

Opinión Electoral

GACETA DE ANÁLISIS POLÍTICO ELECTORAL

CONSEJO NACIONAL ELECTORAL • INSTITUTO DE LA DEMOCRACIA • No. 16 • ENERO 2017

EDITORIAL

Campañas electorales y elecciones del Ecuador 2017

Uno de los momentos cruciales de las elecciones son las campañas políticas, en las que además de conocer a los diversos candidatos y candidatas que se postulan, la ciudadanía en general tiene la oportunidad de reflexionar en torno a las numerosas propuestas y planes de trabajo, que tanto los partidos como los movimientos políticos presentan.

Es fundamental que la ciudadanía aproveche el periodo de campañas políticas para analizar a profundidad los temas y acciones propuestas en las diversas candidaturas, para ver de qué forma éstas cumplen con sus necesidades y expectativas. Asimismo es importante que la ciudadanía se apropie de estos espacios para exponer sus demandas, las cuales deberán quedar plasmadas no sólo en las propuestas de campaña sino en los planes de gobierno de las autoridades electas.

En la actualidad encontramos que son diversos los canales a través de los cuales se tiene conocimiento de las candidaturas y sus propuestas, desde los considerados más tradicionales: radio, periódicos, televisión, vallas, afiches, etc., hasta el actualmente considerado "nuevo" espacio de comunicación como: la Internet, y de manera específica las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Tumblr; entre otras), medios recientemente utilizados tanto por los candidatos y candidatas para llegar a un mayor número de electores, en especial de aquellos que se ubican en la franja de edad entre los 18 a 45 años. Pero también la ciudadanía hace uso de estos medios a través de Internet para establecer un diálogo directo tanto con las personas en candidaturas como con las autoridades electas.

Desde el Instituto de la Democracia consideramos que el periodo de campañas políticas para el proceso electoral en el Ecuador del 2017, que se inicia el 3 de enero y culmina el 16 de febrero, representa una gran oportunidad tanto para los diversos partidos y movimientos políticos y sus candidatos/as, así como para la ciudadanía en general para generar espacios auténticos de reflexión y debate que contribuya al diseño de programas y políticas que impacten en el desarrollo y fortalezca la cultura democrática en el país.

En este sentido, presentamos el número 16 de la Gaceta de Análisis Político Electoral sobre Campañas políticas y cultura democrática, que aborda desde las Consejerías el marco jurídico que avala este proceso, la explicación del mismo desde las áreas a cargo en el CNE: Fiscalización y Promoción. Además de los aportes de especialistas en campañas políticas que nos complementan los diversos enfoques para generar un análisis integral de esta temática. **OE**

Dr. Francisco Xavier Vergara Ortiz
Director Ejecutivo - Instituto de la Democracia



SUMARIO

DESDE LAS CONSEJERÍAS

Marco normativo de las campañas electorales rumbo al proceso electoral del 2017

Página 2

DATOS ELECTORALES

Organizaciones Políticas y Registro de Candidaturas frente a las elecciones del 2017

Página 3

ANÁLISIS DE COYUNTURA

Fiscalización y Control del Gasto Electoral como Elemento de Transparencia y Garantía de la Equidad en el Proceso Electoral

Página 4

ANÁLISIS DE FONDO

2017: Los retos de una nueva elección

Página 6

ENTREVISTA

Promoción Electoral para las Elecciones del 2017

Entrevista a Johanna Ordoñez

Página 8

ENFOQUE INTERNACIONAL

Mucho ciberactivismo... pocos votos.

Página 10

ARTE, CULTURA Y POLÍTICA

Artículos de Campañas Políticas en la historia del Ecuador

Página 11

NOTICIAS INTERNACIONALES

Página 12

NUESTROS LECTORES

Página 12

Marco normativo de las campañas electorales rumbo al proceso electoral del 2017

Lcda. Nubia Mágdala María Villacís Carreño. Msc.
Vicepresidenta del Consejo Nacional Electoral



A las puertas de un nuevo proceso electoral y cumpliendo un riguroso calendario, el pasado 18 de octubre, el Pleno del Consejo Nacional Electoral, realizó la convocatoria para las Elecciones Generales del 19 de febrero de 2017; de ahí, basados

en el artículo 208 de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, que reza: "Desde la convocatoria a elecciones las organizaciones políticas podrán realizar, por su propia iniciativa, las actividades tendientes a difundir sus principios ideológicos, programas de gobierno, planes de trabajo y candidaturas, siempre que no implique la contratación en prensa escrita, radio, televisión y vallas publicitarias...".

