

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADAS
EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

INFLUENCIA DE LA PROPAGANDA ELECTORAL EMITIDA POR
TELEVISIÓN DURANTE EL PERIODO ELECTORAL DICIEMBRE 2012 –
FEBRERO 2013, EN EL PROCESO DE SUFRAGIO FACULTATIVO.

AUTORAS:

SILVIA MARIBEL SORIA SILVA

LIZETH BELEN VILLARROEL NARANJO

DIRECTORA:

LAURA CIUDAD RIOJA

Quito, mayo del 2014.

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotras, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, mayo del 2014.

Lizeth Belén Villarroel N.

C.I. 1718568411

Silvia Maribel Soria S.

C.I. 1722655071

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de fin de carrera a mi familia, quienes son un pilar fundamental en mi vida. A mi padre Adolfo, a mi madre Silvia y a mi hermano Henry .

A todos ellos, les agradezco infinitamente.

Silvia Soria

Con todo mi amor dedico este logro al sol de mi mundo, mi hija Mila Isabella, por ti y por nuestro futuro juntas. Con profundo agradecimiento dedico a mis padres Rodrigo y Zonia; a mis hermanos Cristian y Andrea

A ustedes con mucho amor, Gracias.

Lizeth Villarroel

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y PROPAGANDA ELECTORAL.....	3
1.1. Visión teórica de la comunicación	3
1.2. La información y comunicación	13
1.3. Comunicación política.....	15
1.3.1. Características	20
1.4. Propaganda electoral.....	21
CAPÍTULO II.....	26
PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y ADOLESCENCIA ACTIVA EN LOS PROCESOS ELECTORALES	26
2.1. Democracia.....	26
2.2. Ciudadanía.....	29
2.3. Participación ciudadana.....	31
2.4. Periodo electoral	36
2.5. Adolescencia.....	39
2.5.1. Derechos y deberes	41
2.5.2. Derecho al Sufragio	45
CAPÍTULO III	49
VOTO FACULTATIVO EN LOS ADOLESCENTES ECUATORIANOS Y ECUATORIANAS: ANÁLISIS.....	49
CONCLUSIONES.....	69
LISTA DE REFERENCIAS.....	70
ANEXOS	1

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Interés por la política en jóvenes Ecuador.....	52
---	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Votó usted en las últimas elecciones? Jóvenes de quince a veinticinco años	53
Figura 2 Participación electoral de jóvenes ente dieciséis y dieciocho años Ecuador ..	54
Figura 3 Electores menores de edad Pichincha	55
Figura 4 ¿Cree qué es importante ejercer el derecho al sufragio?.....	59
Figura 5 ¿Piensa qué los medios de comunicación le han informado sobre las diferentes alternativas políticas?	60
Figura 6 ¿Qué aspectos valora al momento de tomar una postura política?	61
Figura 7 ¿Cree qué el sufragio para los y las adolescentes debe ser?	61
Figura 8 ¿Se siente preparado para sufragar en las próximas elecciones?	62
Figura 9 ¿Cree qué los medios de comunicación influyen en la decisión de sufragio de los y las adolescentes?	63
Figura 10 ¿Quiénes le han brindado mayor información sobre su derecho al sufragio?	64
Figura 11 ¿Considera qué el ejercicio del voto es una forma de participación e inclusión ciudadana?	66
Figura 12 ¿A partir del 2008 cuantas veces ha acudido a sufragar?.....	67

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta realizado a los estudiante de 16 y 17 años del colegio particular “Giordano Bruno”	1
Anexo 2 Temario para entrevistas en:	3
Anexo 3 Monitoreo en medios según INFOMEDIA	3
Anexo 4 Tabla de electores por grupos de edad, elecciones generales 2009	5
Anexo 5 Tabla de electores menores de edad, consulta popular 2011	7
Anexo 6 Tabla de electores menores de edad, elecciones generales 2013.....	11

RESUMEN

La investigación propone un análisis de la inclusión de los y las adolescentes en los procesos políticos y de participación ciudadana en Ecuador. A la vez presenta a la ciudadanía como el actor fundamental que establece una relación individual o colectiva con el Estado, con el fin de ejercer derechos y deberes.

Ecuador al tener un sistema democrático se construye como una forma que permite gobernar a los y las ciudadanos, mediante un proceso electoral llegando a designar a los gobernantes. Siendo ellos las personas que tendrán la responsabilidad de representar a los y las ciudadanos en la toma de decisiones que afectarán o beneficiarán al país, dicho proceso se desarrolla a nivel mediático donde el contenido de las propagandas electorales inciden en las orientaciones políticas de los electores. Tomando en cuenta que nuestro grupo de estudio comprende la población entre 16 y 17 años cuyo ejercicio del voto facultativo.

El estudio da a conocer que la población antes mencionada: a) Los y las adolescentes acceden al voto facultativo a causa de poseer madurez política; b) Se encuentran vigentes proyectos de instituciones Estatales para incentivar el voto facultativo consiente de los y las adolescentes y c) No existe propaganda electoral dirigida específicamente a la población de voto facultativo (adolescentes entre 16 y 17 años, adultos mayores de 65 años, miembros activos de la Policía Nacional y Fuerzas Armadas, personas con capacidades especiales, ecuatorianos que residen en el extranjero y personas privadas de la libertad).

ABSTRACT

This research attempts to carry out an analysis of the inclusion of teenagers in the political process and citizen participation in Ecuador. At the same time it introduces the Citizenship as the key player that provides an individual or collective relationship with the State, in order to exercise rights and duties.

Due to the fact that Ecuador has a democratic system, it allows the country to govern the citizens through an election process which in turn designates the rulers. These rules shall be vested with power to represent the people. They are ultimately responsible for making decisions that shall affect or benefit the country. This election process takes place at the media where the content of electoral propaganda affects the voters' political orientation in addition, it is vital to take into consideration that our study group comprises the population between 16 and 17 years where voting is not compulsory.

This study shows that the population mentioned before goes into the election process when a) Non- compulsory voting is exercised by adolescents who have reached political maturity; b) There are on- going projects carried out by State institutions to encourage the adolescent to exercise consciously the non- compulsory voting; c) There is no electoral propaganda specifically targeted to these groups (between 16 and 17 years old, adults over 65, active members of the national police and armed forces, disabled people, Ecuadorians living abroad and individuals deprived of their liberty).

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo gira en torno a tres ejes principales que se desarrollarán a profundidad en los siguientes tres capítulos, dichos ejes son: en primer lugar la participación ciudadana. Posteriormente se tratará el tema de la inclusión de los y las adolescentes en el proceso de sufragio facultativo legitimados en la constitución ecuatoriana aprobada en el año 2008 y por último la influencia de la propaganda electoral en dicha población. A su vez, se toma como marco legal a la Constitución Ecuatoriana (2008), el Plan Nacional del Buen Vivir, el Plan Nacional de Desarrollo, el Código de la Democracia y el Código de la Niñez y la Adolescencia.

Este estudio busca principalmente analizar la relación entre la propaganda electoral emitida por televisión durante el periodo electoral Diciembre 2012 – Febrero 2013, y el proceso de sufragio facultativo en los adolescentes entre 16 y 17 años del Colegio Particular Giordano Bruno ubicado en la zona centro sur de la ciudad de Quito; siendo este el objetivo general a desarrollarse a lo largo de este trabajo investigativo.

Precisando de una vez, en el Código de la Democracia en su Art. 11: “el ejercicio del derecho al voto se realizará de conformidad con las siguientes disposiciones [...] el voto será facultativo para las personas entre 16 y 18 años de edad.” (Instituto de la Democracia Ecuador; Consejo Nacional Electoral Ecuador, 2013, pág. 5); considerando esta población etaria como objeto de estudio de la investigación, además de su participación en la esfera pública como ciudadanos poseedores de derechos y obligaciones. El y la adolescente “se encuentra en el centro de la transmisión de los valores culturales y las relaciones sociales y puede considerarse, en este sentido, como un síntoma del mundo contemporáneo” (UNICEF, 2010, pág. 9).

Por ello es importante generar un escenario óptimo para que exista una participación ciudadana prudente, responsable y seria frente a las diversas situaciones de nuestro país. La democracia se califica como representativa, participativa y deliberativa en el Plan Nacional del Buen Vivir acotando que: “Un Estado efectivamente democrático

requiere instituciones políticas y modos de gobernanza Pública que, sostenidas en una estructura de representación política pluralista y diversa, den cabida a la participación ciudadana y a la deliberación pública en la toma de decisiones y en el control social de la acción estatal. Sólo en la medida en que se abran los debidos espacios de participación y diálogo a la ciudadanía, ésta acrecentará su poder de incidencia pública, sus capacidades de auto-gobierno y de organización social autónoma, su interés por las cuestiones públicas y podrá, entonces, constituirse en un pilar para el cambio político que requiere el país” (SEMPLADES, 2009-2013, pág. 23).

Al mismo tiempo se analizará el manejo de la información emitida en el proceso electoral por los y las adolescentes ya que es un elemento preponderante al momento de tomar la decisión de sufragar, dicho manejo podría generar cambios en la decisión de sufragar o no y evidentemente por quien hacerlo.

El artículo 13 de la Convención de los Derechos del Niño “complementa esta noción de participación al establecer el derecho a la libertad de expresión; incluye el derecho a buscar, recibir y difundir información” (UNICEF, 2010, pág. 15). Con ello se incentiva la apertura de espacios apropiados y bien estructurados para todas y todos los ciudadanos sin importar limitaciones sociales, económicas, ideológicas, culturales; sin embargo dentro de este proceso se toma en cuenta los procesos en relación al manejo de la información como factor de incidencia en la opinión y participación ciudadana, así lo estipula el PND en su objetivo 2, política 2.6. Se menciona que la información es “un insumo indispensable para la participación en los procesos de toma de decisiones sobre el bien común, así como para exigir la rendición de cuentas. (...) El Estado debe garantizar que la ciudadanía acceda a suficientes y variadas fuentes de información (...)” (SEMPLADES, 2007-2010, pág. 109).

De acuerdo a los lineamientos antes mencionados, la presente investigación de desarrollará en base a los objetivos ya planteados para la misma.

CAPÍTULO I

COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y PROPAGANDA ELECTORAL

En el presente capítulo se hace una diferenciación teórica y epistemológica de comunicación e información. La comunicación política vista como base teórica de las campañas electorales y la persuasión de los medios de comunicación masiva que en base a la información inciden sobre las audiencias. Para finalizar, es importante hacer un recorrido histórico sobre el origen de los medios de comunicación y su aparición en el escenario social

1.1. Visión teórica de la comunicación

La comunicación ha de ser entendida como la interacción entre individuos, que involucra la emisión y recepción de signos, símbolos y códigos que conducen a satisfacer una necesidad natural de la humanidad, permitiendo la expresión de sus ideas y sentimientos. Dentro de este proceso interviene las estructuras lingüísticas que permiten la interpretación de los mensajes percibidos bajo un código común, facilitando así la transmisión de información.

Etimológicamente, “la comunicación proviene del griego “Koinoonía” que significa a la vez comunicación y comunidad y del latín “Communis” que significa común” (Caldeiro, 2005); por consiguiente el sentido etimológico de la comunicación es hacer algo en conjunto con códigos de comunicación estándar.

Por su parte La Real Academia de la Lengua Española define a la comunicación como el proceso de: “Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor” (Española, 2001). Es decir, la comunicación engloba elementos que interactúan entre sí para construir significantes y significados que generen sistemas informacionales y comunicacionales dentro del entramado social. Es así que, en la

academia se empieza a cuestionar el funcionamiento de la comunicación en la sociedad.

Para ello, este estudio se remonta a la antigua Grecia aproximadamente en el siglo VIII a.c. donde todos los conocimientos estaban ligados a la filosofía, razón y verdad. Dentro de esta corriente desde la perspectiva idealista se entiende a las ideas como el fundamento del ser y del conocer:

Para Éric Maigret, sociólogo francés dedicado a los estudios de medios de comunicación y comunicación política (2005) afirma que: “Desde Sócrates y Platón el campo del idealismo agrupa a todos aquellos que estiman que los hombres se deben liberar de las condiciones concretas de expresión del pensamiento, convencidos de que la inteligencia es un diálogo consigo mismo y con las demás inteligencias en el seno de una comunidad de razón” (pág. 44).

Por ende, los griegos entienden al acto de expresión oral del pensamiento a través de la retórica, considerada como el arte de la persuasión teniendo como herramienta la argumentación. Rechazan a la mediación de la comunicación ya que no la concebían como auténtica, impidiendo la persuasión directa; en ese mismo sentido entienden a la comunicación como el acto de compartir las convicciones de los individuos a través del diálogo.

Consecutivamente, los chinos en el siglo V inventaron la xilografía, que consistía en planchas de maderas entintadas con grabaciones de textos al revés, pero poseía varias dificultades que solo Juan Gensfleisch Gutenberg superó, un alemán que en 1440 desarrollo la imprenta, primero utilizo la tecnología China, con la diferencia que usaba tipos móviles. Dando flexibilidad para la impresión y dureza para resistir la presión de la prensa, Gutenberg fabricó también su propia tinta a base de negro humo.

Después de la escritura, uno de los mayores logros de la humanidad fue el invento de la imprenta. La reproducción totalmente exacta de los libros (lo que no se conoce con los procedimientos manuscritos) y la velocidad en su reproducción, implicó un gran impulso a las letras y a las ciencias en general. Pero su importancia va mucho más allá: afectó la dirección misma de la historia, pues los escribas, los sacerdotes, las élites políticas y religiosas, fueron perdiendo el monopolio sobre la posibilidad de leer y escribir. Y eso significaba verdaderas posibilidades de liberación de los sectores “naturalmente” subyugados. (Villamarín, 1197, pág. 81)

Sin duda la imprenta es un gran aporte a la historia de la humanidad, su desarrollo desató una era llena de cambios y adelantos en la tecnología y en la reproducción de los textos, con la finalidad de que se expandan con más facilidad dentro de la sociedad. Su aporte no solo marcó el comienzo del desarrollo de las letras sino también acabó con un monopolio impulsado por los sacerdotes y revitalizó la posibilidad de que estos puedan ser libres.

Más adelante, con el nacimiento de la prensa escrita que data “aún antes de la era cristiana, los romanos colocaban en sitios públicos algunas hojas con noticias denominadas *acta diurna*[...]en el siglo XVI mucho después de que la imprenta se iniciara en los países europeos, el gobierno vecino imprimía una pequeña hoja de noticias que podía ser adquirida por una *gazeta*” (De Fleur & Ball-Rokeach, 1993, pág. 77), actualmente se han ido complementando el avance tecnológico para la impresión del periódico, medio de comunicación de la prensa escrita; llegando hasta encontrar modernos formatos para la presentación de este tradicional medio de difusión informacional.

La prensa escrita como medio popular denominado como “cuarto poder para referirse a su capacidad de incidir en la opinión pública y, en última instancia en las sociedades democráticas sobre los votantes [...] el periódico comparte con la radio y la televisión

la mediación entre el conocimiento de la realidad y los sujetos” (Roda Salinas & Beltrán de Tena, 1998, pág. 107). Teniendo en cuenta que la lectura ha sido el mecanismo de problematizar la realidad social, la prensa es la generadora de opinión pública; así pues Maigret, (2005) afirma que: “una pluma basta para poner en movimiento un millón de lenguas”. (pág. 48)

Ante lo anterior expuesto es imprescindible tomar en cuenta el criterio de Saint Simón quien concibe a la sociedad como un organismo en red, “un sistema orgánico, un entramado o tejido de redes pero también como un sistema industrial administrado como una industria” (Mattelart & Mattelart, 1997, pág. 15), el colectivo social se reduce a una industria, que es administrada por los medios emisores de la información y evaluada según el efecto que cause el mensaje en los receptores.

Por ende, “Es la tarea de los informativos (prensas, solicitudes y encuestas) y el conjunto de los medios de comunicación gracias a los cuales el centro puede propagar su influencia” (Mattelart & Mattelart, 1997, pág. 16), es así que desde los centros dominantes la información circula hacia las periferias con el fin de persuadir e influenciar en las masas colectivas, impidiendo un desarrollo de dichas periferias.

