido ante la voluntad de una elite opresora que se apropia del nombre del pueblo.

Hoy en día es más frecuente definir la democracia en función de aquello de lo cual libera la arbitrariedad, el culto de la personalidad o el reinado de la nomenclatura que teniendo en cuenta lo que construye o las fuerzas sociales en las que se apoya. (Touraine).

Actualmente muchas de las definiciones sobre lo que es la democracia abandonan su significado inicial para empezarles a dar significados que no tienen que ver con el poder popular sino más bien le dan un significado erróneo que solo beneficia intereses personales con la finalidad de manipular la conciencia popular:

Si vamos a definir la democracia de manera “irreal”, no encontraremos nunca “realizadas democráticas”. Y cuando de vez en cuando declaramos “esto es democracia” o “esto no es democracia”, queda en claro que el juicio depende de la definición o de nuestra idea sobre que es la democracia, que puede ser o que debe ser. (Sartori G. , pág. 3).

Tomando el criterio de Touraine y Sartori, podemos concluir que, si nos centramos en dar significados irreales acerca de lo que es la democracia, no nos vamos a encontrar con realidades democráticas, más bien estaremos envileciendo el verdadero significado de democracia. Han existido momentos dentro de la historia en las cuales varios líderes políticos con influencia sobre las masas han decidido a que llamar democracia y a que no llamar democracia, generando con ello gobiernos autoritarios y totalitarios que se escudan en la democracia, pero en realidad son dictaduras disfrazadas.

4.3. Concepciones sobre la Democracia.

El significado de la palabra democracia está muy lejos de ser exacto. Por eso es conveniente diferenciar entre el concepto y la concepción que propone Dworkin. Entonces se puede señalar que existen varias concepciones sobre la democracia.

Como lo señala Bobbio la tipología clásica diferenciaba a la democracia de la monarquía y la aristocracia. Para la democracia:

“...es la forma de gobierno en la que el poder es ejercido por todo el pueblo, o por el mayor número, o por muchos, y en cuento, tal se distingue de la monarquía y de la aristocracia en las que el poder es ejercido, respetivamente, por uno o por pocos” (Bobbio, pág. 191).

Como lo veníamos trabajando en líneas anteriores Bobbio nos dice que democracia es el gobierno de todo el pueblo, distinguiendo esta misma de la Monarquía y de la Aristocracia en la

cual el gobierno es manejado por una sola persona o por un grupo selecto de aristócratas los cuales toman decisiones no en beneficio de la clase obrera sino más bien en beneficio de sus intereses personales.

En la actualidad existe una contraposición entre democracia y autocracia que propuesta por Kelsen, donde se nos manifiesta que, en democracia, el individuo es políticamente libre y se encuentra sujeto a un ordenamiento jurídico de cuya creación el participa, mientras que, en la autocracia, los súbditos se encuentran excluidos de la creación del ordenamiento. “Definidas así, la democracia y la autocracia no son realmente descripciones de las Constituciones históricamente dadas, sino que más bien representan tipos ideales” (Kelsen, Teoría general del Derecho y del Estado., pág. 337)

Existen varias opiniones sobre la democracia que parten de una división entre la esfera pública y la esfera privada, en la cual los individuos persiguen sus metas de vida dentro de un espacio privado, que consiste en la elección de sus representantes. Tomando esta perspectiva, Posner explica, que: “se ve a la política como una competición entre políticos auto interesados, con la finalidad de constituir una clase dirigente, con el apoyo de la gente”. (Posner, 2004). Una democracia pluralista es el tipo de democracia en la que existen múltiples fuentes de poder, en lugar de solo una. Entendida así, al hablar de democracia pluralista nos referimos a que el control del gobierno es compartido entre varias organizaciones y afiliaciones que comparten la influencia y la toma de decisiones.

4.4. Tipos de Democracia

4.4.1. Democracia Directa (Comunismo)

La democracia es un sistema político en el cual se tiene derecho al voto, para con este elegir periódicamente representantes populares, sin embargo, este es un significado muy general, ya que, a lo largo del tiempo, a esta concepción se le han agregado características, derechos, libertades, requisitos económicos, sociales y políticos.

En una democracia directa, los ciudadanos pueden votar directamente en las elecciones, decidiendo lo que se tiene que hacer para el bien de la sociedad. Aristóteles (2004) se declaraba en contra de la democracia, ya que era un gobierno de las masas, en donde los pobres buscarían obtener su propio beneficio, por lo que se generaría una lucha de clases. (Rosenberg, 2008)

La democracia directa le permite a los ciudadanos involucrarse directamente en los asuntos públicos, discutiendo o debatiendo las decisiones que debían tomarse para el mejoramiento de la sociedad, sin embargo, hay que tomar en cuenta que este tipo de democracia se daba sin contemplar a todos los ciudadanos para debatir acerca de los asuntos públicos o problemas que enfrentaba la sociedad, es por ello que surgió la democracia representativa, en donde un grupo de gobernantes elegidos por la sociedad son quienes van a tomar las decisiones acerca de los asuntos públicos.

La democracia directa o participativa plantea el involucramiento ciudadano en la toma de decisiones mediante mecanismos de democracia directa, como las consultas populares, los plebiscitos, el referéndum, la revocación de mandato entre otros mecanismos por los cuales el pueblo puede decidir sin intermediarios sobre las decisiones en beneficio de la colectividad, ya que son los ciudadanos los que mejor conocen sus problemas y serán más eficaces en la toma de decisiones que los técnicos del gobierno.

4.4.2. Democracia Indirecta

Democracia indirecta o también conocida como democracia representativa, es una de las formas de gobierno más utilizadas en la actualidad. Aquí los ciudadanos son quienes eligen a diversas autoridades, como presidente, asambleístas, prefecto, alcalde, concejales, etc. Para que sean estos quienes los representen y tomen las decisiones políticas en beneficio de sus votantes. En esta visión de democracia, el ciudadano juega un rol pasivo, reduciendo su participación exclusivamente a votar en elecciones para designar a una minoría que supuestamente se encuentra capacitada para gobernar con eficacia y eficiencia.

Para “la democracia representativa es, con todo, la mejor aproximación posible al ideal de la libertad como autonomía.” (Yturbe, pág. 97) Vivimos en una sociedad enmarcada en un ambiente social, económico y político, muy amplio en el cual el sentido de autonomía está presente en la descentralización de gobierno. Ese sentido de libertad influye mucho en las campañas electorales realizadas por diferentes actores políticos, dejando de lado las ideologías nacionales, para adueñarse de una concepción distinta en donde el nombre tiene más apropiación que las tendencias del partido o movimiento político. La representación es clave dentro de las campañas políticas, porque al usar la difusión de contenido político, los votantes pueden conocer las ideas y proyectos, de quienes en un futuro serán quienes dirijan el gobierno. Una sociedad sin campañas

políticas es una sociedad sin representación, sin autonomía y sin libertad. Para poder elegir las mejores propuestas debemos tener mecanismos como enterarnos de ellas.

4.4.3. Democracia Liberal. (Capitalista)

La democracia liberal es un sistema político que combina la participación popular, la libertad individual y el Estado de derecho. En este enfoque, el poder reside en el pueblo mediante elecciones libres y periódicas, y se protege la libertad individual a través de la separación de poderes y la garantía de derechos fundamentales. La democracia liberal ha sido adoptada por muchas naciones occidentales como un modelo político exitoso y sostenible.

La democracia liberal ha evolucionado a lo largo de la historia gracias a la influencia del pensamiento liberal y democrático. El pensamiento liberal ha influido en la concepción de la libertad individual, la igualdad ante la ley y la limitación del poder del Estado, mientras que el pensamiento democrático ha enfatizado la participación popular y la representatividad.

En la democracia liberal, los ciudadanos tienen derecho a votar y a ser elegidos, y las elecciones se llevan a cabo de manera transparente y regular. Los partidos políticos y los medios de comunicación son esenciales en el proceso democrático, ya que facilitan la discusión pública y la toma de decisiones informadas. Además, la independencia del poder judicial y la separación de poderes garantizan la aplicación justa y equitativa de las leyes.

A pesar de sus ventajas, la democracia liberal también tiene críticas y desafíos. Algunos argumentan que la democracia liberal ha sido explotada por grupos de poder económico y político para perpetuar su control sobre la sociedad, y que la igualdad real sigue siendo difícil de alcanzar. También hay quienes opinan que la democracia liberal puede ser frágil y vulnerable a las amenazas internas y externas, como el populismo y la polarización política.

En resumen, la democracia liberal es un modelo político complejo que ha evolucionado a lo largo de la historia. Este modelo ha demostrado ser efectivo en la garantía de la libertad individual y la participación popular, pero también tiene sus desafíos y críticas. Es importante seguir discutiendo y analizando la democracia liberal para comprender sus fortalezas y debilidades y avanzar hacia modelos políticos más inclusivos y justos.

4.4.4. Socialdemocracia.

La Socialdemocracia es una corriente política que se caracteriza por la defensa de un modelo de sociedad que combina la economía de mercado con un fuerte Estado de Bienestar. Se trata de una ideología que surge a finales del siglo XIX y principios del siglo XX en los países europeos, como una respuesta a los problemas económicos y sociales que generó la revolución industrial y la consolidación del capitalismo. En su origen, la Socialdemocracia se propuso la transformación del sistema capitalista mediante la lucha por los derechos laborales y la construcción de un Estado de Bienestar que garantizara la protección social de los trabajadores y sus familias. A lo largo del siglo XX, esta ideología se fue adaptando a las nuevas realidades políticas y económicas, y adoptó posiciones más moderadas y pragmáticas, manteniendo su compromiso con la justicia social y la igualdad de oportunidades.

La Socialdemocracia se fundamenta en la defensa de una economía de mercado regulada por el Estado, que tenga como objetivo el bienestar general de la sociedad y no el enriquecimiento de unos pocos. Para ello, se propone la implementación de políticas públicas que promuevan la redistribución de la riqueza, la igualdad de oportunidades, la protección social y la garantía de derechos básicos, como la educación, la salud y la vivienda.

En cuanto a su concepción de la democracia, la Socialdemocracia se define como una corriente política que defiende la participación activa de la ciudadanía en los procesos políticos y la toma de decisiones. Asimismo, considera que el Estado debe ser un actor central en la construcción de políticas públicas y en la garantía de derechos y libertades individuales y colectivas.

Uno de los mayores logros de la Socialdemocracia ha sido la construcción del Estado de Bienestar en los países donde ha tenido una presencia significativa en la política. Este modelo de Estado se caracteriza por la garantía de derechos básicos a todos los ciudadanos, como la educación, la salud y la seguridad social. Además, se promueve la igualdad de oportunidades mediante políticas públicas que aseguran el acceso a los servicios básicos para todos los ciudadanos, independientemente de su origen social o económico.

La Socialdemocracia ha tenido un papel importante en la consolidación de la democracia en los países donde ha tenido una presencia significativa. Su defensa de la participación ciudadana

y su compromiso con la justicia social han contribuido a fortalecer los sistemas democráticos y a garantizar la estabilidad política y social.

No obstante, la Socialdemocracia ha enfrentado también importantes desafíos en los últimos años. La globalización, la crisis económica y el surgimiento de nuevos movimientos políticos han puesto en cuestión algunos de sus principios fundamentales, como la defensa de la economía de mercado regulada por el Estado.

En este sentido, la Socialdemocracia ha tenido que adaptarse a las nuevas realidades políticas y económicas, y buscar nuevas formas de construir un Estado de Bienestar que sea sostenible y eficiente. La búsqueda de un equilibrio entre la eficiencia económica y la justicia social sigue siendo uno de los principales retos de la Socialdemocracia en la actualidad

4.5. Función Electoral en el Ecuador.

La Constitución Republica Del Ecuador en su sección sexta nos habla de la Función Electoral señalando que el art. 217 nos dice que:

La Función Electoral estará conformada por el Consejo Nacional Electoral y el Tribunal Contencioso Electoral. Ambos órganos tendrán sede en Quito, jurisdicción nacional, autonomías administrativa, financiera y organizativa, y personalidad jurídica propia. Se regirán por principios de autonomía, independencia, publicidad, transparencia, equidad, interculturalidad, paridad de género, celeridad y probidad. (Constitución Política del Ecuador, 2021, pág. 89)

La historia de la función electoral en Ecuador ha sido un proceso complejo y dinámico, marcado por avances significativos, pero también por desafíos persistentes. Para comprender este tema, resulta pertinente abordarlo desde la perspectiva de Nolberto Bobbio, destacado politólogo y filósofo italiano, cuyas ideas sobre la democracia y los sistemas electorales han dejado una profunda huella en el análisis político.

En sus escritos, Bobbio sostenía que la democracia se fundamenta en la participación ciudadana y en la existencia de elecciones libres y justas. Desde esta premisa, podemos remontarnos a los primeros años de la república ecuatoriana, tras su independencia en 1830, cuando se estableció un sistema electoral basado en el sufragio censitario. Está limitada forma de

democracia restringía el derecho al voto a una minoría privilegiada, y no se ajustaba a los ideales democráticos que Bobbio defendía.

Sin embargo, a medida que Ecuador avanzaba hacia el siglo XX, se hicieron esfuerzos por ampliar la participación política. En 1929, se aprobaron reformas electorales que establecieron el sufragio masculino universal, permitiendo a todos los hombres mayores de 21 años ejercer su derecho al voto. Estas reformas marcaron un hito importante en la búsqueda de una mayor inclusión y representación política, aunque la exclusión de las mujeres persistía.

No fue hasta 1946 cuando las mujeres ecuatorianas obtuvieron el derecho al voto, gracias a la lucha de movimientos feministas y la presión de la sociedad civil. Esta ampliación de la base electoral fue un paso clave en la consolidación de un sistema más igualitario y democrático, en línea con la visión de Bobbio.

No obstante, la historia política de Ecuador también ha estado marcada por periodos de inestabilidad y dictaduras militares, que afectaron seriamente la función electoral. Durante estos regímenes autoritarios, se manipulaban los resultados electorales para perpetuar el poder y se limitaba la participación política de la ciudadanía. Estas prácticas antidemocráticas contradecían los principios defendidos por Bobbio, quien sostenía la importancia de elecciones libres y justas como piedra angular de la democracia.

La historia de la función electoral en Ecuador ha evolucionado en busca de una mayor inclusión y participación política, superando obstáculos y desafíos en el camino. Desde la perspectiva de Nolberto Bobbio, es fundamental seguir fortaleciendo los mecanismos democráticos, promoviendo elecciones libres y justas que reflejen la voluntad popular y garanticen la representatividad de todos los ciudadanos.

4.5.1. Consejo Nacional Electoral

El Consejo Nacional Electoral (CNE) de la República del Ecuador es el órgano supremo encargado del sufragio en el país. Su sede central se encuentra en la ciudad de Quito. Está compuesto por cinco vocales seleccionados a través de un concurso de méritos y oposición, organizado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. Los vocales tienen un mandato de seis años, renovándose la mitad cada tres años. De entre ellos se elige un presidente y un vicepresidente. El CNE goza de plena autonomía financiera y administrativa. Anteriormente,

antes de la promulgación de la Constitución del Ecuador en 2008, estas funciones eran ejercidas por el Tribunal Supremo Electoral, organismo que dejó de existir con la entrada en vigor de la nueva Constitución.

La Constitución de la Republica de Ecuador en su art. 219 nos dice que: El Consejo Nacional Electoral tendrá, además de las funciones que determine la ley, las siguientes:

1. Organizar, dirigir, vigilar y garantizar, de manera transparente, los procesos electorales, convocar a elecciones, realizar los cómputos electorales, proclamar los resultados, y posesionar a los ganadores de las elecciones.
2. Designar los integrantes de los organismos electorales desconcentrados.
3. Controlar la propaganda y el gasto electoral, conocer y resolver sobre las cuentas que presenten las organizaciones políticas y los candidatos.
4. Garantizar la transparencia y legalidad de los procesos electorales internos de las organizaciones políticas y las demás que señale la ley.
5. Presentar propuestas de iniciativa legislativa sobre el ámbito de competencia de la Función Electoral, con atención a lo sugerido por el Tribunal Contencioso Electoral.
6. Reglamentar la normativa legal sobre los asuntos de su competencia.
7. Determinar su organización y formular y ejecutar su presupuesto.
8. Mantener el registro permanente de las organizaciones políticas y de sus directivas, y verificar los procesos de inscripción.
9. Vigilar que las organizaciones políticas cumplan con la ley, sus reglamentos y sus estatutos.
10. Ejecutar, administrar y controlar el financiamiento estatal de las campañas electorales y el fondo para las organizaciones políticas.
11. Conocer y resolver las impugnaciones y reclamos administrativos sobre las resoluciones de los organismos desconcentrados durante los procesos electorales, e imponer las sanciones que correspondan.

12. Organizar y elaborar el registro electoral del país y en el exterior en coordinación con el Registro Civil.

13. Organizar el funcionamiento de un instituto de investigación, capacitación y promoción político electoral. (Constitución Política del Ecuador, 2021, pág. 90)

En la nueva Constitución, se establecieron dos organismos que reemplazarían al TSE: el Tribunal Contencioso y el Consejo Nacional Electoral. Tras la aprobación de la nueva Carta Magna, la Asamblea Constituyente designó a los nuevos consejeros el 24 de octubre de 2008. Los seleccionados fueron Omar Simón, Carlos Cortez, Manuela Cobacango, Fausto Camacho y Marcia Caicedo. Omar Simón asumió como presidente del nuevo CNE de Transición, mientras que Carlos Cortez ocupó el cargo de vicepresidente.

Una de las primeras tareas del nuevo organismo fue organizar el sorteo para determinar los veintiún magistrados que conformarían la nueva Corte Nacional de Justicia. Además, el CNE tuvo la responsabilidad de llevar a cabo las elecciones presidenciales, legislativas y seccionales de 2009, siendo la primera votación popular bajo su dirección.

En el año 2011, el CNE también tuvo a su cargo la conducción de una consulta popular que implicó la primera modificación a la Constitución de 2008.

El CNE tiene diversas funciones, entre las que se encuentran la organización y control de las elecciones, la facultad de sancionar a los partidos políticos y candidatos que incumplan las normas electorales, así como el registro y supervisión de los partidos y movimientos políticos. En la actualidad, el CNE está dirigido por Diana Atamaint, quien ocupa el cargo de presidenta, y Enrique Pita García como vicepresidente, además de otros tres vocales consejeros. El CNE cuenta también con veinticuatro delegaciones provinciales en cada una de las provincias del país, con el fin de descentralizar los servicios electorales a nivel nacional. Este organismo forma parte de la Función Electoral, junto con el Tribunal Contencioso Electoral, y constituye una de las cinco funciones del Estado ecuatoriano.

4.6. Definición de Política

Desde siempre, la política ha sido un tema de gran interés, debido a que el término política es muy antiguo que pertenece a un vocabulario usual, ya que existen muchas posturas acerca de las definiciones de lo que es la política en la actualidad. Aristóteles fue el fundador de la ciencia

política, considerándola una ciencia práctica y soberana, de la cual se desprenden otras ciencias. Siguiendo el pensamiento de Aristóteles se postula que el hombre es un animal social, pero a diferencia del resto de animales que también pueden llegar a ser sociales, solo el hombre es político. El hombre no vive en manada, vive en comunidades sociales que constituyen ciudades, las cuales necesitan tener reglas para que no caigan en anarquía.

“La política es aquella práctica que se ocupa de gestionar, de resolver los conflictos colectivos y de crear coherencia social, y su resultado son decisiones obligatorias para todos.” (Mateos, 2018, pág. 35) En cuanto al origen etimológico de la palabra, la palabra política proviene del latín *politicus* y del griego *politiká*. De esto podemos deducir su relación con el término “Polis”, relacionado a la vida ciudadana.

La política en sí se trata de una actividad destinada a un grupo que toma las decisiones para cumplir con una serie de objetivos. Así, podemos definir a la política como una forma de ejercer poder a través de medir las diferencias entre pares con el fin de medir las diferencias entre pares en cuanto a los intereses de una sociedad en particular. Aristóteles popularizó el término con su obra llamada “Política”. Para muchos autores el término tiene un significado muy ambiguo señalando que es lo que “lo que los gobiernos deciden hacer y no hacer”. Sin embargo, en términos generales, el concepto de “política” es adaptable a todos los ámbitos de la vida cotidiana y absolutamente congruente con las definiciones históricamente aceptadas.

La política es el proceso de toma de decisiones que conducen al accionar de una sociedad garantizando así el funcionamiento del sistema, que determina la forma de un gobierno con el propósito de mejorar el bienestar social y accionar de las personas de manera organizativa y democrática. La complejidad de la política radica en el hecho de que su objeto es la resolución de los diversos conflictos sociales que se van dando con el tiempo en un contexto que permite dictaminar los objetivos propuestos dentro de una sociedad con la finalidad de velar por los intereses de todos.

El término política tiene un significado polisémico, por lo que hay que determinarlo dependiendo de sus usos:

Etimológicamente la palabra política proviene “del latín *politicus* adjetivo de político; del griego *politikòs*, de los ciudadanos; de *politês* ciudadano; y de *pòlis* ciudad” (Gómez, 2001,

pág. 552), es decir que al hablar de política estamos hablando de todos los actos que involucran a los ciudadanos en asuntos públicos. Por otra parte, tenemos la definición nominal que se entiende como “gobierno, guía, dirección, mandato” (Larousse, 2001, pág. 413). También podemos hablar de la definición genética de la política que se ubica en “la obra de Aristóteles intitulada *Política*, que es considerada el primer tratado sobre la naturaleza, las funciones y las divisiones del Estado, y sobre las varias formas de gobierno” (Bobbio y otros, 1993, pág. 1209).

La definición de Política desde un punto de vista lexicológica remite al arte, doctrina u opinión respecto a la forma de gobierno de los estados; las actividades que los rigen o que los aspiran regir; acción del ciudadano cuando interviene en los asuntos públicos a través de tu opinión, con su voto, o de cualquier otro modo participativo; Cortesía y buen modo de portarse; Por tanto la política es la norma que regula las urbes, ciñendo los actos que se realizan para intervenir en los actos de gobierno y negocios del Estado.

Política en términos generales hace alusión al grupo de actividades calificadas como políticas, acciones humanas referentes al manejo del estado, de ahí, que también se le señale como la doctrina o ciencia del estado. Su objeto de estudio es el Estado, como una institución que rige el comportamiento de los individuos en sociedad, sobre los cuales hay que direccionar el actuar social, político y económico, mediante los tres poderes del estado, para de esta manera legislar y también crear una correcta distribución de recursos. A partir de este significado surge, por un lado, el poder estatal que defiende y mantiene, y por otra parte el significado ideológico que se aprecia en las contiendas políticas.

En el sentido académico, es la reflexión sobre las actividades políticas, realizando entonces los análisis que se debaten en las aulas universitarias o los debates que se encuentran en menor o mayor profundidad en los medios de comunicación. Una aclaración muy importante, es no confundir la ciencia política con la politología que es la ciencia encargada del estudio de los hechos políticos, es decir se encarga del estudio y análisis de los planes de gobierno, las formas de gobierno y la estructura gubernamental, con fines políticos.

Platón en el *Protágoras* considera a la política como el saber creado en función de fines prácticos...trata de definir la esencia de las virtudes cívicas fundamentales que presentan el conocimiento del bien como la esencia de toda virtud. (Warner, 1980, pág. 447)

Por lo tanto, fungir como dirigente del Estado corresponde al filósofo, es una tarea de quien posee el conocimiento del bien, o sea, el fundamento del principio que erige una sociedad humana y al cual ha de dirigirse todo existir humano. Por lo que, en este mismo diálogo, Sócrates se constituye como el maestro del “arte político” absorbiendo en sí, la tarea de forjar a los hombres como buenos ciudadanos (Platón, 1981, pág. 319) y Platón se refiere a la “*techné política*” como la búsqueda de una objetividad rigurosa y por lo mismo, un saber no propio de las masas, sino un saber filosófico supremo.

Para Aristóteles:

El ser humano es un ser racional y un ser social, binomio que se apropia de la función comunicadora de la palabra como fundamental para expresar lo que será justo o injusto en la sociedad, lo que es valioso o no entre los hombres, lo que es dañino o bueno para el bien común, conceptos que se irán desarrollando en cada ser desde la familia hasta su inserción en la ciudad. (Aristóteles, 1982).

En la Política, se dirige al ser humano como el *zoon politikon*, el animal político, es decir, el que se socializa, en este sentido, para Aristóteles, el tener una vida política y formar parte de las polis eran una misma actividad, que el hombre era político no significaba una acción más en su vida, sino desde ella se definía, la política era una actividad inherente a la naturaleza humana. Los ciudadanos formaban parte de las asambleas, pero se encontraban sujetos a una autoridad y quienes no se dedicaban a ella, se consideraban seres inferiores.

4.7. Partidos Políticos

Los partidos son formas especiales de organizaciones políticas. No deben confundirse con otros grupos sociales como los grupos de interés o las asociaciones. Una de las definiciones más famosas de “partido” proviene del politólogo estadounidense Anthony Downs, que escribió: “Un partido político es un grupo de personas que buscan el control del aparato de gobierno a través de obtener puestos en una elección llevada a cabo de forma correcta.” (Hofmeister & Grabow, 2013, pág. 6).

En una democracia deberían involucrarse todos los ciudadanos. Todos deberían estar prestos a decidir sobre las instituciones de un gobierno, para una democracia es de vital importancia la participación de las personas dentro del panorama político, esta participación es posible gracias a

los partidos políticos. Sin partidos, una democracia representativa es inconcebible. En sociedades masivas como las nuestras la participación de ciudadanos dentro de partidos hace que sea posible que puedan tomar acciones políticas, porque el ser humano puede ser apolítico pero jamás antipolítico, es por ello que siempre está buscando conformar grupos que compartan sus mismas ideas, tendencias e ideología.

“La palabra “partido” viene del latín *pars* que significa “parte”. Siempre solo parte de la sociedad, los partidos son o represen. Por lo tanto, ningún partido puede o debe pretender representar a “la totalidad” de los ciudadanos.” (Hofmeister & Grabow, 2013, pág. 6) los partidos políticos no representan a la totalidad de ciudadanos debido que es estos partidos tienen tendencias ideológicas las cuales nos son apoyadas por toda la ciudadanía, en una democracia la presencia de varios partidos es importante para que las personas se afilien o adhieran al partido que más se acerque a sus ideales. El partido con más apoyo popular tiende a ser quien, mediante voto popular gana las elecciones, logrando así que los intereses mayoritarios sean llevados al poder, pero los otros partidos con menos apoyo igual juegan un papel importante dentro de gobierno, ya que estos toman el papel de oposición, una oposición fiscalizadora del poder impidiendo el autoritarismo de los grupos que manejan el gobierno.

Para (Rombola & Reboiras, 2007) los Partidos Políticos son:

"Organizaciones de personas que pretenden hacer valer sus ideologías y opiniones políticas a efectos de dirigir el Gobierno de una Nación. Son un elemento muy importante en el desarrollo de los sistemas democráticos, bien sea por que permiten la alternancia en el gobierno o bien sea porque desde la oposición también ejercen su poder fiscalizando al partido gobernante. Los partidos políticos buscan contribuir con la determinación de la política nacional y orientar a los ciudadanos. Su principal fin es obtener el apoyo popular y llegar a ejercer el gobierno a través del acto electoral" (pág. 715)

Tomando en cuenta lo postulado por los autores sobre los partidos políticos podemos aseverar que su idea es valedera, pues en la práctica las organizaciones políticas tienen por objeto la divulgación de ideología, con la finalidad de ganar adeptos y simpatizar con la mayor cantidad de personas, para de esta forma en los escrutinios lograr asumir el poder del estado poniendo en práctica la ideología que practican.

La definición universal más aceptada de lo que es un partido político es la de ser: “...instituciones encargadas de agrupar las preferencias políticas de una sociedad para construir el interés general” (Prieto, 2010) el pensamiento de la autora va de la mano con el de David Easton quien postula que los partidos políticos son: “canales de transmisión hacia los poderes públicos de las demandas de la población, mediante los cuales se decide que políticas públicas deben efectuarse para garantizar la convivencia pacífica y el progreso social” (Gamboa Obeso, s.f.)

4.8. Origen de los Partidos Políticos

El origen de los partidos políticos se remonta al siglo XVII en Inglaterra, relacionado con el parlamento inglés, donde todos los representantes profesaban distintas ideologías lo que hacía que dentro del parlamento se formen distintos grupos que en bloques se oponía y apoyaban distintas propuestas legislativas.

Para el Politólogo Klaus Von Beyme, existen tres teorías que permiten explicar el origen de los partidos políticos:

- Teorías Institucionales: Esta teoría trata de explicar la aparición de los partidos políticos desde el desarrollo y surgimiento de dos instituciones.
- Teoría sobre situaciones históricas de crisis: Esta teoría trata de explicar el origen de los partidos políticos en torno al fenómeno derivado de acontecimientos de crisis históricas vividas dentro de la política, básicamente, nace tras la pérdida de legitimidad de los regímenes políticos o la puesta en escena de sistemas imperialistas. Un ejemplo de esta teoría es la caída de las monarquías lo que dio paso a la conformación de nuevos estados los cuales al migrar a un sistema democrático tuvieron que conformar diversos partidos políticos para así participar en la toma de decisiones dentro del estado.
- Teoría de la modernización: Esta teoría postula que la aparición de los partidos políticos está estrechamente ligada a determinados procesos sociales, cambios profundos que le dan una distinta panorámica a la sociedad, la migración de campo a la ciudad, la alfabetización, la educación, las nuevas tecnologías y la aparición de las redes sociales como medios de comunicación. La modernización de las sociedades exige un sistema político más amplio, con nuevos enfoques, dejando de lado la política tradicional para enfocarse en los nuevos espacios de difusión. Esta teoría vincula la aparición de los

partidos políticos con la permanente evolución y modernización de las sociedades actuales.

4.8.1. Importancia de los Partidos Políticos

Los partidos políticos tal y como los conocemos en la actualidad, surgen con el origen de una nueva forma de gobierno; la democracia, si bien esta surgió en la antigua Grecia, durante los siglos posteriores a su surgimiento existieron cientos de gobiernos no democráticos, es decir, que quienes dirigían los asuntos del estado no eran elegidos por voluntad popular.

La importancia de los partidos políticos radica en el desarrollo de principios con los que buscan influir en la formación de la voluntad política de los ciudadanos, así como también participar cuando ellos lo vean conveniente o cuando su participación sea obligatoria dentro de los procesos electorales. Los partidos políticos son instrumentos para que la sociedad avance, porque ayudan a la difusión de ideas, a la unidad crítica en temas políticos y apoyan desde las calles a la regulación de las acciones del gobierno.

El propósito de los partidos políticos es participar en la vida democrática de los países, difundiendo y promoviendo la defensa de la dignidad humana y el mejoramiento de la calidad de vida de todos, la prevalencia del interés general, mediante un proceso deliberativo, el cual es el fundamento primordial del ideal democrático y el fortalecimiento del orden constitucional y legal. (Cruz Amador, 2015, pág. 137)

Para Cristian Cruz la importancia y propósito de los partidos políticos dentro de las sociedades modernas es muy importante porque estos cumplen el papel de ser difundidores y promotores de los derechos humanos de su protección y velar por el cumplimiento de estos, es decir la función primordial de los partidos es el cumplir con el SUMAK KAWSAY un buen vivir que engrane una sociedad desde sus diferencias.

La función de los partidos es transformar las preferencias de los ciudadanos en plataformas programáticas donde las diferentes dimensiones de lo público se agrupen y se traten coherentes. En este proceso, los partidos reducen las dimensiones de la decisión colectiva a una dimensión –izquierda a derecha–, facilitando que las decisiones colectivas sean transitivas, y, por tanto, estables. (Prieto, 2010, pág. 23).

Los Partidos Políticos generan una agrupación de ideas particulares para la creación de un pensar colectivo, el agrupar un conjunto de personas bajo unos mismos intereses hace que la participación social sea más efectiva, de ahí que su importancia para la democracia es clave, difundir mediante actos propagandísticos ideas sean de derecha, centro o izquierda no solo ayuda a la gente a identificarse sino dinamiza la participación política.

En la actualidad vivimos en una sociedad que día a día, trata de alejarse de la política, no porque esta sea mala, sino porque los partidos políticos han corrompido su importancia, partidos manchados de corrupción y delincuencia organiza, narco partidos y partidos de alquiler, la sociedad bajo su derecho de libre organización, puede adherirse o conformar cualquier partido o movimiento, pero en la actualidad en la cual muchos partidos son un peligro para la democracia, es de vital importancia empezar a crear partidos bajo el principio fundamental de proteger los derechos humanos y preservar la democracia, porque los partidos juegan el papel de ser los voceros de los ideales colectivos.

Ser militante de un partido político no es un pecado. Es un ejercicio de libertad, responsabilidad e identificación, que muchos ciudadanos realizan con un ferviente deseo de cambio social, político y económico. Tal es así que no puede existir democracia sin partidos políticos, es por ello, que en toda democracia avanzada aparece esta figura dentro de su ordenamiento jurídico. Los partidos políticos siguen siendo el canal principal que une a la participación política y a la ciudadanía en democracia. Aunque es verdad que dentro de una sociedad tan cambiante como la actual, es menester crear más mecanismo para una unión democrática, mientras eso suceda, los partidos políticos seguirán ocupando ese papel fundamental para preservar la democracia

En si los partidos políticos como organizaciones sociales son importantes dentro de la vida del estado porque: Defienden la Democracia, Velan por la protección de Derechos Humanos, Evitan que se vulnere a la Constitución de la Republica y Procuran representar las ideas e ideologías del pueblo en todo momento.

4.8.2. Partidos Políticos en el Ecuador

A lo largo de nuestra historia republicana han existido numerosos movimientos y partidos políticos, al principio de la república básicamente se dividían en dos grandes partidos, el Liberal y el partido conservador, los cuales tuvieron grandes rivalidades tanto civiles, políticas, religiosas y económicas en una recién formada Republica del Ecuador, estos dos partidos tuvieron grandes

exponentes dentro de sus filas, quienes jugaron un papel importante dentro de la historia del Ecuador, por un lado, el General Eloy Alfaro, y por otro el Doctor Gabriel García Moreno.

Entrado el Siglo XX, y siendo influenciada la política por diversas corrientes ideológicas aparecen en el Ecuador los partidos comunista y socialista, además desde los barrios populares de la ciudad de Guayaquil, nace el populismo de la mano de Carlos Guevara Moreno quien en 1949 funda el partido Concentración de Fuerzas Populares (CFP), partido que al igual que el Velasquismo, se adueñaron de la bandera del pueblo. Luego a mediados de la década de los 50's surge el Partido Social Cristiano en el cual su mayor exponente fue León Febres Cordero. Con el retorno a la democracia después de la dictadura de los setenta aparecieron otros partidos políticos como el PID (Izquierda Democrática) FRA (Frente Radical Alfarista) PDP (Democracia Popular), desde esa época hasta el día hoy se han creado varios partidos políticos como el PSP (Partido Sociedad Patriótica), PRE (Partido Roldosista Ecuatoriano), PRIAN (Partido Renovador Institucional Acción Nacional), marcando distintos puntos dentro de la historia del Ecuador. Para las elecciones del 2006 llega un hasta entonces no tan conocido Rafael Correa de ideología socialista gana las elecciones en segunda vuelta ante el derechista Álvaro Noboa, de la mano de un partido nuevo que se adueña de las banderas de las luchas sociales y le da esperanza a un pueblo que estaba cansado de los partidos de siempre y es así como el Alianza PAIS (La 35) se mantuvo en el poder cerca de quince años.