Es decir, que las 70 Organizaciones Políticas que están habilitadas para el proceso de inscripción de candidaturas sean de forma individual o en alianzas pueden realizar encuentros masivos o concentraciones destinadas a difundir sus principios ideológicos, planes de trabajo y pueden utilizar lo que en comunicación llamamos merchandising (productos promocionales). Recordemos que la contratación de propaganda y vallas publicitarias, está normado en el artículo 202 del Código de la Democracia en el que se determina que el Consejo Nacional Electoral garantiza de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral. La campaña electoral para estos comicios generales de 2017, inicia el 3 de enero de 2017 con una duración de 45 días, es decir hasta el 16 de febrero de 2017.

En ocasiones para la gran mayoría de los ciudadanos, el inicio de la campaña electoral supone una molestia. Un cansino transmitir de imágenes promocionando al candidato. Pero más allá de la exposición mediática está el verdadero sentir de la campaña electoral que es transmitir ideas, conceptos, análisis más profundos de los planes de trabajo. Es darle al ciudadano la oportunidad de escuchar doctrinas que aporten a un real conocimiento de la ideología de la organización política.

Es por esto que desde el Consejo Nacional Electoral, animamos a las organizaciones políticas a que el desarrollo de la campaña electoral sea propositiva, contribuya a que el ciudadano tenga la posibilidad de conocer a profundidad los proyectos o programas que plantean. Es fundamental reconocer que el uso de la propaganda electoral en cualquiera de sus formas, sea comunicación directa, utilizando los medios de comunicación y actualmente de las nuevas tecnologías, es una herramienta fundamental de las organizaciones políticas, que deben ser utilizadas con responsabilidad y que aporte a la cultura de formación política de los ciudadanos. Es un deber de movimientos y partidos, sumar esfuerzos para la formación de los ciudadanos; y en ese caminar de las organizaciones políticas se deben respetar a los contendientes como marca el artículo 331, numeral 7 del Código de la Democracia.

Desde el Consejo Nacional Electoral, estaremos vigilantes para que todo lo que estipula y manda la ley, se cumpla; pero también necesitamos la suma de voluntades de las organizaciones políticas para que el desarrollo de la campaña electoral sea constructiva e informada, de esta manera la cultura electoral y participativa de los ciudadanos se acreciente, desterrándose la ideas de acudir a las urnas por obligación, sino más bien como una corresponsabilidad que tenemos en ser partícipes de las decisiones como Estado ecuatoriano. **OE**

DATOS ELECTORALES

Organizaciones Políticas y Registro de Candidaturas frente a las elecciones del 2017

ORGANIZACIONES POLÍTICAS NACIONALES HABILITADAS PARA LAS ELECCIONES DEL 2017		
TIPO	DENOMINACIÓN	LISTA
Partidos Nacionales	Sociedad Patriótica	3
	Partido Social Cristiano	6
	Adelante Ecuatoriano Adelante	7
	Avanza Ecuador	8
	Fuerza Ecuador	10
	Izquierda Democrática	12
	Partido Socialista Ecuatoriano	17
Movimientos Nacionales	Centro Democrático	1
	Unidad Popular	2
	Compromiso Social	5
	Pachakutik	18
	Unión Ecuatoriana	19
	Creando Oportunidades	21
	Sociedad Unida Más Acción	23
	Alianza PAIS	35
Concertación	51	

BINOMIOS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DEL ECUADOR 2017			
ORGANIZACIÓN POLÍTICA O ALIANZA	LISTA	CANDIDATO/A PRESIDENCIA	CANDIDATO/A VICEPRESIDENCIA
Alianza Centro Democrático, Unidad Popular, Izquierda Democrática, Pachakutik	1-2-12-18	Paco Moncayo	Monserrat Bustamante
Partido Sociedad Patriótica 21 de enero	3	Patricio Zuquilanda	Johnnie Jorge Álava
Movimiento Fuerza Compromiso Social	5	Iván Espinel	Doris Quiroz
Partido Social Cristiano Madera de Guerrero	6	Cynthia Viteri	Mauricio Pozo
Partido Fuerza Ecuador	10	Abadalá Bucaram Pulley	Ramiro Aguilar
Movimiento Unión Ecuatoriana	19	Washington Pesántez	Alex Alcívar
Alianza CREO-SUMA	21-23	Guillermo Lasso	Andrés Paéz
Movimiento Alianza País, Patria Altiva I Soberana	35	Lenín Moreno	Jorge Glas

CANDIDATURAS A LA ASAMBLEA POR TIPO Y GÉNERO					
TIPO	GÉNERO	NACIONALES	PROVINCIALES	POR EL EXTERIOR	ANDINOS
Candidatos/as Principales	Mujeres	109	698	33	25
	Hombres	116	817	33	30
Candidatos/as Suplentes	Mujeres	109	698	33	55
	Hombres	116	817	33	55

Nota: Estos datos se obtuvieron con fecha de 07 de diciembre del 2016, por lo que es de carácter provisional, en vista de que el CNE se encuentra en proceso de consolidación de los expedientes e información de candidaturas a nivel nacional.