Sin embargo, Harold Dwight Lasswell (pionero de la ciencia política y teórico de la comunicación) toma en cuenta las implicaciones de la comunicación masiva, diferenciándola de la interpersonal. La comunicación de masas siempre responde a una estrategia y en todo momento busca lograr un efecto con alto nivel de intencionalidad.

Para Lasswell, el proceso de la comunicación en la sociedad realiza tres funciones: “a) vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; b) correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; c) transmisión del legado social.” (Mattelart & Mattelart, 1997, pág. 31).

El acto comunicativo es esencialmente planificado teniendo como finalidad generar impacto mediático en la audiencia, tomando en cuenta variables como: edad, genero, nivel social, académico y económico, ubicación geográfica; para construir el contenido informativo del mensaje.

En la década de los '70 producto del desarrollo de la ciencia nace la radio:

“Alexander Graham Bell y su asistente, lograron transmitir la voz humana a través de cables eléctricos. A partir del telégrafo y del teléfono, faltaba un corto paso para la transmisión inalámbrica. En 1906 se descubrió que ciertos minerales, en un circuito sencillo eran capaces de detectar las emisiones de radio” (Reséndiz Tinoco, 2013).

A causa de su principal característica (inalámbrica) se convirtió rápidamente en un medio de comunicación masivo ya que sus equipos no eran de mayor costo y la señal de transmisión era integral. En sus inicios los contenidos estaban dirigidos a un público estándar y posteriormente se fueron especificando, la información se emitía a un público específico, entendido como público objetivo, al cual va dirigido el mensaje.

Es así que, “Shannon, propone un esquema general de la comunicación [...] consiste en producir en un punto dado de forma exacta o aproximada, un mensaje seleccionada en otro punto. En este esquema lineal en el que los polos definen un origen y señalan un final” (Mattelart & Mattelart, 1997, pág. 42) De lo anterior se puede decir que se habla de una comunicación lineal donde el emisor posee el poder de estructurar, manejar, emitir y manipular la información, a la vez se considera al receptor como un ente pasivo carente de la capacidad de discernimiento de la información recibida a través del medio. Shannon propone un esquema de elemento que constituyen una cadena comunicacional mediática: “fuente que produce un mensaje, el codificador o emisor que transforma el mensaje en signos a fin de hacerlo transmisible, el canal que es el medio utilizado para transportar los signos, el decodificador o receptor que construye el mensaje a través de los signos, y el destino, que es la persona o la cosa a la que se transmite el mensaje” (Mattelart & Mattelart, 1997, pág. 42).

Para inicios del siglo XX nace la televisión con la transmisión de imágenes en movimiento a través de impulsos electrónicos para la propagación de mensajes audiovisuales. “Todo esto ha cambiado completamente bajo la influencia de la televisión, que hoy ocupa en la jerarquía de los medios de comunicación un lugar dominante y está expandiendo su modelo” (Ramonet, 2003, pág. 21); producto de su rápida difusión, en ella se manejan importantes contenidos informacionales que a corto plazo generan influencia en las conductas de la sociedad.

Dado que, “Los medios de comunicación nos dicen no lo que hay que pensar, sino en que hay que pensar” (Mattelart & Mattelart, 1997, pág. 102), se entiende que los medios dirigen nuestros focos de aceptación sobre lo emitido para luego conducir a una determinada preferencia. En este mismo orden y dirección Elisabeth Noelle Neumann, en su obra “La espiral del social. Opinión Pública: nuestra piel social”, en su teoría de comunicación y opinión pública la espiral del silencio afirma como el individuo tiende a preferir las posturas generalizadas, es decir lo que la masa prefiere con el objetivo de no ser excluido ni aislado del conglomerado social, a pesar de que dicha preferencia sea contradictoria a su propio pensamiento.

En este propósito, la televisión al ser un medio de contenido audiovisual tiene mayor incidencia en el público así “la fragmentación sutil de la actualidad en un mosaico de hechos separados de su contexto tiene como objetivo principal distraer, divertir en función de lo accesorio. Evitar que se reflexione sobre lo esencial partir de la información” (Ramonet, 2003, pág. 90) la distracción de la imagen impide que el telespectador decodifique la información recibida para crear en él un efecto no real, concibiendo al medio como el portador de la verdad absoluta. Resulta oportuno decir que según “la teoría del aprendizaje, un mensaje persuasivo es persuasivo cuando el destinatario lo aprende y lo acepta [...] Un mensaje persuasivo es persuasivo cuando recompensa el destinatario en cada una de las decisivas etapas del procesamiento psicológico: 1) El mensaje debe atraer la atención del destinatario, 2) Los argumentos del mensaje deben entenderse y comprenderse, 3) El destinatario debe aprender los

argumentos que contiene el mensaje y llegar a considerarlos verdaderos 4) Oramos de acuerdo con este conocimiento y creencias aprendidas cuando hay un incentivo para ello” (Aronson & Pratkanis, 1994, pág. 44).

Se intenta identificar la reacción de las audiencias ante el estímulo del mensaje mediático considerado como un estímulo externo. Según la teoría conductista el nivel de influencia es una respuesta ante los estímulos externos. Es así que los mensajes no percibidos por la audiencia no logran su persuasión, he ahí la importancia de jerarquizar el tipo de información dirigida al público objetivo del medio; esto dependiendo de la atención selectiva de las audiencias que va en función de ciertos intereses personales y predisposiciones facilitando la aprensión del mensaje por que intenta cubrir una necesidad creada por el medio.

Esta influencia técnica será evidente en la teoría hipodérmica “el efecto o el impacto directo e indiferenciado sobre los individuos atomizados” (Mattelart & Mattelart, 1997, pág. 28) es decir el ser humano obedece a un esquema de estímulo- respuesta.

En efecto, según la repuesta cognitiva de persuasión “la táctica de persuasión exitosa es aquella que orienta y canaliza los pensamientos de modo que el objetivo piense de una forma que esté en sintonía con el punto de vista del comunicador; la táctica exitosa desactiva los pensamientos negativos y fomenta pensamientos positivos a cerca del curso de acción propuesta” (Aronson & Pratkanis, 1994, pág. 45), es decir, debe existir una relación entre el comunicador, medio, mensaje y receptor para llegar a una total apropiación del mensaje. Por ende el comunicador por medio del canal envía un mensaje con un estímulo dirigido a la audiencia y este a su vez genera una respuesta canalizada en la influencia del mensaje sobre el sujeto.

Según el esquema unidireccional de la comunicación el receptor obedece a todos los principios emitidos, sin embargo, en la teoría del aprendizaje antes citada el receptor es un participante activo del proceso de persuasión. Significa entonces que las

audiencias se encuentran activas en la medida en que logren una vinculación entre el mensaje y su contexto social, mientras el mensaje sea más trabajado éste facilita la inmersión de la información en la memoria y cotidianidad de las audiencias.

En la misma línea, “El desarrollo de los *media* ha transformado la naturaleza de la producción simbólica el intercambio en el mundo moderno” (Thompson, 1998, pág. 25), pues las relaciones comunicacionales se configuran a través de un mecanismo electrónico, donde se suprimen las relaciones personales para sustituirlas por esquemas lineales (emisor → canal → mensaje → receptor) carente de una retroalimentación. Así pues la “radio y la televisión acaban siendo el único dispositivo de comunicación capaz de ofrecer formas, de contrarrestar el aislamiento [...] y de establecer vínculos culturales comunes a la mayoría de la población.” (Barbero, 2010, pág. 2).

A la par de la tecnología nace Internet, considerado el medio de comunicación más utilizado en el mundo contemporáneo siendo así que este comenzó:

Con la creación del proyecto ARPANET (Advanced Research Project Agency Net) por parte del Gobierno estadounidense. Se trataba de una red en la que los ordenadores conectados a ella disponían de diversas rutas por las que alternar las comunicaciones, con el fin de continuar funcionando aunque alguno de ellos fuese destruido como consecuencia de algún ataque. Ya en los años setenta comenzaron a unirse a la Red empresas e instituciones educativas, desmarcándose así del ámbito estrictamente militar. De forma paralela iban surgiendo redes similares a ARPANET a lo largo del planeta. Sin embargo, éstas no podían comunicarse entre sí, al utilizar protocolos para la transmisión de datos diferentes. Este obstáculo se salvó en 1974 cuando Vinton Cerf junto con Bob Kahn publicó el Protocolo para Intercomunicación de Redes por paquetes, en el que se detallaban las características del nuevo protocolo TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol), cuya definición como estándar culminó en 1982. La nueva especificación se concibió así como el idioma común de todos los ordenadores

conectados a la Red. De este modo, diversas redes pudieron conectarse a una única, la cual pasó a denominarse Internet. Durante la década de los 80, la Red se expandió en gran medida gracias a la conexión de un gran número de ordenadores. Fue entonces cuando se creó el sistema de denominación de dominios (DNS, Domain Name System). (Rubio, 2012-2013, pág. 1).

La finalidad de la creación Internet fue netamente para la comunicación militar y posteriormente académica, más adelante a raíz de la popularidad del proyecto inicial se produjo la expansión de proyectos similares en cuanto a su objetivo de conexión. Con el pasar del tiempo Internet ha llegado a posicionarse como un medio más de comunicación ya que se ha constituido como un espacio libre de interacción comunicacional, donde “el ordenador ha creado una nueva máquina de comunicar, interactiva y basada en la posibilidad del tratamiento digital de la información” (Ramonet, 2003, pág. 9).

El desarrollo de la tecnología dio origen a las TIC's (Tecnologías de la información y la comunicación). Las mismas que se caracterizan por el fácil acceso a la información, comunicación y la libre navegación en cualquier tipo de contenido multimedia. De esta manera se puede decir que dichas tecnologías se caracterizan por ser integrales en cuanto a toda percepción del usuario, dicho de tal forma las TIC's ofrecen un mundo real y uno virtual por su alto nivel de interactividad.

Por ende, Internet permite la interactividad entre cibernautas, compartir opiniones y sobre todo un medio que facilita la persuasión. Dentro de este espacio, las llamadas redes sociales se convierten no solo en un identificativo del sujeto, sino se categorizan en personas virtualmente conectadas a una sociedad en red.

Las nuevas tecnologías han potenciado las redes como un fenómeno de movimiento social transformando también las dinámicas simbólicas de la sociedad, promoviendo el desarrollo de las diferentes formas

culturales y sus evoluciones, además dando nuevos usos a los sistemas icónicos existentes, es así como la información se convierte en un valor como un elemento maleable que ahora se genera, circula y transforma en las redes, [...] (Cardozo, pág. 4).

Las redes sociales configuran las relaciones e interacciones comunicacionales entre los individuos, además, convierten a la información en algo más flexible que a su vez se modifica constantemente en la web, debido a la permanente interacción que este medio genera; la información ha de entenderse como la esencia del mensaje que es usada por el emisor a través de diversos canales para la manipulación del receptor. Los contenidos de los mensajes enviados son seleccionados dependiendo del público objetivo con la finalidad de incidir en mayor grado en estos públicos. El medio virtual se caracteriza por su libre acceso e información, es decir estos contenidos circulan en al mismo tiempo y espacio por lo que rompen todas las fronteras temporales como también espaciales de un proceso comunicativo.

Según Castells (1999): “el término informacional indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y del poder. Debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en ese periodo histórico” (Torres, 2005, pág. 3).

Los procesos informacionales dentro de las redes sociales constituidas como sociedades red se construyen persuasivamente, la finalidad principal es mantener el poder. La información transita por la red social, siendo la principal fuente de la contracción del proceso informacional.

Por ello, se entiende que el capitalismo informacional “se basa en la producción inducida por la innovación y la competitividad orientada a la globalización, para generar riqueza [...] está incorporando en la cultura y en la tecnología”. (Montoya del Campo, 2001, pág. 15). Según se ha citado la información es un imperio dominante del comportamiento de los seres humanos, vistos como objetos, conducidos al complejo y constante consumo de tecnología e información.

1.2. La información y comunicación

La información se entiende como la esencia del mensaje, es usada por el emisor mediante diversos canales para la manipulación del receptor, por ende el contenido del mensaje es de libre interpretación. Los contenidos de los mensajes enviados son seleccionados dependiendo del público objetivo con la finalidad de incidir en mayor grado en ellos. Así pues se considera información al contenido que se trasmite para dar a conocer al sujeto sobre un tema concreto.

En otro campo contemporáneo de la transmisión de información, encontramos a los medios virtuales que se caracterizan por su libre acceso a la información que circula al mismo tiempo y espacio por lo que rompe todas las fronteras temporales como también espaciales de un proceso comunicativo. “En formas similares es conveniente utilizar [...] el término comunicación para referirse al estudio de la teoría y principios en que se basa el origen, la emisión, recepción e interpretación de mensajes” (Dance, 1973, pág. 392). Significa entonces que a la comunicación se le atribuye una intencionalidad comunicativa percibiendo así mensajes premeditados que caracterizan a la comunicación como subjetiva.

Por consiguiente, “la palabra comunicación [...] será usada aquí en un sentido muy amplio que incluya todos los procedimientos mediante los cuales una mente puede influir sobre otra” (Weaver, 1976-1977, pág. 33). Es evidente entonces que se habla de una comunicación persuasiva, donde el emisor maneja un contenido con un

propósito definido y direccionado hacia el receptor cuya reacción determina la efectividad del mensaje.

Tomando en cuenta que, “el mundo humano es un mundo de comunicación, [...] la compartición de los sujetos en el acto de pensar, [...] implica una reciprocidad que no puede romperse, [...] entorno al significado signifiante”. (Freire, 1973, págs. 74-75); por lo tanto la comunicación es esencialmente una interactividad propia de la humanidad, donde intervienen tanto factores semióticos como también lingüísticos que no se dan al hablar de transmisión de información donde no existe una adquisición de conocimiento. Así mismo cuando “(hablamos de comunicación) << tratamos de la palabra hablada, el signo, el gesto, la imagen, la exhibición, impresión, radiodifusión, film; todos los signos y símbolos por medio de los cuales los humanos procuran transmitir significado y valor a otros seres humanos >>” (Roda Salinas & Beltrán de Tena, 1998, pág. 40).

En consecuencia a este proceso comunicativo la “Relación dialógica comunicativa, los sujetos interlocutores se expresan [...] a través de un mismo sistema de signos lingüísticos”. (Freire, 1973, pág. 76). Determinando así que la comunicación es un proceso basado en la compartición de un mismo código con el fin de que dicho proceso sea trascendente para los sujetos que intervienen en el acto comunicativo.

Al contrario de la información, “la comunicación verdadera no es la transferencia, o transmisión de conocimiento de un sujeto a otro, sino su coparticipación en el acto de comprender la significación del significado”. (Freire, 1973, págs. 78-79). La información se limita a una simple transmisión de un contenido determinado sobre hechos concretos donde el receptor no juega ningún papel retroalimentador, predominando así el esquema lineal de la comunicación. No obstante la comunicación se visibiliza como la aportación mutua donde los sujetos que intervienen descifran un mismo signifiante de los significados y a su vez adquieren nuevos aprendizajes consensuados en sociedad, pues el acto de pensar se da a través de la comunicación.

1.3. Comunicación política

La comunicación política es una ciencia compleja ya que en ella intervienen consustancialmente comunicación y política, siendo así que “La comunicación política no es la política, pero la política parte considerable de ella es, o se produce, en la comunicación política.” (Del Rey Morató, 2013, pág. 2). De ello es importante tomar en cuenta los orígenes de la política para posteriormente abordar la implementación de los medios de comunicación y de comunicación en el ámbito político.

Los orígenes de la política radican en la antigua Grecia donde, las audiencias y las exposiciones públicas se convirtieron en primeras expresiones de acciones políticas. El siglo VI A.C. sucede un hecho importante en el pensamiento en relación a la forma de concebir el mundo, y a su vez otorga sentido a un esquema social de convivencia bajo el denominado bien común.

Dentro de este contexto se desarrolla el pensamiento racional, *logos*. En consecuencia los griegos empezaron a cuestionar la existencia y la concepción del mundo en el impulso del pensamiento y de los conocimientos, bajo estas premisas nace la filosofía como ciencia que busca la causa última de las cosas. Posteriormente en el siglo XIII se produce el desarrollo de la política entendida como una nueva forma de relación entre los hombres en la ciudad- estado denominado *polis*.

En si la *polis* “surgió por causa de las necesidades de la vida, pero existe ahora para vivir bien” (Ossadón, 2001, pág. 34), y el “vivir bien” está relacionado con la felicidad, que es el fin último de las sociedades democráticas.