Los partidos políticos en el Ecuador han jugado un papel muy importante dentro de nuestras sociedades, marcando hitos históricos y a la par muchos escándalos de corrupción, en la actualidad vivimos una crisis de identidad política, las nuevas generaciones de adolescentes muestran cierto rechazo a la política y no es porque esta sea mala, sino porque vivimos en una sociedad infestada de inmoralismo político, en el cual los candidatos hoy aparecen apoyando un partido político y en las elecciones futuras están apoyando otro, la política en el Ecuador ha perdido su identidad ideológica y cada vez los partidos tradicionales van perdiendo credibilidad.

“CNE cerró registro de partidos con 276 agrupaciones inscritas” (El Comercio, 2022) para las elecciones seccionales de 2023 el número de partidos políticos inscritos denota una clara división de ideas dentro del electorado, muchos de estos partidos son de alquiler para políticos reciclados, otros muchos son “chimbadores” es decir que están de relleno en la política. Defender la democracia aceptando que los partidos políticos son el puente de unión entre el pueblo y el poder,

denota una profunda convicción ideológica, pero en el Ecuador esa convicción se ha perdido dentro de un mar de partidos políticos, que no nos unen como ciudadanía, sino más bien nos dividen desde un punto ideológico social. En Ecuador no es raro ver candidatos de izquierdas militando por partidos de derecha y viceversa. La profunda pérdida de identidad política por la que atravesamos como sociedad forma en las nuevas generaciones una postura de rechazo hacia la política por considerarla desleal a los principios de servicio.

4.9.Movimientos Políticos.

Un movimiento político es un grupo de individuos que comparten una visión o ideología política y que trabajan juntos para promover esa visión o ideología. Desde su etimología, la palabra "movimiento" se refiere a una acción o actividad que implica cambio o progreso. En el contexto político, el término "movimiento" implica una acción colectiva en la que los miembros trabajan juntos para lograr un objetivo político común. A lo largo de la historia, ha habido muchos movimientos políticos con diferentes ideologías y objetivos. Algunos movimientos políticos han sido pacíficos, mientras que otros han sido violentos. Algunos han buscado la igualdad social y económica, mientras que otros han buscado el poder político y el control del gobierno. Sin embargo, todos los movimientos políticos tienen en común la creencia de que la acción colectiva es necesaria para lograr un cambio político.

En términos de definiciones doctrinarias, los movimientos políticos se dividen generalmente en dos categorías: los movimientos progresistas y los movimientos conservadores. Los movimientos progresistas buscan el cambio social y político para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos, mientras que los movimientos conservadores buscan preservar las tradiciones y las instituciones existentes.

Dentro de los movimientos progresistas, hay una serie de ideologías y perspectivas diferentes. Algunos movimientos progresistas buscan la igualdad social y económica a través de políticas de redistribución de la riqueza y la creación de un Estado de bienestar fuerte. Otros movimientos progresistas se centran en la protección del medio ambiente y la promoción de políticas ecológicas. Algunos movimientos progresistas luchan por los derechos de los trabajadores y la justicia laboral, mientras que otros buscan la igualdad de género y la protección de los derechos de las minorías.

Los movimientos conservadores también se dividen en diferentes categorías. Algunos movimientos conservadores buscan preservar las tradiciones y las instituciones existentes, mientras que otros buscan promover políticas económicas y fiscales conservadoras. Algunos movimientos conservadores se centran en la promoción de los valores familiares y la defensa de la vida y la libertad religiosa, mientras que otros buscan proteger los derechos de los propietarios y las empresas.

En última instancia, lo que define a un movimiento político es su capacidad para movilizar a las personas en torno a una causa común. Los movimientos políticos exitosos tienen la capacidad de inspirar y movilizar a las personas para que se unan y trabajen juntas para lograr un objetivo común. Esto puede implicar la organización de protestas pacíficas, la creación de grupos de presión para influir en las políticas gubernamentales, la creación de partidos políticos o incluso la participación en elecciones para obtener el poder político.

En resumen, un movimiento político es un grupo de individuos que comparten una visión o ideología política y trabajan juntos para promover esa visión o ideología. Los movimientos políticos pueden ser progresistas o conservadores, y pueden tener una variedad de objetivos políticos y sociales. Sin embargo, todos los movimientos políticos tienen en común la creencia en la acción colectiva y la capacidad.

En los últimos años, el Ecuador ha experimentado una gran agitación política, con una serie de movimientos y cambios significativos en el panorama político del país. Uno de los movimientos políticos más destacados en el Ecuador es la Revolución Ciudadana, liderada por el expresidente Rafael Correa. La Revolución Ciudadana se ha enfocado en una agenda progresista, con una mayor inversión en educación y salud, así como una mayor protección del medio ambiente y una lucha contra la corrupción.

Sin embargo, en los últimos años, ha surgido un movimiento político opuesto a la Revolución Ciudadana, conocido como la "nueva derecha". La nueva derecha ha sido liderada por el ex presidente de la república Lenin Moreno, quien ha buscado implementar políticas más conservadoras y neoliberales, enfocadas en la reducción del déficit fiscal y la promoción del sector privado. Además, hay otros movimientos políticos en el Ecuador que buscan representar a grupos específicos, como los indígenas y las mujeres. El movimiento indígena ha sido particularmente

influyente en el país, y ha logrado importantes victorias en términos de derechos y reconocimiento cultural.

En resumen, los movimientos políticos en el Ecuador son variados y complejos, reflejando la diversidad de la sociedad ecuatoriana y las diferentes visiones sobre el futuro del país. A medida que el Ecuador sigue enfrentando desafíos económicos y políticos, es probable que continúen emergiendo nuevos movimientos y líderes políticos en busca de soluciones innovadoras.

4.10. Diferencia entre Partido Político y Movimiento Político.

Un movimiento político y un partido político son dos formas de organización política que tienen objetivos y características diferentes. Aunque ambos buscan alcanzar cambios en el sistema político, su estructura y forma de operar pueden ser muy diferentes. En este texto, exploraremos en detalle las diferencias entre un movimiento político y un partido político.

Un movimiento político es un grupo de personas que se organizan para luchar por un cambio político o social específico. Los movimientos políticos pueden surgir espontáneamente o ser impulsados por líderes carismáticos que buscan movilizar a la gente hacia una causa común. Estos movimientos a menudo se organizan alrededor de un tema específico, como la igualdad de derechos, la protección del medio ambiente, la justicia social, la defensa de los derechos humanos, la lucha contra la corrupción, entre otros.

La estructura de un movimiento político suele ser flexible, y su objetivo principal es movilizar a la gente para generar un cambio en la opinión pública. La mayoría de los movimientos políticos tienen líderes que ayudan a coordinar las actividades del grupo y a fomentar la participación de los miembros. A menudo, los movimientos políticos también cuentan con una estrategia de comunicación bien definida para difundir su mensaje y atraer a nuevos miembros.

Por otro lado, un partido político es una organización formal que busca obtener el poder político a través de elecciones y de la participación en el gobierno. A diferencia de los movimientos políticos, los partidos políticos tienen una estructura jerárquica clara y establecida, que incluye líderes, estatutos y estructuras organizativas bien definidas. Los partidos políticos buscan obtener el apoyo de los votantes a través de elecciones y su principal objetivo es obtener el poder político para implementar su programa político.

Los partidos políticos también tienen un programa político definido que detalla su visión y objetivos para el país. Este programa es el resultado de un proceso de discusión interna y consulta con sus miembros y simpatizantes. Los partidos políticos también tienen una estrategia de comunicación clara para difundir su mensaje y movilizar a los votantes. Una de las principales diferencias entre los movimientos políticos y los partidos políticos es su relación con el poder. Mientras que los movimientos políticos no buscan necesariamente el poder político, los partidos políticos buscan obtener el poder para poder implementar su programa político. Los movimientos políticos pueden ser críticos con el sistema político y con los partidos políticos establecidos, mientras que los partidos políticos forman parte del sistema político y buscan influir en él.

Otra diferencia importante es la forma en que operan en la sociedad. Los movimientos políticos suelen estar compuestos por personas que se movilizan en torno a un tema específico, pero que no necesariamente comparten una ideología o programa político común. Los partidos políticos, en cambio, buscan construir una base de apoyo ideológico que les permita tener una presencia constante en la sociedad. Finalmente, otra diferencia entre los movimientos políticos y los partidos políticos es su relación con la sociedad civil. Los movimientos políticos suelen estar más conectados con las organizaciones de la sociedad civil y con los movimientos sociales, mientras que los partidos políticos a menudo tienen una relación más formal con las instituciones políticas y con los gobiernos.

Es importante destacar que estas diferencias no son necesariamente excluyentes y que existen casos en los que un movimiento político se transforma en un partido político o en el que un partido político surge a partir de un movimiento político. Sin embargo, entender las diferencias entre estas dos formas de organización política puede ayudar a comprender mejor el panorama político y social de un país.

Dentro de nuestra legislación ecuatoriana, la diferencia entre un partido político y un movimiento político radica principalmente en el carácter permanente el cual tienen los partidos políticos, mientras tanto los movimientos políticos son asociaciones temporales que nacen a raíz de las diferentes coyunturas políticas por las que atraviese la política nacional, los cuales pueden o no tener la intención de consolidarse como partidos políticos.

4.11. Derecho al voto en el Ecuador.

El origen del derecho al voto en el Ecuador se remonta a los primeros intentos de establecer un sistema democrático representativo. Durante el siglo XIX, tras la independencia de España, se iniciaron los debates sobre la participación ciudadana en los asuntos políticos. Sin embargo, en ese momento, el acceso al voto estaba limitado a una élite reducida y privilegiada. La mayoría de la población, incluyendo a las mujeres, los indígenas y los afrodescendientes, no tenían derecho a ejercer su voto. Fue en el siglo XX cuando se comenzaron a dar pasos significativos hacia la ampliación del derecho al voto en el Ecuador. En 1929, se promulgó una nueva Constitución que estableció la igualdad de derechos políticos para todos los ciudadanos mayores de 21 años. Esto representó un avance importante en la inclusión y la democratización del sistema electoral.

A lo largo de las décadas siguientes, el derecho al voto en el Ecuador ha experimentado transformaciones significativas. Durante el período conocido como la "Revolución Juliana" (1944-1947), se implementaron reformas políticas que ampliaron la participación ciudadana y garantizaron el sufragio universal. Esto permitió que un mayor número de personas ejerciera su derecho al voto, fortaleciendo así la legitimidad y representatividad del sistema democrático. Sin embargo, no podemos obviar los desafíos y obstáculos que aún existen en la actualidad en relación al derecho al voto. A pesar de los avances logrados, persisten brechas y desigualdades que limitan la plena participación de ciertos grupos de la sociedad. Las mujeres, los jóvenes y las comunidades indígenas y afrodescendientes todavía enfrentan barreras para ejercer su derecho al voto de manera equitativa y significativa.

Es importante destacar que la legislación electoral en el Ecuador ha evolucionado para promover una mayor participación y transparencia en los procesos electorales. Se han implementado mecanismos como el voto electrónico y la implementación de observadores internacionales para garantizar la integridad y la legitimidad de las elecciones. Además, es necesario resaltar momentos importantes en la historia reciente del derecho al voto en el Ecuador. El referéndum y consulta popular de 2018 fue un hito significativo, en el que los ciudadanos tuvieron la oportunidad de expresar su opinión y tomar decisiones sobre asuntos clave para el país. Este ejercicio democrático fortaleció la participación ciudadana y reafirmó la importancia del voto como herramienta de expresión y cambio.

En la Constitución de la Republica del Ecuador el voto está contemplado en El Título II (Derechos) Capítulo Quinto (Derecho de Participación) en el artículo 62 el cual señala:

Las personas en goce de derechos políticos tienen derecho al voto universal, igual, directo, secreto y escrutado públicamente, de conformidad con las siguientes disposiciones: 1. El voto será obligatorio para las personas mayores de dieciocho años. Ejercerán su derecho al voto las personas privadas de libertad sin sentencia condenatoria ejecutoriada. 2. El voto será facultativo para las personas entre dieciséis y dieciocho años de edad, las mayores de sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad (Constitución Política del Ecuador, 2021, pág. 25)

El Artículo 62 de la Constitución de la Republica del Ecuador hace referencia al derecho al voto en Ecuador y establece las disposiciones relacionadas con el ejercicio de este derecho. A continuación, realizaré un análisis jurídico de dicho artículo:

- **Universalidad del voto:** El artículo establece que todas las personas en goce de derechos políticos tienen el derecho al voto. Esto implica que todas las personas que cumplen con los requisitos establecidos por la ley tienen la posibilidad de ejercer su derecho al voto, sin discriminación por motivos de raza, género, religión u otras características personales.
- **Igualdad del voto:** El voto debe ser igual para todos los ciudadanos. Esto significa que cada voto tiene el mismo peso y valor, sin importar la condición o posición social de la persona que lo emite. No debe existir ningún tipo de privilegio o discriminación que afecte la igualdad en el ejercicio del voto.
- **Carácter directo del voto:** El voto debe ser emitido directamente por el ciudadano, sin intermediarios ni representantes. Esto asegura que la voluntad del elector se refleje de manera directa en el proceso electoral, sin distorsiones o manipulaciones indebidas.
- **Secreto del voto:** El voto debe mantenerse en secreto, lo que implica que no se debe revelar públicamente la opción elegida por el votante. Esta garantía busca proteger la libertad y la privacidad del elector, evitando cualquier tipo de coerción o represalia por su elección política.

- Escrutinio público del voto: Aunque el voto es secreto, el escrutinio, es decir, el conteo y la verificación de los votos, debe ser público. Esto implica que el proceso de escrutinio debe ser transparente y accesible a los ciudadanos, de modo que puedan verificar la autenticidad y la integridad del proceso electoral.

En cuanto a las disposiciones específicas del ejercicio del voto, el artículo establece las siguientes reglas:

- Obligatoriedad del voto para las personas mayores de dieciocho años, lo que implica que estas personas tienen la obligación legal de ejercer su derecho al voto. Sin embargo, existe una excepción para las personas privadas de libertad que aún no han sido condenadas de manera definitiva.
- Facultatividad del voto para ciertos grupos de personas, como los jóvenes entre dieciséis y dieciocho años, las personas mayores de sesenta y cinco años, los ecuatorianos en el extranjero, los miembros de las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional, y las personas con discapacidad. Esto significa que estas personas tienen la opción de ejercer su derecho al voto, pero no están obligadas a hacerlo.

4.12. La Decisión Política:

Las decisiones políticas abarcan una amplia gama de acciones y medidas políticas, programas gubernamentales, presupuestos y votos electorales. Se han investigado diversos aspectos relacionados con estas decisiones, como los procesos electorales, las votaciones parlamentarias, el proceso legislativo de leyes específicas, los votos de los jueces, las decisiones clave de los estadistas, el papel de los grupos de presión y la opinión pública.

Varios autores han analizado las decisiones políticas desde diferentes perspectivas. Por ejemplo, Simón (1978) señaló que *“la racionalidad siempre tiene límites”* y, por lo tanto, las decisiones nunca son óptimas sino satisfactorias. Snyder (1980) introdujo *“los niveles psicológicos y sociológicos de los individuos y grupos que toman decisiones”*. Mientras que Lasswell (1948) identificó siete etapas de la toma de decisiones basándose en su investigación en *“procesos judiciales”*, mientras que Downs (1957) examinó las decisiones electorales desde la *“perspectiva del comportamiento económico”*.

Aunque no existen resultados teóricos que puedan ser verificados empíricamente, se han identificado algunas características generales del proceso de toma de decisiones políticas. Por ejemplo:

- a. **La disponibilidad de información influye en gran medida en el carácter de la decisión.** Cuando la información es limitada y hay plazos fijos para decidir, los criterios evaluativos suelen ser más importantes que los criterios empíricos u objetivos. En estas situaciones, las organizaciones se guían por sus valores fundamentales y los electores confían en los partidos con los que tienen vínculos duraderos en lugar de basarse en las personalidades o promesas de los candidatos.
- b. **Las decisiones pueden variar según su alcance.** Por ejemplo, una decisión relacionada con problemas nacionales puede no ser congruente con una decisión sobre problemas internacionales, a pesar de que ambos se refieran al mismo tema y puedan aplicarse criterios similares. Por lo tanto, es importante definir cuidadosamente las posiciones políticas y los mensajes durante las campañas.
- c. **Las decisiones bajo presión suelen ser transaccionales o una versión ambigua de opciones que antes eran claras y coherentes.** Los electores sometidos a presiones religiosas, familiares, partidistas, gubernamentales o de grupos de interés pueden abstenerse de votar o dividir su voto entre varios candidatos para evitar conflictos. Lo mismo ocurre en las decisiones de comités o grupos.

Las decisiones políticas se expresan mediante acciones y medidas políticas, programas gubernamentales y presupuestos, así como a través de votos durante las elecciones. Estudiar este proceso implica comprender los procesos electorales, las votaciones parlamentarias, el proceso legislativo de leyes específicas, los votos de los jueces, las decisiones cruciales de los estadistas, el papel de los grupos de presión y la opinión pública, entre otros aspectos.

En Ecuador, al igual que en otros lugares, se han planteado diferentes enfoques sobre cómo se toman las decisiones políticas. Se ha reconocido que la racionalidad en la toma de decisiones tiene sus limitaciones, lo que lleva a concluir que las decisiones políticas rara vez son perfectas, sino más bien satisfactorias. Además, se ha observado que las decisiones políticas son influenciadas tanto por factores psicológicos como sociológicos de los individuos y grupos que las toman. También se ha identificado un proceso de siete etapas en la toma de decisiones políticas, basado

en investigaciones sobre procesos judiciales. Por otro lado, se ha considerado que las decisiones electorales se pueden analizar desde la perspectiva del comportamiento económico.

En el contexto ecuatoriano, es importante tener en cuenta algunas características generales del proceso de toma de decisiones políticas. La disponibilidad de información desempeña un papel crucial en la naturaleza de la decisión. Cuando la información es limitada y hay un plazo fijo para decidir, los criterios evaluativos suelen ser más relevantes que los criterios empíricos u objetivos. En estas circunstancias, las organizaciones políticas se basan en sus valores fundamentales, y los electores confían en los partidos políticos con los que tienen vínculos duraderos, en lugar de centrarse en las personalidades o promesas de los candidatos.

Además, es necesario tener en cuenta que las decisiones políticas pueden variar en función de su dimensión. Es decir, una decisión sobre problemas nacionales puede no ser congruente con una decisión relacionada con problemas internacionales, a pesar de que ambos temas puedan aplicar criterios similares. Esto implica la necesidad de definir cuidadosamente las posiciones políticas y los mensajes durante las campañas electorales.

Dentro de la realidad ecuatoriana, las decisiones políticas a menudo se ven influenciadas por presiones y circunstancias particulares. Por ejemplo, la presión religiosa, familiar, partidista, gubernamental o de grupos de interés puede llevar a los electores a abstenerse de votar o a dividir su voto entre varios candidatos, con el objetivo de evitar conflictos. Asimismo, la incertidumbre, el riesgo, la rutina y la falta de planificación son variables que afectan el proceso de toma de decisiones políticas. Por ejemplo, la percepción de un candidato como el probable ganador puede influir en la decisión de votar a su favor, conocido como el "efecto bandwagon". De manera similar, la percepción de una competencia cerrada puede motivar a los electores a participar en el proceso electoral.

Es importante destacar que, en Ecuador, todas las decisiones políticas se toman dentro de un contexto organizacional. Por lo tanto, las características de las organizaciones políticas también influyen en el proceso de toma de decisiones. Además, las decisiones electorales se ven afectadas por la legislación, los sistemas electorales y los partidos políticos.

En cuanto a las técnicas utilizadas para el estudio de la toma de decisiones políticas, las encuestas, en particular los paneles aplicados periódicamente a una muestra durante todo el proceso electoral y en elecciones posteriores, han demostrado ser una herramienta valiosa en Ecuador.

En resumen, el análisis de la toma de decisiones políticas desde una perspectiva jurídica en Ecuador revela la importancia de factores como la disponibilidad de información, la influencia de las características organizacionales, las presiones y circunstancias específicas, y la aplicación de técnicas de encuestas. Comprender y evaluar estos aspectos nos permite tener una visión más clara de cómo se toman las decisiones políticas en nuestro país y cómo pueden impactar en la vida democrática y el sistema jurídico.

4.13. Campaña Electoral

Las campañas electorales son el conjunto de acciones que realiza un político con la finalidad de influir en la toma de decisiones de un grupo social, estas ideas son defendidas y apoyadas desde distintos escenarios dentro de una contienda electoral. (Lazardsfeld y otros, 2016) definen la campaña política como “el proceso de planificar y ejecutar actividades con la intención de ganar votos.” (pág. 372). La campaña electoral es un elemento indispensable dentro de la democracia permitiendo el desarrollo de la contienda electoral. Permite que los movimientos políticos difundan sus ideas y planes de trabajo, los cuales serán analizados por el electorado, garantizando la transparencia de los procesos electorales.

Los partidos políticos y candidatos se enfrentan día a día a diversos cambios sociales, políticos, y modernización tecnológica del estado, por lo que les resulta indispensable una constante innovación de ideas, métodos y estrategias políticas, para satisfacer las necesidades e intereses sociales. Fara citada por (García, 2004) menciona que:

“Una campaña es una gran batalla de comunicación en la que fundamentalmente se trata de construir una diferencia a nuestro favor en la percepción del electorado, llevar a discusión al campo que más nos favorece, a los temas, a los escenarios y a los estilos es lo que podemos salir ganando.” (pág. 8).

Las campañas políticas deben responder a las necesidades y demandas de los ciudadanos. La finalidad de la campaña electoral es que el mensaje político llegue de manera masiva a toda la población, clase baja, media y alta, por lo que el mensaje debe considerar las diferencias sociales

y las necesidades que tiene los diferentes grupos y a partir de la determinación de estas necesidades generar mecanismos para cumplir las expectativas del electorado.

Las campañas electorales requieren el esfuerzo competitivo de los candidatos o partidos políticos para garantizar la mayor cantidad de apoyo ciudadano en las urnas. La campaña electoral es el proceso por el cual las organizaciones políticas buscan maximizar el rendimiento electoral. Los Candidatos a elección popular recurren a diversas estrategias con la finalidad de atraer votantes, concentraciones, ruedas de prensa, mítines, caravanas y visitas puerta a puerta. Una campaña electoral busca ante todo reforzar sus argumentos y mensajes para convencer al electorado indeciso y buscar atraer a los votantes del otro candidato.

Los ciudadanos nos encontramos frente a una nueva forma de hacer política, durante las campañas electorales los políticos buscan el involucramiento de las partes dentro de las concentraciones donde exponen sus necesidades y requerimientos a los candidatos.

Los candidatos hacen uso del marketing político y buscan convencer al electorado para que voten por ellos o por su partido. Los políticos usan la campaña electoral como estrategia política generando una comunicación creativa, persuasiva y continua. Dentro de los procesos electorales el uso de la campaña política es indispensable dentro del ambiente electoral. Generar espacios de dialogo es una estrategia muy utilizada por los políticos para armar las propuestas de campaña, ya que la mejor forma de conocer lo que necesita la ciudadanía es preguntarle directamente al pueblo.

La campaña política siempre necesita un buen direccionamiento, un jefe de campaña es de vital importancia para lograr este objetivo, alguien encargado de desarrollar las actividades y de manejar la agenda política del candidato o partido. Estructuralmente llevar una campaña, es enfocarla en distintos ejes sociales, como veníamos tratando el tema. Comprender las necesidades es la clave para el éxito de una buena campaña política. “Las tareas de esta dirección son: fijar las orientaciones estratégicas de la campaña, coordinar las acciones de todos los organismos que participan en ella y controlar el desarrollo del plan de campaña.” (Adenauer, 2006, pág. 55)

Asi también, podemos mencionar que, las campañas políticas están determinadas por la legislación de cada país, lo que coloca a los candidatos en iguales condiciones unos con otros, regidos bajo unas mismas normas, reglamentos y posibilidades, dándoles la libertad de que usen

diversos medios para conseguir el apoyo popular, pero siempre con ética y respetando la campaña del adversario.

Al final la campaña es la forma de difusión de las ideas, pero el que tiene la última palabra sobre su voto es el elector, su decisión es el producto de un conjunto de ideas, valores, identificación ideológica, creencias y actitudes hacia el candidato. Un elector se identifica con el candidato que él considere que responderá de mejor manera sus necesidades particulares y colectivas.

4.14. Campaña Electoral en Redes Sociales.

Las redes sociales dentro del desarrollo político actual se han convertido paulatinamente en herramientas de comunicación político social en todo el mundo. El Ecuador no es ajeno a este desarrollo, pues desde las elecciones presidenciales del 2013, estos nuevos medios de comunicación han ido tomando protagonismo en las distintas contiendas electorales tanto a nivel nacional como seccional. En campaña electoral, las redes sociales son importantes medios de difusión que ayudan a los actores políticos, para convocar a eventos de todo tipo, como también son una importante plataforma para incentivar el debate horizontal entre candidatos y simpatizantes. Por estas y otras razones es importante analizar como las redes sociales influyen de forma activa dentro de las campañas electorales.

En la actualidad, las redes sociales han dejado de ser meros espacios de entretenimiento y ocio para convertirse en un medio de comunicación sumamente relevante, especialmente para un gran número de ciudadanos jóvenes y mayores. Este fenómeno ha llamado la atención de candidatos, partidos políticos y movimientos de diferentes tendencias, quienes han encontrado en las redes sociales un nicho electoral importante y por ello, se han volcado a aprovechar al máximo su potencial durante las campañas políticas. De hecho, hoy en día una buena parte de las contiendas electorales se desarrollan en las redes sociales.

La campaña electoral en las redes sociales ha cambiado el panorama político en todo el mundo. En comparación con los métodos tradicionales de publicidad y marketing político, las redes sociales ofrecen a los candidatos la oportunidad de llegar a una audiencia mucho más amplia y diversa a un costo relativamente bajo. Sin embargo, esta nueva forma de hacer campaña también plantea una serie de desafíos legales y éticos que deben abordarse.

Una de las principales preocupaciones en la campaña electoral en las redes sociales es la transparencia. A medida que los anuncios políticos se vuelven cada vez más sofisticados, se vuelve más difícil para los reguladores electorales rastrear su financiamiento y origen. En respuesta a esta preocupación, algunos países han promulgado leyes que exigen a los sitios web de redes sociales que revelen información sobre la publicidad política que se muestra a los usuarios. Estas leyes también pueden establecer registros de transparencia para los anunciantes políticos y una obligación de los sitios web de mantener un archivo de anuncios políticos durante un año.

Otro tema importante en la campaña electoral en las redes sociales es la regulación de la publicidad política en línea. En muchos países, los reguladores electorales han intentado abordar este problema mediante la exigencia de que los anuncios políticos en línea revelen su financiación y origen. Facebook, por ejemplo, ha anunciado que verificará la identidad y la ubicación de quienes compran anuncios políticos en su plataforma en los Estados Unidos.

Además de la regulación, también ha surgido un debate sobre si las redes sociales deberían tener la responsabilidad de moderar los contenidos políticos en línea. El discurso de odio y la desinformación en línea pueden influir en la opinión pública, lo que puede tener un impacto en los resultados de las elecciones. Las empresas de tecnología han sido criticadas por no tomar medidas suficientes para combatir la desinformación y el discurso de odio en línea.

La moderación del contenido político en línea también es un tema delicado, y se debate si las empresas de tecnología deberían ser responsables de regular el discurso político en línea. Mientras que la libertad de expresión es un derecho fundamental, la desinformación y el discurso de odio pueden tener consecuencias graves en la sociedad y en el proceso democrático. Por tanto, la moderación del contenido político en línea debe ser abordada con precaución y en un equilibrio entre la protección de la libertad de expresión y la protección contra los daños potenciales.

Además, la campaña electoral en las redes sociales también plantea la preocupación de la privacidad de los datos. Las plataformas de redes sociales recopilan una gran cantidad de información personal sobre sus usuarios, lo que puede ser utilizado para dirigir la publicidad política y las campañas de influencia en línea. Por tanto, es necesario un marco legal que proteja la privacidad de los datos de los usuarios y que establezca límites claros en el uso de datos en las campañas políticas en línea.

La campaña electoral en las redes sociales es una nueva forma de hacer política que ofrece oportunidades sin precedentes, pero también plantea desafíos legales y éticos que deben ser abordados. La transparencia, la regulación de la publicidad política en línea, la moderación del contenido político en línea y la privacidad de los datos son temas fundamentales que deben ser abordados para garantizar la integridad de las elecciones y la confianza en el sistema democrático. (Castells M., 2015).

Los reguladores electorales deben trabajar en conjunto con las empresas de tecnología para encontrar soluciones que equilibren la protección de los derechos fundamentales con la protección contra los daños potenciales en la sociedad y en el proceso democrático.

4.15. Marketing Político

El marketing político es la corriente orientada al estudio de los procesos de intercambio entre la sociedad y los grupos políticos, aplicando estrategias para llegar a la sociedad mediante el cumplimiento de necesidades. Al marketing político se lo define como: “El conjunto de conceptos, actividades, técnicas, apoyos y soportes sistematizados y ordenados que facilitan las transacciones, de manera que puedan utilizarse para conocer y satisfacer necesidades, deseos, gustos e intereses de los consumidores” (Lerma y otros, 2016)

Se puede decir entonces que el marketing se ha convertido en una forma de vincular a la sociedad con los organismos e instituciones con la finalidad de comunicar, persuadir, informar y generar utilidades. Sirve para coordinar esfuerzos en torno a mensajes e información política que permite a los oferentes tener un gran panorama para conseguir un bien o producto. El marketing en política no tiene otro fin que no sea informar sobre los procesos electorales, desde un punto de vista comercial, el vender un producto o servicio de la mejor manera y al tratarse de política es vender las ideas o imagen de un político u organización política de la mejor manera tomando en cuenta la información recabada en el campo es decir de las ideas sociales y las necesidades de la población.

La mayoría de las organizaciones políticas usan distintas técnicas y herramientas de marketing para lograr satisfacer las necesidades del electorado. Para ello, usan diversas técnicas de recolección de información y de investigación de mercado, segmentando a la población para definir el nicho que se explotará, en política, marketing siempre se centra en los sectores populares de una población, las personas pobres y la clase trabajadora, porque el gobierno espera escucharlos, son ellos un gran porcentaje de la población y por eso el marketing centra sus herramientas de difusión.

El marketing político se originó en la mitad del siglo XX, y como refiere Martín Salgado: Este se usó por primera vez en el año 1952, en los Estados Unidos cuando el candidato republicano Eisenhower y el candidato demócrata Stevenson contemplaron un presupuesto específico para la comunicación política y propaganda política, utilizando así a la televisión para difusión de anuncios políticos, publicidad vía correo, y la aplicación de encuestas de opinión (Martín Salgado, 2002, pág.48)

Desde que se aplicaron esas medidas de difusión los nuevos políticos tuvieron que empezar a manejar y desarrollar nuevas técnicas y estrategias, para adaptar su campaña política a las nuevas tendencias, con el objetivo claro de alcanzar las metas planteadas en su plan de gobierno. El nacimiento del marketing obligo a los políticos tradicionales a desarrollar y diseñar nuevas estrategias de difusión de información, con la finalidad de ser más atractivos para el electorado. En si el marketing busca votantes, por esta razón el mensaje no debe ser confuso sino más bien sencillo y básico, pero con la suficiente intensidad para quedarse grabado en el subconsciente del electorado. Para Gonzales:

La Comunicación Política y el Marketing Político se encargan de analizar el comportamiento de los individuos en jornadas políticas, se estudia la conducta antes o después de que hayan profesado su voto, las motivaciones y el porqué de su voto en los comicios electorales, teniendo una perspectiva diferente de lo que piensa y siente las personas con el desarrollo de las campañas o procesos políticos, de igual forma, se conoce que imagen tienen del candidato, del partido político, lo que servirá para futuros procesos electorales. (Gonzales, 1981, pág. 30).

Es decir, el marketing político también analiza y estudia el comportamiento del electorado después de las elecciones para recabar información para futuras campañas políticas.

Miguel Túñez y José Sixto, en su artículo titulado “redes sociales, política y compromiso 2.0” postulan que han realizado:

“...un seguimiento de los 350 diputados del Congreso de España en Facebook, la red social de mayor audiencia del país, con el objetivo de constatar las presencias y su tipología, frecuencias de actualización, contenidos, recursos utilizados y tipo de información difundida” (Túñez & Sixto, 2011, pág. 1)

Este estudio lo realizan en la red social con más usuarios en el país, y esta es Facebook, en la actualidad es casi inexistente la persona que no cuenta con un perfil social en alguna red social, la migración de la política desde los escenarios y tarimas directo a distintas redes sociales denota la profunda evolución por la que atraviesa la política.

4.16. Comunicación Política.

La comunicación política tiene como antecedente la construcción de un discurso político el cual contiene una serie de elementos ideológicos que tienen como objeto influenciar sobre el pensamiento colectivo, para proyectar las ideas de un proyecto político que busca cambiar el perfeccionar o cambiar el estado constitucional. “La comunicación política se puede denominar como aquellos procesos de comunicación en los que el contenido del mensaje es político.” (Costa, 2005, pág. 119).

La definición que nos da Costa nos abre un amplio panorama de análisis, actualmente vivimos en una sociedad con un gran apego a las redes sociales. La comunicación política en este tiempo tecnológico nos ha demostrado que puede influenciar sobre las masas. Construimos modelos sociales a partir de la comunicación, el ser humano por naturaleza es comunicativo, busca estar informado en el menor tiempo posible con la mayor veracidad. Migrar la comunicación política hacia las redes sociales a generado nuevos espacios de dialogo. Medios tradicionales como TV y radio están en el olvido porque los jóvenes ven más factible tener un dispositivo electrónico para conectarse a internet.

Comunicarnos, estar al pendiente de las redes sociales y sobre todo disfrutar de contenido multimedia, nos resulta muy cómodo y placentero, pero dentro de estas redes existen algoritmos que van recopilando nuestros gustos y preferencias, lo que nos gusta y lo que nos disgusta, es por ello que si somos simpatizantes de izquierdas nos van aparecer varias publicidades sobre candidatos de izquierdas, o aún más fácil si entras a YouTube y buscas lavavajillas, luego el algoritmo nos mostrara un sin número de publicidad relacionada con lavavajillas, la redes almacenan nuestros gustos, saben lo que vemos, lo que escuchamos y lo que escribimos, y aquella base de datos que recolecta nuestra información es puesta al servicio de la política, es por ello que la comunicación se vuelve más tecnificada y sobre todo más sencilla. Un mensaje exagerado no llama la atención, pero algo más sencillo captura el subconsciente del electorado. La comunicación

política no busca expresar mensajes excesivamente extensos sino llegar a la comunidad con mensajes cortos y bien elaborados.