Fuente: Consejo Nacional Electoral.

Fiscalización y Control del Gasto Electoral como Elemento de Transparencia y Garantía de la Equidad en el Proceso Electoral

Msc. Geoconda Silva Mozo¹

La primera Ley Orgánica de Control del Gasto Electoral y de la Propaganda Electoral, fue expedida en el año 2001; sin embargo el órgano electoral (Tribunal Supremo Electoral), estaba conformado por los partidos políticos que participaban en los procesos electorales actuando como juez y parte en todos los procesos y hasta en la fiscalización y control, sin que haya garantías de un proceso democrático transparente. Por la influencia de la sociedad civil que cada vez fue involucrándose en la consolidación de un nuevo sistema político, se plantearon reformas que acaben con esa participación limitada y carente de independencia, es así que en el año 2008 en la Constitución se establece la creación de la Función Electoral conformada por un órgano administrativo (Consejo Nacional Electoral) y un órgano jurisdiccional (Tribunal Contencioso Electoral), el primero para que organice y resuelva los asuntos de carácter administrativo y, el otro juzgue el cometimiento de infracciones electorales y precautele los intereses de los sujetos políticos, los ciudadanos y los partidos políticos; esta nueva estructura ha permitido garantizar de forma eficaz el funcionamiento del sistema democrático, ya que los partidos políticos pueden a través de normas ser regulados, permitiendo fiscalizar y controlar el gasto de las

La Constitución de la República del Ecuador prevé controlar el gasto electoral por ser el factor primordial del fortalecimiento del sistema político ecuatoriano.

campañas electorales, factor importante para que la participación sea equitativa e igualitaria, con ciudadanas y ciudadanos conscientes de que la Democracia la hacemos todos.

La Constitución de la República del Ecuador prevé controlar el gasto electoral por ser el factor primordial del fortalecimiento del sistema político ecuatoriano, en este contexto el Estado a través del Consejo Nacional Electoral para precautelar de forma equitativa e igualitaria la participación de los candidatos, asigna un presupuesto que garantice la difusión de sus candidaturas en igualdad de condiciones.

Sin duda en el financiamiento de las campañas electorales el eje central es el gasto electoral que proviene de recursos privados de sus aportantes, los que deben ser reportados en su totalidad ante el Consejo Nacional Electoral para verificar el monto, el origen y el destino de los mismos; en este proceso se crea una relación directa entre el Responsable del Manejo Económico que administra los recursos de la campaña electoral y el órgano administrativo (CNE) que se encarga de la fiscalización y control del gasto electoral, que permite fortalecer el sistema político ecuatoriano y con ello se garanticen los principios básicos como la equidad igualdad y transparencia.

Varios mecanismos legales le permiten al Consejo Nacional Electoral controlar la propaganda y el gasto electoral, la especialización en materia de fiscalización de los dineros en la política, al ser un asunto técnico y jurídico, más no político legitima la intervención de oficio para denunciar el cometimiento de presuntas

¹ Directora Nacional de Fiscalización y Control de Gasto Electoral, Consejo Nacional Electoral.

infracciones electorales ante el Tribunal Contencioso Electoral para que en aplicación de la Ley se sancione conforme corresponda, estas actuaciones garantizan de manera imparcial y eficiente cumplir las funciones establecidas.

Al ser el principio de igualdad uno de los pilares fundamentales del sistema democrático, el ejercicio del control del gasto electoral es el factor primordial para garantizar que las y los candidatos participen en las mismas condiciones, si bien es cierto el voto es universal, inclusivo, participativo, el acceso a los recursos económicos también debe darse en condiciones de equidad e igualdad, y para ello precisamente la Ley establece el límite máximo del gasto electoral, mecanismo con el cual se contrarrestan las desigualdades.

El vínculo cercano entre el dinero y la política perjudica gravemente a la democracia, ya que muchas veces dependen de la cantidad de dinero con la que cuentan los candidatos para presentar sus propuestas teniendo mayores posibilidades de acceder al electorado, las campañas electorales son extremadamente onerosas por lo que quien tiene mayor cantidad de dinero puede hacer más campaña y llegar fácilmente a las y los ciudadanos; sin embargo, estos hechos no garantizan el triunfo.