Dentro de estas *polis* se encuentra el *ágora* era aquel espacio público dentro de las *polis* que constituía el punto central de la ciudad- estado. Lugares donde los ciudadanos discutían y proponían políticas para conseguir el bien común.

Entonces; “el individuo es concebido por Aristóteles dentro del marco social en que vive: el hombre, desde su existencia, tiende a comportarse socialmente, predeterminado por sus necesidades materiales; por ello es considerado un animal político.” (Reforza, 2000, pág. 3), en consecuencia el ser ciudadano está en constante relación con su entorno y por ende se convierte en un actor social que incide en la política.

En relación a lo anterior, el ciudadano forma parte del sistema político que los convierte en elementos del mismo Estado. Para Aristóteles las diferentes clases sociales existentes en la *polis* determinan diferentes formas de gobierno; [...] añade otra: el interés particular o general que guía las acciones de gobierno. (Reforza, 2000, pág. 5). Gobiernos que se manifiestan en base a las agrupaciones para promulgar la práctica política, esto a nivel de ciudadanía.

Por ende, “la Política no puede haber, por tanto, ninguna opción práctica a favor de un régimen determinado, pues ello sería contradictorio con el reconocimiento de la índole práctica de lo político” (Cruz Prados, 2007, pág. 19). La práctica política está orientada a la conservación del bien común, de tal manera es inherente atender intereses individuales.

De esta forma la política: “es el gobierno de los asuntos públicos, la dirección de un grupo humano, la dirección de las personas; es decir, las decisiones que se adoptan, y que son vinculantes, lo son para la organización de una colectividad de personas, de una comunidad.” (Canel, 2006, pág. 18), por ende la política se concibe como una práctica social que se vuelve autoconsciente de sí misma, y que se da a través del pensamiento lógico racional, cuya actividad se convierte en un derecho y en propiedad colectiva de los ciudadanos.

Al respecto, “La política es una cuestión de comunicación, en la que los mensajes generados por el líder político o por el partido tienen que contrastarse con los mensajes que llegan de la realidad, es decir, de la economía, de los sindicatos, de los adversarios, del exterior, de la patronal, y de los distintos grupos sociales” (Del Rey Morató, 2013, pág. 3). Dentro de este contexto la comunicación es fundamental en los procesos políticos, pues por lo mencionado anteriormente en el *ágora* griega los procesos comunicacionales están determinados por la participación y la interactividad entre los ciudadanos que forman gobiernos a fines de conseguir el bien común.

Ahora la comunicación política se manifiesta a través de los procesos comunicativos que se desenvuelven en las relaciones electorales. Así pues, “la comunicación política es toda actividad organizada, dirigida a transmitir un mensaje que permita llegar a los electores con el fin de influir sobre ellos buscando persuadirlos, orientarlos, educarlos e informarlos” (Ágora Democrática, 2006, pág. 7). Dentro de los procesos electorales, la comunicación es primordial al momento de incidir en las audiencias, esta perspectiva rompe totalmente con el sentido de política griega, sin embargo, al decir comunicación política se hace referencia a la comunicación mediática, donde la finalidad última es la persuasión.

Se puede mencionar también que la comunicación política es “cualquier intercambio de símbolos y mensajes que está condicionado por el sistema político y que, a su vez, influyen en éste” (Guevara Castillo, pág. 70), en última instancia el mensaje va siempre dirigido a las audiencias electorales donde la información y el medio que se use es fundamental para acceder a las masas.

Además, puede considerarse como “La actividad organizada, dirigida a transmitir un mensaje que permita llegar a los electores con el fin de influir sobre ellos buscando persuadirlos, orientarlos, educarlos e informarlos.” (Ágora Democrática, 2006, pág. 7). Usando mensajes cargados de significantes y significados, utilizando los medios de comunicación masiva como herramienta de difusión electoral.

En consecuencia,

los medios de comunicación masiva se movilizan ante el acontecimiento; los políticos ante la acción; la opinión pública ante la jerarquización de los temas y de las preocupaciones que no obedecen ni al ritmo de la acción política ni al de los medios de comunicación (Mendé & Smith, 1999, pág. 202).

Por ende, las masas y colectividades responden al estímulo mediático y al tipo de información transmitida, la identificación de los actores es preponderante al momento de emitir un mensaje pues el tipo de información que contenga será decisivo en el momento de influencias en el público.

En relación a lo anterior la comunicación política siempre tienen una intención, una intencionalidad que gira entorno a la persuasión, y a la inducción de ideales que permitan la fácil anexión a los lineamientos políticos que se presenten en los procesos electorales.

De esta forma,

La política es comunicación en cuanto que el orden social al que aquella aspiración solo se consigue por medio de la transición de símbolos entre los miembros de la comunidad. [...], realidades políticas como el poder, la influencia, la autoridad, [...] necesitan del intercambio de mensajes. (Canel, 2006, pág. 6).

Con la finalidad de consolidar sus propósitos, la persuasión, el intercambio, permiten la interacción, pero en la medida en que estos cumplan con los intereses de los grupos políticos. Así pues, “La persuasión tiene dos interpretaciones contrapuestas. Mientras algunos consideran que se trata de una técnica que puede utilizarse para el engaño masivo, otros estiman que es un arte noble dirigido a convencer a los demás

mediante el razonamiento.” (Yanes Mesa, 2007, pág. 2). Sin embargo, en las realidades electorales, la persuasión prima antes que la interactividad de las asambleas, debates públicos, consensos, entre otros.

Sin embargo, “Habermas afirma que la legitimidad se funda en consensos contruidos a través de un activo diálogo y debate en el espacio público”. (Vergara Estévez, 2005, pág. 11). Dentro de la esfera pública, para que se genere opinión política primero debe tener bases firmes trabajadas en un consenso social, done el papel de la colectividad es inducir actitudes que permitan la identificación del discurso. Dentro de estas esferas existen líderes de opinión que motivan a que sus grupos político se organicen mediante un constante diálogo dentro del escenario público.

Es así, que las organizaciones con tintes políticos se construyen en base a una estructura jerárquica, donde se puede evidenciar el papel de los líderes que inciden en la opinión política de la colectividad y que a su vez utilizan medios de comunicación masiva para difundir juicios estructurados que giran en torno a su posición política.

En consecuencia, se habla de líderes activos dentro de la esfera pública que lideran el proceso de formación de opinión, usando como instrumento la llamada “Pre persuasión, y lo que Aristóteles denomino *atechnoi* y Cicerón *statis*. La pre persuasión se refiere a la forma de estructurar el problema y de orientar la decisión” (Aronson & Pratkanis, 1994, pág. 46). Se observa claramente que esta etapa de la persuasión estructura los lineamientos de problemáticas a la vez que plantea soluciones, teniendo como objetivo que la audiencia genere opinión en torno a la subjetividad del orador, generando un juego donde la capacidad de discernimiento de las audiencias no tiene otra visión en relación con los contenidos. El orador ya planifica la postura por la que la audiencia se va a inclinar y de esta manera solo confirma la aceptación del mensaje emitido.

1.3.1. Características

La comunicación política se interesa por el desarrollo de dos factores principales que son: el discurso y la estrategia mediática; por consiguiente, “si la construcción de la legitimidad política no puede ser sino el producto constante de procesos comunicativos racionales en el espacio público, con mayor razón las principales decisiones políticas debe ser producidas por dichos procesos participativos comunicativos” (Vergara Estévez, 2005, pág. 12). Los procesos planificados estratégicamente obtienen como resultado una constante participación de la colectividad dentro de un margen político. Por ende las disposiciones comunicacionales se producen en el marco de la participación dentro de las esferas políticas y públicas.

Según Aronson y Pratkanis (1994): “Vivimos en un entorno saturado de mensajes” (pág. 31). Cabe decir que, no existe solo una influencia mediática, sino una influencia discursiva, constante y permanente en todos los contextos políticos y sociales que se entremezclan con la cotidianidad de los individuos. En consecuencia, la opinión política se configura en base a las referencias sociales que tengan y convivan en su entorno, a esto se suma, el constante bombardeo discursivo y mediático de los actores sociales y líderes políticos.

Entonces, “La teoría de Aristóteles identificaba tres aspectos de la persuasión: el origen (*ethos*), el mensaje (*logos*) y las emociones de la audiencia (*pathos*). Aristóteles hizo recomendaciones al futuro comunicador [...] recomendaba al orador presentarse como una buena persona y como alguien en quien se pudiera confiar” (Aronson & Pratkanis, 1994, pág. 39). Dentro del aspecto político se maneja la credibilidad y confiabilidad basándose en la imagen visual del orador como del medio emisor, en tal caso se establece una relación de fuerte proximidad para quien va dirigido el discurso.

Para tales consideraciones, “El lenguaje tiene dos fines primarios, la expresión y la comunicación” (Russell, 1983, pág. 70). Es un medio de manifestación verbal y no

verbal, por la cual los individuos se comunican para lograr consensos, aunque, en el ámbito político el lenguaje juega un papel muy importante al momento de persuadir a las colectividades mediante el uso del discurso como herramienta de manipulación.

Se desarrollan a lo largo del proceso de persuasión un varios métodos para que el mensaje sea asumido en menor tiempo y con mayor factibilidad, cabe decir que las que mejor resultado obtienen son presentar al orador como una figura de confianza, objetiva y con experiencia en el tema sobre el que se está exponiendo a la vez se manejan estratégicamente valores morales y éticos, juicios de valor y estereotipos de conducta.

A sí mismo, “Habermas no cree que el equilibrio político y social se pueda obtener negociando entre grupos o sectores cuyos intereses sólo sean particulares. Destaca la creatividad de los procesos” (Vergara Estévez, 2005, pág. 13). No se puede concebir un equilibrio político dentro de la esfera pública sino se han tomado en cuenta las posturas particulares respetando la opinión, que llevan a procesos de comunicación integrales.

1.4. Propaganda electoral

Es imposible ignorar los mensajes emitidos por los *mass media*, de tal modo que los individuos se encuentran rodeados de medios de comunicación con enfoques especialmente comerciales y por ello la sociedad no se puede liberar de las estructuras de consumo masivo ni de comportamientos ya predichos por los mismos. La propaganda usa mensajes de todo tipo entre los más acertados en sus efectos son los subliminales, “Al decir subliminal [...] escapa a nuestro nivel de percepción” (Aronson & Pratkanis, 1994, pág. 268), por lo que no se encuentran latentes para la audiencia sino que manejan una estrategia en cuanto a colores, posiciones y segmentos de repetición del mensaje.

Dentro de este marco, “la persuasión subliminal se presenta como una fuerza irracional que escapa al control del que recibe mensaje” (Aronson & Pratkanis, 1994, pág. 275), con lo anterior se puede confirmar que lo subliminal aparece sin ser percibido pero imposible de controlar su acceso al receptor.

Por tanto, “cada vez que encendemos la radio o la televisión, cada vez que abrimos un libro, revista o periódico alguien está intentando educarnos, convencernos de que compremos un producto, persuadirnos para que votemos a un candidato o suscribamos una versión de lo correcto, verdadero o hermoso.” (Aronson & Pratkanis, 1994, pág. 21), por esta razón los seres humanos están completamente rodeados de mensajes con diversas intenciones ya sean de creencias ideológicas, preferencias de marcas o de contenidos educativos. De forma inconsciente son influenciados en su actuar y pensar.

Es por eso que, “el mensaje debía adaptarse para encajar con las creencias previas de la audiencia. Aristóteles consideraba esencial la comprensión de los sentimientos de la audiencia” (Aronson & Pratkanis, 1994, pág. 40). Se relaciona con la credibilidad y la familiaridad del discurso con la sensibilidad de las audiencias para lograr mayor captación del mensaje ya que a mayor credibilidad mayor influencia.

De lo anterior se puede considerar que, “el término propaganda paso a significar *sugestión* o influencia en las masas mediante la manipulación de los símbolos y la psicología individual. La propaganda es la comunicación vista con la finalidad última de que el destinatario de la llamada llegue a aceptar *voluntariamente* esta posición como si fuese la suya” (Aronson & Pratkanis, 1994, pág. 29), esto sucede dependiendo del nivel de identificación que las audiencias tengan con el discurso, jugando así con las emociones, produciendo cambios de actitud y conductas orientadas hacia el beneficio del orador.

No obstante, “las imágenes constituyen un problema porque el aspecto visible de los acontecimientos no explica su esencia o su complejidad” (Ramonet, 2003, pág. 91),

los seres humanos de forma innata nos sentimos más involucrados con lo visible de ello se desliga el mayor apego a las imágenes, a lo visual es decir que se ha dejado de lado la esencia de los hechos, la descripción y la palabra en general reduciendo así el mensaje a simples o complejas imágenes manejadas con el fin de causar impacto en quien las ve.

Con dichas herramientas la “propaganda [...], alcanzaría altos niveles de eficacia comunicacional entendida ésta, como persuasión del destinatario” (Roda Salinas & Beltrán de Tena, 1998, pág. 34); direccionando así a la homogenización de los públicos para alcanzar mayor identificación del mensaje y de su contenido, con la finalidad de posicionar una tendencia ideológica que siempre busque legitimar el poder del sistema político vigente. Entonces “Para Lasswell la propaganda constituye el único medio de suscitar la adhesión a las masas [...] la omnipotencia de los medios de comunicación considerados como instrumento de *circulación de los símbolos eficaces*” (Mattelart & Mattelart, 1997, pág. 28)

De lo anterior se desliga “la propaganda política [...] después de las dos guerras mundiales a este tipo de propaganda, se pasó a un euforia publicitaria” (Roda Salinas & Beltrán de Tena, 1998, pág. 95). Entendida como el bombardeo de discursos que han conducido a las masas a formar parte de estas tendencias, vendiendo y comercializando las propuestas políticas para interés individuales de cada sector político. Convirtiendo así el ejercicio político en mercancía; sin embargo, la propaganda mantiene la tendencia ideológica pero las técnicas de difusión y persuasión se han modificado siendo así que “las actuales campañas electorales ofrecen rasgos peculiares [...] a menudo este cambio se denomina genéricamente *americanización*, [...] alternativamente se habla de *modernización*”. (CIEDLA, 1999, págs. 217-218). En cuanto al manejo del discurso y a la forma de incidir en las audiencias mediante los medios masivos de comunicación siendo así que “la fórmula es *imagen* en lugar de *temas*” (CIEDLA, 1999, pág. 226), dando más relevancia a componente estéticos que al discurso que maneja el orador en este caso el candidato.

De tal modo que, la propaganda para tener una mejor aceptación del discurso utiliza los medios audiovisuales como la televisión, ya que se “descompone en un elemento racional y otro emocional [...] la información del texto se olvida rápidamente [...] la imagen permanece durante mucho tiempo” (CIEDLA, 1999, pág. 171). Para ello intervienen varios factores como el desenvolvimiento del candidato, su postura, gestualidad, vestimenta que genera en los públicos ya sea aceptación o rechazo; rechazo en el caso que estos no cubran con las expectativas de la audiencia.

En los últimos años “La campaña se convierte en el *showdown* [...] se crean momentos de emoción y de entretenimiento para los medios y para la gran cantidad de electores apolíticos” (CIEDLA, 1999, pág. 219). Este cambio que se ha producido en la campaña electoral permitido el aumento de simpatizantes donde las temáticas discursivas están destinadas a entretener más no a llevar el ejercicio político a la práctica.

En referencia a la captación efectiva del mensaje político es inevitable mencionar a la televisión como medio de mayor aceptación en los públicos siendo así que “la televisión se constituye a la vez en el objetivo y el medio de la campaña política” (CIEDLA, 1999, pág. 232). Donde el factor audiovisual convence al público de seguir e identificarse con una tendencia política. Por lo que Peter Radunski: “definió la campaña televisiva como el “corazón” de la campaña política. Es tanto más exitosa cuanto menos el observador desprevenido la interpreta como acto electoral” (CIEDLA, 1999, pág. 233).

Así mismo, el factor predominante en el tema de la interpretación del mensaje está relacionado con el nivel educativo de los públicos, puesto que los públicos con mayor instrucción académica tienden a analizar el mensaje para luego identificarse o rechazarlos caso contrario, en los públicos menos instruidos educativamente es fácil la aceptación del mensaje político sin necesidad de analizar su contenido. No obstante irremediamente “la televisión influye en la decisión electoral y en la marcha de la campaña” (CIEDLA, 1999, pág. 238).