4.17. Periodismo Político.

Adentrándonos en el vasto mundo del periodismo, nos encontramos con el profundo surgimiento del periodismo político, una disciplina nacida del insaciable deseo de difundir y analizar los eventos políticos y gubernamentales que reverberan en el tejido mismo de la sociedad. A lo largo de los anales de la historia, numerosas luminarias se han acercado fervientemente al origen y progreso de esta distinguida forma de periodismo, ofreciendo cautivadoras perspectivas que iluminan la trayectoria de su crecimiento.

En la antigüedad, en medio de los ecos de la antigua Grecia, donde la ciudadanía ilustrada buscaba fervientemente la iluminación, las raíces del periodismo político comenzaron a entrelazarse con la esencia misma del discurso democrático. Fue dentro de los sagrados corredores de esta era que los ciudadanos clamaron por desentrañar la intrincada trama de decisiones y hechos tejidos por sus líderes políticos. Así, se sembraron las semillas incipientes del periodismo político, anunciando el amanecer de una era en la que las mentes inquisitivas ansiaban conocimiento y buscaban dar forma al panorama político a través de su nueva conciencia.

Al mismo tiempo, Tocqueville, un sabio de profunda perspicacia, resaltó la importancia de una prensa política enérgica en su obra maestra, "Democracia in América". En sus páginas, subrayó agudamente el papel indispensable desempeñado por un periodismo político robusto en la salvaguardia del tejido democrático, garantizando su funcionamiento fluido. Según Tocqueville, una prensa vigilante y enérgica se convierte en la columna vertebral que no solo informa a la ciudadanía, sino que también la impulsa a participar activamente en el proceso democrático, preservando el delicado equilibrio entre el poder y la rendición de cuentas.

A medida que el siglo XX desplegaba su vibrante tapiz, el periodismo político se encontraba inmerso en mareas transformadoras, impulsadas por los avances tecnológicos. La llegada de la radio, la televisión y la revolución de Internet y las plataformas de redes sociales abrieron las puertas a una era de difusión de información sin igual y una participación interactiva entre ciudadanos y actores políticos. Esta metamorfosis catapultó al periodismo político a la vanguardia, dotándolo del poder de forjar nuevos horizontes y superar las limitaciones del tiempo y el espacio.

La influencia ejercida por el periodismo político en el intrincado tapiz de la sociedad es innegable. Mediante una cobertura diligente de los acontecimientos políticos, brinda a la ciudadanía las herramientas esenciales necesarias para descifrar los engranajes intrincados de la gobernanza, evaluar la valía de los líderes políticos y participar activamente en la configuración de su destino compartido. Además, el periodismo político asume un papel indomable como guardián, en pie de guerra contra el avance del poder, destapando escándalos y erigiéndose como defensor frente al espectro de una autoridad desenfrenada.

Sin embargo, la trayectoria del periodismo político no ha estado exenta de desafíos. El influjo omnipresente de intereses corporativos, los peligros de la polarización y el espectro insidioso de la desinformación han forjado obstáculos formidables en la búsqueda de una cobertura política objetiva y precisa. Frente a estos desafíos, los periodistas políticos deben navegar por aguas traicioneras, con su compromiso inquebrantable con la verdad y la rendición de cuentas como brújula guía.

El periodismo político ha evolucionado desde sus orígenes en la antigua Grecia hasta convertirse en una disciplina crucial en la sociedad contemporánea. Su capacidad para informar, analizar y ofrecer una perspectiva crítica se entrelaza con el discurso democrático, empoderando a la ciudadanía y preservando los fundamentos de una sociedad libre y transparente. A medida que enfrenta los desafíos del presente, el periodismo político persiste, un faro resplandeciente en el horizonte, llamando a la acción y recordando a la sociedad que la búsqueda incansable de la verdad es el motor que impulsa la marcha hacia un futuro más iluminado.

4.17.1. Periodismo Político en el Ecuador.

El periodismo político en Ecuador tiene sus raíces en los albores de nuestra independencia, cuando el clamor de libertad y justicia resonaba en los corazones de los ecuatorianos. Fue en ese momento crucial de nuestra historia cuando los primeros periódicos políticos comenzaron a emerger, convirtiéndose en la voz de la incipiente nación. Estas publicaciones, con su pluma vibrante y valiente, se convirtieron en heraldos de la verdad, llevando consigo la llama del cambio y la esperanza de un futuro mejor.

A medida que Ecuador se consolidaba como una nación joven y vibrante, el periodismo político se arraigaba cada vez más en el tejido de nuestra sociedad. Los periodistas políticos se convirtieron en actores clave en el escenario político, desempeñando un papel fundamental en la

formación de la opinión pública y la vigilancia de nuestros líderes. Fue en este contexto que surgieron figuras emblemáticas como Juan Montalvo, quien con su pluma incisiva y valiente se convirtió en un referente de la lucha por la justicia y la libertad.

Sin embargo, no todo ha sido un camino fácil para el periodismo político en Ecuador. Durante ciertos períodos de nuestra historia, nos enfrentamos a desafíos considerables que amenazaron la libertad de expresión y el ejercicio pleno del periodismo político. La censura y la represión se convirtieron en obstáculos formidables en nuestra búsqueda por informar y analizar los eventos políticos que impactan en nuestra sociedad.

Afortunadamente, hemos superado muchas de estas dificultades y hemos visto un resurgimiento del periodismo político en Ecuador. Con el advenimiento de nuevas tecnologías y el acceso masivo a internet, el panorama ha cambiado significativamente. Las redes sociales y los medios digitales han brindado una plataforma sin precedentes para el intercambio de ideas y la difusión de información política. Ahora, más que nunca, los periodistas políticos tienen la oportunidad de alcanzar audiencias más amplias y profundizar en los temas que le apasionan a la ciudadanía.

En el presente, el periodismo político en Ecuador se encuentra en un momento crucial de su evolución. Nos enfrentamos a desafíos como la desinformación y la polarización, que amenazan con socavar nuestra labor y dividir a nuestra sociedad. Pero también tenemos una oportunidad única para reinventarnos y adaptarnos a los cambios de nuestra época.

Para la Periodista Política Rosa Angelica Briceño (2023):

“El periodismo político en Ecuador ha sido un viaje lleno de desafíos, pero también de grandes satisfacciones. He presenciado cómo hemos evolucionado como país y cómo el periodismo político ha desempeñado un papel fundamental en esta transformación. A través de nuestras palabras, hemos dado voz a los que no la tenían y hemos impulsado el cambio en nuestra sociedad.”

El pensamiento de Rosa Angelica refleja una perspectiva positiva sobre el papel del periodismo político en Ecuador. Destaca los desafíos que han enfrentado los periodistas políticos, pero también resalta las satisfacciones que han experimentado a lo largo del camino. Se enfatiza el

papel crucial del periodismo político en la evolución y transformación del país, al proporcionar una voz a aquellos que no la tienen y promover el cambio social.

4.18. Propaganda y Publicidad Política.

La propaganda política es uno de los fenómenos dominantes en la primera mitad del siglo XX. Sin ella serían inconcebibles las grandes conmociones de nuestra época, la revolución comunista y el fascismo. Fue en gran parte gracias a ella que Lenin pudo establecer el bolchevismo; y esencialmente a ella Hitler debió sus victorias, desde la toma del poder hasta la invasión del 40. (Domenach, 2014, pág. 3)

Para Lenin lo principal era la agitación y la propaganda difundida entre la clase proletaria del pueblo. Por otra parte, Hitler afirmó; "La propaganda nos permitió llegar al poder y nos dará la posibilidad de ampliarlo". Para estos grandes estrategas políticos el difundir sus ideas mediante panfletos, carteles, vallas era fundamental, el hacer conocer sus ideas, el convencer a la gente, el apropiarse de símbolos de luchas y de diferencias sociales es la clave del triunfo de la propaganda, para Lenin y Hitler el pueblo debía saber que todo está bien, porque al pueblo no le gusta escuchar que las cosas no marchan bien. La publicidad da esperanza nos muestra el bosquejo de un futuro mejor, los slogans, tienen de realidad con promesas de trabajo, unidad y desarrollo.

La propaganda adquiere una importancia decisiva en los procesos electorales. Se trata de una actividad lícita que influye decisivamente en la selección de los gobernantes, como lo demuestra el monto excesivo que los partidos políticos le dedican a ese rubro en la campaña electoral (Nakamura, 2013, pág. 1)

La propaganda electoral es una manifestación de la creatividad para expresar las necesidades, deseos y/o intención ideológica, usar propaganda para la difusión de ideas, es vista como una herramienta que asume la comunicación política, aplicando todo el poder de convocatoria en medios de comunicación masivo como la internet en donde la información se difunde de una manera acelerada, y para un político entre más rápido llegue su mensaje a la ciudadanía, es mejor porque demuestra una gran difusión con la finalidad de convencer a las personas que aún no creen en su discurso, discrepar de manera efectiva con el resto de candidatos y expresar sus ideas a los indecisos. Para Gonzales la propaganda es el:

Conjunto de métodos basados especialmente en el área de la comunicación: la psicología, la sociología y la antropología cultural, cuyo objetivo es influir en un grupo humano, con el propósito de que acoja la opinión política de una clase social, y por ende influir en su comportamiento (Gonzales, 1981, pág. 34)

Para el Badillo (2015) la propaganda electoral es definida como: “la capacidad que tiene un mensaje para influir en el público con el fin de persuadir al electorado” (pág.23) con información que puede ser o falsa. Por otro lado, la publicidad es definida como: “la herramienta que permite a los candidatos comunicar a sus simpatizantes y futuros electores la superioridad sobre sus oponentes, controla aspectos para influir en el voto a través de los medios masivos” (Conde López, 2018, pág. 12)

El equipo de campaña y publicidad de cualquier movimiento político debe crear una planificación una estrategia de como difundir el mensaje de candidatos a través de la publicidad, misma que está regulada por el Código de la Democracia. La Propaganda electoral depende indispensablemente de los medios de comunicación, como la radio, la televisión, la prensa y los medios de comunicación digitales, mi trabajo de investigación se centra en la necesidad de considerar a la Redes Sociales como medios de comunicación digitales, para así como se controla la publicidad electoral en los medios tradicionales, se puedan controlar los actos políticos dentro de redes sociales como Facebook, Tiktok y Twitter.

Para Caldevilla la publicidad electoral ayuda a “modificar una conducta, crear nuevos movimientos de opinión, promover manifestaciones, crear grupos de apoyo a causas concretas o conseguir crear una moda que genere el consumo de un determinado producto” (Caldevilla, 2010, pág. 55)

Los partidos disponen de una gran cantidad de recursos económicos en publicidad dentro de medios de comunicación, pancartas, afiches, calendarios, camisetas, banderas, gorras y adhesivos para automóviles, pagan agencias de publicidad para la creación de anuncios, tienen sus propias páginas web, pero, para ganar seguidores y voluntarios es necesario e indispensable el uso de redes sociales, las páginas de Facebook y los grupos de WhatsApp en la actualidad juegan un papel importante porque gracias a estas páginas y grupos podemos difundir publicidad de manera efectiva.

4.19. Medios de Comunicación.

En sus inicios, los medios de comunicación se limitaban a formas tradicionales como el periódico impreso y la radio. Sin embargo, con el avance de la tecnología, hemos presenciado una transformación radical en la forma en que nos comunicamos y consumimos información. La llegada de la televisión y, más recientemente, el auge de Internet ha revolucionado por completo el panorama mediático.

En la era digital en la que vivimos, la velocidad y la accesibilidad de la información han alcanzado niveles sin precedentes. Los medios de comunicación se han convertido en un componente vital de nuestras vidas, influyendo en la forma en que pensamos, nos relacionamos y nos informamos. Como diría, en cierta medida, los medios de comunicación se han convertido en el mensaje mismo. Uno de los aspectos más interesantes de la evolución de los medios de comunicación es la capacidad de los individuos para convertirse en productores de contenido. Las redes sociales y las plataformas en línea han democratizado la difusión de información, permitiendo que cualquier persona pueda compartir sus ideas y perspectivas con una audiencia global. Esto ha llevado a un aumento en la diversidad de voces y a un cambio en la forma en que percibimos la autoridad y la veracidad de la información.

Sin embargo, a medida que los medios de comunicación han evolucionado, también han surgido desafíos significativos. La sobreexposición a la información y la desinformación son problemas que debemos abordar de manera crítica. La rapidez con la que se difunden las noticias y la falta de verificación pueden llevar a la propagación de información falsa, lo que socava la confianza en los medios y distorsiona la percepción de la realidad.

Además, los medios de comunicación han sido objeto de concentración y control por parte de poderosos conglomerados, lo que plantea preocupaciones sobre la pluralidad y la independencia de la información. Como ciudadanos conscientes, debemos ser críticos y exigentes con los medios, buscando fuentes confiables y cuestionando los sesgos y las narrativas preestablecidas. En la actualidad, estamos inmersos en un entorno mediático complejo y en constante cambio. La inteligencia artificial y el aprendizaje automático están transformando aún más la forma en que se produce y se consume la información. Los algoritmos seleccionan y personalizan el contenido que vemos, creando burbujas informativas que pueden limitar nuestra exposición a diferentes perspectivas.

Los medios de comunicación han evolucionado de manera extraordinaria, y como bien afirmaría Marshall McLuhan, "el medio es el mensaje". A medida que continuamos navegando en este mundo digitalizado, debemos ser conscientes de los desafíos que enfrentamos y la responsabilidad que tenemos como consumidores de medios. Debemos esforzarnos por mantener un equilibrio entre la diversidad de voces y la veracidad de la información, promoviendo una cultura de pensamiento crítico y participación activa en el debate público. Solo así podremos aprovechar al máximo el potencial de los medios de comunicación para el beneficio de la comunicación social en dentro de una sociedad.

4.19.1. Medios de Comunicación Digital.

Los medios de comunicación digital han experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas. En sus inicios, la era digital nos presentó un panorama incierto, pero a medida que avanzamos, se ha convertido en una fuerza poderosa que ha transformado la forma en que nos informamos y nos relacionamos. La historia de los medios de comunicación digital se remonta a los albores de la era de Internet. Con el surgimiento de la World Wide Web, se abrió un mundo de posibilidades para la difusión y el intercambio de información a través de plataformas digitales. Los sitios web, los blogs y los foros se convirtieron en espacios donde las voces individuales podían expresarse y compartir conocimientos.

A medida que la tecnología avanzaba, los medios de comunicación digital evolucionaron rápidamente. La aparición de las redes sociales revolucionó la forma en que nos conectamos y nos comunicamos. Plataformas como Facebook, Twitter e Instagram se convirtieron en canales de información y expresión, permitiendo que las noticias y los acontecimientos se difundieran de manera rápida y masiva.

En la actualidad los medios de comunicación digital nos presentan un panorama complejo. Por un lado, tenemos acceso inmediato a una gran cantidad de información de fuentes variadas. Podemos mantenernos al día con los acontecimientos globales, conectarnos con personas de todo el mundo y participar en debates en línea. Sin embargo, también nos enfrentamos a desafíos como la desinformación y la privacidad.

La desinformación, o también llamadas "fake news" como se le conoce comúnmente, se ha convertido en una preocupación importante. En un mundo digital saturado de información,

discernir la veracidad de los hechos se ha vuelto más difícil. Debemos ser conscientes de la importancia de verificar las fuentes y cuestionar la información que consumimos.

Además, la privacidad en el ámbito digital es un tema que requiere nuestra atención. Con cada clic y cada interacción en línea, dejamos rastros de datos personales. Es fundamental proteger nuestra privacidad y estar informados sobre cómo se utilizan nuestros datos.

Los medios de comunicación digital han transformado la manera en que nos mantenemos informados y nos relacionamos en el mundo actual. Se destacan las oportunidades que brindan para la expresión individual y la difusión de conocimiento. Sin embargo, también se reconocen los desafíos que enfrentan las personas que consumen estos medios, como la propagación de desinformación y las preocupaciones sobre la privacidad. Es responsabilidad de todos aprovechar al máximo los medios de comunicación digital, fomentando un consumo crítico y consciente de la información que recibimos. Solo así podremos navegar por este vasto mundo digital con sabiduría y discernimiento.

4.20. Redes Sociales

Para Boyd y Ellison (2007), una red social se define como:

Un servicio que permite a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. (Boyd, 2007).

El surgimiento de las redes sociales abrió una ventana para que se den cambios sociales a nivel mundial, cambios que sin duda llegaron al ambiente político. Los medios de comunicación tradicionales perdieron el protagonismo y el monopolio de la verdad ya no son los generadores de la opinión pública. Las redes sociales se convirtieron en un canal tecnológico de unión entre ciudadanos, eliminamos fronteras, el internet ayudó a descentralizar las ideas, a investigar y sobre todo a mantenernos informados en segundos. La influencia de las redes sociales dentro del juego democrático la explica Colombo de una manera muy exacta en la siguiente cita: “Las TIC influyen en el proceso de reestructuración de los sistemas políticos mundiales y sus elementos comunicativos y de interacción permiten evolucionar hacia procesos de mejora del funcionamiento del sistema democrático o incluso hacia nuevos modelos de democracia” (Colombo, 2009, pág. 18)

Un claro ejemplo de la influencia de las redes sociales para un cambio social es la tan conocida Primavera Árabe. Debido a las grandes restricciones con las que cuenta la prensa de los países árabes, las redes sociales sirvieron para que los ciudadanos de a pie puedan mostrar al mundo los horrores que se cometían dentro de sus países, lo que produjo una gran presión internacional sobre los gobiernos, lo que terminó con el derrocamiento de varios dictadores, un ejemplo de esto fue el derrocamiento de Hosni Mubarak en Egipto. Lamentablemente, existieron otros casos en los que la difusión de las realidades sociales conllevó a sangrientas guerras civiles como la de Siria. En Latinoamérica el acceso a internet es muy común, siendo una de las regiones con mayor número de internautas.

Las redes sociales cumplen un rol protagónico en las campañas políticas, en las que con un buen manejo de imagen y difusión de ideas se puede ganar gran aceptación entre el público adulto y joven. Una de las primeras campañas que explotó el tema de las redes sociales fue la de Barack Obama entre el año 2008 y 2012, fue el quien le apostó por las nuevas tendencias impulsando su campaña en Facebook y Twitter, sentando las bases para lo que en futuro se conocería como campaña electoral en redes sociales.

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”. (Celaya, 2009, pág. 96-97)

En el contexto ecuatoriano, podemos señalar la campaña política presidencial del 2013, como el primer paso que dieron los candidatos dentro del mundo digital. Comenzando así el uso de las redes sociales como un mecanismo para impulsar sus campañas políticas. En un artículo publicado por el Diario Comercio en 2013, bajo el título “Correa lidera campaña electoral en redes” se nos muestra que el ex presidente de la República Rafael Correa era quien manejaba mejor las redes sociales siendo uno de los candidatos más seguido en Facebook, y Twitter, en la actualidad aún sigue siendo el político ecuatoriano con más seguidores de todo el país, con un número total de 3,840,673 en Twitter, seguido por otros como Jaime Nebot y Guillermo Lasso que cuentan cada uno con cerca de 2 millones de seguidores.

4.20.1. Tipos de Redes Sociales.

Las redes sociales han experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años. Su evolución ha sido fascinante, y su influencia en nuestra sociedad es innegable. A medida que la

tecnología avanzaba, las redes sociales se convirtieron en una parte integral de nuestras vidas, cambiando la forma en que nos comunicamos, nos relacionamos y consumimos información. Existen diferentes tipos de redes sociales, cada una con su propio enfoque y características distintivas. Las más populares incluyen plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y YouTube, entre otras. Cada una de ellas tiene su propia audiencia y propósito específico.

4.20.1.1. Facebook:

Se ha consolidado como la red social más grande y versátil, permitiendo a los usuarios conectarse con amigos y familiares, compartir contenido multimedia y participar en grupos temáticos. Es una plataforma que abarca una amplia gama de intereses y actividades, desde la interacción social hasta la promoción de marcas y empresas. Facebook sigue siendo una de las redes sociales más populares en Ecuador para la publicidad electoral. Con una amplia base de usuarios en el país, esta plataforma ofrece a los políticos la posibilidad de llegar a una gran variedad de audiencias demográficas. A través de Facebook, los candidatos pueden compartir contenido, interactuar con sus seguidores y realizar anuncios segmentados para llegar a votantes específicos.

4.20.1.2. Twitter:

Por otro lado, se destaca por su enfoque en la comunicación breve y concisa. Los usuarios pueden publicar mensajes de hasta 280 caracteres, conocidos como "tweets", para compartir información, opinar sobre temas de actualidad y seguir a personalidades influyentes. Esta plataforma se ha convertido en una fuente de noticias en tiempo real y un espacio para el debate público. Twitter sigue siendo relevante en el contexto electoral ecuatoriano debido a su capacidad para difundir información rápidamente y su formato de mensajes cortos. Los políticos aprovechan Twitter para compartir declaraciones, responder preguntas y participar en debates en tiempo real. Su naturaleza en tiempo real lo convierte en un canal de comunicación dinámico y directo con los votantes.

4.20.1.3. Instagram

Ha ganado popularidad gracias a su enfoque visual y estético. Permite a los usuarios compartir fotos y videos, aplicar filtros y utilizar hashtags para descubrir contenido relacionado. Se ha convertido en un escaparate para la creatividad, la expresión personal y la promoción de marcas y productos. Instagram ha experimentado un crecimiento significativo en Ecuador en los últimos años y se ha convertido en una plataforma muy utilizada para la publicidad electoral. Su

enfoque en contenido visual, como imágenes y videos, resulta atractivo para los políticos. A través de Instagram, los candidatos pueden compartir fotos y videos relacionados con sus campañas, mostrar eventos en tiempo real y conectarse con sus seguidores mediante historias y mensajes directos.

4.20.1.4. LinkedIn

Se destaca por su enfoque en la esfera profesional. Es una red social diseñada para conectar a profesionales de diferentes industrias, permitiendo establecer contactos laborales, buscar oportunidades de empleo y compartir conocimientos a través de publicaciones y artículos. Es un recurso valioso para el networking y el desarrollo de carreras profesionales.

4.20.1.5. YouTube,

Por su parte, se ha convertido en la plataforma líder para compartir y consumir contenido en formato de video. Los usuarios pueden subir y ver videos de diferentes categorías, desde tutoriales y entretenimiento hasta noticias y documentales. Es una fuente inagotable de información y entretenimiento, y ha dado lugar a una nueva generación de creadores de contenido. YouTube es una plataforma de video muy popular en Ecuador y ha ganado importancia para la publicidad electoral. Los candidatos aprovechan esta plataforma para compartir discursos, entrevistas, videos promocionales y otros contenidos audiovisuales que les permiten transmitir su mensaje y propuestas de manera efectiva.

4.20.1.6. Tiktok:

Tiktok ha experimentado un crecimiento extraordinario desde su lanzamiento en 2016. Esta plataforma de redes sociales, desarrollada por la empresa china ByteDance, se ha convertido en una sensación global, especialmente entre los jóvenes. El crecimiento de Tiktok ha sido impulsado por su concepto innovador, enfoque en la generación de contenido, participación de usuarios, estrategias de marketing efectivas, expansión internacional y adaptación local, así como su resiliencia frente a desafíos regulatorios. Estos factores combinados han llevado a Tiktok a convertirse en una de las plataformas de redes sociales más populares y de más rápido crecimiento en el mundo. Sin embargo, es importante destacar que el panorama de las redes sociales es dinámico y puede estar sujeto a cambios en el futuro. Tiktok, aunque es relativamente nuevo en comparación con las otras redes sociales mencionadas, ha ganado una presencia significativa en Ecuador y está empezando a ser utilizada para la publicidad electoral. Con su enfoque en videos

cortos y entretenidos, los candidatos pueden transmitir mensajes de manera creativa y conectarse con una audiencia más joven. TikTok ofrece una oportunidad única para que los políticos muestren su lado más humano y auténtico.

El desarrollo de las redes sociales como medios de comunicación ha sido impulsado por diversos factores. La accesibilidad y la facilidad de uso de estas plataformas han permitido que cualquier persona pueda compartir su voz y su contenido con una audiencia global. Esto ha democratizado la comunicación y ha dado lugar a una mayor diversidad de voces y perspectivas. Además, las redes sociales han cambiado la forma en que nos informamos. Antes dependíamos en gran medida de los medios de comunicación tradicionales para obtener noticias y actualizaciones, pero ahora podemos acceder a información en tiempo real a través de las redes sociales. Esto ha tenido un impacto significativo en la forma en que percibimos los acontecimientos y nos mantenemos al tanto de lo que ocurre en el mundo.

Sin embargo, también debemos ser conscientes de los desafíos que enfrentamos con el uso de las redes sociales como medios de comunicación. La desinformación y la propagación de noticias falsas se han convertido en problemas serios. Es importante ser críticos y verificar la veracidad de la información que encontramos en estas plataformas. Los diferentes tipos de redes sociales han transformado la forma en que nos comunicamos y consumimos información. Han ampliado nuestras posibilidades de conexión y nos han brindado un espacio para expresarnos y compartir nuestras experiencias. Sin embargo, debemos utilizar estas plataformas de manera responsable y crítica, asegurándonos de que la información que compartimos y consumimos sea veraz y confiable.

4.21. Proselitismo

El proselitismo es el mecanismo por el cual, una persona o grupo de personas, tratan de convencer a otras, para que estas los sigan, o los apoyen. En la mayoría de los casos, buscan un apoyo ideológico, político o religioso. El proselitismo, es el deseo de ganar adeptos para una determinada causa, es estos adeptos se los conoce como prosélitos. Del otro lado los que defienden y practican el proselitismo se los conoce como proselitistas. Al hablar de proselitismo hablamos de técnicas de persuasión para convencer a las personas de seguir un determinado ideal.

El proselitismo está muy relacionado con las actividades políticas y religiosas. En muchos de los casos estas relaciones tienen una connotación negativa. El proselitismo político es el

conjunto de actividades políticas con las cuales se trata de atraer simpatizantes y adeptos, para que estos promulguen estas ideas y las defiendan. El proselitismo político tiene una connotación meramente electoral con la finalidad de que los nuevos adherentes confíen su voto en el líder político. A diferencia del proselitismo religioso que incide en todo el contorno de una persona para influenciar hasta en su vida privada, el proselitismo electoral busca difundir sus ideas para ganar electorado, aunque han existido casos en los que los partidos crean una especie de secta alrededor de sus líderes.

Las actividades proselitismos como señala el Tribunal Supremo Electoral de Costa Rica:

“Son todas aquellas manifestaciones o actos realizados por los partidos políticos con el ánimo de lograr que el elector se incline por escoger una determinada propuesta. Se trata de actos de comunicación política, que buscan además dar a conocer el contenido programático o ideológico de cada agrupación” (Tribunal Supremo de Costa Rica, 2021, pág. 1)

4.22. Campaña Electoral Anticipada

El proselitismo ya está en el aire. Aunque el listado oficial de los candidatos que participarán en las elecciones de 2023 se confirmará recién en diciembre, en las calles ya se puede ver sus nombres y sus rostros en todo tipo de publicidad, en la llamada campaña anticipada. (Celi, 2022).

Diario primicias nos señala que en Ecuador la campaña electoral anticipada campea por todo lado un ejemplo muy claro de esto es que antes de que inicie formalmente la campaña electoral los candidatos de manera maliciosa comienzan a difundir actos de campaña política, aunque el artículo 208 del Código de la Democracia permita que los candidatos se reúnan con su gente para la difusión de planes de trabajo, programas de gobierno, y difusión de principios ideológicos, pero sin contratar medios de comunicación para la divulgación de estas invitaciones.

Para Giuseppe Cabrera:

Hoy la red social aguanta todo, ya no el papel y aguanta desde el ridículo de un baile desincronizado o un rap mal rimado en Tiktok, hasta el gasto de miles de dólares, incluso millones como pasó en 2019, que evaden el control del gasto electoral, por ser más

difícilmente calculables y no entrar en la contabilidad que presentan los partidos. (Cabrera, 2022).

Las redes sociales para la campaña política anticipada se han convertido en un nicho altamente explotable, al no ser consideradas por el CNE como medios de comunicación digitales, muchos políticos hacen usos de estas para hacer actos de campaña anticipada, como menciona el autor los bailes y videos de Tiktok, son lo que más existe ya que es una red social en la que mayoritariamente existen adolescentes que son un blanco fácil debido a que estos no tiene una madurez política.

“Sobre las plataformas digitales, el consejero José Cabrera dijo que si son observables y se puede revisar su contenido, pero que en redes sociales no se puede realizar el monitoreo” (Peralta, 2022) Podemos observar que el CNE tiene pleno conocimiento de que en las redes sociales los candidatos realizan actos de campaña electoral anticipada pero estos actos no se puede monitorear debido que en nuestra legislación las redes sociales no son consideradas dentro de los medios de comunicación digital para control electoral. Desde Tiktok hasta Facebook, se puede ver como los candidatos ya salen en afiches con sus slogans, suben fotos con marca de agua en concentraciones y mítines, la campaña anticipada en redes sociales es un mal que afecta los principios de la democracia, existen candidatos que contratan medios de comunicación digitales o empresas de imagen que no son reguladas con el fin de circular por redes sociales a la vista de un CNE que no puede controlar estos actos.

Por normativa del Código de la Democracia, tomando en cuenta el pronunciamiento de la Corte Constitucional, las redes sociales no se constituyen como un medio de comunicación digital. Respecto de este tema, Guano indica que el CNE no puede controlar el uso de las redes para hacer campañas electorales. Sin embargo, determinan que se reporten los gastos que se han realizado por redes sociales al gasto electoral. (Silva, 2022).

4.18. Branding

El branding, desde una perspectiva reduccionista, ha sido definido como la acción de colocarle un nombre al producto (haming), diseñar un logosímbolo llamativo y exponer de manera permanente al consumidor a la marca a través de los medios de comunicación. (Ballesteros R. H., 2016)

La creación de un branding no solo consiste en cambiar o dar forma a la percepción que tienen los consumidores de su marca, sino también a la forma en que todo el mercado interactúa con ella, aumentando la consciencia sobre la marca y el valor general de la empresa. (Barlow, 2020)

El branding es una estrategia de venta una forma de lograr posicionar una marca, si bien este tipo de ventas se lo ocupada dentro de muchas empresas, la política no se queda atrás, los políticos han usado el branding para vender una idea o ideología buscando así un posicionamiento social. Desde que las redes sociales ganaron espacio desplazando a los medios de comunicación tradicionales, el posicionar un partido político dentro de estas redes es importante, y para ello se utiliza el branding, no se vende un logotipo, se promociona una marca una idea, la política evoluciona con las nuevas tendencias ideológicas y por esta misma razón resulta importante promocionar un partido político con esta técnica ya que se puede llegar de una forma más dinámica al electorado.

El branding ha ganado una creciente importancia en la política. Esto se debe a que el branding representa una forma de comunicar los mensajes de un candidato de forma directa, efectiva y con una gran cantidad de alcance. Esto se debe a la forma en que el branding se ha desarrollado con el paso de los años. El branding político ha cambiado en muchos aspectos, incluyendo la manera en la que los candidatos usan la tecnología para llegar a su audiencia. Un estudio reciente realizado por la Universidad de Harvard mostró que el branding se ha convertido en una de las principales herramientas de los candidatos para promover sus campañas. El estudio encontró que el 88% de los candidatos utilizaron algún tipo de branding para promover su campaña. Esto muestra el poder del branding como una herramienta para llegar a la audiencia y generar apoyo. El estudio encontró que el uso del branding se ha incrementado mucho en los últimos años. Esto se debe a que el branding ofrece una forma más directa de comunicar con el público. Los candidatos pueden crear una imagen de marca única para su campaña que se puede usar para promover su programa y su candidatura.

De acuerdo con el experto en branding, David Aaker, "El branding es más que un logotipo o un slogan. Es una forma de comunicar el mensaje de un candidato de manera efectiva y con un amplio alcance. El branding ayuda a los candidatos a construir una imagen de marca única que la diferencia de sus oponentes." En conclusión, el branding es una herramienta cada vez más importante para los candidatos en su búsqueda por ganar el apoyo de la audiencia. El estudio

realizado por la Universidad de Harvard muestra que el uso del branding ha aumentado significativamente en los últimos años, lo que demuestra el poder de la herramienta para generar apoyo. Además, el branding permite a los candidatos crear una imagen de marca única que los ayude a destacarse de sus oponentes.

4.19. Constitución de la República del Ecuador.

Artículo 1, 61, 95 y 115.

El Título Primero de la Constitución de la Republica del Ecuador, Elementos Constitutivos Del Estado, Capitulo Primero de los Principios Fundamentales nos señala en el art.1 que: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada...” (Constitución Política del Ecuador, 2021, pág. 7).

En un país democrático como el nuestro la política toma uno de los papeles dirimentes en la toma de decisiones para el desarrollo de nuestra nación, pues, a la democracia se la preserva y se la perfecciona, los ciudadanos ecuatorianos tenemos el derecho a participar para ser nosotros o nuestros representantes quienes tomen las decisiones de desarrollo para nuestra nación, pero debemos participar en un espacio sano y equitativo, que evolucione hacia las nuevas tecnologías. El permitir que en nuestro país los poderes económicos se impongan a la voluntad soberana es atentar contra el estado democrático pues los políticos han usado las redes sociales como un arma con la cual muchas de las veces atacan la democracia y envenenan la siquis de los ciudadanos el regular las redes sociales para controlar la campaña electoral anticipada es preservar el estado democrático que el art. 1 de nuestra Constitución Política señala.

La Constitución de la República del Ecuador reconoce y consagra en su capítulo quinto que los ecuatorianos tenemos derechos de participación los cuales son:

Art. 61.- Las ecuatorianas y ecuatorianos gozan de los siguientes derechos:

1. Elegir y ser elegidos.
2. Participar en los asuntos de interés público.
3. Presentar proyectos de iniciativa popular normativa.
4. Ser consultados.

5. Fiscalizar los actos del poder público.
6. Revocar el mandato que hayan conferido a las autoridades de elección popular.
7. Desempeñar empleos y funciones públicas con base en méritos y capacidades, y en un sistema de selección y designación transparente, incluyente, equitativo, pluralista y democrático, que garantice su participación, con criterios de equidad y paridad de género, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional.
8. Conformar partidos y movimientos políticos, afiliarse o desafiliarse libremente de ellos y participar en todas las decisiones que éstos adopten. Las personas extranjeras gozarán de estos derechos en lo que les sea aplicable. (Constitución Política del Ecuador, 2021, pág. 24)

Estos derechos garantizados dentro de la constitución dejan en claro que el Ecuador es un país que reconoce la necesidad de una democracia representativa, logrando generar en las personas un deseo de representar sus ideologías dentro de los procesos electorales para de esta forma representar la voluntad de la población. El Artículo 61 de la Constitución de Ecuador de 2008 es una clara declaración de los derechos de participación que tienen los ciudadanos del país. Establece que todos los ecuatorianos tienen derecho a participar en la vida política, social, económica y cultural de la nación. El artículo también especifica algunas formas específicas de participación que están garantizadas por la ley. Estas incluyen el derecho a votar y ser votado en elecciones parlamentarias y municipales, el derecho a presentar iniciativas legislativas, el derecho a participar en asambleas populares y el derecho a formar y unirse a partidos políticos. El artículo también se refiere a la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones a nivel local. Establece que los ciudadanos tendrán derecho a participar en la toma de decisiones sobre cuestiones que afecten a sus comunidades locales, como la planificación del desarrollo, la gestión de los recursos naturales o el fortalecimiento de la democracia local.