Para evitar ese despilfarro de dinero de quienes más recursos tienen, se limita el gasto electoral de los candidatos durante las campañas electorales, con este propósito la Ley establece límites para recibir recursos tanto públicos como privados, así la Constitución de la República del Ecuador del 2008, establece que al ser la participación equitativa e igualitaria, todos los candidatos reciben recursos para que a través de los medios de comunicación puedan promocionarse y difundir sus propuestas programáticas, es decir regula la entrega de recursos públicos, tanto más la regulación está claramente definida hacia los recursos privados, ya que el candidato utiliza los recursos que tiene a su alcance para persuadir la

Al ser el principio de igualdad uno de los pilares fundamentales del sistema democrático, el ejercicio del control del gasto electoral es el factor primordial para garantizar que las y los candidatos participen en las mismas condiciones.

voluntad del electorado y conseguir apoyo a sus propuestas programáticas.

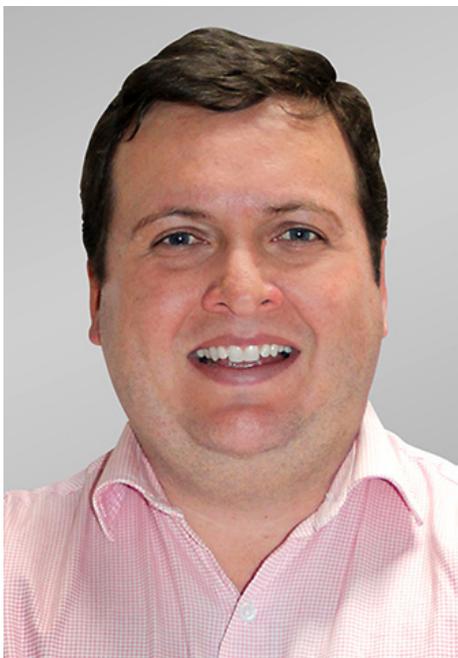
Actualmente los medios han avanzado y su predominio en el mercado, se traduce en altos costos para la difusión de publicidad, sociedad consumista que obliga a los candidatos a utilizar mayor cantidad de recursos para potenciar su llegada a la gente.

Todos los ciudadanos pueden aportar para una campaña electoral; sin embargo, la Ley regula que los recursos recibidos cumplan los porcentajes establecidos, que provengan de fuentes lícitas, etc., parámetros que aseguran aportes en igualdad de condiciones para evitar influencia de los contribuyentes en gobernantes y se evite incidir en la toma de decisiones en el ejercicio de sus funciones.

Lo que se busca es que un candidato sea elegido en condiciones de equidad, igualdad y transparencia, para ello se regula el gasto de las campañas electorales, estableciendo un límite que permita a los candidatos publicitar o difundir sus propuestas programáticas, planes de trabajo sin que dicho monto sobrepase el límite establecido en la Ley para cada dignidad, de ninguna manera esto constituye una limitación a la libertad de expresión, se trata de equilibrar y garantizar que todos los candidatos de los partidos y movimientos políticos puedan participar con equidad, igualdad y transparencia en un proceso electoral. **OE**

2017: Los retos de una nueva elección

Mgs. Alfredo Dávalos López¹



Nos encontramos prácticamente a dos meses de las elecciones Presidenciales y para elegir a los Asambleístas Nacionales y Provinciales en todo el Ecuador; dicho proceso se celebrará durante el día domingo 19 de Febrero del 2017, es por eso que hoy las distintas organizaciones políticas se encuentran ultimando los detalles en el diseño de sus estrategias y mensajes que les permitirán arrancar con todo cuando se inicie la carrera o el periodo de campañas el próximo día 3 de Enero.

Los desafíos para las organizaciones políticas y sus distintos actores son demasiado grandes y presentan varios retos, por ejemplo ¿Cómo entender a los electores? ¿Cómo lograr captar la atención de una ciudadanía que se encuentra en su gran mayoría desencantada de la política y de sus protagonistas? ¿Cómo diferenciarse

de las demás opciones entre todo un mar de información? ¿Cómo lograr convencer a los ciudadanos de que son la mejor opción? Pero sobre todo ¿Cómo lograr movilizar y conquistar el voto de los ciudadanos? Sobre todo porque hoy los votantes contemporáneos son mucho más críticos e informados, no se dejan engañar tan fácilmente con propuestas demagógicas e incumplibles, además dicho elector está consciente de que a través de su voto puede premiar o castigar a los políticos que les han fallado o dado la espalda, y sabe que en sus manos tiene el control porque cuentan con poderosas herramientas de comunicación como la internet y el celular.

Nos encontramos prácticamente a dos meses de las elecciones Presidenciales y para elegir a los Asambleístas Nacionales y Provinciales en todo el Ecuador, dicho proceso se celebrará durante el día domingo 19 de Febrero del 2017, es por eso que hoy las distintas organizaciones políticas se encuentran ultimando los detalles en el diseño de sus estrategias y mensajes que les permitirán arrancar con todo cuando se inicie la carrera o el periodo de campañas el próximo día 3 de Enero.