En consecuencia, “los medios masivos tienen más posibilidades de activar a un elector que de hacerlo cambiar de parecer” (CIEDLA, 1999, pág. 241). En referencia a lo anterior activar a un elector se es necesario la implementación de argumentos claros que reflejen la solución a las necesidades de la audiencia que no se sienten aun identificadas con una propuesta clara. En cambio es más difícil cambiar la actitud de los públicos cuando estos no se sienten identificados con estos discursos. Por esto el “objetivo prioritario de la campaña electoral es llamar la atención y activar a seguidores y simpatizantes. Es importante encontrar un eco positivo en los medios de comunicación para poder llegar a potenciales votantes y persuadirlos” (CIEDLA, 1999, pág. 244).

Los medios y la política tienen en común la persuasión de los públicos al existir la consustancialidad de ambos se construye estrategias de persuasión con fines políticos que se expresan a través de la propaganda electoral la misma que con el pasar del tiempo se ha modificado hasta llegar a ser comercial donde la importancia radica en la estética y la imagen del candidato mas no en el discurso que este maneje. Así pues, los medios cumplen la función de reclutar simpatizantes para cumplir con los intereses individuales de los partidos políticos y de los gobiernos vigentes cuya legitimación de su poder se materializa a través de las urnas y de los procesos electorales.

CAPÍTULO II

PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y ADOLESCENCIA ACTIVA EN LOS PROCESOS ELECTORALES

En este capítulo se tratara principalmente el tema de la participación y su ejercicio ciudadano como esencia de las sociedades democráticas. En Ecuador el adolescente dentro de estos lineamientos es un actor fundamental para generar procesos de participación autónoma. A su vez, se analizaran derechos y responsabilidades de esta población que motivan el “poder ciudadano”.

2.1. Democracia

El término democracia tiene su origen en la antigua Grecia. Etimológicamente “la palabra democracia (*demos*= pueblo y *kratos*= autoridad) (Tribunal Supremo Electoral, 1990, pág. 161). De tal forma “es la autoridad del pueblo. [...] está también en la naturaleza de los pueblos y permite el ejercicio de la libertad humana, en cuanto a derechos y deberes.” (Tribunal Supremo Electoral, 1990, pág. 13). La democracia es un sistema que da total relevancia a los sujetos pertenecientes a una nación.

En consecuencia, “parte del reconocimiento de la diferencia entre los actores sociales. Reconoce al otro y propone que las decisiones deben llevarse a cabo a partir del diálogo” (Tribunal Supremo Electoral, 1990, pág. 161). Por ello, la democracia es la concepción de organización social que sirve de base para mantener relaciones en sociedad. “La fuerza del mejor argumento (Habermas) se constituye así en principio normativo democrático” (Tribunal Supremo Electoral, 1990, pág. 161). Se entiende como el conjunto de valores y actitudes bien estructurados que tiene como base esencial la igualdad de oportunidades de los ciudadanos en la sociedad civil.

Desde otro eje, “la democracia, vista como proceso, es el resultante de esa relación dialéctica entre libertad de la persona y libertad de la sociedad” (CAPEL, 1988, pág.

135). Significa entonces que ambas libertades son consustanciales, donde el nivel democrático depende decisivamente de la extensión de cada una en la esfera pública.

Dentro de este aspecto podemos distinguir dos tipos de democracia según Giovanni Sartori; la democracia directa y la representativa:

La primera es un ejercicio en propio y, en este sentido, *directo* del poder; mientras la segunda es un sistema de *control* y de limitación del poder. En el primer caso, un régimen democrático está fundado sobre la participación de los ciudadanos en el gobierno de su ciudad: es la democracia de la *polis* [...]. En el segundo caso, un régimen democrático, en cambio, está confiado a los mecanismos representativos de transmisión del poder (Sartori, 2003, pág. 201).

Cabe agregar, que ambos tipos de democracia se sustentan en el poder del pueblo, pero, el sistema representativo lleva al pueblo a legitimar su poder mediante el proceso de sufragio. Por el contrario, el sistema directo mantiene una estructura participativa permanente del ciudadano lo que permite el ejercicio real de la democracia, por ello “se alimenta, entre otros factores, de la participación periódica y real de los ciudadanos” (CAPEL, 1988, pág. 136).

De este modo, la base de la democracia es el servicio al pueblo, es decir que el Estado es un agente que promulgará el orden social en conjunto con la ciudadanía otorgándole a la misma derechos y deberes, que conlleva a la misma a manejar una conciencia social y un aprendizaje que le permita ser parte de la vida pública en todos los sentidos, además de una constante participación mediante la crítica a las funciones que cumple el Estado como veedor de políticas públicas.

En relación con este último, “el poder reside en el pueblo, [...] ya sea mediante asambleas generales, tales como las que se daban en Atenas en las que reunidos los ciudadanos, resolvían sobre los problemas fundamentales del estado y elegían a sus gobernantes” (Tribunal Supremo Electoral, 1990, pág. 65).

Significa entonces que para poner en práctica el ideal democrático el ciudadano debe ejercer sus derechos en su totalidad, con el fin de que sus intereses sean garantizados; canalizado en el sufragio como forma de participación.

En este propósito, los derechos deben estar garantizados constitucionalmente por los Estados democráticos y que además se manejen en un plano jurídico en base a leyes que rigen el comportamiento de los ciudadanos, a la vez respaldan su óptima convivencia. De hecho “en las constituciones escritas que consagran los contenidos del Estado de Derecho [...] el origen del poder de las autoridades surge naturalmente del pronunciamiento popular atreves, del ejercicio del sufragio” (CAPEL, 1988, pág. 89). De tal modo que es indispensable que se creen espacios de interacción ciudadana para debatir temas de bien común mediante la práctica de políticas públicas dado que la democracia se vincula directamente con un estilo del buen vivir para los/ las ciudadanos.

Es conveniente anotar que la democracia se fundamenta en la equidad, tolerancia y respeto de los derechos fundamentales de los y las ciudadanos para respaldar su plenitud, en sí, rechaza toda idea de organización concentrada en un solo poder, pues no garantiza el ejercicio de la sociedad civil dentro de la toma de decisiones.

Cabe recalcar que los procesos democráticos se caracterizan principalmente por la participación ciudadana, sin embargo, existen como en toda práctica ideológica, tergiversaciones del discurso que se orientan al bienestar de las minorías que encabezan el poder. Dando así paso a una democracia representativa y no directa, maquillada por la pantalla del ideal democrático.

2.2. Ciudadanía

La ciudadanía es considerada como el núcleo del Estado, donde los procesos democráticos son el resultado del actuar ciudadano, el mismo que posee derecho y deberes. En este propósito “el concepto tradicional de ciudadanía reconoce derechos individuales, tales como derechos políticos, libertad de pensamiento, etc. Por tanto, la ciudadanía importa una calidad jurídica y política especial que nos acredita a las personas como miembros activos del Estado” (Sahuenza, 2004, pág. 1). En ese mismo sentido, la ciudadanía, desde sus orígenes, ha gozado de la facultad de decisión en los aspectos públicos, llevada a la práctica como sociedad civil. Thomas H. Marshall (sociólogo inglés) sostiene que la ciudadanía es un “[...] estatus que se concede a los miembros de pleno derecho de una comunidad, siendo sus beneficiarios iguales en cuanto a los derechos y obligaciones que implica”. (Marshall & Bottomore, 1998, pág. 18). Significa entonces que, se considera ciudadano a todo sujeto organizado bajo normativas que garantizan la convivencia plena y el desarrollo de este que a la vez, tiene el deber de participar permanentemente en los asuntos públicos y en la toma de decisiones.

En consecuencia, “el ciudadano aspira a tener un grado mayor de participación. Ya no se contenta con concurrir a las urnas periódicamente a emitir su voto, sino que pretende jugar un papel de mayor compromiso y de mayor control sobre las autoridades” (CAPEL, 1988, pág. 87), de esta manera se evidencia que se legitima la intervención del ciudadano en todos los acontecimientos que se produzcan dentro del Estado, canalizado a través de nuevas organizaciones que fomentan la participación constante del ciudadano y que garanticen sus derechos y deberes.

En relación a lo anterior, “el ciudadano es relativo al orden político [...] Los ciudadanos no son pura materia sobre la que actúa el régimen.” (Cruz Prados, 2007, pág. 27), que es parte del Estado como ente que compone un orden y que dicho orden es consecuencia de un sistema organizativo dentro del mismo. Es evidente entonces, que la ciudadanía es el actor fundamental de los procesos democráticos, es decir, que

son las personas quienes establecen una relación individual o colectiva con el Estado, con el fin de ejercer derechos y deberes. Se puede decir que la ciudadanía busca igualdad de oportunidades para todos y todas.

En el contexto ecuatoriano, es visible que desde la presidencia del economista Rafael Correa se haya trabajado en dar apertura a la ciudadanía, lo que se ha denomina a partir de su gobernanza como el *poder ciudadano* que: “es el resultado del proceso de la participación individual y colectiva de las ciudadanas y ciudadanos de una comunidad, quienes, de manera protagónica participan en la toma de decisiones, planificación y gestión de asuntos públicos” (Consejo de Participación Ciudadana y Control Social). El rol fundamental de la ciudadanía activa dentro de la esfera pública es la participación constante, a través de un consenso entre el Estado y la sociedad civil, logrando garantizar la voz de la ciudadanía en procesos democráticos. Entonces “la ciudadanía es, pues, un privilegio legal basado en una condición social.” (Cruz Prados, 2007, pág. 28).

Según la Corporación Participa, la ciudadanía se fundamenta “en la afirmación de que todos los individuos son libres e iguales por nacimiento, relacionando el concepto a un status legal que establece los derechos del individuo frente al Estado”. (Sahuenza, 2004, pág. 1). De igual manera, se concibe como ciudadanos y ciudadanas a aquellos individuos que logran incidir en los diversos campos de la esfera pública. En el caso del Ecuador se considera ciudadanos a quienes cuya edad de participación comprende a partir de los 16 años. Sin embargo, esta participación no es del todo respaldada ya que son un grupo reducido representativamente hablando de personas activas en la esfera pública, teniendo en cuenta que la gran parte de esta población desconoce sus derechos como ciudadanos y ciudadanas.

Ante la situación planteada, cuando la ciudadanía ejerce plenamente todos sus derechos se habla de:

Poder ciudadano es el resultado del proceso de la participación individual y/o colectiva de las ciudadanas y ciudadanos de una comunidad, quienes, de manera protagónica participan en la toma de decisiones, planificación y gestión de asuntos públicos; así como, en el control social de todos los niveles de gobierno, las funciones e instituciones del Estado, y de las personas naturales o jurídicas del sector privado que manejan fondos públicos, prestan servicios o desarrollan actividades de interés público, tanto en el territorio nacional como en el exterior. (Consejo de Participación Ciudadana y Control Social).

En las sociedades modernas el ser ciudadano significa encontrarse permanentemente activo en la toma de decisiones y en el control de los poderes, además de que, problematice todas las situaciones que en su entorno se produzcan sin que lleguen a violentar sus derechos. Dentro de las constituciones se encuentra legitimado el poder ciudadano como una forma democrática de participación, sin embargo, no todas las sociedades trabajan en procesos de inclusión político –social que avalen el pleno ejercicio ciudadano, tomando en cuenta que las intervenciones de los ciudadanos pueden llevarse a cabo de forma organizada mediante colectivos u organizaciones que otorguen mayor poder y, por ende, mayor incidencia en el ámbito público.

2.3. Participación ciudadana

Entender la participación ciudadana es un fenómeno complejo, conlleva desde aspectos de organización en grupos sociales determinados, hasta mecanismos que inciden en la vida política de los individuos. Su principal base teórica es la democracia como herramienta de acción política en la esfera pública.

En este sentido Lisette Borrel (2001), la define así:

Participación ciudadana es el conjunto de herramientas que facilitan la intervención de los ciudadanos y ciudadanas en la organización de la administración pública, sin ser parte de las estructuras burocráticas. Es decir, que el que participa no se vuelve funcionario, ni tampoco colaborador e interesado en obtener algún beneficio (CEPLAES, 2008, pág. 13).

De igual manera, se puede definir a la participación ciudadana como “el conjunto de prácticas de intervención directa de ciudadanas y ciudadanos, de forma individual y colectiva ante el Estado” (Red nicaraguense por la democracia y el desarrollo local, pág. 8). Entonces se puede decir que la participación ciudadana está relacionada estrechamente con la intervención de la ciudadanía en los gobiernos sectoriales, locales y a nivel nacional. La ciudadanía hace uso de diversas iniciativas que nacen en el seno de la sociedad civil; como el derecho ciudadano que interviene netamente en asuntos públicos.

Su origen se remonta a la antigua Grecia, principalmente en la ciudad- estado de Atenas donde “se acuñó el término democracia, para referirse al poder que los ciudadanos ejercían sobre los asuntos públicos de manera directa.” (Red nicaraguense por la democracia y el desarrollo local, pág. 4). Esta concepción de democracia se canalizaba en espacios públicos denominados Ágoras, como ya se ha desarrollado en el capítulo anterior.

Desde el origen hasta la actualidad la participación ciudadana está dirigida a construir estructuras de gobernabilidad con bases democráticas en consecuencia “este enfoque de participación ciudadana está en relación con los múltiples roles que los ciudadanos cumplen frente al Estado: elector, fiscalizador, agente de cambio, socio y

contribuyente, entre otros.” (Red nicaraguense por la democracia y el desarrollo local, pág. 2).

Para materializar la participación ciudadana es necesaria la creación de grupos comunitarios organizados, es decir, organizaciones ciudadanas “por organización de participación ciudadana entendemos a grupos organizados para incidir en las estrategias de desarrollo local y relacionarse con el régimen de gobierno seccional” (CEPLAES, 2008, pág. 16) que manifiesten sus posturas frente a problemáticas latentes en su realidad y a la vez actúen con la finalidad de incurrir en las políticas públicas del gobierno vigente.

Para ilustrar esto, S. García (2008), plantea las siguientes características de dichos organismos en la participación ciudadana:

- Están articulados y organizados en torno a objetivos comunes;
- Buscan incidir en la agenda pública relacionándose con las autoridades de gobierno;
- Cuentan con algún tipo de estructuras de representación-directivas-;
- Tienen legitimidad social, es decir, son reconocidas y convocadas por otros actores sociales y por las instancias de gobierno;
- Pueden o no tener reconocimiento legal o personería jurídica;
- Pueden conformarse por iniciativa de la sociedad civil o las entidades públicas; (pág. 16).

Dentro del contexto ecuatoriano, la Constitución legitimada en septiembre del 2008, da origen al *Consejo de Participación Ciudadana y Control Social*. Su principal función es legitimar la participación ciudadana en todos sus ámbitos evitando así actos de corrupción; este organismo define a la intervención de los/ las ciudadanos y ciudadanas de la siguiente manera:

Es un derecho de las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, de participar (ser parte de, incidir) 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. (Consejo de Participación Ciudadana y Control Social).

Se promueve el derecho a la participación social del ciudadano para incurrir en la toma de decisiones del gobierno vigente esto en relación a la gestión de políticas públicas que promulguen el buen vivir así como lo ratifica la actual Constitución ecuatoriana.

Anne Gillman (2010) hacen referencia a la participación ciudadana como parte de sus lineamientos en la llamada “revolución ciudadana”:

Como parte de la “revolución ciudadana”, el gobierno promueve fuertemente el concepto de participación, sobre todo la forma “directa”. A partir de la Constitución 1998, la nueva Carta reconoce la incidencia de los ciudadanos como un “cuarto poder” de control social [...], reconoce la autonomía de la sociedad civil y derecho de incidir en el Estado, y promueve el fortalecimiento de “la democracia directa” a partir de mecanismos como la consulta popular. (Instituto de estudios peruanos, 2010, pág. 484)

Actualmente, la participación ciudadana deriva de espacios de diálogo para incidir en la esfera pública y es importante tratar el tema de participación activa y permanente. El ciudadano y ciudadana debe contar con un espacio donde se sienta libre de actuar para fortalecer sus capacidades de interacción con autoridades y para incurrir en la

gestión pública. Lo descrito anteriormente es lo que conocemos actualmente como instancias de participación.