Dentro de mi estudio este artículo es indispensable, porque reconoce que como ecuatorianos tenemos la oportunidad de dictaminar la realidad política de nuestro país, que la Constitución nos permite participar en escenarios políticos libres y equitativos que permitan una igualdad de todos los actores políticos es por ello que el regular a las redes sociales en materia electoral, mejora los derechos de participación pues le presentamos a los sujetos políticos un tablero limpio en el cual

poder participar de una manera más transparente y no influenciada por el poder económico y la corrupción.

La Constitución de la República del Ecuador reconoce y consagra en su Título IV Participación Y Organización Del Poder, Capítulo Primero de la Participación en Democracia Sección primera, Principios de la participación en su artículo 95:

Las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, participarán de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano. La participación se orientará por los principios de igualdad, autonomía, deliberación pública, respeto a la diferencia, control popular, solidaridad e interculturalidad.

La participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho, que se ejercerá a través de los mecanismos de la **DEMOCRACIA** representativa, directa y comunitaria. (Constitución Política del Ecuador, 2021, pág. 38)

Analizando este texto podemos apreciar la importancia que se le otorga a la participación ciudadana como elemento central en el ejercicio del poder y la toma de decisiones en el ámbito público. Se destaca el carácter protagónico de los ciudadanos y su involucramiento tanto individual como colectivo en la gestión de los asuntos públicos, así como en el control de las instituciones estatales y de la sociedad en general.

Además, se mencionan una serie de principios que deben regir la participación, como la igualdad, autonomía, deliberación pública, respeto a la diversidad, control popular, solidaridad e interculturalidad. Estos principios reflejan la importancia de garantizar una participación inclusiva, respetuosa y diversa, que tome en cuenta la pluralidad de voces y la interacción entre diferentes actores sociales.

Asimismo, se reconoce el ejercicio del derecho de participación ciudadana como un aspecto fundamental en todos los asuntos de interés público, y se establece que este derecho se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria. El texto constitucional enfatiza el valor y la relevancia de la participación ciudadana como un derecho

fundamental, y establece los principios y mecanismos necesarios para su ejercicio efectivo en la construcción de un poder ciudadano sólido y democrático.

La Constitución de la República del Ecuador reconoce y consagra en su Título IV Participación Y Organización Del Poder, Capítulo Primero de la Participación en Democracia Sección Sexta de la Representación política en su artículo 115.

El Estado, a través de los medios de comunicación, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas programáticas de todas las candidaturas. Los sujetos políticos no podrán contratar publicidad en los medios de comunicación y vallas publicitarias.

Se prohíbe el uso de los recursos y la infraestructura estatales, así como la publicidad gubernamental, en todos los niveles de gobierno, para la campaña electoral.

La ley establecerá sanciones para quienes incumplan estas disposiciones y determinará el límite y los mecanismos de control de la propaganda y el gasto electoral. (Constitución Política del Ecuador, 2021.)

En este artículo, se consagra la importancia de la promoción electoral equitativa e igualitaria, así como la prohibición del uso de recursos estatales y publicidad gubernamental en las campañas electorales. En primer lugar, es crucial destacar que el Estado tiene la responsabilidad de garantizar, a través de los medios de comunicación, una promoción electoral equitativa e igualitaria. Esto implica que todas las candidaturas deben tener la oportunidad de debatir y difundir sus propuestas programáticas de manera justa. Es fundamental que los medios de comunicación cumplan con su papel de informar de manera imparcial y brindar espacios para que las distintas visiones políticas sean escuchadas por el pueblo ecuatoriano.

En este sentido, se establece claramente que los sujetos políticos no podrán contratar publicidad en los medios de comunicación y vallas publicitarias. Esto tiene como objetivo evitar que aquellos con mayores recursos económicos tengan una ventaja injusta sobre los demás participantes en el proceso electoral. Es una medida que busca nivelar el terreno de juego y asegurar que la ciudadanía tenga acceso a una diversidad de propuestas políticas, sin estar condicionada por campañas publicitarias pagadas.

Asimismo, se prohíbe el uso de los recursos y la infraestructura estatales, así como la publicidad gubernamental, en todos los niveles de gobierno, para la campaña electoral. Esta disposición busca evitar que los recursos públicos sean utilizados con fines partidistas o electorales, garantizando la imparcialidad y la transparencia en el proceso. Los ciudadanos deben tener la certeza de que los recursos del Estado se utilizan para el bienestar común y no para favorecer a determinados candidatos o partidos políticos.

Es importante resaltar que la ley establecerá sanciones para aquellos que incumplan estas disposiciones. Esto demuestra la determinación del Estado ecuatoriano de garantizar el cumplimiento de las normas electorales y promover un proceso electoral justo y transparente. Además, se establecerán límites y mecanismos de control para la propaganda y el gasto electoral, lo cual es esencial para evitar abusos y excesos en el financiamiento de las campañas.

El artículo 115 de nuestra Constitución consagra la importancia de una promoción electoral equitativa e igualitaria, así como la prohibición del uso de recursos estatales y publicidad gubernamental en las campañas electorales. Estas disposiciones buscan fortalecer nuestra democracia, asegurando que todos los ciudadanos tengan acceso a la información necesaria para tomar decisiones informadas en el proceso electoral

4.20. Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Artículo 21.

Dentro del Derecho Internacional los Derechos de Participación están Reconocido en el **artículo 21 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos**, que señala en sus tres numerales que:

1. Toda persona tiene derecho a participar en el gobierno de su país, directamente o por medio de representantes libremente escogidos.
2. Toda persona tiene el derecho de acceso, en condiciones de igualdad, a las funciones públicas de su país.
3. La voluntad del pueblo es la base de la autoridad del poder público; esta voluntad se expresará mediante elecciones auténticas que habrán de celebrarse periódicamente, por sufragio universal e igual y por voto secreto u otro procedimiento equivalente que garantice la libertad del voto. (Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948)

Señalando de manera detallada se puede decir que la Declaración Universal de los Derechos Humanos garantiza que toda persona tiene el derecho de participar en actos políticos para formar parte de la administración gubernamental mediante representación directa o por medio de representantes los cuales deben ser elegidos periódicamente con el respaldo de la voluntad popular que se plasma en la libertad del voto.

El artículo 21 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH) consagra los derechos de participación política y garantiza el derecho a tomar parte en el gobierno de un Estado. Estos derechos tienen como objetivo permitir que los ciudadanos puedan elegir libremente a sus gobernantes, además de poder expresar su opinión acerca de la dirección del Estado. En concreto, el artículo 21 de la DUDH establece que “toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en el gobierno de su país, directamente o por medio de representantes libremente escogidos” (ONU, 1948). Además, el artículo establece que “toda persona tiene el derecho de acceso, en condiciones de igualdad, a las funciones públicas de su país” (ONU, 1948).

Esto se refiere a la igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos para participar en la toma de decisiones políticas del Estado. El artículo 21 de la DUDH reconoce que todos los ciudadanos tienen el derecho de participar en el gobierno de su Estado. Esto incluye el derecho a votar y ser votado, así como el derecho a participar en actividades políticas, a expresar opiniones y a ejercer cargos de gobierno. Para garantizar el cumplimiento de los derechos de participación política reconocidos en el artículo 21 de la DUDH, los Estados deben establecer mecanismos para promover la democracia y la participación cívica. Esto incluye la protección de los derechos de los ciudadanos a participar en la toma de decisiones del Estado sin ser discriminados.

El artículo 21 de la DUDH establece el derecho a participar en el gobierno de los Estados, directamente o por representantes libremente elegidos. Esto incluye el derecho a votar y ser votado, así como el derecho a participar en actividades políticas, a expresar opiniones y a ejercer cargos de gobierno. Los Estados deben garantizar el cumplimiento de estos derechos y proporcionar iguales oportunidades a todos los ciudadanos para participar en la toma de decisiones políticas de su Estado.

4.21. Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

Artículo 25.

El artículo 25 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos nos dice que:

Todos los ciudadanos gozarán, sin ninguna de las distinciones mencionadas en el artículo 2, y sin restricciones indebidas, de los siguientes derechos y oportunidades: a) Participar en la dirección de los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes libremente elegidos; b) Votar y ser elegidos en elecciones periódicas, auténticas, realizadas por sufragio universal e igual y por voto secreto que garantice la libre expresión de la voluntad de los electores; c) Tener acceso, en condiciones generales de igualdad, a las funciones públicas de su país. (Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1976)

El artículo 25 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos establece los derechos y oportunidades que todos los ciudadanos tienen sin ninguna discriminación y con libertad. Estos derechos incluyen participar en la dirección de los asuntos públicos, ya sea directamente o a través de representantes elegidos libremente. También se garantiza el derecho a votar y ser elegido en elecciones periódicas, auténticas y justas, donde el sufragio sea universal, igual y secreto, asegurando así la libre expresión de la voluntad de los electores. Además, se reconoce el derecho de acceder a funciones públicas en condiciones de igualdad.

Este artículo es de gran importancia, ya que promueve la participación ciudadana en la toma de decisiones y en la vida política de un país. Reconoce la importancia de elecciones libres y transparentes, donde todos los ciudadanos puedan ejercer su derecho al voto de manera igualitaria y expresar libremente su voluntad. Además, garantiza la igualdad de oportunidades para acceder a funciones públicas, sin importar su origen o condición. Estos derechos y oportunidades consagrados en el artículo 25 son fundamentales para fortalecer la democracia, fomentar la representatividad y asegurar la igualdad de derechos políticos para todos los ciudadanos. Es esencial que los gobiernos y las instituciones respeten y protejan estos derechos, permitiendo así una participación ciudadana plena y una sociedad más inclusiva y justa.

4.22. Ley Orgánica De Comunicación.

Artículo 4 y Artículo Inumerado

Ley Orgánica De Comunicación en su Título I de las Disposiciones preliminares y definiciones nos dice que el Art.4 Contenidos personales en internet señala que:

Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por

las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet. (Ley Orgánica De Comunicación, 2022, pág. 4)

Es crucial resaltar que esta ley no regula la información u opinión que se emite de manera personal a través de internet. Reconoce la importancia de preservar la libertad de expresión y el derecho de los individuos a compartir sus ideas y opiniones en el ámbito digital. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta disposición no excluye las acciones penales o civiles que puedan surgir por infracciones a otras leyes que se cometan a través de internet.

Esta ley busca encontrar un equilibrio entre la protección de la libertad de expresión y la responsabilidad por posibles abusos o violaciones de derechos. A través de esta disposición, se busca fomentar un entorno digital en el cual las personas puedan expresarse libremente, al mismo tiempo que se garantice el respeto a los derechos fundamentales y se sancionen adecuadamente aquellos actos que transgredan la ley.

La Ley Orgánica de Comunicación establece que no regula la información u opinión personal emitida a través de internet, salvaguardando así la libertad de expresión en el ámbito digital. No obstante, es importante recordar que esto no exime de responsabilidad en caso de cometerse infracciones a otras leyes. Esta disposición busca encontrar un equilibrio entre la libertad de expresión y la protección de los derechos fundamentales en el contexto digital.

Ley Orgánica De Comunicación en su Título I de las Disposiciones preliminares y definiciones nos dice que el Art. (...) referente a Libertad de expresión e Internet son dice que:

El Estado garantizará la libertad de expresión en internet, conforme el artículo 4, esta Ley no regula las expresiones u opiniones personales emitidas en **REDES SOCIALES**.

El Estado promoverá el acceso de todas las personas a la red, en consecuencia, buscará expandir su uso y el acceso a la tecnología necesaria para el mismo, promoverá la alfabetización digital y la pluralidad lingüística, de conformidad con los principios de neutralidad tecnológica y neutralidad de la red en los servicios de telecomunicaciones, previstos en la normativa aplicable a la materia.

La mera retransmisión de la señal de medios de comunicación no otorga al retransmisor la calidad de medio de comunicación social. Ley Orgánica De Comunicación, 2022, pág. 6)

Es fundamental destacar que el Estado tiene el compromiso de promover el acceso de todas las personas a internet, expandiendo su uso y facilitando el acceso a la tecnología necesaria. Asimismo, se promoverá la alfabetización digital y se fomentará la pluralidad lingüística. Todo esto se realizará en concordancia con los principios de neutralidad tecnológica y neutralidad de la red en los servicios de telecomunicaciones, conforme a la normativa aplicable.

Es importante tener claro que la simple retransmisión de la señal de medios de comunicación no otorga al retransmisor la calidad de medio de comunicación social. Esto busca establecer claridad y diferenciación en el ámbito de la comunicación, asegurando que se respeten las normas y regulaciones correspondientes.

En resumen, la Ley Orgánica de Comunicación garantiza la libertad de expresión en internet y reconoce que no regula las expresiones personales emitidas en redes sociales. Además, promueve el acceso universal a internet, la alfabetización digital y la pluralidad lingüística. Es fundamental entender que la mera retransmisión de la señal de medios de comunicación no confiere al retransmisor la calidad de medio de comunicación social.

4.23. Ley Electoral, Código de la Democracia.

Artículo 1, 275, 278 y 202.

En el Ecuador el Código de la Democracia nos dice en su artículo 1 en su inciso tercero que los actos democráticos se registrarán:

“Bajo los principios de diversidad, pluralismo ideológico y de igualdad de oportunidades, esta ley regula la participación popular en el ejercicio de la democracia directa para los procesos electorales y para la designación, remoción y revocatoria de mandato de las autoridades de los órganos de poder público.” (Ley Organica Electoral y de Organizaciones Politicas de la Republica del Ecuador, Código de la Democracia., 2020, pág. 2)

El Ecuador es un país garantista que reconoce los derechos de participación y los consagra en la constitución de la Republica y de la misma manera regula los actos electorales mediante el Código de la democracia. podemos apreciar la importancia que se le atribuye a estos principios en el marco de la democracia ecuatoriana. El principio de diversidad reconoce y valora la existencia de múltiples perspectivas, opiniones e identidades en el ámbito político, fomentando así la participación activa de diversos actores y grupos en la toma de decisiones. El pluralismo

ideológico, por su parte, garantiza la coexistencia de diferentes corrientes de pensamiento y propuestas políticas, promoviendo la libre expresión de ideas y el debate público como elementos esenciales para el fortalecimiento de la democracia.

Asimismo, el principio de igualdad de oportunidades busca garantizar que todos los ciudadanos tengan las mismas posibilidades de participación en los procesos democráticos, sin importar su origen, género, orientación política o cualquier otro factor que pueda generar discriminación.

El Código de la Democracia, al regular la participación popular en el ejercicio de la democracia directa, busca asegurar que los ciudadanos puedan ejercer su derecho a influir y participar activamente en la vida política del país. Esto incluye no solo la elección de autoridades, sino también su posible remoción o revocatoria de mandato en caso de incumplimiento o descontento popular.

El Código la Democracia en el Capítulo Tercero Infracciones, Procedimiento y Sanciones en su artículo 275 nos dice:

Infracción electoral es aquella conducta antijurídica que afecta los derechos de participación o menoscaba los principios de igualdad y no discriminación, transparencia, seguridad y certeza del proceso electoral; que implican el incumplimiento de funciones electorales; o, violentan las disposiciones impartidas legítimamente por la autoridad electoral.

Las infracciones previstas en este Código no enervan las acciones y sanciones de aquellas contempladas en el Código Orgánico Integral Penal. (Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la Republica del Ecuador, Código de la Democracia Asamblea Nacional del Ecuador, 2020)

Este artículo nos define claramente qué constituye una infracción electoral. Según el mismo, una infracción electoral es aquella conducta antijurídica que afecta los derechos de participación o menoscaba los principios de igualdad y no discriminación, transparencia, seguridad y certeza del proceso electoral. Es decir, cualquier acción que perjudique la participación igualitaria de los ciudadanos, que socave la transparencia del proceso o que ponga en riesgo la seguridad y certeza de las elecciones, es considerada una infracción electoral.

Debemos tener presente que estas infracciones pueden ser el resultado del incumplimiento de funciones electorales por parte de los actores políticos o de la violación de disposiciones impartidas legítimamente por la autoridad electoral. Es decir, tanto los funcionarios encargados de garantizar el correcto desarrollo del proceso electoral como los candidatos y los partidos políticos tienen la responsabilidad de respetar las reglas establecidas por la autoridad electoral.

Por tanto, es necesario que todos los actores políticos, incluyendo a los candidatos y los partidos, respeten estrictamente las disposiciones legales que regulan los tiempos y formas de hacer campaña electoral. Esto contribuirá a garantizar un proceso electoral justo, en el cual los ciudadanos puedan ejercer su derecho de participación en condiciones de igualdad y transparencia. El artículo 275 del Código de la Democracia establece claramente las conductas que constituyen infracciones electorales y subraya la importancia de no realizar campañas electorales anticipadas. Como ciudadanos comprometidos con la democracia, debemos velar por el respeto a estas disposiciones legales, para asegurar elecciones libres, justas y transparentes en nuestra amada patria.

El Código la Democracia en el Capítulo Tercero Infracciones, Procedimiento y Sanciones en su artículo 278 nos dice que:

Las infracciones electorales graves serán sancionadas con multas desde once salarios básicos unificados hasta veinte salarios básicos unificados, destitución y/o suspensión de derechos de participación desde seis meses hasta dos años. Se aplicarán a quienes incurran en las siguientes conductas:

En su numeral 7 nos dice que: “Realizar actos de campaña anticipada o precampaña electoral.” (Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la Republica del Ecuador, Código de la Democracia, 2020, pág. 89)

Es una falta electoral grave la cual podrá ser sancionada con multas desde once salarios básicos unificados hasta veinte salarios básicos unificados, destitución y/o suspensión de derechos de participación desde seis meses hasta dos años. Aunque la Ley Electoral como señalo en líneas anteriores no permite realizar actos de campaña fuera del tiempo establecido, muchos candidatos en la actualidad se encuentran realizando distinto actos partidistas vía Facebook, Twitter y Tiktok, valiéndose de que para efectos del Código de la Democracia las redes sociales no son consideradas

para efectos de nuestra normativa electoral. Desde mi perspectiva, la prohibición de realizar campañas electorales anticipadas es esencial para preservar la equidad y la transparencia en el proceso electoral. Las campañas anticipadas pueden generar desequilibrios entre los actores políticos, permitiendo que algunos tengan una ventaja injusta sobre otros. Además, la anticipación de las campañas puede distorsionar la toma de decisiones de los votantes, al exponerlos a una sobreexposición de mensajes e información política antes de tiempo.

El Código la Democracia en el Título Tercero Financiamiento y Control del Gasto Electoral, Capítulo Primero de la Campaña electoral, propaganda y límites del gasto en su artículo 202 nos dice que:

El Consejo Nacional Electoral en la convocatoria para elecciones directas determinará la fecha de inicio y de culminación de la campaña electoral, que no podrá exceder de cuarenta y cinco días.

Durante este período, el Estado, a través del presupuesto del Consejo Nacional Electoral, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas programáticas de todas las candidaturas.

El Consejo Nacional Electoral normará las metodologías y reglas para la promoción electoral, así como el gasto en los medios de comunicación, conforme los criterios de mayor difusión y los instrumentos internacionales de derechos humanos. (Ley Organica Electoral y de Organizaciones Politicas de la Republica del Ecuador, Código de la Democracia, 2020, pág. 60),

El inciso 4 del presente articulo señala de **“Para efectos de la presente Ley no se consideran medios digitales a las redes sociales.”**

Mi estudio jurídico doctrinario está enfocado directamente en este inciso cuarto del art. 202 pues al no considerarse medios digitales a las redes sociales dentro del Código de la Democracia no se puede hacer un control eficaz de la campaña electoral anticipada en redes lo que ha ocasionado que varios sujetos políticos migren sus actos proselitistas a estas redes ya que no existe una regulación de estos actos para ser sancionados, el mismo Consejo Nacional Electoral reconoce que existe una dificultad para controlar la precampaña en redes sociales. Vivimos en una sociedad tecnologizada y es de vital importancia comenzar a plantearse la idea de regular las redes no solo

para calcular el gasto electoral sino para evitar que sujetos políticos inescrupulosos hagan uso de estas para comenzar una campaña electoral desleal.

4.24. Reglamento Para El Control Y Fiscalización Del Gasto Electoral,

Artículo 5 y 8

El Reglamento Para El Control Y Fiscalización Del Gasto Electoral en su capítulo primero de los Principios Generales nos señala el Art. 5 referente a glosario de términos, en el literal I nos da una definición de redes sociales:

Se entiende por redes sociales a los canales o herramientas virtuales con domicilio internacional, en las que el contenido es primordialmente generado por los usuarios y que permiten tecnológicamente la vinculación, posicionamiento, intercambio de fotografías, videos, archivos en línea o en tiempo real. (El Reglamento Para El Control Y Fiscalización Del Gasto Electoral, 2020, pág.4)

De acuerdo con este reglamento, se entiende por redes sociales a los canales o herramientas virtuales con domicilio internacional, en los cuales el contenido es primordialmente generado por los usuarios. Estas plataformas tecnológicas permiten la vinculación, el posicionamiento y el intercambio de fotografías, videos, archivos en línea o en tiempo real. Es evidente que en la era digital en la que nos encontramos, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la comunicación y la interacción social. Son espacios en los que los usuarios tienen la posibilidad de expresarse libremente, compartir información, debatir ideas y participar activamente en el debate público.

Sin embargo, también es necesario reconocer que las redes sociales pueden tener un impacto significativo en el ámbito electoral. La rapidez con la que la información se difunde en estas plataformas puede influir en la opinión pública y en las decisiones de los votantes. Por lo tanto, es fundamental establecer mecanismos de control y fiscalización del gasto electoral en el ámbito de las redes sociales. Este reglamento tiene como objetivo garantizar la transparencia y la equidad en el uso de las redes sociales durante los procesos electorales. Establece normas y directrices claras para evitar el abuso de estas plataformas y para asegurar que todos los actores políticos tengan las mismas oportunidades de promover sus propuestas y conectar con los ciudadanos.

Es importante destacar que, al tratarse de canales con domicilio internacional, se deben considerar los aspectos relacionados con la soberanía y la jurisdicción del Estado ecuatoriano. Es fundamental establecer mecanismos de cooperación y coordinación con las empresas propietarias de estas redes sociales para garantizar el cumplimiento de las disposiciones establecidas en el reglamento.

El Reglamento Para El Control Y Fiscalización Del Gasto Electoral en su capítulo segundo de Fases De Control Del Gasto Electoral nos señala el Art. 8. Campaña anticipada o precampaña electoral:

Se considerará campaña anticipada o precampaña electoral todo acto proselitista de reunión pública, asamblea o marcha organizada de manera directa o indirecta, por organizaciones políticas o sociales, por intervención de afiliados, adherentes permanentes, candidatos y en general personas naturales o jurídicas que difundan o utilicen propaganda o publicidad electoral con la imagen, voz, y nombres exclusivos de las personas que se encuentren inscritas como candidatas o candidatos a un cargo de elección popular o una determinada opción de democracia directa que se realice previo al inicio de la campaña electoral. (El Reglamento Para El Control Y Fiscalización Del Gasto Electoral, 2020, pág.5)

De acuerdo con este reglamento, se considerará campaña anticipada o precampaña electoral a toda actividad proselitista que involucre reuniones públicas, asambleas o marchas organizadas directa o indirectamente por organizaciones políticas o sociales. También se incluyen aquellas actividades en las cuales intervengan afiliados, adherentes permanentes, candidatos y, en general, personas naturales o jurídicas que difundan o utilicen propaganda o publicidad electoral con la imagen, voz y nombres exclusivos de las personas que estén inscritas como candidatas o candidatos a un cargo de elección popular o una opción específica de democracia directa. Estas actividades se realizan antes del inicio de la campaña electoral propiamente dicha.

Es importante comprender la razón detrás de esta disposición. La campaña anticipada o precampaña electoral puede distorsionar el proceso democrático al brindar a ciertos actores políticos una ventaja injusta antes de que comience oficialmente la campaña electoral. Esta práctica puede desequilibrar la competencia política y limitar la capacidad de otros candidatos y opciones de presentar sus propuestas de manera equitativa.

La promoción de la democracia implica permitir que todas las voces sean escuchadas y que todos los actores políticos tengan las mismas oportunidades de participación. La prohibición de la campaña anticipada o precampaña electoral contribuye a mantener un nivel de competencia equitativo y a proteger la integridad del proceso electoral.

4.25. Código Electoral Colombiano

ARTÍCULO 100. Límites de la propaganda electoral por medios electrónicos:

La propaganda desplegada a través de las redes sociales, correos electrónicos, mensajes de texto y las plataformas digitales que permiten crear, publicar, reproducir y repetir información en un espacio digital durante el periodo preelectoral y electoral, no podrá exceder los topes de campaña establecidos por el órgano electoral. (Código Electoral Colombiano, 2020, pág. 78)

Las personas naturales o jurídicas que elaboren, y contraten información durante el periodo preelectoral y electoral a través de cualquier medio, incluyendo plataformas digitales, redes sociales y telefonía, deberán reportar al Consejo Nacional Electoral los gastos de publicidad y promoción con el objeto de verificar los topes de campaña preestablecidos. (Código Electoral Colombiano, 2020, pág. 78)

Parágrafo. El Consejo Nacional Electoral establecerá la reglamentación de la propaganda electoral por medios electrónicos, en un plazo no superior a seis (6) meses contados desde la entrada en vigencia de la presente Ley. (Código Electoral Colombiano, 2020, pág. 78)

El artículo 100 del Código Electoral Colombiano establece los límites de la propaganda electoral en medios electrónicos durante el periodo preelectoral y electoral. Considero que es fundamental regular esta forma de propaganda para garantizar una competencia equitativa y transparente.

En mi opinión, es necesario establecer topes de campaña para la propaganda desplegada en redes sociales, correos electrónicos, mensajes de texto y otras plataformas digitales. Esto evita que se excedan los límites establecidos por el órgano electoral y contribuye a mantener un ambiente de igualdad entre los candidatos.

Asimismo, me parece acertado que se exija a las personas naturales o jurídicas que contraten y elaboren información en medios electrónicos durante el periodo preelectoral y electoral

que reporten al Consejo Nacional Electoral los gastos de publicidad y promoción. Esta medida permite verificar el cumplimiento de los topes de campaña establecidos y garantiza la transparencia en el financiamiento de las campañas.

En este sentido, la regulación de la propaganda electoral busca proteger los principios de igualdad y equidad en la competencia política, evitando que aquellos con mayores recursos económicos tengan una ventaja injusta sobre los demás participantes. Además, al exigir la declaración de los recursos utilizados, se fomenta la transparencia y se brinda a los ciudadanos la posibilidad de conocer el origen y el alcance de la financiación de las campañas

4.26. Ley Electoral y de Partidos Políticos de la República de Guatemala

El artículo 63 de la Ley electoral de la República de Guatemala nos dice que son: “Medios de comunicación. Son aquellos soportes en los cuales puede ser transmitida una idea o mensaje tales como: prensa, radio, cine, televisión, internet, cable, distribución de impresos, o de otra índole.” (Ley Electoral y de Partidos Políticos, 2019, pág. 35)

Este artículo reconoce la importancia de los medios de comunicación como herramientas fundamentales para difundir información y llegar a la sociedad en general. Los medios desempeñan un papel crucial en la formación de la opinión pública y en el proceso de toma de decisiones de los ciudadanos. Es esencial que estos medios sean accesibles, imparciales y garanticen la libre expresión de ideas y opiniones diversas. La pluralidad de voces en los medios de comunicación contribuye a una sociedad democrática y a un debate abierto en el ámbito público.

En definitiva, el artículo 63 de la Ley Electoral guatemalteca reconoce la importancia de los medios de comunicación como canales fundamentales para la transmisión de ideas y mensajes. Destaca la necesidad de garantizar la pluralidad, la imparcialidad y la libre expresión en los medios, al tiempo que establece regulaciones para asegurar la transparencia y la veracidad en la difusión de la información.

El artículo 219 de la Ley electoral de la República de Guatemala señala como requisitos de la propaganda electoral y garantía de su ejercicio:

La propaganda electoral es toda actividad, ejercida únicamente durante el proceso electoral, realizada por las organizaciones políticas, coaliciones, candidatos, afiliados, simpatizantes, personas jurídicas individuales y colectivas, con el objeto de difundir programas de

gobierno; captar, estimular o persuadir a los electores; así como, promover políticamente a ciudadanos, afiliados o candidatos, por medio de la celebración de reuniones públicas, asambleas, marchas, o a través de medios de comunicación escritos, televisivos, radiales, televisión por cable, Internet y similares... (Ley Electoral y de Partidos Políticos, 2019, pág.130)

El artículo 219 de la Ley Electoral de Guatemala establece los requisitos y garantías para el ejercicio de la propaganda electoral. Reconoce que la propaganda es una actividad llevada a cabo exclusivamente durante el proceso electoral, con el propósito de difundir programas de gobierno, captar y persuadir a los electores, y promover políticamente a ciudadanos, afiliados o candidatos. Desde mi perspectiva, es fundamental que la propaganda electoral se realice de manera responsable y respetando los principios democráticos. La libertad de expresión y el acceso equitativo a los medios de comunicación son elementos esenciales para garantizar una competencia justa y transparente. Asimismo, es importante que la propaganda se enfoque en la difusión de propuestas y programas, en lugar de recurrir a tácticas que busquen desinformar o manipular a los electores. En resumen, el artículo 219 de la Ley Electoral de Guatemala establece los requisitos para la propaganda electoral, reconociendo su importancia como herramienta para la difusión de ideas y programas políticos. En el ejercicio de la propaganda, es necesario promover una competencia democrática, transparente y basada en propuestas con el fin de fortalecer la participación ciudadana y la formación de una opinión informada en el proceso electoral.

4.27. Código Electoral Nacional de la Republica de la Argentina

Art. 64 ter. - Publicidad en medios de comunicación:

Queda prohibida la emisión y publicación de avisos publicitarios en medios televisivos y radiales con el fin de promover la captación del sufragio para candidatos a cargos públicos electivos, así como también la publicidad alusiva a los partidos políticos y a sus acciones, antes de los treinta y cinco (35) días previos a la fecha fijada para el comicio. (Código Electoral Nacional, 2019, pág. 21)

La emisión y publicación de avisos publicitarios para promoción con fines electorales en medios gráficos, vía pública, internet, telefonía móvil y fija, y publicidad estática en espectáculos públicos, sólo podrá tener lugar durante el período de campaña establecido en esta ley. (Código Electoral Nacional, 2019, pág. 21)

El juzgado federal con competencia electoral dispondrá en forma inmediata el cese automático del aviso cursado cuando éste estuviese fuera de los tiempos y atribuciones regulados por la ley. (Código Electoral Nacional, 2019, pág. 21)

Quiero destacar la importancia del artículo del Código Electoral Nacional que prohíbe la emisión y publicación de avisos publicitarios en medios televisivos y radiales antes de los treinta y cinco (35) días previos a la fecha fijada para el comicio. Esta medida busca evitar una saturación excesiva de publicidad electoral y brindar un espacio de reflexión y análisis a los ciudadanos antes de tomar una decisión informada en las elecciones. Además, considero acertado que se establezca un período de campaña específico en el cual se permita la emisión y publicación de avisos publicitarios para promoción con fines electorales en medios gráficos, vía pública, internet, telefonía móvil y fija, y publicidad estática en espectáculos públicos. Esto contribuye a regular y controlar el uso de la publicidad durante el proceso electoral, evitando un desequilibrio en la competencia política.

Un aspecto relevante es la atribución del juzgado federal con competencia electoral para disponer en forma inmediata el cese automático de un aviso publicitario cuando este esté fuera de los tiempos y atribuciones establecidos por la ley. Esto garantiza un mecanismo efectivo para hacer cumplir las disposiciones legales y evitar posibles infracciones o abusos en la propaganda electoral. El artículo del Código Electoral Nacional analizado busca regular la publicidad electoral y promover una competencia equitativa durante el proceso electoral. Estas medidas contribuyen a garantizar la transparencia, la reflexión ciudadana y el respeto de los tiempos establecidos, fortaleciendo así el sistema democrático en nuestro país.

5. Metodología

5.1. Materiales Utilizados

Dentro de los materiales utilizados para la realización del presente trabajo de investigación y que me permitieron sustentar el mismo se encuentran la recolección de diversas fuentes bibliográficas entre las cuales tenemos:

Bases de datos digitales y bibliografía física; dentro de las bases de datos digitales se utilizó ProQuest, Dialnet, Redalyc, Scielo, Google académico, Scribd, Lexis Finder, entre otras;

Entre otros materiales se encuentran:

Laptop, teléfono celular, cuaderno de apuntes, hojas de papel bond, conexión a internet, fotocopias, anillados, entre otros.

5.2. Métodos

En la presente investigación se hará uso de los siguientes métodos:

- a) **Método Inductivo:** Este método va de lo particular a lo general, por lo que, se analizan casos particulares para obtener conclusiones generalizadas. Por lo tanto, es un proceso sistemático que procede a partir del conocimiento de hechos particulares para formular teorías generalizadas.
- b) **Método Deductivo:** es aquel que parte del estudio de lo general a lo particular o específico, siendo un complemento la ayuda del método analítico. Puesto que, al partir de las generalidades se realizan inferencias mentales y se llegan a nuevas conclusiones, a la vez se ingiere posibles soluciones a la problemática a investigar.
- c) **Método Analítico:** es aquel donde se analizan las partes de un todo, por lo que, es un procedo lógico que posibilita descomponer un todo en sus partes, elementos, cualidades, para estudiar al fenómeno o problema de forma detallada y establecer nuevas teorías.
- d) **Método Hermenéutico:** Es un enfoque analítico que busca interpretar y comprender textos, especialmente aplicado al estudio de textos jurídicos. Este método permite la comprensión del significado de las normas legales, con el objetivo de descubrir la esencia de la ley mediante la interpretación.
- e) **Método Comparativo:** es aquel método que permite contrastar dos realidades, en nuestro caso, legal. La comparación se puede realizar a través de normas tanto nacionales como extranjeras. Lo que permite el conocimiento de otras formas de administrar justicia que al ser comparadas dichas normativas dan a entrever si son necesarias dentro del ordenamiento jurídico nacional.
- f) **Método Sintético:** Consiste en sintetizar los aspectos más importantes del proceso investigativo en un resumen.

5.3. Técnicas

Encuestas:

Consiste en un cuestionario contiene que preguntas y respuestas para recabar datos y obtener información de la opinión pública sobre la problemática planteada en mi tema de estudio.

Desarrollado al momento de aplicar las 30 encuestas a Abogados en Libre Ejercicio, Sujetos Políticos y Comunicadores Sociales, quienes tienen conocimiento sobre la problemática planteada.