¹Presidente de la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos.

En cambio para los distintos órganos y autoridades electorales, el reto se vuelve mucho más grande por la necesidad y exigencia ciudadana de llevar adelante este importante proceso con independencia y transparencia, tal y como sucedió durante las elecciones seccionales del año 2014 en donde el movimiento oficialista perdió la mayoría de las capitales e importantes ciudades en todo el Ecuador; este proceso se convirtió en una clara muestra de que se garantizó y respetó la decisión de los ciudadanos al votar por otras opciones diferentes a la del gobierno incluso con una línea opositora.

Hoy los organismos electorales tienen la gran oportunidad histórica de generar mecanismos que obliguen a todos los candidatos de las distintas dignidades a debatir públicamente para ir institucionalizando la cultura de los debates con el apoyo de universidades, medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil, todo esto con la finalidad de que los ciudadanos puedan conocer sus propuestas y así ir incidiendo y fortaleciendo a la democracia, pero sobre todo ir generando poco a poco una cultura política dentro del país.

Es por eso que se vuelve también fundamental que todos los candidatos suscriban un acuerdo ético y un pacto ciudadano, en donde se comprometan a realizar una campaña de propuestas, en la que también se puedan contrastar o confrontar ideas, acciones o hechos sobre sus adversarios, pero que impidan aquellas campañas que están basadas en tratar de aplastar al rival a través del escándalo, el insulto, el espectáculo y cuyo principal objetivo se centra en sacar a la luz todos aquellos temas

Hoy los organismos electorales tienen la gran oportunidad histórica de generar mecanismos que obliguen a todos los candidatos de las distintas dignidades a debatir públicamente para ir institucionalizando la cultura de los debates con el apoyo de universidades, medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil, todo esto con la finalidad de que los ciudadanos puedan conocer sus propuestas y así ir incidiendo y fortaleciendo a la democracia, pero sobre todo ir generando poco a poco una cultura política dentro del país.

que tienen que ver con la vida personal y privada de sus rivales.

Los grandes retos para esta elección tanto para las autoridades electorales como para los actores políticos, se fundamentan en lograr una masiva participación e involucramiento de la ciudadanía durante todo la campaña, pero sobre todo en el poder incorporar al proceso a las distintas organizaciones de la sociedad civil, instituciones académicas, medios de comunicación, líderes de opinión, organismos internacionales y a otros actores fundamentales para asegurar la legitimidad y la transparencia de las elecciones 2017. **OE**

Promoción Electoral para las Elecciones del 2017

Entrevista a Abg. Johanna Ordoñez Celi¹



¿Cuáles son las principales actividades que realiza la Dirección, de cara al proceso electoral del 2017?

La Dirección Nacional de Promoción Electoral que forma parte de la Coordinación Nacional de Participación Política, se encarga de entregar los fondos para la campaña electoral; estos son recursos del Estado que se otorgan a las organizaciones políticas, para que a través de los medios de comunicación, tanto radio, televisión, prensa escrita y empresas de vallas publicitarias puedan promover sus planes y programas de gobierno para con los ciudadanos. El Art. 209 del Código de la Democracia, establece los valores que se toman en cuenta para cada dignidad, en este caso, vamos a elegir Presidente de la República y su binomio, Asambleístas Nacionales, Asambleístas Provinciales, Parlamentarios Andinos y Asambleístas en el Exterior.

¿Cuál es el mecanismo de asignación de los montos a las organizaciones políticas?

Nosotros tenemos un sistema informático de promoción electoral en donde se sigue el proceso de asignación, que por cierto está avalado por la ISO Electoral, que obtuvo recientemente el Consejo Nacional Electoral. El primer procedimiento es el registro de proveedores de la promoción electoral, mediante este sistema todos los medios de comunicación y empresas de vallas publicitarias tienen la opción para ingresar sus datos, sus tarifas y

toda la información que necesita el Consejo Nacional Electoral para luego hacer un informe que es elevado al Pleno del Consejo Nacional y ellos mediante el cumplimiento de ciertos requisitos califican a nuestros proveedores. De toda esa base de datos de proveedores calificados, las organizaciones políticas una vez que ya determinan candidaturas y que inscriben a sus responsables del manejo económico, el medio de comunicación presenta una propuesta a la organización política, y obviamente la organización política verificará si esa propuesta les conviene tanto en medios de comunicación, como en vallas publicitarias y es elevada esta propuesta al sistema informático, de ahí ya parte todo este procedimiento en el que los medios de comunicación receptan los pautajes, y son puestos al aire en el caso de radio y televisión, publicados en prensa escrita o en las vallas publicitarias tanto móviles, como fijas.