De esta manera, las prácticas en participación enmarcan a toda la ciudadanía que se encuentre en pleno ejercicio de sus derechos. Sin embargo, dentro de esta población no se toma en cuenta a aquellos que constitucionalmente no se concebían como ciudadanos. Por ende a partir de la constitución del 2008 se empieza a tomar en cuenta a poblaciones antes marginadas de los procesos electorales y de la toma de decisiones, como es el caso de los adolescentes.

Desde la constitucionalización del concepto de participación ciudadana en Ecuador se trabaja en lo que se conoce como sistema de participación ciudadana, concebido por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social como:

Un conjunto de instancias, relaciones, herramientas y mecanismos de participación que interactúan de manera articulada para garantizar el ejercicio de los derechos de participación ciudadana, control social, rendición de cuentas Transparencia y Lucha Contra la Corrupción. De acuerdo con la Ley orgánica de Participación Ciudadana, en cada nivel de gobierno del Ecuador debe establecerse un sistema de participación ciudadana. Los insumos para el sistema de participación ciudadana son las demandas de los y las ciudadanas, organizaciones sociales, colectivos, pueblos y nacionalidades. En el sistema, las demandas y propuestas se procesan en las instancias que lo conforman: asambleas, cabildos, consejos. Los resultados del Sistema son las decisiones, políticas, programas y proyectos construidos con participación de la ciudadanía. (Consejo de Participación Ciudadana y Control Social).

En consecuencia, a partir de este hecho se puede hablar de una participación democrática que engloba a toda la sociedad civil dentro del marco constitucional;

además de que fortalece la vida política influenciando en la toma de decisiones de carácter público.

2.4. Periodo electoral

Se podría definir al periodo electoral como el espacio de tiempo en el que se da la apertura a la transición de poderes del Estado. Dentro de este marco se evidencia la articulación consustancial de factores que permiten el desarrollo de los procesos electorales hasta llegar a la toma del poder político.

Según se ha visto anteriormente, un factor fundamental dentro del periodo electoral que influye en los electores es la propaganda que se desarrolla dentro de este espacio electoral y que maneja contenidos sociales, culturales, religiosos y en mayor grado políticos, cuya finalidad es “dotar a la ciudadanía de la información que les permita decidirse por cualquier concepción ideológico - político” (Tribunal Supremo Electoral, 1990, pág. 227). Tal es el caso que en su desarrollo se genera bombardeo mediático, centrándose en la imagen comercial del candidato y no en propuestas políticas. En consecuencia, se puede visibilizar que “el problema fundamental de la propaganda electoral en los medios masivos se refiere [...] a la excesiva utilización de las misma que puede conducir a situaciones que afecten la práctica de la democracia” (Tribunal Supremo Electoral, 1990, pág. 223).

En este propósito, se puede considerar que la propaganda política es imprescindible en el proceso electoral, ya que facilita la identificación de los candidatos hacia el público elector, y por ello se puede decir, que “el objetivo de la propaganda electoral debería ser el de informar a los electores sobre los programas de gobierno de cada partido evitando en lo posible la publicidad subliminal” (Tribunal Supremo Electoral, 1990, pág. 223). Es primordial usarla como instrumento generador de procesos comunicativos en la esfera pública, para que tenga como eje principal las propuestas y discursos de los candidatos y partidos políticos.

En el contexto ecuatoriano, para Rodas (1990), “los partidos políticos ecuatorianos desarrollan la propaganda electoral como sistema apropiado para comunicarse con los electores” (Tribunal Supremo Electoral, 1990, pág. 227). Es consecuente entonces que, este proceso comunicativo dirija a procesos equitativos en un escenario de libre acceso a la información y expresión, para legitimar el progreso del periodo electoral.

Al hablar de factores que intervienen en un periodo electoral se deben mencionar a las campañas electorales como parte de aquel proceso. Por lo tanto “el objetivo prioritario de la campaña electoral es llamar la atención y activar a seguidores y simpatizantes” (CIEDLA, 1999, pág. 244). Con el fin de reclutar partidarios que se identifiquen con el candidato y posteriormente otorgarle el poder mediante el voto en las urnas.

En este mismo sentido, se toma como referencia a Radunski (1999), quien propone cinco parámetros que tratan la americanización de las propagandas electorales, tomando como ejemplo a Alemania.

- El candidato es más importante que el partido
- La conducción de la campaña debe quedar en manos de especialistas profesionales
- La campaña electoral se basa en exhaustivos sondeos de opinión y encuestas
- La campaña electoral transcurre por carriles electrónicos, esto es a través de la televisión, la radio y la computadora
- La organización del contacto directo con los votantes funciona a través de cartas, marketing telefónico y militantes que trabajan *adhonorem* (CIEDLA, 1999, pág. 181).

En efecto, las campañas electorales están orientadas al posicionamiento de la imagen mediática del candidato, logrando la apropiación del personaje dentro de la esfera pública. Según los términos anteriormente expuestos, “la política solo se transmite a

través de dos vertientes la comunicación a cargo de la organización de la campaña [...] y los medios de comunicación masiva” (CIEDLA, 1999, pág. 181). Dando menos importancia a la esencia del ofrecimiento político, llevando así a los electores a un pseudo interés y ejercicio del derecho ciudadano.

Las elecciones cumplen una función legitimadora en un sistema democrático, esto a través del sufragio que a su vez se materializa en el voto, que permite la participación de los ciudadanos en los espacios destinados para este ejercicio. Para el desarrollo de dichas circunstancias se es necesario crear sistemas de procesos electorales; cuyas bases fundamentales según Chang y Silva (1998) son:

- “Sistema de identificación de los electores
- Sistema de registro electoral permanente
- Sistema de votación
- Sistema de escrutinio y totalización” (CAPEL, 1998, pág. 140).

Es así que, mediante el cumplimiento de estos procesos se facilita la identificación y empadronamiento de los ciudadanos aptos para ejercer el derecho al voto, tomando en cuenta que, la totalidad de estos sistemas y los factores antes expuestos constituyen el periodo electoral.

Significa entonces que el elector se convierte en ente regulador con la capacidad de discernir la información transmitida en la propaganda y publicidad electoral, en consecuencia es un elector “por convicción [...] se informan mucho más que otros tipos de electores a través de la comunicación personal [...] son líderes de opinión en su entorno social” (CIEDLA, 1999, pág. 229). Al estar en constante contacto con la información política, se produce en los individuos el desarrollo de la capacidad crítica al momento de sufragar.

En conclusión, el periodo electoral se enmarca en un proceso complejo donde la consustancialidad de los factores que intervienen en la transición del poder político, inciden notablemente en los electores, es así que el voto es la fase final en lo que constituye la participación ciudadana y el escrutinio de los votos constituye el resultado de toda la dinámica del periodo electoral.

2.5. Adolescencia

Se considera como adolescencia a la etapa que comprende entre los 12 y 18 años de edad: “la oportunidad de desarrollar las capacidades individuales en medios propicios y seguros para contribuir y participar en la familia, la escuela, la comunidad y la sociedad”. (UNICEF, 2010, pág. 6). De esta manera se puede evidenciar que los/las adolescentes tienen la capacidad de aportar en sus grupos sociales más cercanos y de manera más general, al país.

Adicionalmente “la adolescencia es una construcción de las sociedades modernas que ven a la persona en una etapa pre – productiva, en preparación para llegar a ser lo que la norma social les indica: un adulto, productivo, con familia y sin asuntos pendientes con la ley: “buen ciudadano” (UNICEF, 2010, pág. 9). La sociedad engloba la población en una sola terminología, sin embargo, no se puede concebir que los adolescentes sean un grupo homogéneo, que reproduzca estereotipos de vida social y que además vivan en circunstancias diferentes y por ende tengan necesidades diversas.

Dentro del *Código de la Niñez y Adolescencia*, su capítulo IV, derecho de participación. Art. 60.- Derecho a ser consultados.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a ser consultados en todos los asuntos que les afecten. Esta opinión se tendrá en cuenta en la medida de su edad y madurez. “Ningún niño, niña o adolescente podrá ser obligado o presionado de cualquier forma para expresar su opinión”. (Código de la niñez y adolescencia, 2003, pág. 23).

En el artículo anteriormente mencionado se garantiza el respeto al derecho de libre expresión e información del niño, niña y adolescente, ya que al igual que todos los ciudadanos merecen protección y seguridad para su buena convivencia.

Anteriormente se menciona que para que exista una participación ciudadana deben existir modelos democráticos. Se conoce que históricamente son los/las adolescentes los que se oponen a todo abuso de autoridad pues reclaman derechos que son omitidos en dichos sistemas. “Los adolescentes tampoco rechazan la autoridad; lo que los adolescentes rechazan es el autoritarismo” (UNICEF, 2010, pág. 11).

De acuerdo con el *Código de la Niñez y Adolescencia* se hace alusión a las libertades de reunión y es así que en su Art. 62. Menciona: “Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a reunirse pública y pacíficamente para la promoción, defensa y ejercicio de sus derechos y garantías”. (Código de la niñez y adolescencia, 2003, pág. 24). Se legitima este artículo mediante la creación de los *espacios de dialogo*, porque es estos escenarios en los que se visibiliza la participación en diferentes ámbitos como el político, cultural, social. De acuerdo al interés que él o la adolescente tenga sobre los temas de agenda pública.

Del mismo modo, “en la adolescencia, el individuo comienza a asumir su independencia y autonomía frente al medio social” (UNICEF, 2010, pág. 9). Como todos los sujetos, los y las adolescentes han luchado por el respeto a sus espacios de participación y en especial para que se les reconozca como ciudadanos partícipes y contribuyentes de ideas que promuevan el respeto y tolerancia a sus nuevos estilos de vida sin desligarse de la responsabilidad social.

En lo que se refiere a la participación de esta población, los y las adolescentes manifiestan que “el ejercicio de la participación significa:

- Expresar su opinión libremente

- Tener iniciativas y actuar en los procesos
- Evaluar las políticas, programas y servicios con el fin de garantizar que estos sean diseñados de acuerdo a sus necesidades e intereses.” (UNICEF, 2010, pág. 12).

Finalmente, es necesario que se considere de suma importancia la construcción de una nueva visión de la imagen del adolescente como partícipe de los procesos democráticos, además de que se diseñen estrategias igualitarias de participación sin exclusión alguna.

2.5.1. Derechos y deberes

Todo ciudadano que forma parte de un estado democrático tiene derechos al igual que deberes. La responsabilidad tanto del Estado como del ciudadano determina la buena convivencia dentro de un sistema estructurado. De ello se entiende que: “Los derechos humanos son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna [...] son interrelacionados, interdependientes e indivisibles” (Naciones unidas derechos humanos, 1996-2013).

Con el fin de preservar el bienestar de los y las adolescentes y en general de los/las ciudadanos, se han elaborado una serie de normativas y leyes que se estructuran a través de códigos y estatutos jurídicos. Para ello se ha creado el *Código de la Niñez y de la Adolescencia*.

En el *Código de la Niñez y Adolescencia*, dentro de la ley contra la violencia a la mujer y la familia, Art. 4 nos dice que: “Adolescente es la persona de ambos sexos entre doce y dieciocho años de edad.” (Código de la niñez y adolescencia, 2003, pág. 2)

En su título II, Principios Fundamentales, en su Art. 6. Estipula que los adolescentes poseen “Igualdad y no discriminación.- Todos los niños, niñas y adolescentes son iguales ante la ley y no serán discriminados por causa de su nacimiento, nacionalidad, edad, sexo, etnia; color, origen social, idioma, religión, filiación, opinión política, situación económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad o diversidad cultural o cualquier otra condición propia o de sus progenitores, representantes o familiares.

El Estado adoptará las medidas necesarias para eliminar toda forma de discriminación.” (Código de la niñez y adolescencia, 2003, pág. 2).

Como ya se ha aclarado, el Estado vigilará el cumplimiento de los derechos de los y las adolescentes por considerarlos una población vulnerable, debido a que se encuentran en una etapa de construcción de identidad y opinión, además de que son fácilmente manipulables y sensibles ante cualquier abuso. Es por ello que en este sistema se consideran ejes como la participación constante sin discriminación alguna.

Hecha la consideración anterior, en el Art. 8. Estipula que:

[...] Es deber del Estado, la sociedad y la familia, dentro de sus respectivos ámbitos, adoptar las medidas políticas, administrativas, económicas, legislativas, sociales y jurídicas que sean necesarias para la plena vigencia, ejercicio efectivo, [...] de los derechos de niños, niñas y adolescentes.

El Estado y la sociedad formularán y aplicarán políticas públicas sociales y económicas; y destinarán recursos económicos suficientes, en forma estable, permanente y oportuna. (Código de la niñez y adolescencia, 2003, pág. 3).

Estas consideraciones deben ser tomadas en cuenta y ejecutadas en todos los grupos sociales a los que pertenecen los y las adolescentes para llevar así una dinámica de participación democrática, sin evadir la responsabilidad del Estado en la construcción de políticas públicas que aseguren el bienestar de esta población, aquellos quienes se convertirán en el cuarto poder del Estado como anteriormente se ha expuesto.

De acuerdo a la Convención de los Derechos del Niño, llevada a cabo en noviembre del 2009. Se prioriza en los siguientes ejes:

- Igualdad: fundamento primordial que garantice las mismas oportunidades a los y las niños y adolescentes.
- Equidad de Género: se fundamenta en el trato igualitario entre género masculino y femenino.
- Educación: se considera un factor importante ya que desarrolla en los y las adolescentes la capacidad crítica para actuar frente a diversos procesos que suceden en su entorno.
- Salud: al ser un derecho universal, asegura el bienestar de los y las adolescentes dentro de un marco jurídico y social.

En la Constitución Ecuatoriana vigente desde el 2008, capítulo quinto *Derechos de participación* Art. 62. Se menciona que:

Las personas en goce de derechos políticos tienen derecho al voto universal, igual, directo, secreto y escrutado públicamente, de conformidad con las siguientes disposiciones:

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 Ecuatoriana, 2008, págs. 45-46).

En las mismas circunstancias, el Estado ecuatoriano vela por los derechos de los y las adolescentes en un marco legal y también es vigilante del cumplimiento de sus deberes.

Dicho anteriormente dentro de este aspecto, el *Código de la Niñez y Adolescencia* en su Art. 64 pacta:

Tienen los deberes generales que la Constitución Política impone a los ciudadanos, en cuanto sean compatibles con su condición y etapa evolutiva. Están obligados de manera especial a:

1. Respetar a la Patria y sus símbolos;
2. Conocer la realidad del país, cultivar la identidad nacional y respetar su pluriculturalidad; ejercer y defender efectivamente sus derechos y garantías;
3. Respetar los derechos y garantías individuales y colectivas de los demás;
4. Cultivar los valores de respeto, solidaridad, tolerancia, paz, justicia, equidad y democracia;
5. Cumplir sus responsabilidades relativas a la educación;
6. Actuar con honestidad y responsabilidad en el hogar y en todas las etapas del proceso educativo;
7. Respetar a sus progenitores, maestros y más responsables de su cuidado y educación; y,

8. Respetar y contribuir a la preservación del medio ambiente y de los recursos naturales. (Código de la niñez y adolescencia, 2003, págs. 24-25).

Los deberes para los y las adolescentes se han planteado en miras principalmente del respeto de su patria y donde se garantice una buena convivencia en su entorno social. A la vez de tener un compromiso con el cuidado del medio ambiente para futuras generaciones quienes gozaran de los mismos derechos.

Finalmente, en el marco jurídico ecuatoriano para la población adolescente se ha trabajado en elaborar estrategias que avalen la inclusión de este grupo social, por ello dichas estrategias se centran en la preservación de un ambiente óptimo para su crecimiento y satisfacción de sus necesidades. Al considerarlos como ciudadanos participes de todos los procesos que se desarrollan dentro del contexto ecuatoriano también tienen la responsabilidad de ejercer el poder ciudadano de manera comprometida con el país.

2.5.2. Derecho al Sufragio

La palabra sufragio derivada del latín *suffragium*. Significa ayuda o auxilio; es así que mediante este, cada uno de los ciudadanos contribuye al Estado, a la comunidad y en consecuencia, a la integración funcional de toda la sociedad política.