Entrevista:

Consiste en un dialogo entre el entrevistador y el entrevistado sobre aspectos puntuales de la problemática de estudio, se aplicó a 5 profesionales especializados y conocedores de la problemática de mi tema de estudio.

6. Resultados

6.1.Resultados De La Aplicación De Encuestas

La presente técnica de la encuesta fue aplicada en una muestra de 30 profesionales entre ellos abogados, sujetos políticos y comunicadores sociales de la ciudad de Loja, Gonzanamá y Quilanga, a quienes se les aplico un cuestionario de cinco preguntas cerradas relacionadas al problema jurídico que se investiga, obteniendo los siguientes resultados:

Primera pregunta: Considera usted que la Constitución de la Republica del Ecuador y el Código de la Democracia, garantizan que los procesos electorales sean igualitarios para todos los ciudadanos.

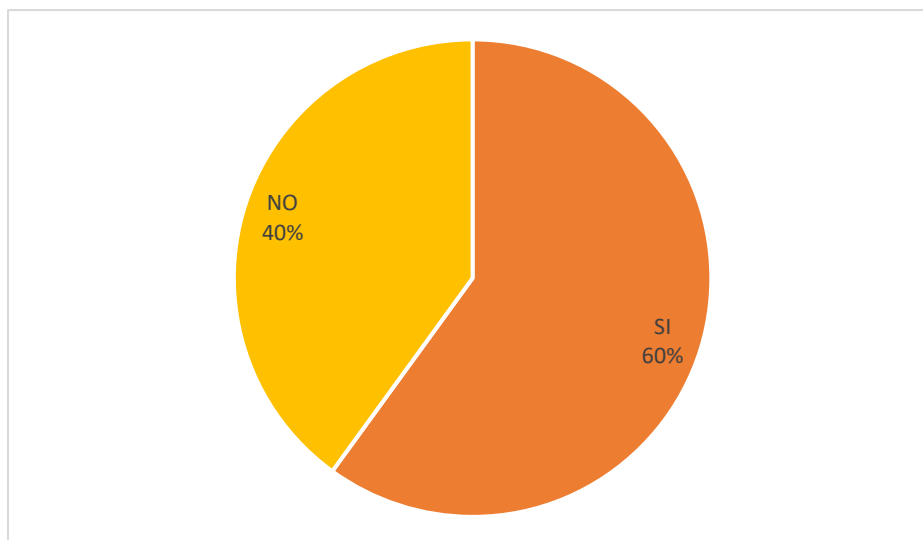
Tabla 1

Indicadores	Variables	Porcentaje
Si	18	60%
No	12	40%
Total	30	100%

Fuente: Profesionales del Derecho, Sujetos Políticos y Comunicadores Sociales

Autor: Miguel Ángel Ludeña Briceño

Figura 1. Representación gráfica- Pregunta Nro.1



Interpretación: En la presente pregunta, dieciocho (18) encuestados que corresponden al 60% señalan que **SI se garantiza dentro de la Constitución de la República del Ecuador y el Código de la Democracia, que los procesos electorales sean igualitarios para todos los ciudadanos.** Pero asimismo doce (12) de los treinta encuestados manifiestan que en la práctica **NO se garantizan procesos igualitarios para todos los ciudadanos,** ya que a pesar de que la Constitución de la República del Ecuador y el Código de la Democracia proporcionan algunas disposiciones para garantizar la igualdad de todos los ciudadanos durante los procesos electorales, hay numerosas barreras que aún dificultan el acceso igualitario a los procesos electorales.

Análisis: Con relación a esta pregunta puedo señalar que estoy de acuerdo con la mayoría de encuestados que dan una respuesta afirmativa a la interpelación presentada ya que en definitiva señalan que tanto la Constitución de la República del Ecuador y el Código de la Democracia garantizan que los procesos electorales sean igualitarios para todos los ciudadanos. Esto se debe a que se han adoptado medidas para asegurar que todos los ciudadanos tengan igualdad de oportunidades para participar dentro de los diversos procesos electorales. Además, se han establecido mecanismos para garantizar el derecho de los ciudadanos a ser informados sobre los procesos electorales y para garantizar el acceso a los recursos necesarios para participar en ellos. Estas medidas garantizan que los procesos electorales sean justos, equitativos y transparentes para todos los ciudadanos. De igual manera al analizar los resultados negativos se puede señalar que una parte minoritaria de los encuestados señalan que, aunque si bien existe la normativa, todavía existen varias inconsistencias dentro de los procesos electorales esto debido a que no existe una

igualdad material, sino solamente formal dentro de la materia electoral. Recalcando que aun el Código de la Democracia deja muchos temas fuera de su regulación entre ellos el correcto monitoreo de la campaña electoral anticipada y regulación de las redes sociales para controlar no solo el gasto electoral sino también su uso indebido dentro del tiempo electoral.

Segunda pregunta: Cree usted que los partidos y/o movimientos políticos cumplen las disposiciones y restricciones legales establecidas dentro del Código de la Democracia.

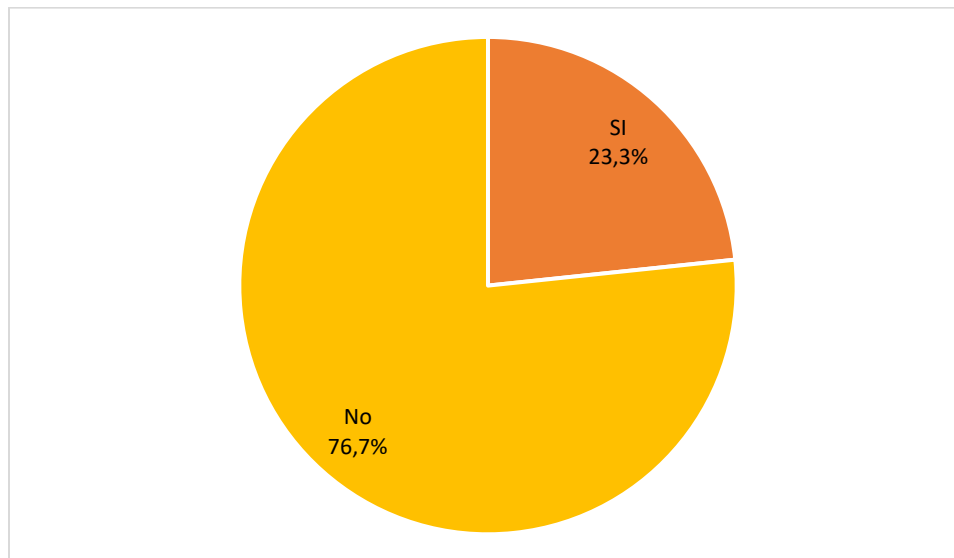
Tabla 2

Indicadores	Variables	Porcentaje
Si	7	23,3%
No	23	76,7%
Total	30	100%

Fuente: Profesionales del Derecho, Sujetos Políticos y Comunicadores Sociales

Autor: Miguel Ángel Ludeña Briceño

Figura 2. Representación gráfica- Pregunta Nro.2



Interpretación: En la siguiente pregunta el setenta y seis punto siete por ciento (76,7%) de los encuestados que equivale a veintitrés (23) de los treinta (30) consultados, manifiestan directamente que los partidos y/o movimientos políticos no cumplen con las disposiciones y restricciones estipuladas en el Código de la Democracia porque en los últimos años, se ha

observado un aumento en el número de casos de partidos y movimientos políticos que infringen las disposiciones legales establecidas en la Ley Electoral. Mientras tan solo siete (7) encuestados manifiestan que, SI se cumplen las disposiciones y restricciones estipulados en el Código de la Democracia, bajo la primicia que los actores políticos se han comprometido a respetar y hacer cumplir las leyes, así como a promover una cultura de respeto por los derechos humanos y la democracia.

Análisis: Estoy de acuerdo con la mayoría de los encuestados pues, aunque si bien existen varias disposiciones y restricciones por parte del Código de la Democracia existen muchos partidos políticos y movimientos que no respetan estas disposiciones o que hacen uso de la denominada “viveza criolla” que no es más que el buscar vacíos legales de los cuales beneficiarse para no tener problemas con la autoridad electoral, el uso de todas estas artimañas ponen en riesgo la democracia en un país donde imperan los actos de corrupción, en donde podemos encontrar partidos políticos de alquiler que se prestan para auspiciar candidaturas a cambio de réditos económicos, si bien la democracia es un mecanismo indispensable para preservar un estado funcional, el no tener un estricto control electoral de los actos partidistas que realizan los sujetos políticos dentro sus organizaciones, es el inicio de un decadencia democrática en la cual no existe un seguimiento eficiente y eficaz que permita sancionar severamente a quienes incumplan con lo que dispone y señala el Código de la Democracia, y aunque como señala la minoría encuestada existen algunos partidos que si respetan los lineamientos propuestos por el Consejo Nacional Electoral y la Ley Electoral, son más los que buscan pasar por alto lo que dispone del Código de la Democracia.

Tercera pregunta: Cree usted que existe un correcto control y monitoreo de los actos de campaña anticipada por parte del Concejo Nacional Electoral.

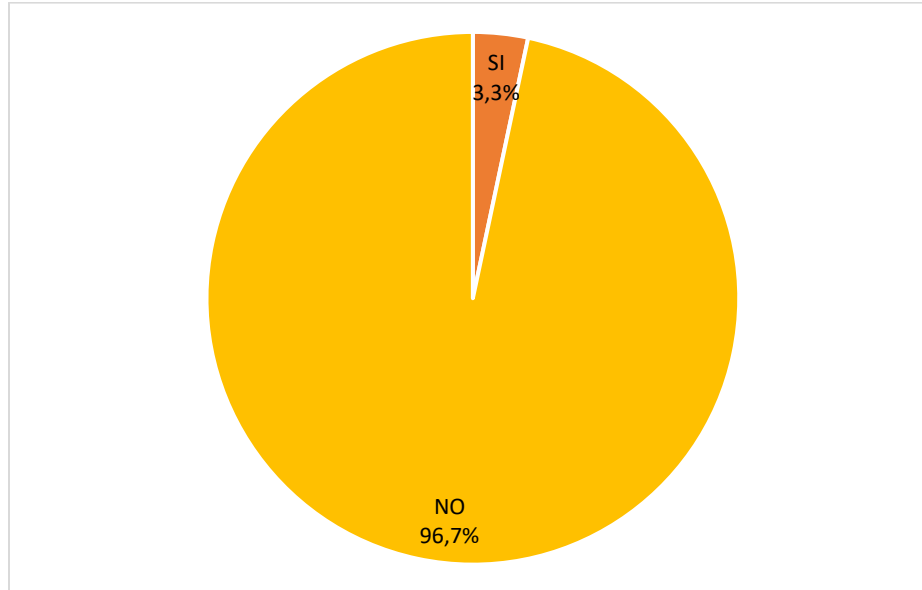
Tabla 3

Indicadores	Variables	Porcentaje
Si	1	3,3%
No	29	96,7%
Total	30	100%

Fuente: Profesionales del Derecho, Sujetos Políticos y Comunicadores Sociales

Autor: Miguel Ángel Ludeña Briceño

Figura 3. Representación gráfica- Pregunta Nro.3



Interpretación: En la presente pregunta veintinueve (29) de los treinta (30) encuestados, que corresponde al noventa y seis punto siete por ciento (96,7%) señalan de manera unánime que NO existe un correcto control y monitoreo de los actos de campaña electoral anticipada por parte del Consejo Nacional Electoral. El tres punto tres por ciento (3,3%) de las encuestados que representa directamente a una única persona la cual manifiesta que: “los actos de precampaña si son monitoreados y controlados de manera correcta por parte del Consejo Nacional Electoral (CNE) y cuando existe algún acto proselitista son los delegados de campo quienes se comunican con los candidatos para estos procedan a retirar sus pancartas o publicidad y en caso de no hacerlo, se procederá con el proceso para sancionarlos, más sin embargo en el caso de las redes sociales el control es inexistente.”

Análisis: Referente a la siguiente pregunta comparto la negatividad propuesta por la mayoría de interpelados, considerando que no existe un correcto control y monitoreo de los actos de campaña electoral anticipada por parte del Consejo Nacional debido a que esta entidad no tiene un mecanismo eficaz para controlar y monitorear los actos de campaña anticipada. Los controles existentes son insuficientes para prevenir la violación de las leyes electorales, especialmente por parte de los partidos políticos. Esto ha llevado a que muchos partidos se aprovechen de los vacíos legales y se aprovechen de la campaña anticipada para beneficiarse electoralmente. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos del CNE, el control y el monitoreo de la campaña anticipada aún tienen

algunos problemas. Por un lado, debido al tamaño del país, la entidad no puede tener una presencia en todas partes. Esto significa que hay zonas donde el CNE no puede supervisar los actos de campaña anticipada. En estas áreas, los partidos políticos pueden abusar de su poder y realizar actos de campaña anticipada sin el debido control. Además, es importante destacar que el CNE sólo puede actuar cuando hay una queja. Esto significa que hasta que alguien informe de una violación de la ley, el CNE no puede actuar. Esto limita aún más la capacidad del CNE para monitorear y controlar los actos de campaña anticipada. Referente al único encuestado que da una respuesta afirmativa no estoy con lo manifestado debido a que el control y monitoreo si queda escaso por parte de las autoridades electorales, considerando lo manifestado en líneas interiores que estas actúan cuando existe un denuncia ciudadana, por tanto considero de suma importancia que el CNE cree protocolos logísticos eficientes con la finalidad de abarcar el espectro político nacional de una mejor manera, y en lo referente a las redes sociales mi tema de investigación plantea que estas también sean monitoreadas no solo para el control de gasto electoral sino también para evitar actos de campaña electoral anticipada.

Cuarta pregunta: Usted tiene conocimiento o ha visualizado algún acto de campaña electoral anticipada dentro de alguna red social como Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok o YouTube.

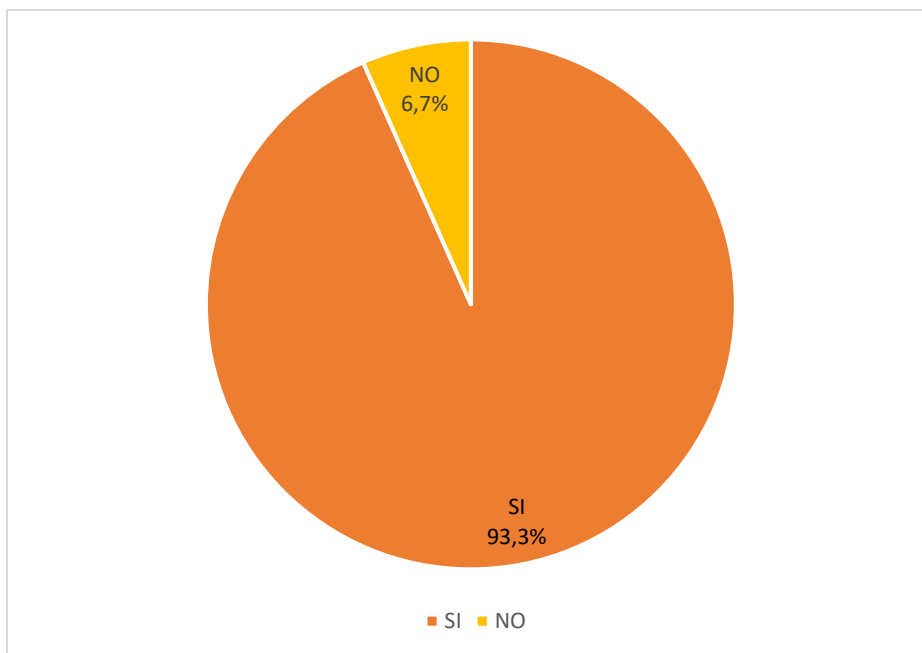
Tabla 4

Indicadores	Variables	Porcentaje
Si	28	93,3%
No	2	6,7%
Total	30	100%

Fuente: Profesionales del Derecho, Sujetos Políticos y Comunicadores Sociales

Autor: Miguel Ángel Ludeña Briceño

Figura 4. Representación gráfica- Pregunta Nro.4



Interpretación: En la presente pregunta el noventa y tres punto tres por ciento (93,3%) de los encuestados que representa a veintiocho (28) interpelados de la muestra de treinta (30) personas, manifiestan que, SI tienen conocimiento respecto de la campaña anticipada dentro de las redes sociales, de la misma manera manifiestan que ellos si han visualizado estos actos preelectorales en redes sociales. Dentro del porqué, podemos encontrar que los encuestados señalan que en las plataformas en las que ellos han constatado más actos de campaña electoral anticipada, son Facebook y Tiktok al ser redes sociales en las cuales pueden llevar de manera más fluida a un electorado entre los dieciséis (16) y cuarenta (40) años, quienes son los usuarios más frecuentes de estas dos redes sociales. En la presente pregunta el seis punto siete por ciento (6,7%) de los encuestados manifiestan, que no existen actos de campaña electoral anticipada debido a que los candidatos y sus partidos solo usan las redes para difusión de planes de trabajo e invitar a la ciudadanía a conversatorios con la finalidad de difundir sus ideas. De la mismas esta minoría de encuestados manifiestas que dichas invitaciones se hacen vía Facebook y Tiktok.

Análisis: En la presente pregunta comparto lo expresado por la mayoría ya que como ellos yo también he podido visualizar ese uso indebido que le dan los candidatos a las redes sociales, y esta pregunta ayuda a constatar la problemática de mi tema de investigación, pues busco erradicar estos actos con una regulación efectiva de las redes sociales dentro del Código de la Democracia, porque no es ético ni moral que los sujetos políticos, partidos y/o movimientos, se valgan de la no

regulación de redes sociales para promocionar sus candidaturas fuera del tiempo electoral establecido. Dentro de los encuestados tengo sujetos políticos los cuales también muestran su inconformidad puesto que consideran que estos actos atentan contra la igualdad democrática debido a que los adversarios con alto poder adquisitivo son los que de mayor manera usan las redes sociales para promocionar sus candidaturas fuera del calendario electoral. Analizando cada una de las respuestas presentadas por los encuestados, podemos notar que las plataformas en donde se pone en evidencia más actos de campaña electoral anticipada son Facebook en donde se busca llegar a un público mayor y Tiktok en la cual se busca llegar a un público adolescente y joven quienes representan un porcentaje fuerte del electorado nacional. Considerando las respuestas de la minoría representa en un seis punto siete por ciento (6,7%) de la muestra encuestada, puedo señalar que también estoy de acuerdo con la manifestado por estos interpelados, debido a que, si podemos encontrar políticos honestos que hacen un uso correcto de las redes sociales, utilizándolas como un mecanismo de difusión ideológica, de ideales, planes de gobierno y proyectos de trabajo, mas no como mecanismos para la difusión de la imagen de su candidato.

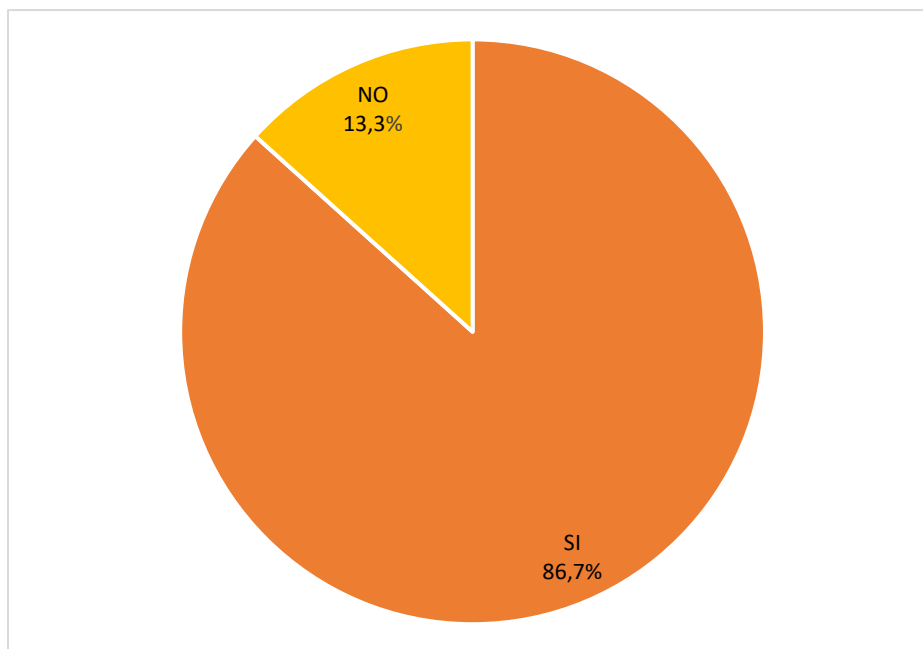
Quinta pregunta: Considera usted necesario presentar una propuesta de reforma que permita regular las redes sociales como medios de comunicación digitales dentro de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, para el control de la campaña electoral anticipada.

Tabla 5

Indicadores	Variables	Porcentaje
Si	26	86,7%
No	4	13,3%
Total	30	100%

Fuente: Profesionales del Derecho, Sujetos Políticos y Comunicadores Sociales
Autor: Miguel Ángel Ludeña Briceño

Figura 5. Representación gráfica- Pregunta Nro.5



Interpretación: En la presente pregunta cuatro (4) encuestados que corresponden al trece punto tres por ciento (13,3%) señalan que NO están de acuerdo que se elabore una propuesta jurídica que permita regular en el Código de la Democracia a las redes sociales como medios de comunicación digital para el control de la campaña electoral anticipada. Porque, consideran que es una violación a la libertad de expresión. En cambio, veintiséis (26) encuestados que corresponde al ochenta y seis punto siete por ciento (86,7%) señala que, SI están de acuerdo se elabore una propuesta jurídica al Código de la Democracia para que se regulen a las redes sociales como medios de comunicación para controlar la campaña electoral anticipada, para garantizar así la regulación de los contenidos que las campañas electorales difunden a través de las redes sociales e incluir mecanismos para garantizar que los usuarios de las redes sociales tengan acceso a información veraz y precisa sobre los candidatos y las propuestas electorales.

Análisis: De acuerdo con la minoría de encuestados consideró que sus argumentos tratan de poner en manifiesto que intentar regular las redes sociales es una forma de atentar contra la libertad de expresión y demostrar que la internet al ser un mundo muy extenso sería un gasto incensario de recursos el proponer regular a las redes sociales, por lo que consideran que la propuesta es inviable. No comparto el pensamiento de la minoría puesto que no se trata de violentar la libertad de expresión sino el evitar que los sujetos políticos realicen actos de propagandísticos fuera del calendario electoral, de la misma manera no es un gasto incensario de recursos pues en la

actualidad el CNE tiene centros de monitoreo a los cuales solo se sumaría el monitoreo de redes sociales.

Y respecto de la mayoría concuerdo con los encuestados, ya que es necesario y urgente que se garanticen procesos electorales igualitarios y equitativos entro todos los sujetos políticos, es por ello que la mayoría de encuestados consideran importante regular a las redes sociales como medios de comunicación digitales para control la campaña electoral anticipada para de esta manera preservar la democracia participativa en una sociedad que día tras día va evolucionando a un mundo más digitalizado.

6.2.Resultados de la Aplicación De Entrevistas.

En la presente técnica de entrevista fue aplicada a cinco profesionales que conocen sobre el Derecho Electoral, Politología y Marketing Político; entre ellos profesionales de Derecho en Libre Ejercicio, Licenciados en Comunicación Social con estudios en Marketing Política y Sujetos Políticos de la ciudad de Loja, Gonzanamá y Quilanga, a quienes se les aplico un banco de cinco preguntas abiertas relacionadas al problema jurídico que se está investigando, obteniendo los siguientes resultados:

Primera Pregunta: Para su criterio que papel han desempeñado las redes sociales en la difusión de propaganda electoral dentro de presente proceso electoral seccional.

Respuestas:

Primer entrevistado: Manifiesta que las redes sociales en la difusión de propaganda electoral en el proceso electoral han sido determinantes, pues se han denotado propuestas innovadoras hasta cierto punto atractivas para los consumidores de estas redes sociales, lo que presenta un saldo positivo para un candidato en cuanto a conocer y presentar sus propuestas de campaña.

Segundo entrevistado: Señala que, hoy más que nunca en pleno siglo XXI las redes sociales juegan un papel importante, en la difusión de la propaganda electoral, sirviendo estas para demarca cual es la tendencia de aprobación de los candidatos, las redes sociales se han convertido en un medio muy atractivo para los políticos ya que les permite interactuar de mejor manera con el electorado cosa que no se puede hacer mediante es uso de medios tradicionales, por tanto como candidato puedo señalar que las redes sociales nos fueron me mucha ayuda para la difusión de

propaganda electoral, con la finalidad de captar el voto joven, quienes según mi estudio son el voto fuerte en el catón Quilanga.

Tercer entrevistado: Manifiesta que, De acuerdo a lo vivido en el presente proceso electoral, pienso que las redes sociales han jugado o más bien juegan un papel muy fundamental para lo que tiene que ver con la publicidad de los diferentes movimientos y de los diferentes candidatos, aunque también se han visto un sin número de situaciones que generar un poco de malestar, al existir agresiones que no son controladas en estas redes sociales.

Cuarto entrevistado: La Magister en Marketing político nos supo manifestar: Las redes sociales representan un papel y un rol muy importante en este tiempo, luego de la evolución de la web 2.0 y la tecnología, estas representan un rol más importante en el desarrollo político social, las redes sociales son un punto clave en el momento en el que estamos viviendo, para que la ciudadanía en general conozca las propuestas políticas de los candidatos ya que hoy por hoy la mayoría de personas cuentan con un celular y con acceso a internet, dejando de lado los medios convencionales, por tanto informativamente y políticamente, las redes son por excelencia el medio de comunicación predilecto ya que con un simple clic nos podemos empapar de mucho conocimiento.

Quinto entrevistado: Yo puedo decirle que el mundo está digitalizado, y la forma de hacer política no escapa al uso de las tecnologías de la información y la comunicación, que no es otro que el uso de medios digitales, ya se usaba en procesos electorales anteriores, pero en este proceso electoral el uso de las nuevas tecnologías de la información a crecimiento, por lo que puedo decir que las redes sociales han jugado porque permiten llegar directamente al electorado.

Comentario del autor: Las redes sociales han desempeñado un papel importante en la difusión de propaganda electoral durante el presente proceso electoral seccional. Estas plataformas han permitido a los candidatos y partidos políticos llegar a una población mucho más amplia, con mayor rapidez y a un coste mucho menor que antes. Los partidos políticos, candidatos y activistas pueden publicar anuncios, contenido multimedia, infografías y otros materiales de campaña en las redes sociales, lo que les permite llegar a millones de personas a la vez. Esto les da una gran ventaja en la propagación de su mensaje político, ya que les permite llegar a un público mucho más amplio que el que podrían alcanzar a través de otros medios de comunicación.

Además, las redes sociales también han proporcionado una plataforma para que la gente comparta sus pensamientos y opiniones sobre la política. Esto les ha dado a los electores la oportunidad de discutir entre ellos los pros y los contras de los candidatos y de los partidos políticos que compiten en el proceso electoral seccional. Esto ha contribuido a crear un debate político saludable y ha permitido a los electores tomar decisiones más informadas antes de emitir su voto.

Segunda Pregunta: Usted tiene conocimiento respecto a la normativa electoral y de cuál es la sanción impuesta a quienes cometen una falta grave en este caso el realizar actos de campaña anticipada

Respuestas:

Primer entrevistado: Manifiesta que, Conforme lo dispone la ley efectivamente tienen sanciones los que realizan actos de campaña anticipada, más, sin embargo, pocas veces se lo aplica y casi nunca sea ha conocido de sanciones ejemplares para que se terminen estos actos de campañas electorales anticipadas y sobre todo para frenar las chequeras que patrocinan costosas campañas electorales.

Segundo entrevistado: En realidad como candidatos conocemos, que existe una sanción económica, que puede llegar hasta la pérdida de derecho políticos, es por esa razón que yo no me anticipe a realizar campaña electoral, yo la inicie de manera formal el día martes, tres de enero y la culmine el días jueves, dos de febrero del 2023, ya que sabía en las faltas en las que podía incurrir, con las advertencias del caso por parte del Consejo Nacional Electoral (CNE), por esta razón, solo opte por poner mi nombre y el año es stickers, sin usar nada vinculante con mi partido político, para no ser objeto de denuncias respeto a actos de campaña anticipada, porque sé que luego del proceso electoral uno debe asumir con mucha responsabilidad las sanciones que van a ser impuestas por el Consejo Nacional Electoral (CNE) a través de un equipo técnico que realizo la fiscalización en carreteras, ciudades y cantones.

Tercer entrevistado: Con respecto a ello lo que tengo conocimiento y lo que podría indicar con respecto a la campaña anticipada y de acuerdo al Código de la Democracia, existe una sanción pecuniaria y de pérdida de derecho políticos, esa sería en este caso pues a la que estaría sujeta los actores políticos que incurran en esta campaña anticipada.

Cuarto entrevistado: Tengo conocimiento del Código de la Democracia, sabemos que dentro de esto se puede, perder los derechos electorales de seis a doce meses y pagar una multa de hasta once salarios básicos unificados, a quienes cometan actos de precampaña o campaña anticipada.

Quinto entrevistado: Claro, el Consejo Nacional Electoral (CNE) es el órgano rector que tiene a su cargo desarrollar los procesos electorales. Moviliza a todos sus departamentos tanto técnico, logístico y jurídico para planificar un proceso electoral desde sus etapas preelectoral, electoral y poselectoral, dentro de estas etapas se genera un calendario electoral señalando en qué momento un candidato puede realizar campaña electoral y en qué momento este no se encuentra facultado para realizar actos de campaña, en caso de que se quebranten estas disposiciones el (Consejo Nacional Electoral) CNE al ser el órgano recto puede sancionar a quienes incurran en actos de campaña anticipada, y la sanción será impuesta tal como lo estipula el Código de la Democracia es un sección de faltas electorales.

Comentario del autor: Constatando la información brindada por parte de los entrevistados podemos dejar en manifiesto que tanto comunicadores sociales como sujetos políticos, de una manera general conocen que dentro del Código de la Democracia existe una sanción para quienes comenten una falta grave, por lo que no hay un desconocimiento de la norma sino más bien una omisión de esta por parte de algunos políticos que aprovechando que las redes sociales no figuran como medios de comunicación digital, las utilizan para promover su campaña antes de lo establecido en el calendario electoral. También considero que tendría que existir una correcta guía por parte de Consejo Nacional Electoral (CNE) para capacitar a los candidatos sobre las faltas en las que podrían incurrir y es menester señalar que la auto preparación de los candidatos debe ser tomada a conciencia pues para entrar en el mundo de la política uno tiene que tener un conocimiento amplio respecto de la norma electoral.

Tercera Pregunta: Desde su criterio podría mencionar si tiene conocimiento del uso anticipado que le dan los políticos a las redes sociales.

Respuestas:

Primer entrevistado: Es un conocimiento generalizado y normalizado pero que lamentablemente no recibe atención y una reglamentación del uso de estas redes sociales. En

este caso, me incluyo que los candidatos trataron a través de estas redes sociales llegar a la ciudadanía unos mejor que otros, montando grandes producciones y otros utilizando su creatividad, pero es de conocimiento público de que se realizan campañas anticipadas por las redes sociales. Lamentablemente el único que no lo ve es el Consejo Nacional Electoral y al no verlo no lo puede sancionar o en definitiva la pregunta sería no lo quieren ver.

Segundo Entrevistado: Mientras no exista una regulación del manejo de redes sociales realmente, hacen y desasen este trabajo los políticos, incluso yo como candidato tuve que pedir una autorización a la empresa de Facebook para poder pautar en redes sociales, debe ser algo ético y moral el saber utilizar las redes sociales porque Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok son redes en donde converge mucha juventud, pero dando respuesta a tu pregunta puedo señalar de manera puntual que si existe un uso anticipado de las redes sociales por parte de los candidatos.

Tercer entrevistado: En efecto, justamente el Código de la Democracia permite que se difunda anterior al inicio formal de la campaña planes de trabajo, proyectos de gobierno e ideales ideológicos pero sin embargo las redes sociales se han prestado para que muchos candidatos difundan cosas ajenas a las antes señaladas, por eso encontramos muchos pasquines, exceso de publicidad que ensalza la imagen de un candidato, incluso algunos ya se publicitan como alcaldes, así que mi respuesta es sí, sí, he podido constatar el uso indebido que ciertos políticos le dan a las redes sociales y creo yo que eso debería cambiar.

Cuarto Entrevistado: Claro que se conoce, y creo yo que esto es de conocimiento público, pues no debemos ser eruditos para darnos cuenta que desde hace meses atrás, ya se ha publicitando la imagen de ciertos candidatos unos de una forma no tan directa, pero hay otros que no solo ponen su imagen sino también los colores de su partido el número y la dignidad a la que van a postularse, es decir el sin número de actos de precampaña dentro de redes sociales es gigantesco, denotando que existe un vacío legal del cual los ciertos candidatos se valen para publicitarse fuera del tiempo establecido por el CNE.

Quinto Entrevistado: Esta reglamentado que todas las organizaciones políticas se manejen a través de una página web, si los actos de campaña anticipada se dieran dentro de las páginas web oficiales de las organizaciones políticas, fuera evidente para el Consejo Nacional Electoral (CNE) que se está quebrantado la ley electoral, pero como estos actos se pone en manifiesto en redes como Facebook donde no se puede sancionar debido a que algunos candidatos se ocultan detrás de trolls

centers los cuales quedan deslindados de la organización política, pero retomando la pregunta planteada a mi consideración puedo señalar que la campaña anticipada dentro de redes sociales es visible para todos y actualmente incontrolable.

Comentario del autor: Es innegable que la tecnología ha modificado el panorama político en los últimos años. Las redes sociales han ganado popularidad entre los políticos, quienes las utilizan para promover su agenda política, conectar con sus electores y expandir su alcance. Sin embargo, el uso anticipado de las redes sociales por parte de los políticos también ha generado cierta preocupación. En primer lugar, la apertura de estas plataformas a la opinión pública ha aumentado la posibilidad de que los políticos sean acusados de manipular el contenido para influenciar el resultado de las elecciones. Algunos políticos han aprovechado la oportunidad para difundir información falsa o engañosa con el fin de manipular la opinión pública. Esto puede resultar en una polarización de la sociedad, lo que dificulta la toma de decisiones basadas en la información más veraz. En segundo lugar, el uso anticipado de las redes sociales por parte de los políticos también puede ser una forma de evitar el debate público sobre los temas más importantes.

Algunos políticos utilizan las redes sociales como una forma de promocionar su agenda política sin tener que exponerse a las críticas de sus oponentes. Esto puede evitar que los votantes reciban la información necesaria para tomar una decisión informada sobre su voto. En conclusión, el uso anticipado de las redes sociales por parte de los políticos puede tener consecuencias negativas para la política. No solo puede resultar en la difusión de información falsa o engañosa, sino que también puede ser una forma de evitar el debate público sobre los temas más importantes. Por lo tanto, es importante que los políticos sean responsables sobre el uso que hacen de estas plataformas.