Podría especificarnos qué medios de comunicación participan y cuáles fueron las fechas para la inscripción de sus presupuestos,.

Los medios de comunicación son los que están establecidos precisamente en la Ley Orgánica de Comunicación, que son: radio, televisión, prensa escrita, tanto públicos, privados y comunitarios y las empresas de vallas legalmente constituidas. Con respecto a las fechas, desde el 24 de octubre hasta el 17 de noviembre de 2016, los medios de comunicación pudieron registrarse a través de la página web www.cne.gov.ec, e ingresaron sus datos en el módulo de promoción electoral, para posteriormente elaborarse el informe final de acuerdo con lo que establece el Art. 16 del Reglamento de Promoción Electoral.

¿Qué acciones realiza la Dirección a su cargo, desde el inicio de estos pautajes, en coordinación con las Delegaciones Provinciales del CNE?

En esta ocasión, hemos activado muchísimo el trabajo conjunto, el trabajo en equipo con las delegaciones provinciales, de hecho la normativa también permite

¹Directora Nacional de Promoción Electoral, Consejo Nacional Electoral.

que ellos puedan ser el primer filtro justamente de apoyo a los medios de comunicación para su registro, con un apoyo personalizado, directo y con la finalidad de que no se quede ni un solo medio fuera del registro para luego, obviamente realizar su calificación.

¿Qué sucede en caso de que algunos medios de comunicación no se hayan registrado oportunamente, tienen la posibilidad de ofertar sus servicios?

Ya no, porque justamente el sistema se cerró el 17 de noviembre en cumplimiento de las fechas del calendario electoral; lo cual se detalló en el ciclo de capacitación que se llevó a cabo en septiembre y octubre del 2016, en donde fuimos muy claros en ese sentido en recomendarles que no dejaran para el último y que ingresaran correctamente sus tarifarios y datos. Asimismo enfatizamos el hecho de que en todo el proceso existe corresponsabilidad entre los interesados y nosotros, y que en buena medida dependemos de la información que los distintos medios nos proporcionen para que nosotros podamos hacer el flujo normalmente y ellos puedan calificar sus propuestas.

¿Cómo funciona la asignación a las organizaciones políticas de los tiempos en medios de comunicación y los espacios en las vallas?

Una vez subida la propuesta del medio de comunicación, en este caso es la organización política quien decide dónde pautar, es decir, una organización política puede decidir que sólo quiere vallas y revisar en nuestros proveedores calificados y podrá hacer obviamente la contratación con éstas. Asimismo si una organización política con su responsable del manejo económico dice, yo sólo quiero cuñas radiales, pues ellos obviamente escogerán los medios de comunicación donde pautar esas cuñas radiales, aquí ya depende de la organización política.

Con respecto al contenido de los productos comunicacionales, spots, cuñas radiales, publicidad en diarios, etc., debemos tomar en cuenta una particularidad, en las elecciones de 2013 y 2014, aún no se promulgaba la Ley Orgánica de Comunicación la cual establece los parámetros de contenidos que tienen que tener todos los espacios de comunicación por lo tanto, nosotros, en vista de eso también tuvimos que hacer un reglamento que tenga correlación con nuestras leyes superiores.

En el módulo de promoción electoral una vez aceptada la propuesta por el responsable del manejo económico, se generan las órdenes de publicidad para el pautaje y pago que comúnmente le llamaríamos el contrato con el que el Consejo Nacional Electoral cancela los recursos; entonces, en estas órdenes de publicidad, pautaje y pago, van a estar justamente aparte de los datos generales, los tiempos y en qué programas se va a transmitir esa pauta, en el caso de vallas publicitarias, ahora el sistema tiene la particularidad de que está la ubicación con GPS, lo que antes no había, porque nosotros hacemos un trabajo en conjunto con Fiscalización para el control, entonces todos estos datos se generan a través de una orden de publicidad; estas órdenes son las que a nosotros nos avalan para poder cancelar directamente al medio de comunicación. Cabe señalar que no pagamos a intermediarios, no cancelamos a agencias de publicidad, el CNE cancela directamente al medio de comunicación. Las fechas para generación de órdenes de publicidad, pautaje y pago fueron del 20 de diciembre de 2016 hasta el 2 de enero de 2017.

Finalmente, ¿cuáles serían las recomendaciones tanto a los proveedores como a las organizaciones políticas para llevar a cabo todo este proceso electoral de manera exitosa?