Según el Diccionario Electoral (tomo II), se define al sufragio como “el derecho político que los ciudadanos tienen a participar en los asuntos políticos, directamente o por medio de representantes” (CAPEL, 1988, pág. 689). Es aquí donde los ciudadanos ejercen el derecho reconocido constitucionalmente, que conlleva a participar en el ámbito político, para la designación de sus representantes cuyas propuestas se lleven a la práctica. Es así que la manifestación visible de este derecho es el voto que

“constituye, pues, una forma de expresión de voluntad, y en relación al sufragio político, el voto constituye el hecho de su ejercicio” (CAPEL, 1988, pág. 683). Se entiende como mecanismo de participación ciudadana es importante ya que hace que los ciudadanos sean activos y aporten a la sociedad.

En este orden de ideas se puede citar, “El sufragio para decidir – ya no para elegir- constituye un arma provechosa para asegurar una ampliación de la participación ciudadana” (CAPEL, 1988, pág. 87). A través de este sistema se puede evidenciar que el participar de la ciudadanía contemporánea se asemeja a lo que etimológicamente significa este término, es así que esta estructura social incide notoriamente en la toma de decisiones a nivel público.

Es así que, “A partir de aquí se deduce que el sufragio es un derecho preestatal, innato a la personalidad” (Alcubilla, pág. 1). Este derecho de participación mediante el voto es una forma en la que los ciudadanos pueden expresar libremente su postura política frente a la coyuntura nacional. Sin embargo, para ejercer este derecho es necesario cumplir con los requisitos establecidos por las constituciones vigentes, tomando en cuenta el factor edad; en el caso de Ecuador la edad apropiada para ejercer el voto es a partir de los 16 años.

En Latinoamérica la propuesta de que los adolescentes sufraguen desde los 16 no es reciente ya que existen antecedentes en Brasil, Cuba, Nicaragua, Venezuela y ahora esta propuesta se ha implementado en Ecuador. Este proceso de sufragio ha supuesto una evolución. Actualmente en la Carta Magna ecuatoriana estructurada en el 2008, se garantiza el derecho al voto a partir de los 16 años. Un avance que se considera positivo en el país, en términos de participación ciudadana, teniendo en cuenta que antes de esta fecha la edad propicia de sufragio eran los 18 años. “Habermas afirma que la legitimidad se funda en consensos contruidos a través de un activo diálogo y debate en el espacio público” (Vergara Estévez, 2005, pág. 11). En este mismo propósito, los debates políticos han cambiado de escenario, ya no son negociaciones cerradas entre partidos políticos, sino que más bien se trasladan al espacio público,

donde el ciudadano está inmerso y cumple un rol fundamental como legislador y elector.

Como se mencionó anteriormente en el art. 62 de la Constitución del Ecuador, en relación a los derechos de participación ciudadana de los y las adolescentes, se entiende que el sufragio facultativo es aquel ejercicio del derecho universal del voto, mediante el cual este segmento de la población es participe de los procesos democráticos del Ecuador. En efecto, el voto facultativo hace referencia a la capacidad de elección que posea el elector, por ello este voto no es obligatorio.

En relación con este último, es importante mencionar que:

En el 2008, a través del gobierno de Rafael Correa, donde emana una nueva constitución, en el cual los ciudadanos son considerados no solamente los mayores de 18 o 21 años sino todas aquellas personas que nacen en territorio ecuatoriano, y el derecho al sufragio obligatorio lo mantienen únicamente las personas de 18 años y mayores, con la opción facultativa de ejercer el derecho al sufragio las personas de 16 y 17 años. (Caicedo, 2013)

Según el Ministerio de inclusión económica y social se registra que:

De acuerdo al Registro Electoral actual, 554.888, adolescentes de 16 y 17 años de edad ejercerán su derecho al voto en las próximas elecciones y [...]. En las provincias de Guayas, Pichincha y Manabí se concentra el más alto porcentaje de jóvenes con derecho al voto que representa el 50.6 por ciento. (Ministerio de inclusión económica y social, 2013).

Los ciudadanos no solo son aquellas personas que ejercen el derecho al sufragio en alguna llamada a votación o aquellos que sirven para que cierto candidato o partido político tenga popularidad. Se observa claramente que la idea de ciudadano ha cambiado para ser ahora aquella persona que tiene la capacidad de palpar la realidad de su país y lo más importante: es alguien al que se le ha atribuido la capacidad de participación desde temprana edad para que se puedan compartir nuevas y frescas propuestas emitidas con el fin de mejorar la convivencia dejando de lado la individualidad y las diferenciaciones sociales, económicas, culturales e ideológicas.

CAPÍTULO III

VOTO FACULTATIVO EN LOS ADOLESCENTES ECUATORIANOS Y ECUATORIANAS: ANÁLISIS

La Constitución Ecuatoriana del 2008 trabajada en base a los doce objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, reconoce al adolescente de entre dieciséis y dieciocho años como ciudadano activo en la política, ya que le otorga el derecho y responsabilidad de voto facultativo. La inclusión y participación de los ciudadanos dentro del ámbito político en un estado democrático se ha construido con la idea de: “evitar la instauración de dictaduras y de gobiernos no democráticos” (Instituto de la democracia Ecuador, 2013, pág. 72)

En este mismo sentido el voto como materialización del derecho al sufragio, se efectúa como deber ciudadano dentro de la esfera política, donde los actores principales son aquellos que acceden a este derecho. Para ratificar lo anterior, de igual forma que en la constitución, el Código de la Democracia en su CAPÍTULO I, Sección tercera, Sufragio: derechos y garantías dice:

Art. 10 la ciudadanía expresa su voluntad soberana, entre otros, por medio del voto popular que será universal, igual, periódico, directo, secreto y escrutado públicamente, que se manifiesta en los tiempos, condiciones y bajo las normas que esta ley señala para garantizar la permanencia y el perfeccionamiento de la democracia. (2013, pág. 4)

Según se ha visto, en todo Estado democrático, se efectuaran procesos transparentes y libres de corrupción en etapas electorales. Por lo tanto se desarrollaran estrategias de seguimiento a dicho proceso, con el objetivo de que todo ciudadano tenga conocimiento de la situación política del país en referencia al voto ya ejecutado y al resultado de escaños.

El ejercicio ciudadano en el proceso de sufragio, se denomina “cultura política”: “resulta ser un conjunto de factores que influyen sobre la forma como los individuos actúan electoralmente” (Instituto de la democracia Ecuador, 2013, pág. 73). En consecuencia, se toma en cuenta todo tipo de estimulaciones que influyen en el ejercicio del voto. Dicha cultura es percibida por los electores que va vinculado a las prioridades e intereses que tienen en su entorno, es así que, el papel que cumple el Estado como benefactor de las colectividades es esencial para la formación de una empatía política.

Es importante tomar en cuenta en este punto a la teoría de la cultura política según Gabriel Almond, politólogo norteamericano (1911-2002), incursiono en el desarrollo de la política, la cultura política, quien la define de acuerdo a los siguientes aspectos:

1. “La cultura política es el conjunto de orientaciones subjetivas hacia la política de los miembros de una nacionalidad o subconjunto de estos en la misma nacionalidad.
2. La cultura política posee componentes cognitivos, afectivos y evaluativos; comprende el conocimiento y las creencias acerca de la realidad política, los sentimientos con respecto a la política y el compromiso con valores políticos.
3. El contenido de la cultura política es el resultado de la socialización infantil, la educación y la exposición a los medios de comunicación y las experiencias durante la edad adulta respecto de la acción gubernamental, social y económica” (Almond, págs. 78-80).

Por lo tanto, de acuerdo con Almond, la cultura política gira en torno a ejes esenciales que se entrelazan con el contexto socio económico de los individuos determinando así el comportamiento y las orientaciones políticas dentro de la esfera pública. Dando así como resultado las diferentes y diversas ideologías y preferencias políticas.

Por ende, la formación de una cultura política conlleva a la ciudadanía a mantenerse en un estado activo mediante sistemas de participación ciudadana, entre ellos se encuentra la participación electoral que de acuerdo a “Altmant (2008) y Norris (2002) demuestran que existe una relación fuerte entre la obligatoriedad del voto, los procedimientos para el registro, el nivel educativo, la región o zona donde se vive, la edad y el ingreso como factores asociados fuertemente a la acción de votar o no” (Instituto de la democracia Ecuador, 2013, págs. 80-81). Estos elementos que son decisivos en el ejercicio del voto a la vez se articulan para constituir lo que anteriormente se denominó cultura política.

La población adolescente del Ecuador, al estar viviendo un proceso reciente de inclusión en el poder ciudadano, se encuentra en un estado de indescisión a causa del carente conocimiento sobre su derecho al voto facultativo; a la vez que dicha población manifiesta desinterés por los asuntos políticos.

Dado el caso, “el contexto de cultura política que acompañó a las dos primeras elecciones de jóvenes menores de edad se caracterizó por: a) un interés por la política de casi la mitad de la población joven del Ecuador relativamente mayor que el de población adulta; b) una participación en organizaciones todavía débil con algunos matices entre los jóvenes de 16 a 19, como mayor integración a través de redes sociales e Internet y un desinterés por la participación en partidos” (Instituto de la democracia Ecuador, 2013, pág. 79); así se muestra en la siguiente tabla que resume la encuesta sobre cultura política del Ágora Democrática (2011):

Tabla 1 Interés por la política en jóvenes Ecuador.

¿Cuánto diría usted que le interesan las cuestiones políticas?						
Rango etario	Nada	Poco	Algo	Mucho	No responde	Total
16 a 19 años	13,20%	43,10%	30,50%	12,90%	0,30%	100,00%
20 a 24 años	13,50%	40,00%	31,10%	15,30%	0,10%	100,00%
25 a 29 años	16,00%	40,40%	25,70%	17,40%	0,50%	100,00%

Fuente: Ágora Democrática (2011)

Fuente: Democracias I (2013)

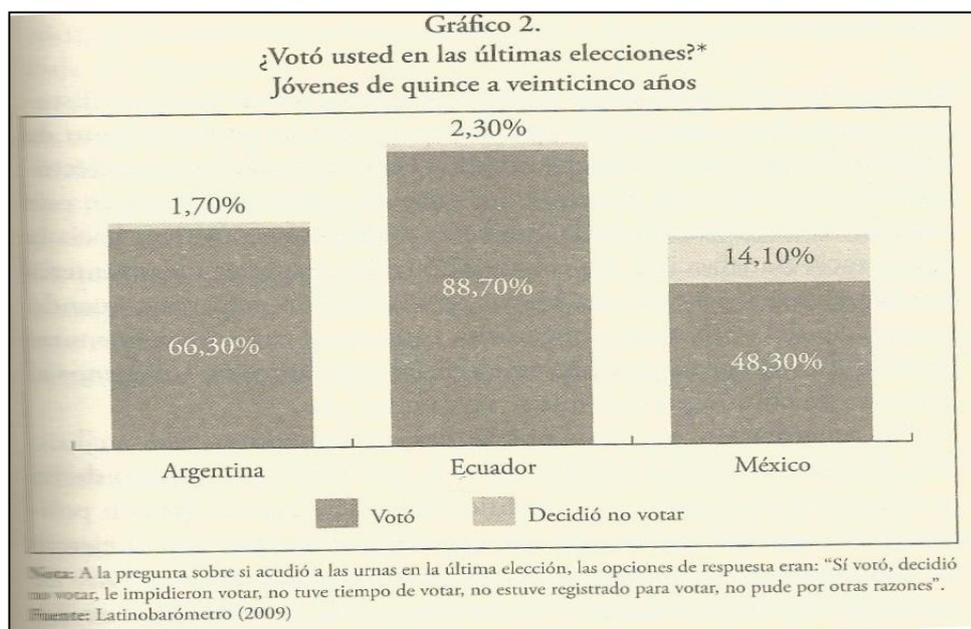
Según se observa los y las adolescentes de entre 16 y 19 años según este estudio coinciden en que su interés por la política es poco (43,10%); mientras que el mucho interés es del 12,90% , demostrando así que, este rango de la población adolescente no considera necesario su vinculación en temas políticos y por ende en la vida social.

De acuerdo a lo anterior, Bastidas (2013) sostiene que existen tres factores de influencia en la participación electoral, estos son: interés por la política, participación organizativa, confianza y valoración de la democracia. Estos factores son elementales al momento de que un y una adolescente se sienta identificado con temáticas de tinte político, y con ello se inmiscuya en el ejercicio de sus derechos y responsabilidades como ciudadano. Por ello es necesario “reconocer a los adolescentes de ambos sexos como sujetos de derecho, posibilitando su realización como personas y como ciudadanos dentro de una cultura universalizadora de los derechos humanos” (UNICEF, 2010, pág. 5)

Es preciso en este momento de la investigación, tomar como referencia el estudio realizado por el Latinobarómetro (2009), corporación sin fines de lucro con derecho privado con sede en Chile. Realiza estudios de fenómenos sociopolíticos en países latinoamericanos sobre la incidencia de los electores de 15 a 25 años que acudieron a

las urnas, con el fin de realizar una comparación con casos de Argentina, Ecuador y México representados en el siguiente gráfico.

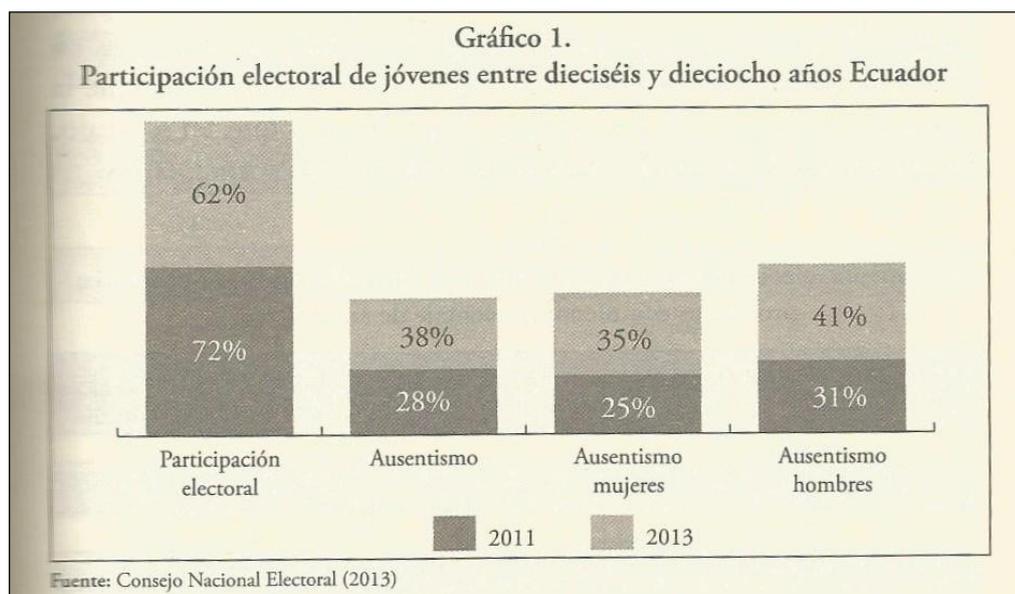
Figura 1 ¿Votó usted en las últimas elecciones? Jóvenes de quince a veinticinco años



Fuente: Democracias I (2013)

Se puede observar, que Argentina y Ecuador poseen un alto porcentaje de ejercicio del sufragio; mientras que México tiene un porcentaje menor en comparación a los anteriores países. Mostrando así que Ecuador tiene mayor credibilidad en la democracia, según lo reflejado en el gráfico anterior. Tal es el caso que, “según datos del Latinobarómetro (2012) Ecuador aparece como uno de los países de la región en donde hay más niveles de satisfacción con la democracia (49%) ” (Instituto de la democracia Ecuador, 2013, pág. 78); consecuentemente el mismo estudio del año 2013 muestra que “los países que más han aumentado el apoyo a la democracia son Venezuela (16 puntos) y Ecuador (13 puntos) que aumentan más de 10 puntos porcentuales respecto del promedio 1995-2013”. (Corporación latinobarómetro, 2013, pág. 6).