Cuarta Pregunta: Considera necesario regular dentro del Código de la Democracia a las redes sociales para el control de la propaganda electoral anticipada.

Respuestas:

Primer entrevistado: Al hablar de redes sociales estamos entrando a un terreno sobre el cual lamentablemente el Consejo Nacional Electoral aún no tiene un poder de control y dominio, de los actos para poder sancionar efectivamente a los que cometen este tipo de irregularidades puesto que al basarse en un sistema informático que por lo general no radica en nuestro país no

pueden tener poder de control sobre el mismo. Por lo que es sumamente necesario que de alguna u otra manera el Consejo Nacional Electoral y el Código de la Democracia presente alternativas y sobre todo soluciones para que exista una equidad en cuanto al uso y publicidad a través de las redes sociales puesto que no se puede hablar de una equidad cuando no existe un cumplimiento de la norma, pues aún en las redes sociales no se puede controlar la propaganda electoral que las inunda a las mismas.

Segundo Entrevistado: Sí, es necesario regular dentro del Código de la Democracia a las redes sociales para el control de la propaganda electoral anticipada. Esto es imperativo para garantizar que no se use la propaganda anticipada para influir en los resultados de las elecciones, y para asegurar que los votantes tengan una comprensión clara y precisa de la información que reciben. Los reglamentos establecerán estándares mínimos para la publicidad electoral, lo que ayudará a asegurar que los ciudadanos no sean manipulados por la información engañosa o desinformada. Esto también ayudará a proteger el derecho a una elección justa y libre, garantizando que la propaganda electoral anticipada tenga un impacto limitado en el resultado de la votación.

Tercer entrevistado: Sería importante que el Código de la Democracia considere dentro de su normativa la regulación de redes sociales, así como se regula a los medios tradicionales como prensa escrita, radio y televisión, con la finalidad sobre todo de garantizar procesos políticos más transparente y equitativos entre todos los candidatos, de la misma manera que se sancione a quienes usan a las redes sociales para emprender una campaña desleal.

Cuarto entrevistado: Es totalmente necesaria la regulación de redes sociales, y no solo en tiempo electoral sino también en la cotidianidad pues en la actualidad todos contamos con un teléfono inteligente, y muchas de las veces nos encontramos con contenido muy fuerte, más aún en tiempo de elecciones en donde aparte de realizar actos de campaña electoral anticipada, muchos políticos agreden a sus contendores, generando que las redes se conviertan en un espacio social tóxico en el cual te juzgan si disciernes en ideas. Que, si es necesario regularlas dentro del Código de la Democracia, a mi parecer creo que es fundamental.

Quinto entrevistado: Es necesario regular las redes sociales para el control de la propaganda electoral anticipada, puesto que el uso de estas herramientas para promocionar candidatos se ha convertido en una forma común de influir en el proceso electoral. Esta regulación debe asegurar que los contenidos publicados cumplan con los principios de objetividad,

transparencia, equidad y legalidad, garantizando una competencia electoral justa. Además, la regulación debe prever sanciones a aquellos que infrinjan las normas establecidas.

Comentario del autor: Es necesario regular dentro del Código de la Democracia a las redes sociales para el control de la propaganda electoral anticipada. Esta regulación forma parte de la obligación de los Estados de garantizar la libertad de expresión y el derecho a la información, así como la estabilidad democrática. La regulación de la propaganda electoral anticipada en las redes sociales es una manera de proteger los derechos de los ciudadanos y de la sociedad, ya que asegura que la información que reciben los ciudadanos sobre los candidatos a un cargo público sea veraz y objetiva. Además, la regulación de la propaganda electoral anticipada es una forma eficaz de prevenir la desinformación y la manipulación de los ciudadanos durante el proceso de elección de un cargo público.

Esto ayuda a garantizar que los ciudadanos reciban información veraz y confiable sobre los candidatos, para que puedan tomar una decisión informada y responsable. Por último, la regulación de la propaganda electoral anticipada en las redes sociales contribuye a crear un entorno de respeto y equidad entre todos los candidatos, reduciendo el riesgo de que algunos candidatos se beneficien de una ventaja injusta. Esto contribuye a la promoción de una democracia más saludable, permitiendo que los ciudadanos elijan libremente a sus representantes sin que se vean influenciados por información sesgada o desinformación.

Quinta Pregunta: Usted que solución podría brindar al problema planteado

Respuestas:

Primer entrevistado: La solución sería que al igual que controlan los medios tradicionales impresos de radio y televisión el Consejo Nacional Electoral en tiempo de campaña también controle las redes sociales sobre todo las que representen a los partidos o a los candidatos para qué pasando un filtro por el Consejo Nacional Electoral puedan está ser subidas a la nube a la red y en caso de no pasar por este filtro el candidato sea severamente sancionado inclusive con una descalificación solo así con sanciones ejemplarizar horas se puede lograr equidad entre todos los candidatos para que puedan en igualdad y condiciones competir en esta lis electoral.

Segundo entrevistado: Las redes sociales deben ser utilizadas de una manera responsable, porque hoy más que nunca, estas plataformas virtuales, se prestan para subir información basura,

que más bien está contaminado, los corazones de las familias, hay contenidos en los cuales veo que se incita a la violencia, cuando no hay una correcta educación digital existen muchos contenidos que están dañando a nuestra sociedad, por eso manifiesto que una de las soluciones es regular a las redes sociales para que exista un control de los actos partidistas anticipados al inicio formal de la campaña, y que la regulación solo sea el punto de partida para crear una normativa completa que ayude al CNE a monitorear y controlar a los partidos políticos dentro de todo el espectro que abarca la internet, para crear un ambiente político amigable y basado en el respeto.

Tercer entrevistado: Como ya manifesté lo que se tendría que hacer es reglamentarse o incluirse dentro de lo que tiene que ver con medios de difusión para que de esta manera sean un poco más controlados los actos de campaña electoral anticipada, podría concluir afirmando que si se tomara en cuenta dentro de nuestro ordenamiento jurídico electoral a las redes sociales estaríamos caminando a una tecnificación sistemática de la democracia.

Cuarto entrevistado: La solución ideal sería la de regular a las redes sociales dentro del Código de la Democracia, lo que tu planteas a mi considerar es la solución más viable, el proponer una reforma jurídica que le permita al CNE ya de manera directa comenzar a monitorear el comportamiento de los sujetos políticos, pidiéndoles a estos que al momento de inscribir sus candidaturas presente los links de sus perfiles sociales y los de sus movimientos para no solo monitorias sus páginas webs sino también sus perfiles en los que ostenta como candidatos.

Quinto Entrevistado: Considero que la solución que se le podría dar al problema es implementar dentro del Código de la Democracia un articulado que le permita al CNE como órgano rector el supervisar, monitorear y controlar los actos proselitistas que realizan los políticos dentro de las redes sociales, para de esta manera sancionar de forma efectiva a quienes realicen propaganda electoral anticipada.

Comentario del autor: La necesidad de regular dentro del Código de la Democracia a las redes sociales para el control de la campaña anticipada es un tema de gran importancia para el bienestar democrático. La democracia se basa en el hecho de que todos los ciudadanos tengan la misma oportunidad de participar de manera libre y equitativa en el proceso político. No obstante, las redes sociales para promover la campaña anticipada, antes de la etapa oficial, pueden provocar desigualdades entre candidatos, lo que podría llevar a procesos electorales desequilibrados. Por tanto, es necesario establecer un marco regulador que establezca límites claros, equitativos y

transparentes al utilizar las redes sociales para promover campañas electorales. Esto permitiría garantizar que todos los candidatos tengan la misma oportunidad de promover sus ideas y programas, asegurando un proceso electoral justo y equitativo. Además, el regular en el Código de la Democracia el uso de redes sociales para controlar la campaña electoral anticipada permitiría asegurar que todos los ciudadanos puedan expresar sus opiniones y participar en el proceso democrático de forma segura, libre y equitativa.

6.3. Estudio de Casos.

En el Ecuador, aunque no existe un control de la campaña electoral anticipada en redes sociales existen algunos diarios de circulación nacional que mediante sus titulares dejan el manifiesto estos actos:

6.3.1. Noticia Nro. 1

Datos referenciales.

Fuente: Primicias Ecuador

Fecha de Publicación: 9 de ago. 2022 – 16:21

Publicación digital:

Tema: El CNE no puede controlar la precampaña electoral en redes sociales

1. Desarrollo de la noticia:

Diana Atamaint presidente del Consejo Nacional Electoral (CNE), aseguro, que en el momento en el que los candidatos sean inscritos oficialmente, se les podrá debitar los valores que gasten en realizar actos de campaña electoral anticipada; sin embargo, Atamaint señala que el control de redes sociales es complicado. La presidente del organismo electoral señala que el inicio de la campaña electoral anticipada coincide con la confirmación de los precandidatos para las elecciones seccionales de 2023. Anuncios en redes sociales, afiches publicitarios, pancartas, letreros y murales ya promocionan nombres de aspirantes a las distintas dignidades de elección popular como prefecto, alcalde, concejales, y vocales de juntas parroquiales.

El día 9 de agosto Diana Atamaint presidente del Consejo Nacional Electoral, aseguró que la institución ya trabaja para el control de la precampaña electoral.

Según supo manifestar que en las distintas delegaciones del Consejo Nacional Electoral (CNE) a nivel provinciales se encuentran registrando todos los eventos realizados que se podrían considerar campaña anticipada, con la finalidad de luego debitárselos del gasto electoral. Al momento de la redacción de la presente noticia el débito no se puede ejecutar debido a que aun los candidatos no se encuentran inscritos de manera formal. Este debito se lo podría dar después de que sean calificadas las candidaturas.

Atamaint presidenta del Consejo Nacional Electoral (CNE) explicó que el control de los actos de precampaña momentáneamente solo se realiza desde las delegaciones provinciales. Pero una vez iniciado formalmente el tiempo de campaña, el Consejo Nacional Electoral (CNE) prevé contratar para este monitoreo a una empresa especializada en temas de seguimiento electoral.

En el marco del lanzamiento de la campaña “En democracia Ecuador Juega Limpio” la presidente del Consejo Nacional Electoral (CNE) Diana Atamaint anuncio que busca incentivar a asumir cívicamente su rol en el desarrollo de un proceso electoral pacífico y transparente, a las organizaciones políticas, organizaciones de la sociedad civil, candidatos y ciudadanía en general.

2. Comentario del autor:

Puedo señalar referente a esta noticia que El Consejo Nacional Electoral (CNE) de Ecuador anunció que realizará un control en las redes sociales durante la precampaña electoral para garantizar el respeto a la Ley de Organización y Funcionamiento de los Partidos Políticos y la Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos. El organismo destacó que todos los partidos políticos deben seguir estrictamente la normativa vigente en el país. Esta decisión del Consejo Nacional Electoral (CNE) busca garantizar que los partidos políticos no incurran en acciones que violen la ley electoral durante el periodo de precampaña. Esto incluye el uso indebido de las redes sociales para promocionar a un candidato específico o para hacer campañas de desprestigio de otro partido político.

Esta iniciativa es una buena noticia para la democracia ecuatoriana, ya que contribuirá a crear un ambiente de igualdad entre los contendientes y garantizar que los votantes reciban una información veraz antes de las elecciones. Además, el control de las redes sociales también ayudará a prevenir la difusión de noticias falsas, lo que reduce el riesgo de influenciar el resultado de la elección. En conclusión, el control de las redes sociales por parte del Consejo Nacional Electoral

(CNE) durante la precampaña electoral será una medida importante para garantizar la legitimidad de los procesos electorales en Ecuador. Además, contribuirá a crear un ambiente de igualdad entre los contendientes y garantizar que los votantes reciban información veraz.

6.3.2. Noticia Nro. 2

Datos referenciales:

Diario: Primicias Ecuador

Fecha de Publicación: 30 de jul. 2022 – 0:03

Publicación Digital

Títular: Precampaña electoral para 2023 aterriza en las redes sociales

1. Desarrollo de la noticia:

Candidatos a alcaldes y prefectos pagan a Instagram y Facebook para poder promocionar su imagen a través de estas redes sociales. Las actuales autoridades seccionales que van por la reelección son quienes más usan estas redes sociales.

Aunque la campaña electoral aun no inicia, los precandidatos a las prefecturas y alcaldías ya se encuentran usando las redes sociales para promover su imagen. La falta de una regulación para controlar la campaña electoral anticipada en estos espacios ha permitido de decenas de políticos pauten con empresas como Facebook, aun cuando ni siquiera son candidatos oficiales.

Dentro de la librería de anuncios de la empresa Facebook llamada Meta se puede visualizar que precandidatos y autoridades locales que van por la reelección, se encuentran entre los sujetos que más pautan con esta empresa internacional. Esta es una estrategia de marketing en la cual los precandidatos gastan miles de dólares mensualmente.

La redacción de primicias encontró que la promoción de estos sujetos políticos comenzó recientemente en el mes de julio. Mes que coincide con los procesos de democracia interna de movimientos y partidos políticos, tiempo en cual los nombres de los posibles candidatos ya se los conoce de manera oficial.

Pero la promoción de estos actores políticos se encuentra muy alejada de las fechas establecidas por el Consejo Nacional Electoral (CNE) en el calendario electoral. Debido a que la convocatoria de las seccionales se la realizará recién desde el día 21 de agosto de 2022, y desde el

día siguiente comenzará la inscripción de candidaturas. Ya que la campaña electoral comenzara desde día 3 de enero has el día 2 de febrero de 2023.

2. Comentario del autor:

El artículo en cuestión se enfoca en el uso de las redes sociales como herramienta de precampaña electoral para el año 2023 en Ecuador. Esta herramienta de marketing digital es de las más comunes y muy utilizadas en la industria de la política. No obstante, aunque esta técnica puede ser útil para generar conciencia sobre un candidato o un partido, también puede tener un efecto negativo. Las plataformas digitales permiten a los políticos difundir información parcialmente verdadera, manipular la verdad o generar contenido potencialmente ofensivo. Esto puede crear una mala imagen para el candidato, el partido y la campaña. El uso excesivo de las redes sociales puede ser abrumador para el electorado, lo que lleva a una desilusión hacia la campaña y no a una mayor participación. Por tanto, aunque las redes sociales como herramienta de campaña pueden ser útiles, también pueden tener efectos negativos cuando se usa de manera desleal. Como podemos evidenciar dentro de la nota periodística se nos señala que muchos de los políticos que optaron por la reelección aún no se encontraban ni inscritos y ya comenzaron a pautar con Facebook para que comience a publicar su imagen.

6.3.3. Noticia Nro. 3

Datos referenciales:

Diario: La Hora (<https://www.lahora.com.ec>)

Fecha de Publicación: 10 de ago. 2022

Publicación Digital

Titular: CNE reconoce inconvenientes para controlar campaña anticipada en redes sociales

3. Desarrollo de la noticia:

La presidenta del Concejo Nacional Electoral (CNE) Diana Atamaint señalo para el diario La Hora que cuando los candidatos este oficialmente inscritos se le podrá debitar los valores por campaña anticipada, de la misma manera la primera autoridad de Consejo Nacional Electoral (CNE) señala que será complicado si se trata de redes sociales.

Diana Atamaint, presidente del Consejo Nacional Electoral (CNE), informó este 9 de agosto de 2022 que ya trabajan en el control de la precampaña, previo a las elecciones seccionales de 2023.

Según Atamaint, las entidades que se encuentran encargadas de registrar todos los eventos que podrían ser considerados campaña anticipada son las delegaciones provinciales y una vez que los precandidatos a distintas dignidades de elección popular se oficialicen, se podrá debitar los valores de precampaña del gasto electoral

La campaña electoral para las elecciones seccionales comienza desde el 3 de enero y finaliza el 2 de febrero de 2023, pero los diversos candidatos ya se encuentran promocionándose en redes sociales las cuales no se encuentran contempladas en la norma contempladas en la norma. Pues el artículo 26 del reglamento que regula la promoción electoral nos dice: “No se consideran como medios digitales o medios en internet a las redes sociales”. Y que la difusión de publicidad electoral a través de redes sociales no se la considera como parte de la propaganda electoral, por lo que estos anuncios no serán pagados.

Ante esto, la misma presidenta del Consejo Nacional Electoral (CNE), Diana Atamaint reconoció que es difícil de controlar. la precampaña en redes sociales.

1. Comentario del autor.

Quiero tomar lo que manifiesta la Presidenta del Consejo Nacional Electoral (CNE) cuando señala que es difícil control la precampaña en redes social, esto se debe a que desde hace años el Consejo Nacional Electoral (CNE) tiene conocimiento sobre el uso anticipado que dan los políticos a la redes sociales, y es por esa razón que incluir a estas redes dentro del Código de la Democracia es la medida perfecta para permitirle al Consejo Nacional Electoral (CNE) como autoridad electoral comenzar a desarrollar protocolos logísticos con los cuales, enfrentar ese uso indebido de las redes sociales, en la actualidad el crecimiento informático es inmenso y no solo debemos monitorear cual es la cantidad de dinero que gastan los partidos y/o movimientos en pauta sino también monitorear y regular estas redes para sancionar a quienes realicen actos de campaña anticipada.

6.4. Análisis de Datos Estadísticos.

Para comprender cual es el alcance que tienen las redes sociales dentro de la sociedad ecuatoriana en el ámbito político es propicio realizar un análisis de los cuadros estadísticos sobre la internet, redes sociales y cuáles son las redes sociales más usadas en el Ecuador.

Figura 6. El estado general del uso de la Internet, redes sociales y equipos móviles en el Ecuador.



Fuente: [Estadísticas de la situación Digital en Ecuador 2021-2022 - Branch Agencia](#)

Autor: K. Rosgaby Medina

Interpretación:

En la presente imagen tomada del estudio estadístico realizado por la empresa privada Branch podemos observar que en el año 2022 con corte en el mes de febrero. Ecuador cuenta con una población de 18 millones de habitantes con una tasa de urbanización del 64,6% de los cuales el 75,6% son usuarios de la internet. También podemos observar que existen 15,91 millones de teléfonos celulares y el 81,1% de la población es usuaria activa en las redes sociales.

Análisis:

Como nos lo muestra el presente cuadro estadístico el Ecuador es un país eminentemente tecnologizado con una población de 18 millones habitantes de los cuales 13.60 millones de ellos son usuarios de la internet. Es importe conocer estos datos estadísticos, porque de esta manera se

demuestra porque las redes sociales son tan atractivas para los políticos, pues en un país en donde 14.60 millones de ecuatorianos se encuentran activos en redes sociales el centrar la publicidad política en estos, genera una mayor difusión de ideas y consignas, el que existan más de 15,91 millones de celulares nos demuestra que la gente en su día a día tiene un contacto directo e indiscutible con la tecnología y la internet. Utilice el represente cuadro estadístico con la finalidad de comprobar que es menester regular a las redes sociales para el control de la campaña electoral anticipada pues las redes sociales son un medio de difusión masivo de gran impacto el en la vida social de los ecuatorianos.

Figura 7. Redes Sociales más usadas en el Ecuador.



Fuente: Formación Gerencial. Facebook Ads, Google Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, Snapchat Ads. Audiencia Twitter registrada en Twitter Ads: 1,9 millones. Información Spotify y Pinterest calculadas con base en el promedio de audiencia disponible de 13 años y más según herramienta Facebook Ads (No existen estadísticas oficiales publicadas). Incrementos proyectado de usuarios de internet con base en tasa de crecimiento referencial del 3,9% en periodo 2018 - 2019 - 2020 - 2021. Facebook realizó ajuste en cantidad de usuarios exclusivos de plataforma, diferenciando Facebook, Instagram, Audience Network y Messenger en 2021. Usuarios móviles corresponde a información de insights de Facebook con suma de usuarios que se conectan exclusivamente desde dispositivos móviles con aquellos que se conectan desde computador y celular, quedando tan solo un 2% de usuarios que acceden exclusivamente desde computador de escritorio. Usuarios TikTok calculados con base en estadística febrero 2022 y septiembre 2022 proyectada con crecimiento mostrado en Google Trends del 43% y plataforma de anuncios publicitarios TikTok

Fuente: [Aquí tu acceso al informe Estado Digital Ecuador octubre 2022 - Mentinno - Consultoría Valor de Vida de Clientes](#)

Autor: Juan Pablo Del Alcázar Ponce

Interpretación:

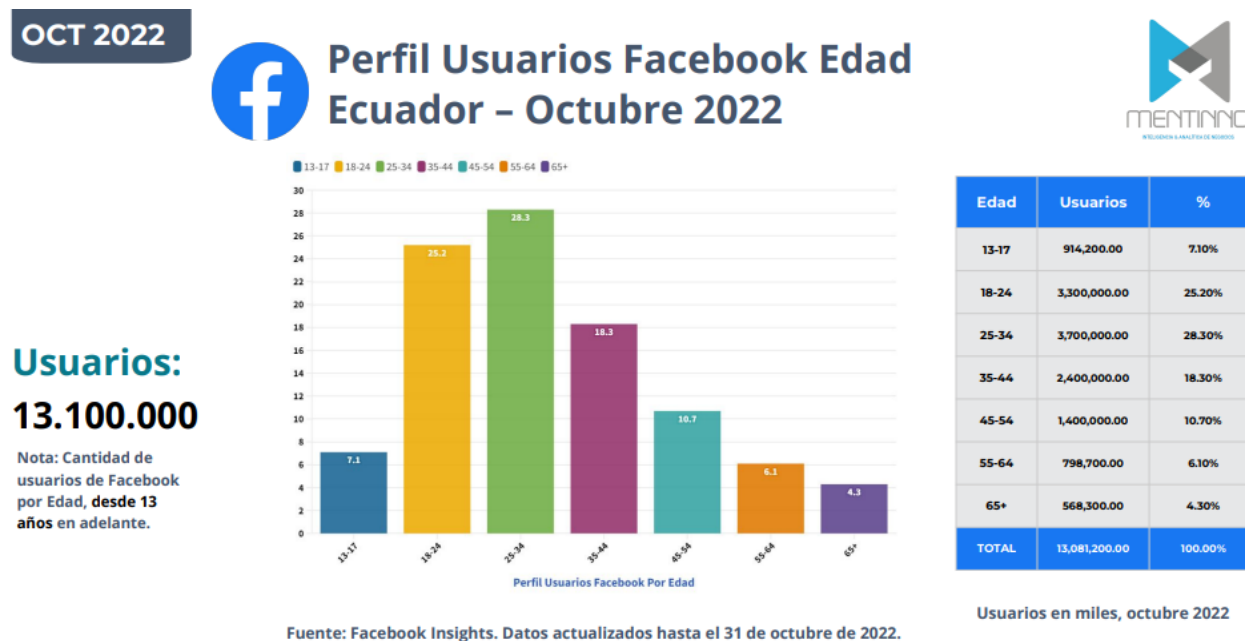
Vemos que en Ecuador la empresa Internacional más usada es Alphabet con más de 20,6 millones de usuarios ya que esta es fial de los productos de Google. Pero sin duda una de las redes sociales más usadas por lo ecuatorianos es Facebook con 13,1 millones de usuarios registrados, Seguida de la red social China Tiktok la cual cuenta con 10,0 millones de usuarios, también podemos ver que la tercera red más usada por los ecuatorianos es Instagram la cual cuenta con 6,2 millones de usuarios inscritos. Y la red social Twitter se encuentra en el cuarto podio al contar con

una cantidad de usuarios de 3,5 millones. Para la presente interpretación no se tomó en cuenta a la empresa Spotify pues esta es una plataforma para la reproducción de música mediante suscripción paga. Al igual Snapchat que es una aplicación de fotografía. La red social Pinterest que se destaca por ser un lugar para compartir imágenes, recetas, decoraciones y enseñanza. LinkedIn es una red social orientada a los negocios y el empleo con un enfoque en el desarrollo empresarial. Y por último Reddit que es una red social con un enfoque en los marcadores sociales y agregador de noticias donde los usuarios pueden votar a favor o en contra de lo que se publique.

Análisis:

En Ecuador las tres redes sociales más usadas son Facebook, Tiktok, Instagram y Twitter, pues estas cuentan con varios millones de usuarios los cuales tiene un contacto diario regular con las mismas. El desarrollo de diversas estrategias de Marketing se enfocan el llegar a estos usuarios pues se crea una relación más directa con los consumidores, los sujetos políticos buscan lo mismo que una empresa, el tratar de captar la mayor cantidad de usuarios posibles pues estos representan un número de votantes, es por ello que debemos tener dentro de nuestra legislación electoral mecanismo que ayuden a regular y controlar la publicidad en redes sociales ya que estas tiene el papel preponderante de ser masivos medios para la difusión de información.

Figura 8. Rangos de edad en Facebook, Tiktok y Padrón Electoral CNE 2023



Fuente: [Aquí tu acceso al informe Estado Digital Ecuador octubre 2022 - Mentinno - Consultoría Valor de Vida de Clientes](#)

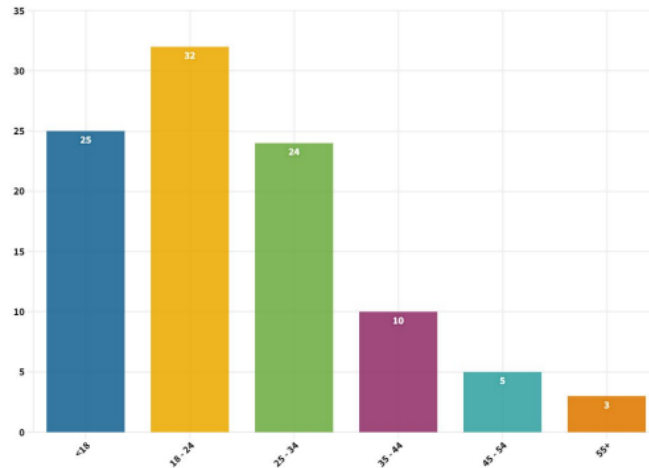
Autor: Juan Pablo Del Alcázar Ponce

OCT 2022

Usuarios TikTok por Edad



Se estima que en Ecuador, TikTok es utilizado por más de 9 millones de dispositivos / conexiones identificadas por mayores de 18 años, siendo la red social de mayor velocidad en crecimiento en uso, tiempo de permanencia en uso, tiempo de permanencia y frecuencia de acceso.



Edad	Porcentaje de Usuarios
<18	25%
18 - 24	32%
25 - 34	24%
35 - 44	10%
45 - 54	5%
55+	3%
TOTAL	100%



Fuente: Mentinno ©. Proyecciones elaboradas en base información de Statista - Kepios. Edades de usuarios TikTok Global en rangos de 18 años en adelante a abril de 2022. Estimación de % de usuarios menores de edad provista por Backlinko a Enero 2022 eMarketer a mayo 2011.

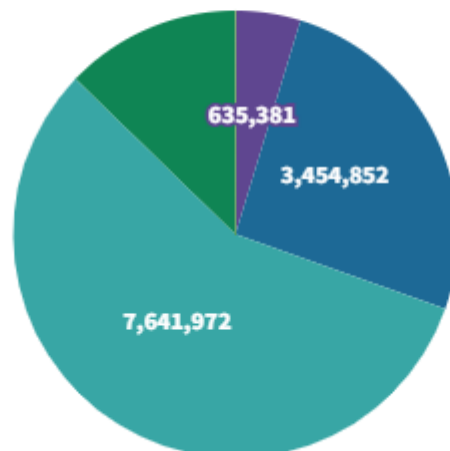
Fuente: [Aquí tu acceso al informe Estado Digital Ecuador octubre 2022 - Mentinno - Consultoría Valor de Vida de Clientes](#)

Autor: Juan Pablo Del Alcázar Ponce

Estos son los grupos etarios del Registro Electoral

El mayor número de votos vendrá de los adultos

■ Entre 16 y 17 años
 ■ Entre 18 y 28 años
 ■ Entre 29 y 64 años
 ■ Entre 65 y 99 años
 ■ Más de 100 años



Fuente: CNE

EL COMERCIO

Fuente: <https://www.cne.gob.ec/> **Tabla:** El Comercio

Autor: Daniel Romero

Interpretación:

Los resultados arrojados por estas dos tablas nos demuestran cuales son los rangos de edad de la gente que usa las dos redes sociales más populares del Ecuador.

- Menores de 18 años: Tiktok 25% y Facebook: 7,10%
- Usuarios entre 18 a 24 años: Tiktok 32% y Facebook: 25,20%
- Usuarios de 25 a 34 años: Tiktok 24 % y Facebook: 28,30%
- Usuarios de 35 a 44 años: Tiktok 10 % y Facebook: 18,30%
- Usuarios de 45 a 54 años: Tiktok 5 % y Facebook: 10,70%
- Usuarios de 55 a 64 años: Tiktok 3 % y Facebook: 6,10%
- Usuarios de más de 65: Facebook: 4,30%

Datos del padrón electoral:

- Votantes entre 16 y 17 años: 635.381 (voto facultativo)
- Votantes entre 18 y 28 años: 3.454.852
- Votantes entre 29 y 64 años: 7.641.972
- Votantes entre 65 y 99 años: 1.713.269 (voto facultativo)

Análisis:

Como podemos observar en los datos interpretados nos damos cuenta que las dos redes sociales más usadas en el Ecuador, tienen un amplio número de usuarios comprendidos dentro del rango de edad entre 18 y 24 años, seguido de las personas de 25 a 34 años y como terceros a las personas menores de 18 años, es importante conocer estos rangos de edad porque nos permiten conocer porque la política se enfoca tanto en publicitarse en estos medios sociales. A lo largo de mi estudio he comprendido que el público joven es más susceptible de ser manejado he impresionado, pues vivimos en una sociedad cansada de la política convencional y el público joven que representa más de 4.090.233 votos dentro del nuestro padrón electoral, busca que los políticos salgan del tradicionalismo y migren ha ambientes más sociales generando así cercanía con el electorado. El regular a las redes sociales dentro del Código de la democracia no solo permitirá el control de los actos de campaña electoral anticipada sino también controlara que esa información

propagandística a la que están expuestos los jóvenes del Ecuador, sea íntegra, correcta, sana, que busque la unidad en la divergencia de las ideas y debates racionales que preserven y fortalezcan la democracia.

Figura 9. Tabla de Pauta de Políticos con las Redes Sociales de META

Los gastos de pauta relacionada con las elecciones en redes sociales de Meta
 Período entre el 30 de octubre y el 28 de noviembre de 2022.

Buscar Página 1 de 5 >

Nombre de la página	Cargo, nombre o aspiración	Gasto (USD)	Número de anuncios
Aquiles Álvarez Henriques	Alcaldía de Guayaquil	5 338	86
Andrés Guschmer	Prefectura del Guayas	4 900	21
Eduardo del Pozo	Prefectura de Pichincha	4 434	87
Francesco Tabacchi	Prefectura del Guayas	3 662	27
RC5 Sto Dgo	Johana Núñez, prefectura de Santo Domingo	2 907	28
Agustín Intriago Quijano	Alcaldía de Manta	2 228	11
Johnny Terán Salcedo	Prefectura de Los Ríos	2 137	47
Héctor Vanegas	Prefectura del Guayas	2 085	35
Yadira Bayas Prefecta - LISTA 16	Prefectura de Santo Domingo	2 057	46
Dale Agustín	Agustín Intriago, alcaldía de Manta	1 558	9

Tabla: PRIMICIAS - Fuente: Meta - Creado con [Datawrapper](#)

Los gastos de pauta relacionada con las elecciones en redes sociales de Meta
 Período entre el 30 de octubre y el 28 de noviembre de 2022.

Buscar < Página 2 de 5 >

Nombre de la página	Cargo, nombre o aspiración	Gasto (USD)	Número de anuncios
Roberto Cornejo	Alcaldía de Machala	1 478	28
Roberto Altamirano Montalvo	Prefectura de Pichincha	1 388	6
Omar Alcalde	Omar Cevallos, alcaldía de Machala	1 270	19
Daniel Cisneros	Alcaldía de Salinas	1 165	9
Pedro Palacios Ullauri	Alcaldía de Cuenca	1 054	39
Sebastián Cevallos	Prefectura de Azuay	1 030	26
LUZ ELENA Coloma	Alcaldía de Quito	1 021	12
Humberto Alvarado Espinel	Prefectura de Los Ríos	943	16
José Miguel Mendoza Rodas	Alcaldía de Portoviejo	919	52
Alex Diaz Guaman	Alcaldía de Machala	880	15

Tabla: PRIMICIAS - Fuente: Meta - Creado con [Datawrapper](#)

Los gastos de pauta relacionada con las elecciones en redes sociales de Meta

Período entre el 30 de octubre y el 28 de noviembre de 2022.

🔍 Buscar

< Página 3 de 5 >

Nombre de la página	Cargo, nombre o aspiración	Gasto (USD)	Número de anuncios
Cynthia Viteri	Alcaldía de Guayaquil	865	13
Cristian Zamora - Concejal de Cuenca	Alcaldía de Cuenca	863	24
Clarita Hinojosa	Concejalía de Santo Domingo	807	54
Rafael Sancho	Alcaldía de Pastaza	798	34
Daniel Lozada Cortez	Prefectura de Pastaza	727	41
Geovanny Benitez C	Alcaldía de Santo Domingo	664	14
Jorge Trivino Yopez	Alcaldía de Milagro	659	18
Bruno Robles	Alcaldía de Naranjal	624	32
Jorge TROYA Fuertes	Alcaldía de Valencia	609	37
Jaime Moreno Martínez	Alcaldía de Cuenca	598	16

Los gastos de pauta relacionada con las elecciones en redes sociales de Meta

Período entre el 30 de octubre y el 28 de noviembre de 2022.

🔍 Buscar

< Página 4 de 5 >

Nombre de la página	Cargo, nombre o aspiración	Gasto (USD)	Número de anuncios
Miriam Lucas Delgado	Alcaldía de Playas	590	4
Christian Moreta	Alcaldía de Naranjal	579	7
Richard Calderón Saltos	Prefectura de Imbabura	572	22
Juan José Yúnez	Alcaldía de Samborondón	571	13
Marciana Valdivieso de Poveda	Concejalía de Manta	571	11
Isaac Buenaventura Moreno	Alcaldía de La Libertad	553	5
Daniela Asan Torres	Alcaldía de Milagro	552	121
Inés Albán	Alcaldía de Manta	528	1
Jorge Acaiturri	Concejalía de Guayaquil	523	5
Marcelo Cabrera	Prefectura de Azuay	507	13

Tabla: PRIMICIAS - Fuente: Meta - Creado con [Datawrapper](#)

Los gastos de pauta relacionada con las elecciones en redes sociales de Meta

Período entre el 30 de octubre y el 28 de noviembre de 2022.