Bueno, yo creo que uno de los puntos fundamentales en todos los procesos, no sólo de Promoción Electoral, es la observancia a la ley. Si nosotros observamos la ley obviamente hacemos una medida preventiva a una posible infracción. Entonces se recomienda que las organizaciones políticas justamente establezcan productos comunicacionales que estén enmarcados en la ley, que no vulneren derechos como por ejemplo de la niñez y adolescencia, el hecho de no presentar contenidos violentos, de discriminación racial o política, etc. También que el medio de comunicación haga un trabajo conjunto con la organización política a tal punto de que puedan rectificar en el caso de que un producto comunicacional pueda estar con estos contenidos que puede llevarlos a una posible infracción.

Finalmente, recomendar a las organizaciones políticas que tomen en cuenta todos los medios calificados si es posible para que pueda garantizarse este derecho que les corresponde, tanto a las organizaciones políticas a través de los medios de comunicación. **OE**

Mucho ciberactivismo... pocos votos. Antanas Mockus y el Partido Verde colombiano

Omar Rincón

El ex-alcalde de Bogotá Antanas Mockus y su «ola verde» constituyeron un auténtico caso de ciberactivismo en la campaña presidencial colombiana de 2010. Una ilusión democrática creada en internet convocó a jóvenes y ciudadanos sofisticados a cambiar un país sobre la base de la promesa de legalidad, pero la historia terminó en una tremenda frustración política. Este artículo describe cómo se formó esa ola y qué tácticas de internet y redes sociales se utilizaron y, al mismo tiempo, reflexiona sobre la democracia en tiempos de activismo digital, sin dejar de señalar algunos límites políticos del ciberactivismo.

La campaña electoral colombiana para las presidenciales de 2010 duró poco —de febrero a junio— y tuvo un ganador inapelable en las urnas: Juan Manuel Santos, y un triunfador no menos contundente en internet y en la mediática mundial: el excéntrico Antanas Mockus. Sin Mockus, hubiese sido la campaña más aburrida de la historia. Pero con el ex-alcalde de Bogotá en acción hubo emoción, innovación, drama e ilusión. Un gran caso, sin duda, para pensar la relación entre internet y política: mucha red, poca calle; mucho ciberactivismo, pocos votos; mucha vieja política, poca innovación democrática... Antanas Mockus es una estrella de la política inserta en las novedosas prácticas de la comunicación en red y no menos «antipolítica», es decir, enmarcada en la tendencia a no creer en los partidos, las ideologías ni la base social y a reemplazar la construcción política por el marketing. Pero Mockus logró ser una vedette del ciberactivismo básicamente

porque piensa «como internet» y es un personaje celebrity que encaja en los modos que toma la política en la actualidad.

[...]

¿Qué pasó finalmente con la «ola verde»? «Era una ficción mediática», dice la ex-senadora Piedad Córdoba. Era una ilusión construida por niños en Facebook sin ningún asidero en la realidad, dicen otros. Era un invento de los encuestadores para luego destruirlo en las urnas, aseguran los más paranoicos. La verdad, según Juanita León, fue que la ola verde sí existió.

[...]

A comienzos del siglo XX, político era quien escribía y publicaba en la prensa (y todavía lo sigue siendo hoy); hacia la mitad del siglo XX, político era quien tenía oratoria sublime y retórica emocional (y todavía lo sigue siendo hoy); hacia los 80 del siglo pasado, político era quien jugaba a la apariencia y ganaba en la seducción televisiva (y todavía lo sigue siendo hoy); a comienzos del siglo XXI, político es quien sea entretenedor y siga las ideas de las encuestas (y es nuestro momento); hacia los años 20 del siglo XXI, político será quien domine las redes sociales pero interviniendo en la prensa (porque allí seguirá estando la opinión ilustrada), usando la radio (porque allí seguirá estando lo popular), haciendo el gesto televisivo (porque la masa seguirá pasando por ahí), alegrando a tiempo completo (porque la sociedad quiere ser entretenida). **OE**

Autor:

Rincón, Omar (2011). Nueva Sociedad 235, Septiembre-Octubre 2011, ISSN: 0251-3552, Buenos Aires. Recuperado en <https://goo.gl/gYltnb>, el 07 de diciembre de 2016. Profesor Asociado y Director del Ceper. Ensayista, periodista y analista de las relaciones entre medios, cultura, política y tecnología. Crítico de Televisión de El Tiempo.

Consultor en comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania. Profesor invitado en Argentina, Chile, Uruguay, España, Puerto Rico, El Salvador y Ecuador.