Figura 2 Participación electoral de jóvenes ente dieciséis y dieciocho años Ecuador

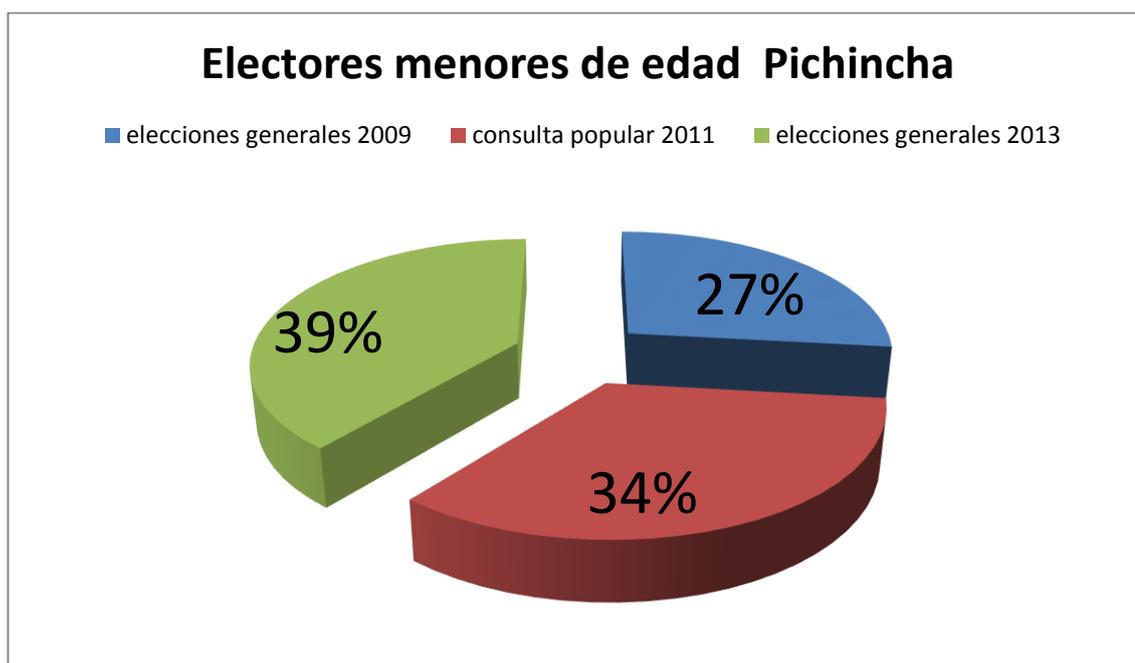


Fuente: Democracias I (2013)

La participación electoral de los y las adolescentes de las últimas dos contiendas electorales muestra que la participación del año 2011 (72%) se ha reducido un 10% para el proceso electoral 2013 (62%); aludiendo así que existe mayor ausentismo electoral en las elecciones 2013. Otro dato que muestra el gráfico es que existe mayor ausentismo por parte de la población masculina adolescente en ambas elecciones (2011/2013).

No obstante, es pertinente indicar que, según el Latinobarómetro (2013) “la democracia para los ecuatorianos no es tanto el funcionamiento de las instituciones, sino la inclusión social y el acceso a un mayor grado de dignidad ciudadana en el acceso a bienes tangibles, y no solo políticos” (Corporación latinobarómetro, 2013, pág. 10). De ello se puede decir que, los programas de inclusión a nivel social que impulsa el gobierno ecuatoriano son decisivo al momento de consolidar el poder ciudadano y garantizar la democracia.

Figura 3 Electores menores de edad Pichincha



Fuente: Consejo Nacional Electoral

Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

Por las consideraciones anteriores, se evidencia que los y las adolescentes en los tres procesos electorales (elecciones generales 2009 y 2013 y consulta popular 2011) han incrementado su empatía por asuntos políticos y participación ciudadana, tal es el caso que en febrero del 2013 se observa un incremento del 39% en comparación a los años anteriores en materia de participación.

Interesados por la participación de los y las adolescentes ecuatorianos en procesos electorales es prudente preguntarse ¿Cómo fomenta el Estado ecuatoriano la formación de una cultura política en la población adolescente?.

Apartir de la legitimación del poder ciudadano y de la inclusión del adolescente en procesos de participación ciudadana se han formulado políticas públicas para fortalecer dicho ejercicio. Por consiguiente este análisis se centra en tres organismos estatales que trabajan en conjunto para el ejercicio responsable del voto en los adolescentes.

La principal motivación que tienen los responsables de proyectos gubernamentales en relación a este tema es el óptimo ejercicio del sufragio y el aumento de electores adolescentes que acceden a este derecho. Para ello, Claudia Merchán, Ministerio de Inclusión Económica y social (MIES/ Dirección de Juventudes) dice que: “Uno de los grandes componente que hemos tenido ha sido la capacitación en torno al tema del voto facultativo que justamente está dirigida a estas tres poblaciones que ha sido trabajado en marzo del 2013 en todas la provincias a nivel nacional, en un estándar de mínimo 100 adolescentes [...]” (Merchan, 2013). Hacen hincapié en la responsabilidad de sufragar ya que como Claudia Merchán, indica “Cuando tu estas accediendo al voto tu estas ejerciendo tu poder y también de que manera tú te estas representando, entonces una de las grandes cosas que hemos visto es el tema de la información que es vital, [...] tenemos el grave problema de que ellos sean influenciados fácilmente” (Merchan, 2013). No obstante en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) en su objetivo 2, política 2.6, se menciona que la información es “un insumo indispensable para la participación en los procesos de toma de decisiones sobre el bien común, así como para exigir la rendición de cuentas. [...] El Estado debe garantizar que la ciudadanía acceda a suficientes y variadas fuentes de información [...]” (SEMPLADES, 2007-2010, pág. 109).

El problema de no manejar correcta información para él y la adolescente se convierte en una barrera que impide el ejercicio al voto responsable, para lo cual la Dirección de Juventudes (MIES) trabaja en el fortalecimiento “del voto facultativo y sensibilizar mediante estas charlas, talleres interactivos y de una forma bastante cercana para los adolescentes [...] Se manejó información en televisión y publicidades en periódicos, se creó un campaña comunicacional “caigamos a votar” y lidero el CNE, CENNA y MIES. Nos permitía que masivamente se trate el tema de la comunicación ya como un trabajo específico en territorio.” (Merchan, 2013).

Según UNICEF (2010) los y las adolescentes en la etapa de la adolescencia (12-18 años) es vital brindar “la oportunidad de desarrollar las capacidades individuales en medios propios y seguros para contribuir y participar en la familia, la escuela, la

comunidad y la sociedad” (UNICEF, 2010, pág. 7), lo que quiere decir, que es necesario la creación de espacios que brinden la oportunidad a la autonomía de los/las adolescentes en asuntos socio-políticos.

En conjunto con Ministerio de Inclusión Económica Social (MIES), el Consejo Nacional Electoral (CNE) y el Instituto de la Democracia, han trabajado en proyectos de inclusión a través de convenios institucionales que les ha permitido abarcar a nivel nacional esta problemática. Amanda Zurita menciona que “somos una entidad política, nosotros les hablamos de la democracia y las elecciones, no somos partidistas, no les hablamos de un partido de un candidato, entonces se les hace una reflexión en base a que conozcan cómo está formada la democracia” (Zurita, 2013); a la vez, nos transmite que “El vicepresidente del Consejo Nacional Electoral (CNE) Ing. Paul Salazar preocupado por el voto facultativo de los adolescentes creo un proyecto, este proyecto se llama “poder del voto”” (Zurita, 2013), al igual que Dirección de Juventudes (MIES) su principal campo de acción son las Instituciones Educativas de todo el país, en las mismas que se trabaja directamente con los estudiantes cuyas edades comprenden entre los 16 a 18 años organizándolos en forma provincial y zonal.

Para con ello, acercarnos a lo que el Plan Nacional del Buen Vivir menciona: “promover la construcción de una sociedad que profundice la democracia y amplíe su incidencia en condiciones de radical igualdad social y material”. (SEMPLADES, 2009-2013, pág. 19). Se entiende que una sociedad democrática participara en todos los espacios que fomente la dicha acción en la esfera pública, sin embargo, el Consejo Nacional Electoral se preocupa ya que el “porcentaje es muy bajo en las elecciones, estamos enfocados aumentar este porcentaje, enfocados a que los jóvenes tomen conciencia de lo que está pasando a nivel nacional. Estamos acudiendo a colegios haciéndoles una reflexión en base a tres preguntas: ¿para qué votar?; ¿Por qué votar? ¿Por quién votar?” (Zurita, 2013), estas interrogantes fomentaran en el adolescente su capacidad crítica y de discernimiento al momento de desenvolverse en el ejercicio ciudadano; motivándolo a acercarse a las urnas y a su vez de plasmar en su ejercicio la importancia de su decisión y las consecuencias que traerán para el país.

Por otro lado, el Instituto de la Democracia, entidad investigativa y de trabajo de campo del Consejo Nacional Electoral (CNE) se encuentra actualmente desarrollando un proyecto denominado “Quiero Elegir”, el mismo que tiene como objetivo principal la capacitación de docentes que imparten la asignatura de Formación Ciudadana en las instituciones educativas, fortaleciendo temas de participación ciudadana e inducción al voto facultativo a los cuales tienen derecho los adolescentes. Paulina Galarza, encargada del proyecto “Quiero Elegir”, Instituto de la Democracia indica que “esta campaña “Quiero Elegir” es una continuidad de la campaña anterior “Caigamos a Votar”” (Galarza, 2013), cuyo objetivo institucional es fomentar “los derechos y responsabilidades de los adolescentes para ejercer su voto” (Galarza, 2013); lo nuevo que presenta esta campaña para dirigirse a la población adolescente es la utilización de las TIC’s donde se mantiene un contacto interactivo teniendo como herramienta el Facebook y videos en su cuenta institucional en la plataforma virtual Youtube, con esto permiten que el adolescente tenga un acceso libre a la información en temas relacionados con el poder ciudadanos y a las próximas elecciones.

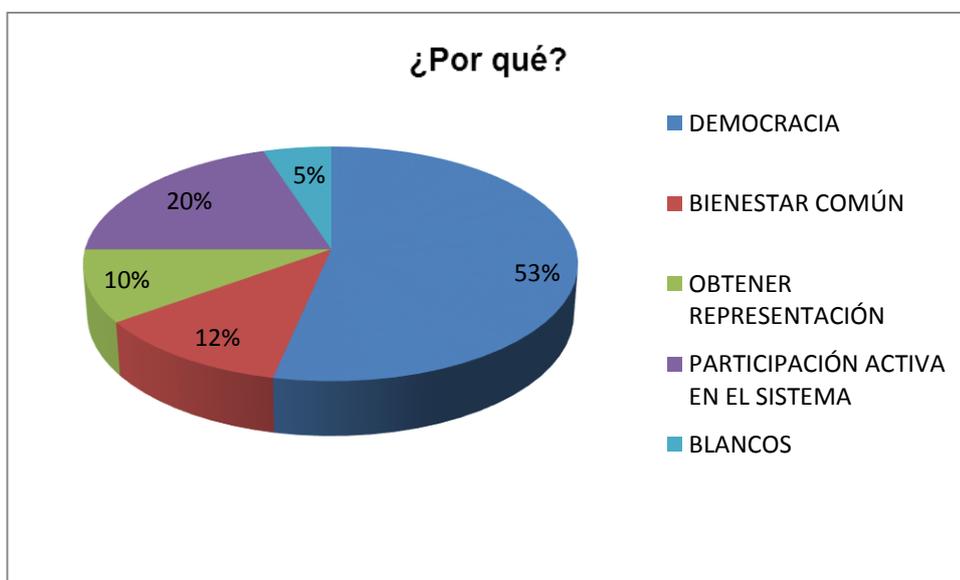
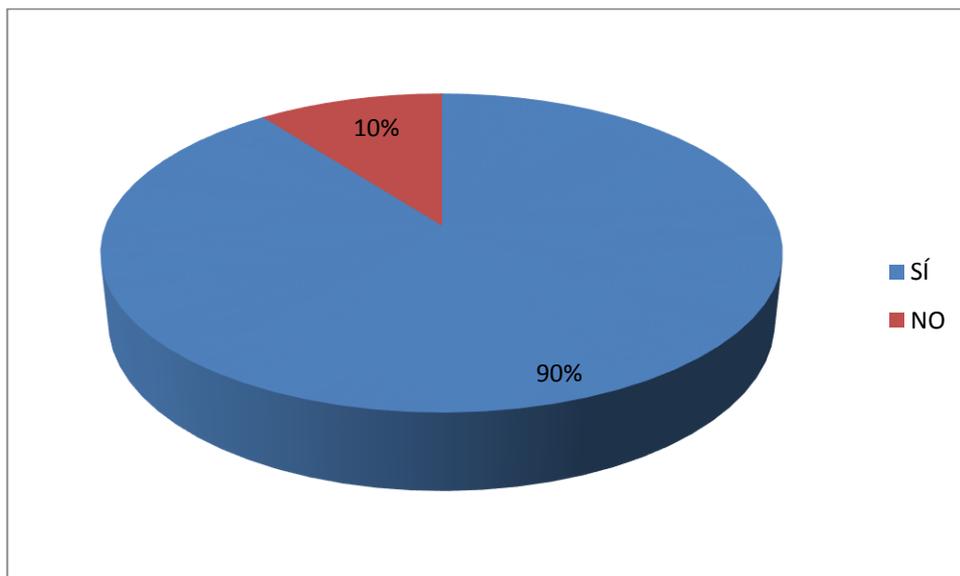
Estos proyectos elaborados por instituciones estatales antes mencionadas dan cabida al desarrollo inclusivo de los y las adolescentes, cuyas bases legales se encuentran instauradas tanto en la Constitución Ecuatoriana del 2008, el Plan Nacional del Buen Vivir, el Plan Nacional de Desarrollo y Código de la Democracia y el Código de la Niñez y Adolescencia.

QUITO: Análisis de la influencia de la propaganda electoral en los y las adolescentes del Colegio Particular Giordano Bruno

Posterior a la revisión teórica en base al tema de investigación es importante presentar resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas al público de estudio, en este caso los adolescentes de 16 y 17 años, con un total de 60 adolescentes encuestados (30 mujeres y 30 hombres), pertenecientes al segundo y tercero de bachillerato del Colegio Particular Giordano Bruno, ubicado en la zona centro sur de la ciudad Quito. Se ha tomado en cuenta a este grupo social a razón de que, está compuesto por adolescentes de un estrato social medio, lo que interesa para entender factores de comportamiento

frente a dicho componente dominante como es la propaganda electoral. Dado en este grupo etario y en su decisión con respecto a los nuevos procesos de participación ciudadana. Para ello se ha planteado una encuesta compuesta por nueve preguntas que engloban todos los ejes temáticos de esta investigación, tales como: conocimiento sobre sus derechos, influencia mediática, percepciones de los procesos electorales y participación ciudadana.

Figura 4 ¿Cree qué es importante ejercer el derecho al sufragio?

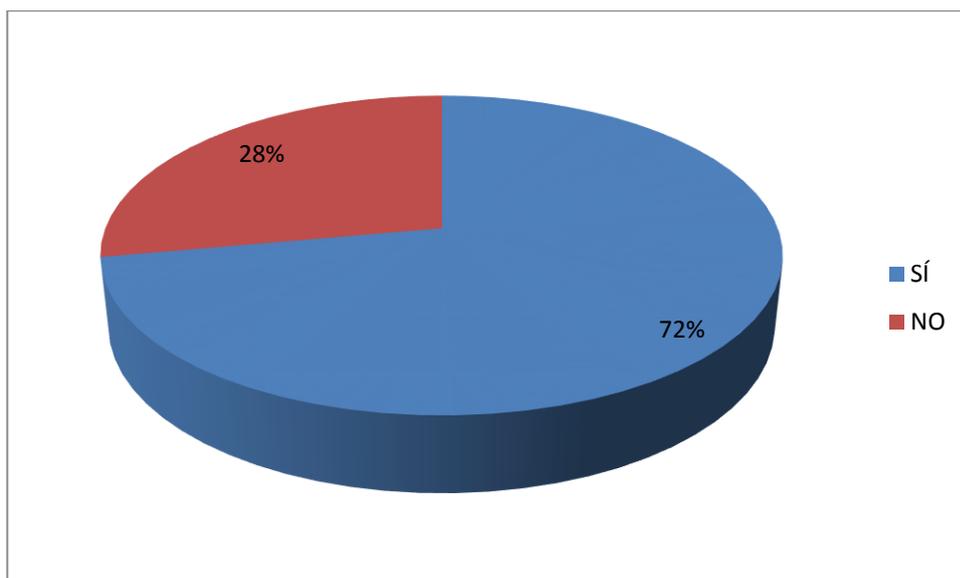


Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

Se observa claramente que esta población tiene conocimiento sobre su derecho al voto y su importancia para el ejercicio de participación, es así que el 90% de los adolescentes de esta colegio de entre 16 y 17 años opina que es vital su realización.