< Página 5 de 5

Nombre de la página	Cargo, nombre o aspiración	Gasto (USD)	Número de anuncios
Scheznarda Fernández	Alcaldía de Portoviejo	484	17

Tabla: PRIMICIAS - Fuente: Meta - Creado con [Datawrapper](#)

Fuente: Meta **Tabla:** Primicias

Autor: Estefanía Celi

Interpretación:

Han existido más de 5.986 anuncios pautados con Facebook e Instagram entre el 30 de octubre y el 28 de noviembre del 2022, dichos anuncios en su mayoría estuvieron relacionados con temas electorales y políticos. Incluidos dentro de estos la pauta de los candidatos e instituciones públicas. Como nos muestra la presente tabla podemos identificar ya a los candidatos a prefectos, alcaldes y concejales que se promueven en estas redes sociales de una manera anticipada pues a la fecha de la contratación de estos anuncios, aún no iniciaba formalmente la campaña electoral. La presente tabla nos muestra los gastos de 41 postulantes que han pagado más de 450 dólares en pauta mensual. Como podemos ver existen 17 candidatos que han pautado por una suma mayor 1000 dólares entre las fechas del 30 de octubre y 28 noviembre, siendo el actual alcalde de Guayaquil Aquiles Álvarez quien más ha gastado en publicidad electoral en redes sociales con un monto de 5338 dólares por una cantidad de 83 anuncios en las redes pertenecientes a META.

Análisis:

Con los resultados plasmados en la tabla anteriormente referida podemos darnos cuenta de que efectivamente existen actos de campaña electoral anticipada por parte de algunos de los candidatos a distintas dignidades de elección popular. Como lo señala el calendario electoral para las elecciones seccionales la campaña política iniciaba formalmente el día 3 de enero del año 2023 y los candidatos ya se encontraban pautando con Meta desde el 30 de octubre es decir tres meses antes del inicio formal de la campaña, y aunque existe ya una sanción para quienes comenten estos actos de precampaña al no estar las redes sociales contempladas como medios de comunicación digital dentro del Código de la Democracia esto ha dado lugar para que estos 41 políticos de una

manera desleal usen estos medios, en fechas en las que no está permitido hacer publicidad de carácter propagandístico para promocionar la imagen de un candidato.

7. Discusión

En la presente discusión se utilizarán los resultados obtenidos en la investigación de campo, con los cuales se procederá a la verificación de los objetivos y la contrastación de la hipótesis que a continuación se detalla.

7.1.Verificación de Objetivos

En la presente investigación jurídica correspondiente a mi trabajo de integración curricular se planteó un objetivo general y tres específicos, de los cuales procederé a su verificación:

7.1.1. Verificación de Objetivo General

El objetivo general del presente Trabajo de Integración Curricular es el siguiente:

- 1. Realizar un estudio jurídico y doctrinario respecto a la regulación de redes sociales como medios de comunicación digitales dentro del código de la democracia para el control de la campaña electoral anticipada.**

Precisamente este objetivo se cumple en su totalidad ya que he realizado un minucioso estudio crítico, doctrinario y jurídico respecto de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la Republica del Ecuador, Código de la Democracia, en lo referente a la campaña electoral anticipada, efectuada a través de las redes sociales. Luego de recabar y analizar un sin número de información que se encuentra plasmada en el Marco Teórico, considero importante destacar que la campaña electoral anticipada es un tema conocido para la autoridad electoral más sin embargo no se le ha dado una cobertura correcta, el creciente mundo tecnológico obliga al derecho a dar un paso hacia la tecnificación tecnológica de la norma, los medios tradicionales de información están pasando a un segundo plano, y las crecientes nuevas tecnologías van ocupando el lugar que en su tiempo la Radio y la Televisión ocuparon.

Para la política estar a la vanguardia en lo referente a medios de comunicación significa estar en el pedestal de la difusión de ideas, mi estudio jurídico, doctrinario deja en evidencia la necesidad imperiosa de regular a las redes sociales dentro de nuestro ordenamiento jurídico electoral, pues la realidad política del Ecuador así lo amerita, la opinión pública periodista

plasmada en diferentes diarios de circulación nacional, nos deja titulares en los que comprendemos la magnitud del espectro político que abarcan las redes sociales, y de la misma manera dejan en evidencia que es necesario comenzar una regulación a las redes sociales para frenar los actos de campaña anticipada en la que incurren varios sujetos políticos. Al momento de analizar los datos arrojados por la encuesta presentada, pude conocer la postura de diferentes sujetos políticos los cuales están a favor de una regulación y control de las redes sociales, pues son ellos los que han evidenciado de primera mano cómo sus adversarios de manera desleal comienzan a difundir propaganda política fuera del calendario electoral, al dialogar con varios de los entrevistados también puede verificar el presente objetivo general, ya que ellos de manera centrada manifestaron que las redes deben ser consideradas dentro del Código de la Democracia pues vivimos en un Estado que avanza hacia una tecnologización. Actualmente, la regulación de las redes sociales como medios de comunicación digital es muy importante para controlar la campaña electoral anticipada. Esto se debe a que las redes sociales se han convertido en fuentes fundamentales para la difusión de información y opinión durante la campaña electoral.

7.1.2. Verificación de Objetivos Específicos.

Los objetivos específicos propuestos en el presente Trabajo de Integración Curricular son los siguientes:

- 1. Demostrar de manera efectiva que las redes sociales juegan un papel importante dentro de los procesos electorales y deben ser reguladas para que no existan actos electorales anticipados.**

Quiero señalar que el presente objetivo se cumple a cabalidad pues a lo largo de mi investigación pongo en manifiesto que las redes sociales han sido una herramienta clave para conectar a la gente en todo el mundo y han desempeñado un papel importante en los procesos electorales de todo el mundo. Estas herramientas se han utilizado para difundir información sobre los candidatos, sus posiciones y sus plataformas electorales, así como para conectar a los ciudadanos con el proceso electoral. Sin embargo, las redes sociales también han desempeñado un papel en los intentos de influir en los resultados de las elecciones.

La verificación del presente objetivo específico la hago partiendo de la primera pregunta de la entrevista: Para su criterio que papel han desempeñado las redes sociales en la difusión de

propaganda electoral dentro de presente proceso electoral seccional. Aunque las 5 respuestas de los entrevistados fueron muy concretas quiero destacar al segundo y cuarto entrevistado, pues el primero de estos al ser un candidato a dignidad pública, nos supo manifestar que las redes sociales dentro de un proceso electoral desempeñan el papel primordial de ser difusores de propaganda que ayuda a demarcar cual es la tendencia de aprobación de un candidato. Citando textual mente lo que dijo nuestro entrevistado “... *Como candidato puedo señalar que las redes sociales nos fueron de mucha ayuda para la difusión de propaganda electoral, con la finalidad de captar el voto joven, quienes según mi estudio son el voto fuerte en el catón Quilanga.*” Queda comprobado de manera efectiva que las redes sociales cumplen un papel primordial dentro de los procesos electorales. Con la respuesta expresada por el cuarto entrevistado también queda verificado el presente objetivo específico “...*estas representan un rol más importante en el desarrollo político social.*” y “...*las redes son por excelencia el medio de comunicación predilecto ya que con un simple clic nos podemos empapar de mucho conocimiento.*” Con la cuarta pregunta de la encuesta podemos proceder a la verificación del presente objetivo específico pues cuando se les pregunto a los encuestados si tenían conocimiento o habían visualizado algún acto de campaña electoral anticipada dentro de alguna red social como Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok o YouTube. Tanto el 93,3% como el 6,7% nos supieron expresar en el porqué de la pregunta, que las redes son indispensables dentro de los procesos electorales pues toman el papel de difusores de ideales políticos para tener un contacto más cercano con la ciudadanía.

2. Establecer la necesidad de regular las redes sociales como medios de comunicación digitales para un mayor control de la campaña electoral en la internet.

Este objetivo se cumple ya que a lo largo de mi investigación pongo en manifiesto que la campaña electoral anticipada en redes sociales es un fenómeno social creciente debido a que nos encontramos como sociedad en un proceso de evolución tecnológica, dentro de nuestra legislación electoral estipulamos como falta grave el realizar actos de campaña anticipada, por medios de comunicación tradicionales y medios digitales, más sin embargo no se efectúa un control sobre las redes sociales por lo que es necesario establecer dentro del Código de la Democracia una regulación que permita controlar el contenido que se difunde a través de redes sociales para garantizar que se cumplan los principios básicos de la libertad de expresión, el respeto a los derechos de participación, la transparencia, la igualdad y la equidad electoral.

Puedo verificar el cumplimiento del siguiente objetivo específico con la pregunta número dos de la encuesta, en la cual el 76,7% de los encuestados dieron una respuesta negativa (NO) respecto de que los partidos y/o movimientos políticos no cumplen con las disposiciones y restricciones legales establecidas dentro del Código de la Democracia, por lo que es menester generar una regulación efectiva de las redes sociales, para así controlar de mejor manera los espacios políticos, con la finalidad de monitorear de manera efectiva la campaña electoral en la internet. Podemos verificar el cumplimiento del segundo objetivo con los resultados arrojados por la tercer pregunta de la encuesta, en la cual el 96,7% de los encuestados manifestaron que NO existe un correcto control y monitoreo de los actos de campaña electoral anticipada por parte del Concejo Nacional Electoral, por lo que queda demostrado que existe la necesidad de presentar una reforma jurídica que permita controlar y monitorear de mejor manera los actos electorales, es por ello que en la quinta pregunta de la encuesta el 86,7% de los consultados señalan que es necesario presentar un propuesta de reforma que permita regular a las redes sociales dentro de nuestra normativa electoral para lograr así un mayor control de los actos de precampaña electoral. Con la cuarta y quinta pregunta de la entrevista también verifico la necesidad de una regulación de las redes sociales como medios de comunicación digitales para un mayor control de la campaña electoral en la internet, pues al consultar con los 5 interpellados estos supieron manifestar que una salida óptima y viable ante el problema de la falta de control de la campaña electoral anticipada es crear mecanismos dentro del Código de la Democracia que permitan regular y controlar de mejor manera el no cometimiento de actos de campaña electoral fuera del tiempo establecido.

3. Presentar una propuesta jurídica que permita regular las Redes Sociales dentro la Ley Electoral, Código de la Democracia

El presente objetivo específico se logra verificar con la pregunta número cinco de la encuesta, la cual plantea lo siguiente: Considera usted necesario presentar una propuesta de reforma que permita regular las redes sociales como medios de comunicación digitales dentro de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, para el control de la campaña electoral anticipada; ante esta interrogante el ochenta y nueve por ciento (89%) de los encuestados señalan que es necesario y urgente regular dentro del código de la Democracia a las redes sociales, debido a que, si no se implementa dentro de nuestra normativa una regulación para las redes sociales se van a seguir dando actos

de campaña electoral anticipada en redes sociales sin que exista la posibilidad de que la autoridad electoral controle y sancione dichos actos.

El presente objetivo también se verifica con los datos obtenidos de la cuarta pregunta de la entrevista, en la cual los 5 profesionales entrevistados de manera unánime manifestaron que es necesario regular dentro del Código de la Democracia a las redes sociales para el control de la propaganda electoral anticipada, pues nos encontramos en un mundo globalizado en el cual controlar las redes sociales para la difusión de material político crea un ambiente político más amigable, evitando así el constante confrontamiento entre adversarios políticos, que muchas de las veces solo desencadena problemas sociales, convirtiendo a la política en un espacio hostil de violencia generalizada. Verificamos el presente objetivo con la Quinta pregunta de la entrevista. Cuando a los 5 entrevistados se les preguntó que cual será la solución que ellos le darían al problema planteada, ellos de manera argumentativa supieron detallar que, una reforma al Código de la Democracia ayudaría a la regulación de las redes sociales ayudaría no solo al Consejo Nacional Electoral a tener una participación política más ética e igualitaria, también le ayudaría a los pequeños políticos que no puede competir contra los grandes capitales a llevar las campañas políticas a un lugar más igualitario y no hacer de la política una apología a la vanidad de algunos sujetos políticos.

7.2. Contrastación de Hipótesis

En el presente Trabajo de Integración Curricular legalmente aprobado se planteó la siguiente hipótesis, la misma que se procede a su contrastación.

“La Falta de regulación en la Ley Electoral, Código de la Democracia a las redes sociales como medios de comunicación digital no permite el control de los actos partidistas dentro de estos medios sociales, impidiendo así el control de los actos de campaña anticipados, dificultando la permanencia y el perfeccionamiento de la democracia.”

La presente hipótesis se logra contrastar con el desarrollo de los subtemas de Marco Teórico como la Campaña Electoral, Marketing Político, Comunicación Política, Propaganda y publicidad política, Redes Sociales Definición, Proselitismo, Campaña Electoral Anticipada, Branding; además se demuestra con la tercera pregunta de la encuesta: Cree usted que existe un correcto control y monitoreo de los actos de campaña anticipada por parte del Consejo Nacional Electoral, en la cual un 96,7% de los encuestados manifiestan que NO existe un correcto control

y no es porque nuestro sistema electoral sea deficiente sino porque no estamos evolucionando hacia un sistema electoral a la vanguardia de las nuevas tecnologías; de la misma manera contrastamos la hipótesis con la cuarta pregunta de nuestra encuesta pues el 93,3% de encuestados manifestaron que SI han visualizado algún acto de campaña electoral anticipada dentro de alguna red social como Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok o YouTube, esto debido a que como no existe una regulación controlada de estos actos por parte del Concejo Nacional Electoral, varios políticos utilizan este vacío jurídico para promocionar sus candidaturas fuera del tiempo establecido en el calendario electoral. Con la quinta pregunta de la encuesta también contrastamos la hipótesis al señalar: Considera usted necesario presentar una propuesta de reforma que permita regular las redes sociales como medios de comunicación digitales dentro de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, para el control de la campaña electoral anticipada. A la que el 86,7 % de los encuestados manifestó que se debe buscar garantizar los derechos de participación mediante una regulación adecuada de las redes sociales dentro de nuestra norma electoral.

Asimismo, señalan los encuestados que existe un uso indebido de las redes sociales por parte de los políticos quienes al ver que las redes sociales no son reguladas por el Código de la Democracia utilizan a estas para realizar actos de campaña electoral anticipada. También puedo contrastar la hipótesis con la cuarta y quinta preguntan de la entrevista pues estas dos preguntas tuvieron respuestas semejantes y positivas, en las cuales todos los entrevistados de manera unánime: Consideran necesario regular dentro del Código de la Democracia a las redes sociales para el control de la propaganda electoral anticipada. A la que los 5 entrevistados dieron respuestas afirmativas a las cuales las pude resumir de la siguiente manera: Sí, consideran necesario regular dentro del Código de la Democracia a las redes sociales para el control de la propaganda electoral anticipada. Esto es necesario debido a que las redes sociales ofrecen una plataforma de alcance masivo para la difusión de mensajes políticos, lo cual puede afectar la equidad de la competencia electoral. La regulación permitiría controlar los contenidos que son difundidos a través de estas plataformas, asegurando que los ciudadanos reciban información objetiva y no sesgada. Esto contribuiría a una mayor transparencia en el proceso electoral, lo cual es un requisito para la democracia. Además, estas regulaciones ayudarían a reducir la posibilidad de influenciar el voto de los ciudadanos con propaganda partidista anticipada, asegurando así un proceso electoral libre, justo e igualitario entre todos los sujetos políticos.

7.3.Fundamentación jurídica de la propuesta

En la actualidad, a partir del surgimiento de las redes nos hemos enfrentado a constantes cambios sociales, políticos y económicos, la sociedad ha evolucionado en una era digital en la cual pasamos varias horas del día conectados a la internet, las nuevas formas de comunicación destronaron a los medios tradicionales, pues la Web 2.0 nos permite tener información al instante desde distintas perspectivas, permitiéndole al usuario afiliarse de manera voluntaria a la que mejor se acople a su manera de pensar. En el ámbito político las redes se han convertido tanto en espacios de difusión de ideas y mensajes políticos como en campos de batalla en donde varios actores políticos constantemente se encuentran atacándose. El expresidente de los Estados Unidos Barack Obama fue uno de los primeros políticos en centrar su campaña política en las redes sociales, pues pudo evidenciar que cada vez más ciudadanos migraban al mundo tecnológico, y desde ese momento el internet se convirtió en un espacio muy apetecible para hacer política.

La Constitución de la República del Ecuador reconoce y consagra en su Título IV Participación Y Organización Del Poder, Capítulo Primero de la Participación en Democracia Sección primera, Principios de la participación en su artículo 95: Las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, participarán de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano. La participación se orientará por los principios de igualdad, autonomía, deliberación pública, respeto a la diferencia, control popular, solidaridad e interculturalidad. La participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho, que se ejercerá a través de los mecanismos de la DEMOCRACIA representativa, directa y comunitaria. (Constitución Política del Ecuador, 2021, pág. 38) y de la misma manera Nuestra Constitución de la República reconoce y consagra en su Título IV Participación Y Organización Del Poder, Capítulo Primero de la Participación en Democracia Sección Sexta de la Representación política en su artículo 115: El Estado, a través de los medios de comunicación, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas programáticas de todas las candidaturas. Los sujetos políticos no podrán contratar publicidad en los medios de comunicación y vallas publicitarias. Se prohíbe el uso de los recursos y la infraestructura estatales, así como la publicidad gubernamental, en todos los niveles de gobierno, para la campaña electoral. La ley establecerá sanciones para quienes incumplan estas disposiciones y determinará el límite y

los mecanismos de control de la propaganda y el gasto electoral. (Constitución Política del Ecuador, 2021.)

Con los resultados aportados por la investigación de campo, se desprenden dos puntos importantes que se deben destacar tomando en cuenta la primera pregunta de la encuesta, el primero es que el 60% de los encuestados consideran que la Constitución de la República del Ecuador y el Código de la Democracia, si garantizan que los procesos electorales sean igualitarios para todos los ciudadanos, pues consideran que vivimos en un estado constitucional de derechos, que brinda igualdad formal ante la ley para todos los ciudadanos que quieran hacer uso de sus derechos de participación y como segundo es que el 40% consideran que aunque si bien la Constitución de la República y el Código de la Democracia buscan garantizar una igualitaria participación política de los ciudadanos vivimos en una sociedad en la que la corrupción mancha los procesos electorales.

Respecto al derecho comparado, desarrollado dentro del presente trabajo de investigación, corresponde a los países de Guatemala, Colombia y Argentina, dentro de la normativa electoral de Guatemala y Argentina, nos muestran no se hace una distinción entre medios digitales, páginas web y redes sociales, sino más bien dentro de su codificación hablan de la publicidad electoral en “la internet” por lo que estos países controlan todo el espectro que abarca el internet lo que les permite hacer un correcto control sobre el proselitismo. Dentro de la normativa colombiana si se habla directamente de la propaganda electoral en redes sociales, manifestando en su artículo 100 que la propaganda desplegada a través de las redes sociales y plataformas digitales, durante el periodo preelectoral y electoral no podrá exceder los topes de publicidad establecidos por el órgano electoral.

Con los resultados obtenidos de la investigación de campo concuerdo con el 93% por ciento de los encuestados que dijeron que sí han visualizado actos de campaña electoral anticipada en redes sociales, denotando que en las redes en las que más actos de precampaña se pueden visualizar son Facebook, Instagram y Tiktok, porque son estas las más usadas por adolescentes y jóvenes, a quienes apuntan los políticos por ser un número muy elevado del electorado nacional, y al ser jóvenes pueden ser influenciados de una manera más persuasiva pues los actores políticos tratan de llegar a calar en sus mentes mediante la venta de propuestas fantasiosas.

Es importante mencionar que concuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de campo, al analizar la pregunta número cinco de la encuesta en la cual el 89% de los encuestados señalan que SI es necesario presentar una propuesta de reforma que permita regular a las redes sociales como medios de comunicación digitales dentro de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, para el control de la campaña electoral anticipada, y así logran procesos electorales transparentes que permitan preservar y perfeccionar la democracia en el Ecuador

8. Conclusiones

Una vez desarrollado el marco teórico y la investigación de campo, se procede a presentar las siguientes conclusiones:

1. En conclusión, la regulación de las redes sociales como medios de comunicación digital dentro de la ley electoral, Código de la Democracia para el control de la campaña electoral anticipada, garantiza a los ciudadanos un proceso electoral transparente, justo y equitativo, al permitir que los Estados tomen medidas adecuadas para prevenir el uso indebido de dichos medios para la manipulación y la desinformación. Asimismo, el cumplimiento de estos estándares de regulación asegura que los derechos de los ciudadanos se respeten y que se evite la interferencia externa en los procesos electorales, lo que contribuye al fortalecimiento de la democracia.
2. El Código de la Democracia vigente contiene un sin número de tipificaciones y establece sanciones ante distintas infracciones electorales; sin embargo, entre ellas no consta una tipificación respecto al control de la campaña electoral anticipada en redes sociales, por lo tanto, es necesario implementar este control como una infracción electoral.
3. Es necesaria una regulación para garantizar el uso adecuado de las redes sociales como medios de comunicación digitales en el proceso electoral. Esta regulación debe ser respetuosa de los principios democráticos y asegurar el control de la campaña electoral anticipada para evitar prácticas fraudulentas y corrupción. Además, debe ser aplicada de forma equitativa y transparente para garantizar la igualdad de oportunidades entre todos los candidatos.
4. Las redes sociales desempeñan un papel importante en los procesos electorales, ya que proporcionan un medio para difundir la información de campaña, conectar a los candidatos

con sus votantes y permitir a los votantes conectar entre sí para compartir ideas y opiniones. Esto puede tener una influencia positiva en los resultados de las elecciones al ayudar a los votantes a tomar decisiones informadas. Sin embargo, también hay riesgos asociados con el uso de las redes sociales en los procesos electorales, como la difusión de información falsa y la manipulación de los votantes.

5. Estamos viviendo distintos cambios a nivel tecnológico, que nos obligan a estar en constante capacitación respecto a las nuevas tecnologías de la información, por todo lo estudiado y analizando durante el desarrollo del presente tema de investigación, resulta conveniente concluir que el derecho positivo debe ir evolucionando para llenar los vacíos jurídicos que generan estos nuevos medios informáticos, ya que el día de hoy son las redes sociales pero incluso en un futuro podría existir una norma que regule a las Inteligencias Artificiales.
6. Es evidente que los partidos y/o movimientos políticos no cumplen adecuadamente con las disposiciones y restricciones legales establecidas en el Código de la Democracia. Esto se evidencia por la gran cantidad de violaciones de la ley y de la falta de transparencia en los procesos electorales, que han llevado a una disminución de la confianza de la ciudadanía en los partidos políticos y en el sistema electoral. Esto a su vez ha reducido la participación política, afectando a su vez la integridad y la calidad de la democracia. Esto demuestra la necesidad urgente de mejorar la aplicación y el cumplimiento de las disposiciones y restricciones legales establecidas en el Código de la Democracia para garantizar una democracia sólida y efectiva.
7. Los actos de campaña electoral anticipada que se encuentran en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok o YouTube, demuestran existe la necesidad de una regulación de las misma dentro del Código de la Democracia para frenar la precampaña. Estos actos también generan una desconfianza en la credibilidad de los procesos electorales y en el resultado de los mismos, alimentando la desinformación y la incertidumbre entre la ciudadanía. Además, se crean falsas expectativas de los candidatos en los electores, lo que puede llevar a una votación basada en apariencias o en promesas poco realistas que luego no se llevarán a cabo. Por lo tanto, esta práctica debe ser erradicada para garantizar la democracia y el desarrollo del país.

8. Es imperioso, una reforma al artículo 202 de La Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, con la finalidad de suprimir el inciso cuarto de dicho artículo el cual señala que “para efectos de la presente ley no se consideran medios digitales a las redes sociales”. Como se ha venido manifestando este trabajo de integración curricular dentro de sus objetivos busca plantear una propuesta jurídica al Código de la Democracia para que se incorpore a las redes sociales como medios de comunicación digital con la finalidad de regular y controlar la campaña electoral anticipada.

9. Recomendaciones

1. El Concejo Nacional Electoral debe ser quien plantee iniciativas de reforma referentes a materia electoral, con la de garantizar que los derechos de participación política sean igualitarios.
2. El CNE debe promover una cultura de participación cívica trabajando con la sociedad, con la inclusión de programas educativos y de sensibilización, para incentivar la participación ciudadana en la elección de sus representantes. Asimismo, el CNE debe buscar la modernización de las leyes electorales, mediante la implementación de sistemas de votación informatizados, accesibles y de fácil comprensión para los ciudadanos. Esto permitirá que la ciudadanía participe de forma más activa y con mayor confianza en los procesos electorales.
3. Para la Asamblea Nacional del Ecuador ya que es la encargada promover leyes que regulen el uso de las redes sociales en materia electoral. Estas leyes deben establecer límites claros en relación con el uso de las redes sociales para la promoción y difusión de información con fines electorales. Estos límites deben incluir el control de los anuncios pagados, la verificación de la identidad de los anunciantes, el contenido de los anuncios, la transparencia de los patrocinadores de los anuncios, el control de la difusión de información falsa o engañosa, y la limitación de la propagación de mensajes de odio. Además, deben establecerse mecanismos para monitorear y controlar los actos de campaña electoral anticipada en redes sociales.
4. A la Autoridad Electoral Nacional hago un llamado para que no solo destinen recursos públicos al monitoreo y controlar del gasto electoral de los sujetos, partidos y/o

movimientos políticos en las diferentes redes sociales, porque así como es importante conocer cuánto dinero destinan los políticos en pauta con estas redes, es también importante el conocer de qué forma esta pauta incide en los procesos electores, es decir no solo nos podemos quedar con un control cuantitativo sino también cualitativo, que nos permita conocer el gasto electoral a la par que regulamos el no cometimiento de actos anticipados de campaña electoral.

5. A los sujetos y organizaciones políticas los exhorto para que sean estos quienes procuren realizar un control externo de la campaña electoral anticipada, y den aviso al Consejo Nacional Electoral para que este pueda poner en marcha los protocolos que tenga establecidos para frenar dichos actos. Son los políticos honestos quienes tienen que estar alerta para actuar, porque solo así se puede crear un ambiente amigable en el cual se pueda fortalecer la democracia.
6. La ciudadanía debería tomar conciencia de la realidad política del Ecuador, promoviendo actividades de información y educación política que permitan a la población conocer el proceso electoral, el funcionamiento de las instituciones políticas y las dinámicas de toma de decisiones, así como los mecanismos de denuncia ante el CNE en caso de actos de campaña electoral anticipada. Esto permitiría que la ciudadanía tenga un mayor conocimiento de los temas políticos y una mayor participación en la toma de decisiones, mejorando así la calidad de la democracia.
7. Desde una perspectiva analítica y argumentativa, recomendamos implementar la regulación de las redes sociales como medios de comunicación digitales dentro de la Ley Electoral, Código de la Democracia, para el control de la campaña electoral anticipada. Esto permitirá a los organismos electorales y a los órganos encargados de velar por el cumplimiento de las leyes electorales, controlar la publicidad política que se emite a través de las redes sociales. Esta regulación permitirá a los organismos electorales controlar la propagación de información falsa o desinformación, y prevenir el uso de prácticas ilegales o fraudulentas. Además, esta regulación permitirá a los organismos electorales mejorar la transparencia de la campaña electoral, al establecer claras normas sobre el uso de redes sociales para la difusión de información política.

9.1.Propuesta Jurídica: Lineamientos propositivos.

- De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 1 señala: El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. Este artículo señala que el Estado se organiza como una República, lo cual implica que los ciudadanos tienen derecho a elegir a sus representantes por medio del voto. Esto garantiza que los intereses de la población sean representados y que los ciudadanos tengan el poder de tomar decisiones sobre su futuro.
- De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador los derechos de participación se encuentran contemplados en el artículo 61 es donde se manifiesta que Las ecuatorianas y ecuatorianos gozan de los siguientes derechos: 1. Elegir y ser elegidos. 2. Participar en los asuntos de interés público. 3. Presentar proyectos de iniciativa popular normativa. 4. Ser consultados. 5. Fiscalizar los actos del poder público. 6. Revocar el mandato que hayan conferido a las autoridades de elección popular. 7. Desempeñar empleos y funciones públicas con base en méritos y capacidades, y en un sistema de selección y designación transparente, incluyente, equitativo, pluralista y democrático, que garantice su participación, con criterios de equidad y paridad de género, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional. 8. Conformar partidos y movimientos políticos, afiliarse o desafiliarse libremente de ellos y participar en todas las decisiones que éstos adopten. Este artículo reconoce el derecho de los ciudadanos de asociarse libremente y formar organizaciones políticas, sin ninguna restricción por parte del Estado. Esta disposición protege la libertad de asociación, que es una libertad fundamental y uno de los pilares básicos de la democracia. Esto permite a los ciudadanos expresar sus opiniones y participar en la toma de decisiones, lo que contribuye al desarrollo de una democracia sólida y representativa.
- La Constitución de la República del Ecuador reconoce y consagra en su artículo 95 que: Las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, participarán de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano. La participación se orientará por los principios de

igualdad, autonomía, deliberación pública, respeto a la diferencia, control popular, solidaridad e interculturalidad. La participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho, que se ejercerá a través de los mecanismos de la DEMOCRACIA representativa, directa y comunitaria. Este Artículo consagra la importancia de una promoción electoral equitativa e igualitaria, así como la prohibición del uso de recursos estatales y publicidad gubernamental en las campañas electorales. Estas disposiciones buscan fortalecer nuestra democracia, asegurando que todos los ciudadanos tengan acceso a la información necesaria para tomar decisiones informadas en el proceso electoral. En resumen, este artículo destaca la importancia de la participación ciudadana en la toma de decisiones y el control de las instituciones del Estado y la sociedad. Establece principios fundamentales que deben regir la participación, y busca garantizar condiciones equitativas en las campañas electorales para fortalecer la democracia y asegurar una ciudadanía informada y empoderada.

- Nuestra Constitución de la República reconoce y consagra en su artículo 115 que: El Estado, a través de los medios de comunicación, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas programáticas de todas las candidaturas. Los sujetos políticos no podrán contratar publicidad en los medios de comunicación y vallas publicitarias. Se prohíbe el uso de los recursos y la infraestructura estatales, así como la publicidad gubernamental, en todos los niveles de gobierno, para la campaña electoral. La ley establecerá sanciones para quienes incumplan estas disposiciones y determinará el límite y los mecanismos de control de la propaganda y el gasto electoral.
- Se proponga al Concejo Nacional Electoral que garantice los literal 1, 5 y 12 del artículo 25 de la Ley Orgánica Electoral, Código de la Democracia los cuales estipulan que el CNE: “Organizar, dirigir, vigilar y garantizar, de manera transparente y eficaz los procesos electorales, convocar a elecciones, realizar los cómputos electorales, proclamar los resultados y posesionar a quienes resulten electas o electos” “Controlar la propaganda y el gasto electoral, conocer y resolver en sede administrativa sobre las cuentas que presenten las organizaciones políticas y los responsables económicos y remitir los expedientes a la justicia electoral, si fuere del caso” y “Vigilar que las organizaciones políticas cumplan con la ley, la normativa secundaria y sus estatutos.”
- Que se suprima el inciso cuarto en el artículo 202 de Ley Orgánica Electoral, Código de la Democracia que señala que: “Para efectos de la presente Ley no se consideran medios digitales

a las Redes Sociales” reconociendo así que las redes sociales son medios de comunicación digital los cuales deberán ser controlados y regulados por parte del Código de la Democracia y Consejo Nacional Electoral.

- Suprimiendo este inciso se puede actuar bajo lo que señala y dicta el art. 278 de la Ley Orgánica Electoral, Código de la Democracia, el cual señala que Las infracciones electorales graves serán sancionadas con multas desde once salarios básicos unificados hasta veinte salarios básicos unificados, destitución y/o suspensión de derechos de participación desde seis meses hasta dos años. Ya que este artículo en su numeral 7 nos dice que se sancionara a quienes cometan actos de campaña *ANTICIPADA* o precampaña electoral. Y al suprimir el inciso cuarto del art.202 todo acto de precampaña realizado por un actor político podrá ser sancionado bajo lo que dictan las sanciones del Código de la Democracia.
- Suprimiendo este inciso queda a discrecionalidad del Consejo Nacional Electoral la elaboración un reglamento en el cual se dicten cuáles son los pasos y procedimientos que regularan la Campaña Electoral en Redes Sociales en el Ecuador.