ARTE, CULTURA Y POLÍTICA

Artículos de Campañas Políticas en la historia del Ecuador

Múltiples han sido las estrategias para la propaganda electoral en nuestro país. Desde las “académicas”, con mensajes que apelan a nuestro raciocinio y valores; los “ofrecimientos”, como pases a discotecas o la obtención de una casa; las “denuncias” a otros candidatos; los “recuerdos” como cajas de fósforos, set de costura, cepillos de dientes, reglas, lápices, CDs, hasta preservativos para la lucha contra el VIH. También destaca la presencia de los mismos candidatos en diferentes partidos.

Esta es una muestra de los objetos que recupera el Museo-Archivo de la Democracia del Instituto de la Democracia. **OE**



NOTICIAS INTERNACIONALES

Resultados de las elecciones en EEUU

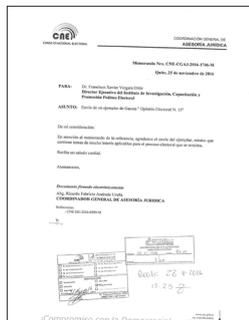
El candidato por el partido republicano, Donald Trump, fue electo como presidente de los Estados Unidos de Norteamérica al obtener 306 de los votos electorales, con lo que derrotó a la demócrata Hillary Clinton, quien alcanzó 232 de los votos electorales. No obstante que Clinton sumó más votos ciudadanos con un 47.8% que representa 61,318,162 votos frente al 47.3% de Trump con 60,541,308 votos. Hay que destacar que los republicanos obtuvieron mayoría en las dos cámaras con 239 curules en la de representantes y 51 en el senado, mientras que los demócratas alcanzaron 193 representantes en la cámara baja y 47 en la alta.

Resultados de las elecciones en Nicaragua

Daniel Ortega logró la victoria para su tercer mandato consecutivo, pero su cuarto periodo en la historia política del país, al obtener el 72% de los votos en la elección celebrada el pasado 06 de noviembre, le acompaña en el binomio presidencial su esposa y primera dama Rosario Murillo. Entre los datos que destacan se encuentran, una participación del electorado de 60.80%, así como la ausencia de observadores independientes a la posición oficial.

NUESTROS LECTORES

"Agradezco el envío del ejemplar Gaceta "Opinión Electoral" 15, mismo que contiene temas de mucho interés aplicables para el proceso electoral que se avecina".
Abg. Ricardo Fabricio Andrade Ureña
Coordinador General de Asesoría Jurídica



"Hago extensivo mi agradecimiento por el envío de los dos ejemplares de la Gaceta Opinión Electoral número 14. Esta publicación contribuye al conocimiento de la ciudadanía sobre el proceso eleccionario 2017."

Ab. Angelina Veloz Bonilla
Jefa del Tribunal Contencioso Electoral

CONVOCATORIA

Convocatoria para artículos de la Revista Democracias Núm. 5: Análisis del proceso electoral en Ecuador 2017



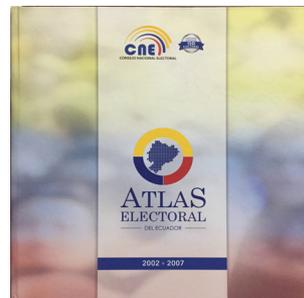
La Revista Democracias convoca a la presentación de artículos que reflexionen sobre los resultados del proceso electoral a desarrollarse en el Ecuador en el 2017, así como a realizar un balance de la última década en el país tanto en lo político, económico, social y cultural. También se recibirán artículos sobre temas de Cultura Democrática y Perspectivas Comparadas no relacionados con el dossier: **Las propuestas se**

receptarán hasta el 31 de mayo de 2016.

Para mayor información sobre las bases del concurso visite: <http://institutocne.gob.ec> o escriba al correo electrónico publicaciones@cne.gob.ec

PUBLICACIONES

Atlas Electoral del Ecuador 2002 - 2007



El Consejo Nacional Electoral y el Instituto de la Democracia presentan el segundo tomo del Atlas Electoral del Ecuador 2002 - 2007, esta publicación reúne información de las estadísticas geográfico-electorales entre las que destacan características de la población

electoral, candidatos y organizaciones políticas, así como el comportamiento político y los resultados electorales del periodo señalado. Este es un esfuerzo por generar documentos que registren, no sólo la evolución de los procesos electorales en el país y que sirvan de insumo para el análisis político y social. Sino también para permitir a la ciudadanía en general, conocer y reconocer los elementos de cambio del sistema electoral ecuatoriano.



La Gaceta OPINIÓN ELECTORAL es una publicación del Instituto de la Democracia.

Las opiniones aquí vertidas son de responsabilidad de los autores y no expresa ni compromete el pensamiento del Instituto de la Democracia.

Director Ejecutivo: Francisco Vergara Ortiz • Directora de Investigación: Raquel Pacheco • Investigación: Pacôme Girod
• Diseño: Karla Jiménez •