10. Bibliografía

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press. Obtenido de https://www.academia.edu/34383247/David_A_Aaker_Building_Strong_Brands
- Alba Pastor, C. (2016). *Facebook, política y comunicación: la utilización de las redes sociales en la acción política*. Editorial UOC. . <https://doi.org/10.2307/j.ctvfkxhem>
- Arendt, H. (1997). *¿Qué es la política?*. Paidós.
- Aristóteles. (1982). *Política*. Porrúa, S.A.
- Asamblea Constituyente de Montecristi. (2021, 25 de Enero). *Constitución Política del Ecuador*. Registro Oficia. Obtenido de https://zone.lexis.com.ec/lts-visualizer?id=PUBLICO-CONSTITUCION_DE_LA_REPUBLICA_DEL_ECUADOR&codRO=DB5034772D272296BBEF9AEC2C929B38CB5836C5&query=%20constituci%C3%B3n%20ecuador&numParrafo=none
- Asamblea Nacional Constituyente. (2019, marzo). *Ley Electoral y de Partidos Políticos*. Edición oficial del Tribunal Supremo Electoral. Obtenido de <https://www.tse.org.gt/images/LEPP.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2020, 03 de Febrero). *Ley Organica Electoral y de Organizaciones Politicas de la Republica del Ecuador, Código de la Democracia*. Registro Oficial Suplemento. Obtenido de <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Ley-Org%C3%A1nica-Electoral-C%C3%B3digo-de-la-Democracia.pdf>
- Ballesteros, J. (2017). *Marketing político digital: cómo las redes sociales y los medios digitales transforman la política*. Editorial UOC. <https://doi.org/10.2307/j.ctvfkxhdn>
- Ballesteros, J. (2018). *Comunicación política: de la propaganda a la posverdad*. Editorial UOC. <https://doi.org/10.2307/j.ctvfkxhdq>
- Ballesteros, R. H. (2016). *Branding el arte de Marcar Corazones*. ECOE Ediciones. Obtenido de <https://es.scribd.com/book/603754120/Branding-el-arte-de-marcas-corazones>

- Barahona, C. (Democracia digital y redes sociales: impacto en el proceso electoral y la regulación jurídica). 2021. Editorial Académica Española. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4456045>
- Barlow, C. (2020). *Branding: Lo que necesita saber acerca de la construcción de su marca personal y el crecimiento de su pequeña empresa utilizando el marketing en redes sociales*. Chase Barlow. Obtenido de <https://es.scribd.com/book/485082480/Branding-Lo-que-necesita-saber-acerca-de-la-construccion-de-su-marca-personal-y-el-crecimiento-de-su-pequena-empresa-utilizando-el-marketing-en-redes>
- Berrazueta, R., & Cordero, E. (2018). *Elecciones en Ecuador: entre la polarización y la ingobernabilidad*. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://doi.org/10.18636/rh.v0i45.432>
- Bimber, B., & Davis, R. (2018). *La reinención de la democracia en la era digital*. Gedisa Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51h150>
- Blanco, I., & Caro, M. (2018). *Redes sociales y cambio político: la primavera árabe*. Tirant lo Blanch. <https://doi.org/10.7203/TLB.978-84-9169-166-4>
- Bobbio, N. (1989). *Estado, Gobierno y Sociedad: Por una Teoría General de la Política*. Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, N., Matteucci, N., & Pasquino, G. (1993). *Diccionario de política*. Siglo Veintiuno Editores.
- Bouza, F., & Vírveda, J. (2015). *Comunicación política en internet: de la web 1.0 a la web 2.0*. Tirant lo Blanch. <https://doi.org/10.7203/TLB.978-84-9033-384-7>
- Boyd, D. M. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication.
- Buitrón, M. A. (2019). *El futuro de la democracia en Ecuador: ¿el regreso del autoritarismo?* Flacso Ecuador. <https://doi.org/10.18235/0001699>
- Burneo, L. (2018). *a democracia en Ecuador: transformaciones y desafíos en el siglo XXI*. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://doi.org/10.18636/rh.v0i45.427>

- Butamante, C. B. (2020). *Derecho Electoral Peruano*. Palestra Editores. Obtenido de <https://es.scribd.com/read/488547086/Derecho-electoral-peruano-2da-edicion#>
- Cabanellas, G. (1993). *Diccionario jurídico elemental*. Heliasta.
- Cabrera, G. (05 de Diciembre de 2022). Campaña anticipada. *La Hora*. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/editorial/columnistas-regionales/campana-anticipada-3/>
- Caldevilla Domínguez, D. (2017). *Las redes sociales y la política: el impacto de las nuevas tecnologías en la comunicación política*. Editorial UOC. <https://doi.org/10.2307/j.ctvfkxhdg>
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*(33), 45-68.
- Calleja, L. (2016). *Realidad aumentada*. Paidós. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512m91>
- Canclini, N. (2018). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51gzqr>
- Cardenal Izquierdo, C. (2014). *El poder de las redes sociales en la política*. . Editorial UOC. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/j.ctvfkxhch>
- Casero-Ripollés, A. (2019). *Comunicación política digital: nuevas prácticas democráticas y retos éticos*. Editorial UOC. <https://doi.org/10.2307/j.ctvfkxhdv>
- Castells, M. (2015). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 1, 2 y 3. Alianza Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512q3z>
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza Editorial. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/j.ctv512psr>
- Castells, M. (2017). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512pv2>
- Celi, E. (15 de Noviembre de 2022). La campaña anticipada avanza ante la mirada del CNE. *Diario Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/seccionales-2023/campana-anticipada-elecciones-cne-control/>

- Cibele, R. (2019). *Derecho electoral y redes sociales: regulación jurídica de la propaganda política en el ciberespacio*. Tirant lo Blanch. https://doi.org/10.7203/TLC_32.13633
- Cibele, R. (2019). *Derecho electoral y redes sociales: regulación jurídica de la propaganda política en el ciberespacio*. Tirant lo Blanch. Obtenido de <https://www.tirant.com/editorial/libro/derecho-electoral-y-redes-sociales-ricardo-cibele-9788413362022>
- Colombo, C. (2009). *Innovación democrática y TIC, ¿Hacia una democracia participativa?* Universidad Obeta de Catalunya.
- Conde López, J. (2018). *La comunicación política en la transición española: de la propaganda al marketing*. Universidad Complutense de Madrid.
- Coneret, J. M., & Emeri, C. (1973). *Los sistemas electorales*. Oikos-Tau. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/ijj.24484873e.1986.56.2229>
- Congreso de la Nación Argentina. (2019, 15 de Noviembre). *Código Electoral Nacional*. Dirección Nacional del Registro Oficial. Obtenido de https://www.diputados.gov.ar/export/hcdn/secparl/dgral_info_parlamentaria/dip/archivos/Ley_19945_TA.pdf
- Congreso de la Republica de Colombia. (2020, 16 de Diciembre). *Código Electoral Colombiano*. Sección de Leyes. Obtenido de <https://reformaspoliticas.org/wp-content/uploads/2021/05/Codigo-Electoral-2020.pdf>
- Corte Constitucional del Ecuador. (2017). *Sentencia No. 002-17-SIN-CC*. Obtenido de <https://www.corteconstitucional.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/Sentencia-002-17-SIN-CC.pdf>
- Costa, P. (2005). *Como ganar elecciones*. Paidós.
- Cruz Amador, C. D. (2015). ¿Cuál es la importancia de los partidos políticos? ¿La sociedad avanza sin partidos? *Revista Búsquedas Políticas*, IV(1), 137-145. Obtenido de https://repositorio.uahurtado.cl/bitstream/handle/11242/6788/V04N01_pp_137-145_Cruz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Dahlgren, P. (2015). *La esfera pública y la democracia: una revisión crítica*. Gedisa Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51h1k3>
- Delegados, C. N. (2021). *Preguntas y respuestas relacionadas con las actividades proselitistas de los partidos políticos en sitios públicos*. Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica.
- Domenach, J.-M. (2014). *La Propaganda Política*. La Nueva Editorial Virtual.
- Echeverría, B. (2019). *La regulación de la propaganda electoral en la era digital*. Universidad Externado de Colombia. <https://doi.org/10.2307/j.ctv16rs18w>
- El Comercio. (24 de Mayo de 2022). *elcomercio.com*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/cne-cerro-registro-partidos-276-agrupaciones-inscritas.html>
- Elías, M. (2018). *Regulación de las campañas políticas en redes sociales*. Tirant lo Blanch. <https://doi.org/https://www.tirant.com/editorial/libro/regulacion-de-las-campanas-politicas-en-redes-sociales-manuel-elias-9788417523807>
- Gamboa Obeso, A. (s.f.). *formacionciudadana*. Obtenido de formacionciudadana1.jimdofree.com: <https://formacionciudadana1.jimdofree.com/tercer-bimestre/partidos-pol%C3%ADticos/>
- García, V. (2004). *Campañas electorales y sus efectos sobre el voto: Análisis de la campaña electoral presencial 2003 en Argentina*. Psicología Política. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1233427>
- García-Álvarez, E. (2020). *La publicidad política en Internet. La regulación de la propaganda electoral digital en España*. Dykinson. Obtenido de <https://www.dykinson.com/libros/la-publicidad-politica-en-internet-la-regulacion-de-la-propaganda-electoral-digital-en-espana/9788413248101/>
- Garita, G. (2021). *Redes sociales y campañas políticas en Costa Rica*. Editorial Académica Española. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4507478>
- Garitaonandia, C. (2015). *Las redes sociales en las campañas electorales*. Tirant lo Blanch. <https://doi.org/https://doi.org/10.7203/TLB.978-84-9033-290-1>

- Gerbaudo, P. (2019). *La democracia en la era de internet: del crowdfunding al hashtag*. Gedisa Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51h10h>
- Giddens, A. (2017). *La tercera vía: la renovación de la socialdemocracia*. Paidós. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3050/305026649006.pdf>
- Giddens, A. (2018). *Consecuencias de la modernidad*. Alianza Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512n7h>
- Gilas, K., & Cienfuegos, C. S. (2018). *Derecho Electoral*. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/387170640/Derecho-Electoral>
- Gómez, G. (2001). *Diccionario etimológico de la lengua española*. Fondo de cultura económica.
- Gonzales, L. E. (1981). *Teoría y Práctica de la Propaganda*. Grijalbo.
- Granda, J. (2017). *Los dilemas de la democracia en el Ecuador*. Corporación Editora Nacional. <https://doi.org/10.31095/9789978888017>
- Guariglia, O. (2010). *Democracia : origen, concepto y evolución según Aristóteles*. Doxa 33. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/DOXA2010.33.09>
- Hofmeister, W., & Grabow, K. (2013). *Partidos Políticos en la Democracia Organización y Funciones*. Konrad Adenauer Stiftung e.V.
- Instituto de la Democracia. (2012). *El derecho al voto en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.idd.org.ec/publicaciones/otros/documentos/El%20Derecho%20al%20Voto%20en%20Ecuador.pdf>
- Jalkh, G. (2010). *El derecho al voto en la Constitución del Ecuador de 2008*. Tribunal Contencioso Electoral. Obtenido de <http://biblioteca.tce.gob.ec/bitstream/handle/37000/292/DERECHO%20AL%20VOTO%20EN%20LA%20CONSTITUCION%20DEL%20ECUADOR%20DE%202008%20JALKH%20GUSTAVO.pdf?sequence=1>
- Jenkins, H. (2017). *Cultura convergente: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51s2r3>

- Jenkins, H. (2018). *Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración*. Paidós. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51gf1x>
- Katz, R. S., & Mair, P. (2018). *he cartels: The origins and ideologies of political parties*. Oxford University Press. . <https://doi.org/10.1093/oso/9780199585994.001.0001>
- Keller, K. L. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (3rd ed.)*. Prentice Hall. Obtenido de [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkozje\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2824322](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkozje))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2824322)
- Kellner, D. (2018). *Cultura de la convergencia: la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Gedisa Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51h0tx>
- Kelsen, H. (1995). *Teoría general del Derecho y del Estado*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Kelsen, H. (2019). *La democracia: Su naturaleza, su valor y sus límites*. Editorial Trotta. Obtenido de https://www.trotta.es/libros/la-democracia-su-naturaleza-su-valor-y-sus-limites_3830/
- LaPalombara, J. (2008). *Democracy, Italian style: Political parties and social change*. . Westview Press. <https://doi.org/10.1057/9780300044119>
- Larousse. (2001). *Diccionario de sinónimos y antónimos e ideas afines*. Larousse.
- Larrea, C., & Larrea, J. (2017). *Corrupción en el Ecuador: un problema estructural*. Corporación Editora Nacional. <https://doi.org/10.31095/9789978887638>
- Lazardsfeld, P., Berlson, B., & Gaudet, H. (2016). *La elección del pueblo: cómo el votante se decide en una campaña presidencial*. Nueva York: Columbia University Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/000271624926100137>
- Lerma, A., Barcena, S., & Vite, R. (2016). *Marketing político. Segunda edición*. Compañía de Cengage Learning Editores, S.A.
- Lévy, P. (2018). *La inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Organización Panamericana de la Salud. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51h0n0>

- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2017). *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Anagrama. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51h0pt>
- Lopez, F. (2022). *El sistema político y la constitución - Tipos de Democracia en el Ecuador*. 593 Digital Publisher. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2022.4-2.1168>
- Lüders, C. (2019). *Política digital: una guía para el siglo XXI*. Editorial Planeta. <https://doi.org/10.2307/j.ctv>
- Maldonado, M. (2019). *La política en el Ecuador del siglo XXI: tensiones y desafíos*. Corporación Editora Nacional. <https://doi.org/10.31095/9789978888536>
- Martínez, A., & Jaramillo, P. (2019). *Corrupción y política en Ecuador*. Corporación Editora Nacional. <https://doi.org/10.31095/9789978888574>
- Mateos, A. G. (2018). Reflexiones sobre el concepto de política. *Actualidad Económica*, XXII(Nº 95), 35-38. Obtenido de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/acteconomica/index>
- McCombs, M. (2016). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51s5f6>
- Medina, E. (2020). *Cibercampañas políticas: ¿una nueva forma de hacer política?* Tirant lo Blanch. Obtenido de <https://www.tirant.com/editorial/libro/cibercampanas-politicas-eduardo-medina-9788413362831>
- Medina, E. (2021). *Cibercampañas políticas: ¿una nueva forma de hacer política?* Tirant lo Blanch. https://doi.org/10.7203/TLC_38.14120
- Muñiz, G. (2017). *Propaganda política en el siglo XXI*. Síntesis. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512mzr>
- Muñoz-Alonso, A. (2018). *El impacto de las redes sociales en la política: una mirada desde América Latina*. Tirant lo Blanch. <https://doi.org/10.7203/TLB.978-84-9169-303-3>
- Naciones Unidas. (1948, 10 de diciembre). *La Declaración Universal de Derechos Humanos*. Organización de las Naciones Unidas. Obtenido de <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

- Naciones Unidas. (1976, 23 de marzo). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. Organización de las Naciones Unidas. Obtenido de <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>
- Nakamura, L. A. (2013). *Propaganda Electoral y Propaganda Política*. scribd.
- Negroponete, N. (2017). *Ser digital*. Atlántida. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512n5f>
- Nohlen, D., & Sabsay, D. (2007). *Tratado de derecho electoral comparado de América Latina*. Fondo de Cultura Económica.
- Norris, P. (2015). *Por qué caen las democracias: una explicación de la crisis política actual*. Debate. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512q6c>
- Norris, P. (2017). *Democracia vigilada: el poder de los medios en la política contemporánea*. Fondo de Cultura Económica. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512prf>
- Norris, P. (2017). *La muerte de la democracia: la caída de la confianza y el surgimiento de la demagogia*. Debate. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512q6c>
- Padilla, J. (2019). *Derecho electoral y nuevas tecnologías: regulación de la propaganda electoral en redes sociales*. Editorial Tirant lo Blanch. Obtenido de <https://www.tirant.com/editorial/libro/derecho-electoral-y-nuevas-tecnologias-9788413362213>
- Peña, F. (2018). *El correísmo en la encrucijada: debates sobre su legado y la oposición en Ecuador*. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://doi.org/10.18636/rh.v0i45.431>
- Peralta, P. (08 de Diciembre de 2022). Campaña anticipada: CNE ha registrado 291 vallas publicitarias no autorizadas. *Radio Pichincha*. Obtenido de <https://www.radiopichincha.com/campana-anticipada-cne-ha-registrado-291-vallas-publicitarias-no-autorizadas/>
- Peruzzotti, E., & Smulovitz, C. (2017). *Controlando la política: ciudadanos y medios en las nuevas democracias latinoamericanas*. Fondo de Cultura Económica. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512v7t>
- Platón. (1981). *“Protágoras” en Obras Completas*. Aguilar.

- Poguntke, T., & Webb, P. (2005). *he presidentialization of politics: A comparative study of modern democracies*. xford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199252015.001.0001>
- Posner, R. (2004). *Law, pragmatism, and democracy*. Harvard University Press. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=OfIPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=posner+richard+democracy&ots=MoWe8k85rk&sig=MFCTVkbvZVZILsFNofLyLl92_WM#v=onepage&q=posner%20richard%20democracy&f=false
- Prensky, M. (2018). *Enseñar a nativos digitales: cómo se aprende hoy*. SM. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51gcfz>
- Prieto, B. M. (2010). La Importancia de nuestros partidos políticos para el Desarrollo de la Democracia. *Revista Política Colombiana*, 23-39.
- Proaño, A. (2017). El derecho al voto en el contexto de la participación ciudadana en Ecuador. *Revista Jurídica del Ecuador*(98), 53-67. Obtenido de <https://www.revistajuridicaonline.com/wp-content/uploads/2017/12/10.pdf>
- Rheingold, H. (2016). *La comunidad virtual*. Gedisa Editoria. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51h1m0>
- Rincón, O. (2016). *Propaganda electoral y redes sociales en América Latina*. Editorial UOC. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/j.ctvfkxhdf>
- Rojas. (2015). *Las redes sociales y el poder*. Fondo de Cultura Económica. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512kzd>
- Rokkan, S., & Lipset, S. M. (1967). *Party systems and voter alignment*. Free Press. Obtenido de <http://www.u.arizona.edu/~mishler/LipsetRokkan.pdf>
- Roldán, F. (2018). *Ecuador: del correísmo a la restauración conservadora*. Flacso Ecuador. <https://doi.org/10.18235/0001298>
- Rombola, N. D., & Reboiras, L. M. (2007). *Diccionario De Ciencias Jurídicas Y Sociales Ruy Diaz*. Ruy Diaz.
- Rosenberg, A. (2008). *Democracia y lucha de clases*. El Viejo Topo.
- Sánchez, J. A. (2010). *Derecho Electoral*. Oxford University Press México.

- Santillán, M. (2017). *Los movimientos sociales en el Ecuador*. Flacso Ecuador. <https://doi.org/10.18235/0000741>
- Sartori, G. (1993). *¿Qué es la democracia?* Patria. Obtenido de <https://n9.cl/cc6i1>
- Sartori, G. (2005). *Parties and party systems: A framework for analysis*. ECPR Press. <https://doi.org/10.1057/9780230591621>
- Sartori, G. (2015). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Taurus. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512j01>
- Sassen, S. (2018). *La globalización y sus descontentos*. Taurus. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51gdjf>
- Shirky, C. (2018). *Aquí no hay quien viva: la sociedad en red y el fin de la era de la información*. Taurus. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51gc0p>
- Silva, O. (18 de Octubre de 2022). Hasta USD 8 500 es la sanción por realizar campaña anticipada. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/sancion-realizar-campana-anticipada-elecciones.html>
- Tarrow, S. (2015). *El poder en movimiento: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512q2f>
- Tilly, C. (2010). *Democracia*. Akal, S. A. Obtenido de <https://es.scribd.com/read/349986227/Democracia#>
- Toffler, A. (2017). *El shock del futuro*. Debate. <https://doi.org/10.2307/j.ctv512n6z>
- Touraine, A. (9 de enero de 2023). *¿Qué es la democracia?* Obtenido de [unesco.org: https://es.unesco.org/courier/novembre-1992/que-es-democracia](https://es.unesco.org/courier/novembre-1992/que-es-democracia)
- Tribunal Contencioso Electoral. (2015). *El derecho al voto en el Ecuador*. Obtenido de <http://biblioteca.tce.gob.ec/bitstream/handle/37000/532/DERECHO%20AL%20VOTO%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf?sequence=1>
- Túñez, M., & Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*(66), 25. [https://doi.org/Revista Latina de Comunicación Socia](https://doi.org/Revista%20Latina%20de%20Comunicaci%C3%B3n%20Social)

- Valenzuela, F. B. (1980). *El Derecho electoral: instrumento normativo de la democracia*. Porrúa.
- Van Dijk, J. (2018). *La cibercultura y el surgimiento de las nuevas formas de discriminación*. Gedisa Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctv51h13j>
- Varela, J. (2016). *Ciberactivismo y nuevas formas de participación política en la era digital*. Tirant lo Blanch. <https://doi.org/10.7203/TLB.978-84-9143-981-9>
- Warner, J. (1980). *Paideia, los ideales de la cultura griega*. Fondo de cultura económica.
- Yturbe, C. (2007). *Pensar La Democracia: Norberto Bobbio*. Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de https://www.filosoficas.unam.mx/docs/431/files/Pensar_la_democracia.pdf
- Zermeño, F. (2015). *Comunicación y política: retos y desafíos en la era digital*. Editorial UOC. <https://doi.org/10.2307/j.ctvfkxhds>
- Ley, Legislativa, C., De Fiscalizacion, Y., Luis, S., & Badillo, F. (n.d.). *LEY ORGANICA ELECTORAL, CODIGO DE LA DEMOCRACIA Estado: Reformado ASAMBLEA NACIONAL*. <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Ley-Org%C3%A1nica-Electoral-C%C3%B3digo-de-la-Democracia.pdf>

11. Anexos

Anexo 1. Certificado de Aprobación por parte del Director del Trabajo de Integración Curricular.



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa Carrera de Derecho

Loja, 9 de junio de 2023

CERTIFICACIÓN

Dra. Gladys Beatriz Reátegui Cueva. Mg. Sc.

DOCENTE TITULAR DE LA CARRERA DE DERECHO DE LA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICO

Que el presente Trabajo de Integración Curricular, elaborado por el señor Miguel Ángel Ludeña Briceño, titulado: **“REGULACIÓN DE REDES SOCIALES COMO MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES DENTRO DE LA LEY ELECTORAL, CÓDIGO DE LA DEMOCRACIA PARA EL CONTROL DE LA CAMPAÑA ELECTORAL ANTICIPADA”**, ha sido dirigido de acuerdo a los elementos que lo conforman, la norma reglamentaria y guías para estructura del Informe final, así mismo se ha corregido y revisado cuidadosamente en su forma y contenido y de acuerdo a las normas de graduación vigentes en el Art. 229 de Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja 2021; y, de conformidad con el Art. 231 del citado Reglamento procedo a acreditar y emitir satisfactoriamente el certificado de culminación del Trabajo de Integración Curricular, por verificar su fiel cumplimiento de conformidad al Plazo establecido en el cronograma del Proyecto de Trabajo de Integración Curricular se encuentra ejecutado en un **100%**, por lo que autorizo al autor que continúe con el trámite administrativo de aptitud legal y así logre su presentación ante el Honorable Tribunal de Grado, para la sustentación y defensa del Trabajo de Integración Curricular de conformidad con el Art. 235, 236 y 237 del Reglamento antes mencionado.

GLADYS BEATRIZ REATEGUI CUEVA
DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Dra. Gladys Beatriz Reátegui Cueva. Mg. Sc.
DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Anexo 2. Designación del Tribunal del Trabajo de Titulación.



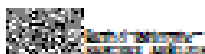
FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA
DERECHO

Presentada a los dieciséis días del mes de junio del año dos mil veintitrés, a las once horas con veintiocho minutos.- Lo certifico.- La Secretaria Abogada,

ENA REGINA PELAEZ SORIA
Firmado digitalmente por ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2023.06.16 09:23:41 -05'00'

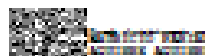
**Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA DE LA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 16 de junio de 2023, a las 12H37.- En la Dirección de la Carrera de Derecho de la Universidad Nacional de Loja, ante el Doctor Mario Enrique Sánchez Armijos, Mg. Sc., Director de la Carrera de Derecho, compareció el señor Miguel Ángel Ludeña Briceño, con el objeto de que se le designe el Tribunal de Sustentación y Calificación de Trabajo de Integración Curricular, previa la obtención del título de Abogado. Al efecto, y de conformidad al Art. 236 del Reglamento de Régimen Académico el Señor Director de la Carrera de Derecho procede a nombrar el Tribunal de Sustentación y Calificación de Trabajo de Integración Curricular, que se encuentra integrado por los señores: Dr. **Mauricio Fabián Aguirre Aguirre, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Derecho, quien lo presidirá; Dr. **Raúl Marcelo Mogrovejo León, Mg. Sc.**, y Dr. **Jeferson Vicente Armijos Gallardo, Mg. Sc.**, en calidad de miembros del Tribunal de Tribunal de Sustentación y Calificación de Trabajo de Integración Curricular.- El Señor Director de la Carrera de Derecho dispone que para los efectos de ley, se proceda a notificar a los integrantes del Tribunal de Sustentación y Calificación de Trabajo de Integración Curricular.- Terminada la presente diligencia, firman para constancia el señor Director de la Carrera y la Secretaria Abogada de la Facultad, que certifica.- NOTIFIQUESE, para que surta los efectos de ley que corresponden.



**Dr. Mario Enrique Sánchez Armijos, Mg. Sc.,
DIRECTOR DE LA CARRERA DE DERECHO**

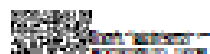
Loja, 16 de junio de 2023, a las 12H38.- Notifíquese con el decreto que antecede a los señores Miembros del Tribunal de Sustentación y Calificación de Trabajo de Integración Curricular y al postulante, personalmente y firmen.



**Dr. Mauricio Fabián Aguirre Aguirre, Mg. Sc.,
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

JEFERSON VICENTE ARMIJOS GALLARDO
Firmado digitalmente por JEFERSON VICENTE ARMIJOS GALLARDO
Fecha: 2023.06.16 09:23:41 -05'00'

**Dr. Jeferson Vicente Armijos Gallardo, Mg. Sc.,
VOCAL**



**Dr. Raúl Marcelo Mogrovejo León, Mg. Sc.,
VOCAL**



**Sr. Miguel Ángel Ludeña Briceño,
ASPIRANTE**

ENA REGINA PELAEZ SORIA
Firmado digitalmente por ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2023.06.16 09:23:41 -05'00'

**Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA**

Elaborado por: Nancy B. Serrano

Anexo 3. Certificación del Honorable Tribunal de Grado.

CERTIFICACIÓN DE TRIBUNAL DE GRADO

Loja, 3 de julio de 2023

En calidad de tribunal calificador del trabajo de integración curricular titulado: “REGULACIÓN DE REDES SOCIALES COMO MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES DENTRO DE LA LEY ELECTORAL, CÓDIGO DE LA DEMOCRACIA PARA EL CONTROL DE LA CAMPAÑA ELECTORAL ANTICIPADA”, de la autoría de la estudiante MIGUEL ANGEL LUDEÑA BRICEÑO; certificamos que se ha incorporado las observaciones realizadas por los miembros del tribunal o por el Director del trabajo de integración curricular, por tal motivo se procede a la aprobación del trabajo de integración curricular o de titulación de grado y la continuación de los trámites pertinentes para su publicación y sustentación pública.

Respecto al artículo académico, el mismo cumple con los requisitos formales.

APROBADO



Dr. Mauricio Fabián Aguirre Aguirre. Mg.Sc

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Dr. Raúl Marcelo Mogrovejo León. Mg.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

JEFERSON VICENTE ARMUJOS GALLARDO
Firmado digitalmente por
JEFERSON VICENTE ARMUJOS
GALLARDO
Fecha: 2023.07.04 16:46:15 -03'00'

Dr. Jeferson Vicente Armijos Gallardo. Mg.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Anexo 4. Formato de la Encuesta



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Derecho

ENCUESTA DIRIGIDA A ABOGADOS, SUJETOS POLITICOS Y PERIODISTAS POLITICOS

Por motivo que me encuentro realizando mi Trabajo de Integración Curricular titulado: **“REGULACIÓN DE REDES SOCIALES COMO MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES DENTRO DE LA LEY ELECTORAL, CÓDIGO DE LA DEMOCRACIA PARA EL CONTROL DE LA CAMPAÑA ELECTORAL ANTICIPADA”**; solicito a usted de la manera más comedida, sírvase dar contestación al siguiente cuestionario, resultados que me permitirán obtener información para la culminación de la presente investigación.

Instrucciones: La Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia señala que para realizar campaña electoral los partidos y/o movimientos políticos podrán contratar prensa escrita, radio, televisión, medios digitales y vallas publicitarias. De la misma manera el art. 278 del Código de la Democracia señala como infracción grave en su numeral séptimo el “realizar actos de campaña anticipada o precampaña electoral”. Sin embargo, el inciso quinto del art. 202 señala que “para efectos de la presente Ley no se consideran medios digitales a las redes sociales”. Es por ello que el presente trabajo de investigación busca regular a las redes sociales como medios de comunicación digital dentro del Código de la democracia para el control de la campaña electoral anticipada.

1. Considera usted que la Constitución de la Republica del Ecuador y el Código de la Democracia, garantizan que los procesos electorales sean igualitarios para todos los ciudadanos.

Si () No ()

Porque:

2. Cree usted que los partidos y/o movientes políticos respetan totalmente las disposiciones y restricciones legales establecidas dentro del Código de la Democracia.

Si () No ()

Porque:

3. Cree usted que existe un correcto control y monitoreo de los actos de campaña anticipada por parte del Concejo Nacional Electoral.

Si () No ()

Porque:

4. Usted ha tiene conocimiento o ha visualizado algún acto de campaña electoral anticipada dentro de alguna red social como Facebook, Instagram, Twitter, TikTok o YouTube.

Si () No ()

Porque:

5. Considera usted necesario presentar una propuesta de reforma que permita regular las redes sociales como medios de comunicación digitales dentro de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, para el control de la campaña electoral anticipada.

Si () No ()

Porque:

Anexo 5. Formato de la Entrevista



Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Derecho

ENTREVISTA DIRIGIDA A ABOGADOS, SUJETOS POLITICOS Y PERIODISTAS POLITICOS

Por motivo que me encuentro realizando mi Trabajo de Integración Curricular titulado: **“REGULACIÓN DE REDES SOCIALES COMO MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES DENTRO DE LA LEY ELECTORAL, CÓDIGO DE LA DEMOCRACIA PARA EL CONTROL DE LA CAMPAÑA ELECTORAL ANTICIPADA”**; solicito a usted de la manera más comedida, sírvase dar contestación al siguiente cuestionario, resultados que me permitirán obtener información para la culminación de la presente investigación.

Instrucciones: La Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia señala que para realizar campaña electoral los partidos y/o movimientos políticos podrán contratar prensa escrita, radio, televisión, medios digitales y vallas publicitarias. De la misma manera el art. 278 del Código de la Democracia señala como infracción grave en su numeral séptimo el “realizar actos de campaña anticipada o precampaña electoral”. Sin embargo, el inciso quinto del art. 202 señala que “para efectos de la presente Ley no se consideran medios digitales a las redes sociales”. Es por ello que el presente trabajo de investigación busca regular a las redes sociales como medios de comunicación digital dentro del Código de la democracia para el control de la campaña electoral anticipada.

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

1. Para su criterio que papel han desempeñado las redes sociales en la difusión de propaganda electoral dentro de presente proceso electoral seccional.
2. Usted tiene conocimiento respecto a la normativa electoral y de cuál es la sanción impuesta a quienes cometen una falta grave en este caso el realizar actos de campaña anticipada.
3. Desde su criterio podría mencionar si tiene conocimiento del uso anticipado que le dan los políticos a las redes sociales.
4. Considera necesario regular dentro del Código de la Democracia a las redes sociales para el control de la propaganda electoral anticipada.
5. Usted que solución podría brindar al problema planteado

Anexo 6. Noticias en Medios de Comunicación sobre la Campaña Electoral Anticipada.

DIARIO PRIMICIAS



Política

Precampaña electoral para 2023 aterriza en las redes sociales

Candidatos a prefectos y a alcaldes pagan para promocionar su imagen a través de Facebook e Instagram. Los postulantes que van por la reelección son quienes más usan las redes sociales.



Política

El CNE no puede controlar la precampaña electoral en redes sociales

La presidenta del organismo, Diana Atamaint, aseguró que, una vez que los candidatos sean inscritos oficialmente, podrá debitárseles los valores que gasten en campaña anticipada; sin embargo, el control de redes sociales es complicado.

Viernes, 02 de junio de 2023



Data Entrevistas Perfiles Planes de gobierno Partidos y movimientos Análisis Videos

Política

La propaganda electoral se mueve sin reglas en las redes sociales



ELECCIONES 2023

Seccionales 2023

La pauta mueve miles de dólares en redes sociales para campaña

Los candidatos a las elecciones seccionales ya promueven sus recorridos y planes de trabajo en las redes sociales Facebook e Instagram. El que más ha gastado es el correísta Aquiles Álvarez, que ha pagado USD 5.228 por pauta en el último mes.



ELECCIONES 2023

Política

Elecciones 2023: los precandidatos se suben a la moda de TikTok

TikTok ha ganado un 74% de usuarios en el último año en Ecuador y el 30% de los votantes en las elecciones seccionales tendrá entre 16 y 29 años. Esto empuja a los candidatos a hacer precampaña en esta red social.

DIARIO LA HORA

Inicio » País » CNE reconoce inconvenientes para controlar campaña anticipada en redes sociales

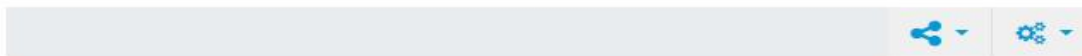


CNE reconoce inconvenientes para controlar campaña anticipada en redes sociales

agosto 10, 2022



Campañas de proselitismo electoral en las redes sociales, sin reglas



Xavier Hervas y María Sara Jijón, el binomio del ID, se inscribió ayer, 24 de septiembre del 2020. Foto: Galo Paguay / EL COMERCIO

Anexo 7. Enlaces a videos de políticos realizando Campaña Electoral Anticipada

TIKTOK

- <https://vm.tiktok.com/ZM2RqqK32/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RqQcbX/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RqTePU/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2Rb8buv/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RqTwqE/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RqtUTv/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RbLDAm/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RqTcJr/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RqvSWM/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RqGEkP/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RbLqKN/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2Rq3wRQ/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RbRJXG/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2Rqsdao/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RqwkcE/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2Rqcaby/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2RbFf2R/>
- <https://vm.tiktok.com/ZM2jKVJbr/>

FACEBOOK

- <https://fb.watch/kD0-PG4yoy/?mibextid=ZbWKwL>
- <https://fb.watch/kD0ZDyPRz8/?mibextid=ZbWKwL>
- <https://fb.watch/kD0WwRv6wo/?mibextid=RUbZ1f>
- <https://fb.watch/kD0VuMssKI/?mibextid=RUbZ1f>
- <https://fb.watch/kCZs-nF8NK/?mibextid=RUbZ1f>

Anexo 8. Imágenes de Candidatos realizando Campaña Electoral Anticipada





Esta foto es de una publicación. Ver publicación

PAULO 2023
24 de noviembre de 2022 · 🌐

6

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

Francel Ludeña Sánchez
20 de octubre de 2022 · 🌐

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

RCS Gonzanamá
19 de diciembre de 2022 · 🌐

136 9

Me gusta Comentar Compartir

Más relevant

Lenin Calva Romero
Se viene gente nueva con capacidad de administración. Y con nuevas ideas. Viva la candidata del pueblo. Viva Gina bravo
Me gusta Responder 23 sem Editado

Lila Melanita Landacay Jara

Escribe un comentario...



CYNTHIA
ALCALDESA **6** **MADERA GUERRERO**

PASAJE GRATIS METROVÍA

ALCALDÍA DE LA GENTE

PARA:

- ESTUDIANTES
- ADULTOS MAYORES
- MOVILIDAD REDUCIDA

5 cosas que debes saber del PODER DEL CAMBIO

EL PODER DEL CAMBIO

AQUILES ALCALDE

Loja, el verde te queda bien :)

ENTRE TODOS

Chato
 ALCALDE DE LOJA

ARE | 61

Cynthia Viteri
 12 de diciembre de 2022 ·

La Metrovía contará con pasajes gratuitos para estudiantes, adultos mayores y personas con discapacidad. #LaAlcaldiaDeLaGente

7,3 mil 2,6 mil 513

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

Rosa Aminta García Jimenez
Felicitaciones

Me gusta Responder 24 sem 56

8 respuestas

Escribe un comentario...

Esta foto es de una publicación. Ver publicación

Aquiles Alvarez Henriques
 14 de diciembre de 2022 ·

3

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

ARE - Oficial
 2 de octubre de 2022 ·

#LojaSigloXXI y #ElFuturoEsVerde

#ChatoAlcalde

#CésarRodriguezPrefecto

145 23 23

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

Jorge David Gallardo Montalvo
 El Futuro de Loja en manos de la experiencia, de gente comprometida con la ciudad por verla grande y siempre a la vanguardia de las grades ciudades

Me gusta Responder 34 sem 4

Marcelo Reyes
 Vamos por la deconstrucción de

Escribe un comentario...

Anexo 9. Certificado de Traducción del Resumen



ALICIA M. SUING OCHOA
ABOGADA/PERITO TRADUCTOR/MEDIADORA
MAT: 11-2015-270
CALIFICACIÓN PERITO N° 1238594
Celular: 0992852539 correo: amsuing@gmail.com

Loja, 10 de abril del 2023

Yo, **ALICIA MARGARITA SUING OCHOA**, con cédula de identidad 1104506322, profesora de inglés con registro en la Senescyt 1008-11-1087914 y perito acreditado con número de calificación 1238594 certifico:

Qué tengo el conocimiento y dominio del Idioma Español e inglés y que la traducción del resumen de trabajo de trabajo de integración curricular, **Regulación de redes sociales como medios de comunicación digitales dentro de la ley electoral, código de la democracia para el control de la campaña electoral anticipada**, cuya autoría es de la estudiante Miguel Angel Ludeña Briceño, con cédula 1105539090, es verdadero y correcto a mi mejor saber y entender.

Atentamente



Lic. Alicia Suing Ochoa