En consecuencia, se reconocen en su mayoría con un 53% que es parte de un acto democrático, seguido del 20% considerando que les otorga una imagen participativa en el sistema y en las consideraciones minoritarias observamos que el 10% llevan a cabo este derecho con el objeto de encontrar una representación política que garantice sus derechos.

Figura 5 ¿Piensa que los medios de comunicación le han informado sobre las diferentes alternativas políticas?

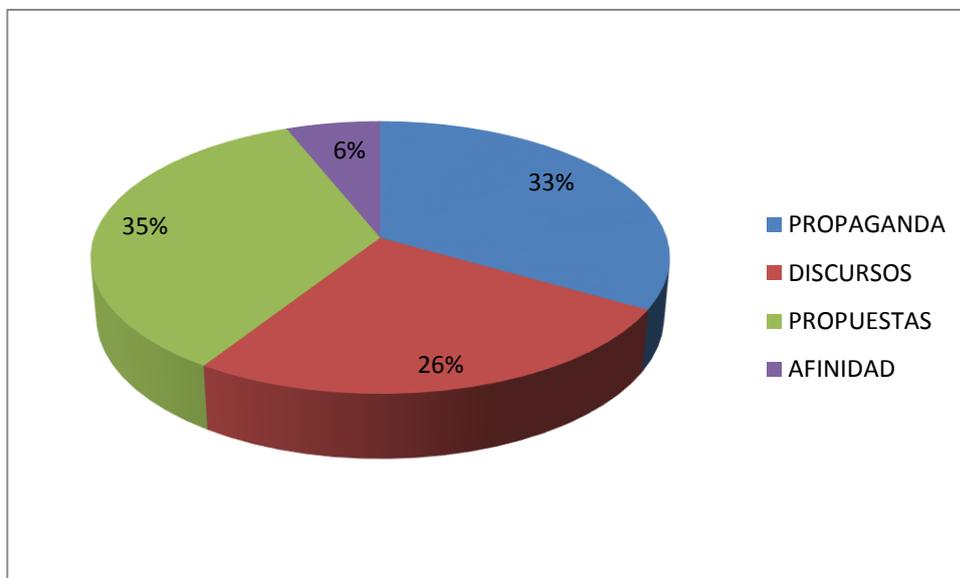


Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

En relación al papel de los medios en los procesos electorales el 72% de adolescentes encuestados consideran que los medios cumplen con su función informativa de las

diferentes alternativas políticas, evaluando de una manera cualitativa con un 41% como buena difusión de información y por el contrario con un 3% la determina como pésima.

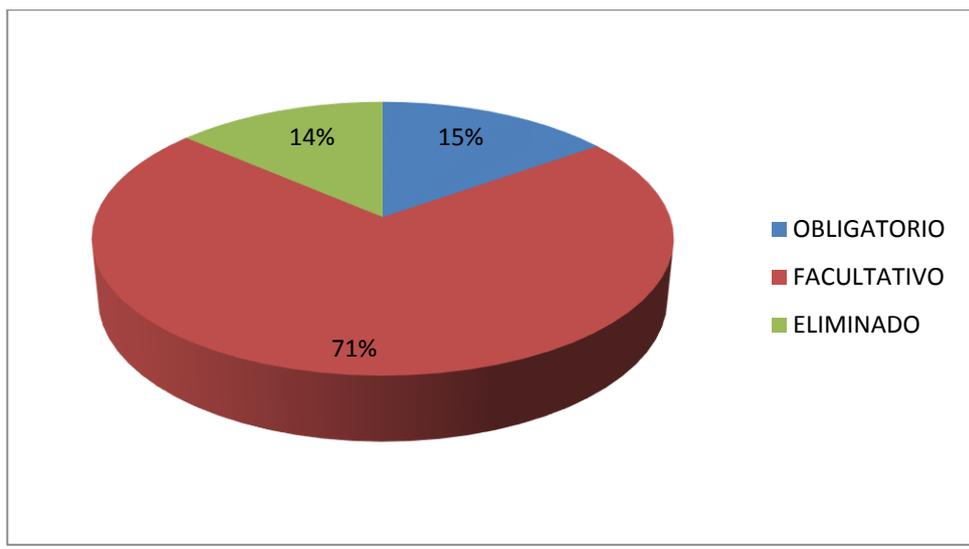
Figura 6 ¿Qué aspectos valora al momento de tomar una postura política?



Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

Según los y las adolescentes encuestados toman mayormente en cuenta con un 35% las propuestas que candidatos, movimientos y partidos políticos manejan en época de campaña electoral; transmitidas por los medios de comunicación masiva. En el mismo sentido la propaganda es otro factor tomando en cuenta teniendo un 33% de asertividad, seguido de un 26% que toma en cuenta los discursos trabajados en los meeting políticos desde las tarimas y espacios públicos.

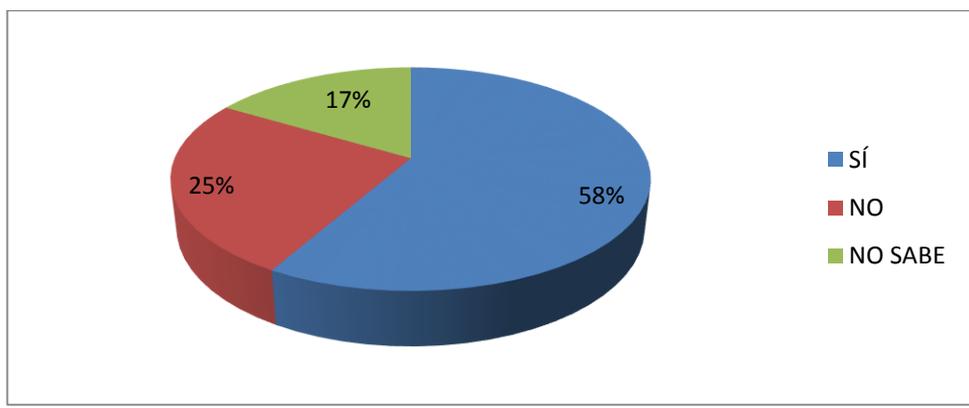
Figura 7 ¿Cree qué el sufragio para los y las adolescentes debe ser?

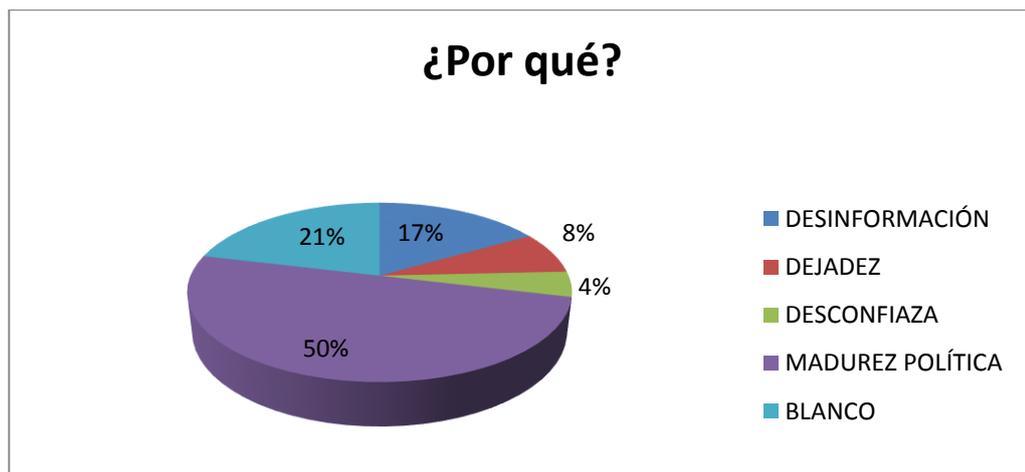


Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

Según el Código de la Democracia en el Art. 11 afirma: el ejercicio del derecho al voto se realizara de conformidad con las siguientes disposiciones [...] el voto será facultativo para las personas entre 16 y 18 años de edad (pág. 5); pues de esta forma se respalda el sufragio opcional para este grupo etario. De esta forma del grupo encuestado el 71% considera que el voto debe seguir siendo facultativo para este rango de edad, posterior a este porcentaje el 15% opina que debe considerarse obligatorio y un 14% cree que el voto debe ser eliminado.

Figura 8 ¿Se siente preparado para sufragar en las próximas elecciones?

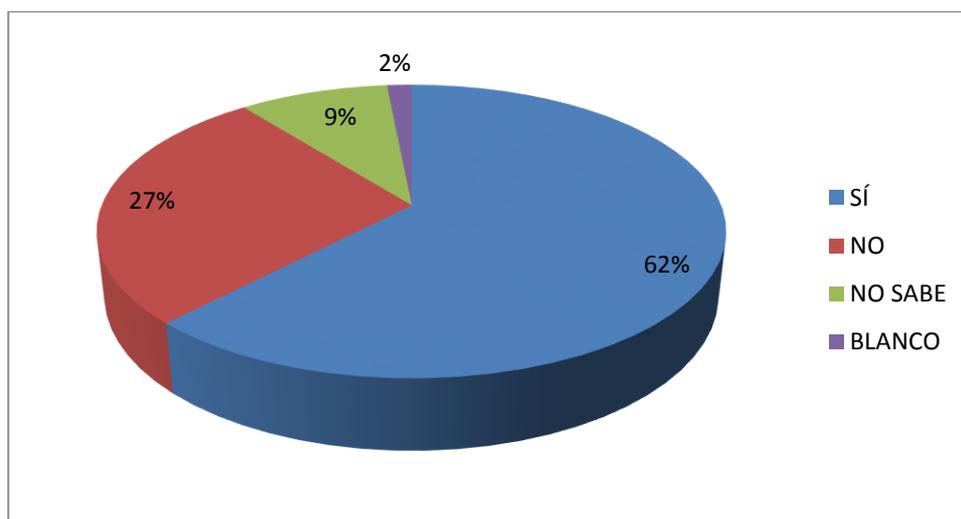




Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

En la población encuestada se puede observar que el 58% de los adolescentes se sienten preparados para ejercer su derecho al voto debido a que consideran que poseen madurez política representada con el 50%, mientras que el 17% de este grupo no se encuentra apto para enfrentarse a este proceso a causa de la desconfianza en el sistema por ello “el tipo de participación que corresponde promover para el real ejercicio de los derechos de los adolescentes puede llamarse participación autónoma” (UNICEF, 2010, pág. 17); es decir, que esta participación se basa en el consenso permanente de todas las decisiones a tomarse en asuntos socio-políticos.

Figura 9 ¿Cree que los medios de comunicación influyen en la decisión de sufragio de los y las adolescentes?



Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

Según el artículo 202 del Código de la Democracia (2013), menciona que:

El Consejo Nacional Electoral en la convocatoria para elecciones directas determinará la fecha de inicio y de culminación de las campañas electorales, que no podrán exceder de cuarenta y cinco días.

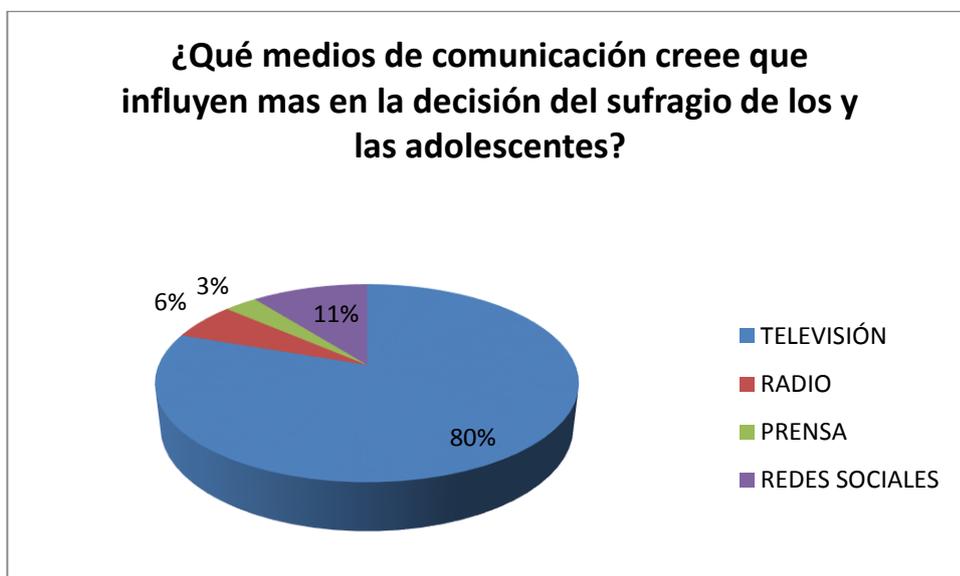
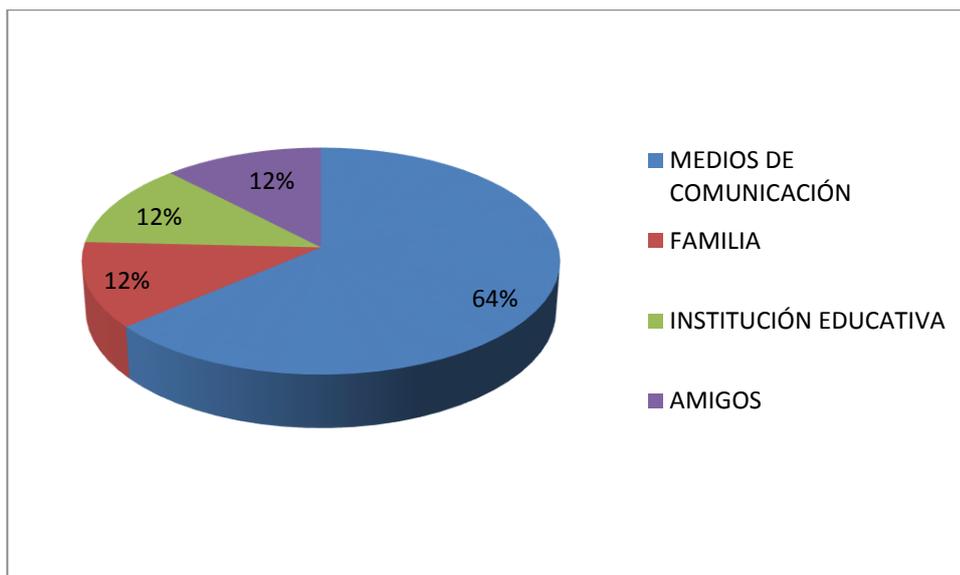
Durante este periodo, el Estado, a través del presupuesto del Consejo Nacional Electoral, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas programáticas de todas las candidaturas.

El financiamiento comprenderá exclusivamente la campaña propagandística en prensa escrita, radio, televisión y vallas publicitarias. El Consejo Nacional Electoral reglamentará el financiamiento según la realidad de cada localidad (pág. 99).

De igual forma en el art. 205 menciona: “a partir de la convocatoria a elecciones se prohíbe cualquier tipo de publicidad con fines electorales con excepción de las dispuestas por el Consejo Nacional Electoral” (pág. 101). Con respecto a la pregunta planteada los encuestados indican con un 62% que sí influyen los medios de comunicación masiva en el proceso electoral, por otro lado el 27% aclaran que no inciden en este proceso. (VER ANEXO 3)

Es importante mencionar que la campaña electoral emitida por los medios de comunicación masiva es necesaria en este proceso para llegar a toda la población ecuatoriana sin embargo, según la ley mencionada el organismo encargado para el control de la emisión de la propaganda electoral en los medios es el Consejo Nacional Electoral donde a través de un monitoreo mediático analiza cada una y sanciona aquellas que no se rigen a la ley vigente. En consecuencia a través de este estudio realizado para las últimas elecciones (febrero 2013) se pudo observar que no existió propaganda dirigida a los electores de voto facultativo, es así que se deduce que no existe influencia directa de la propaganda electoral en la decisión de sufragio.

Figura 10 ¿Quiénes le han brindado mayor información sobre su derecho al sufragio?



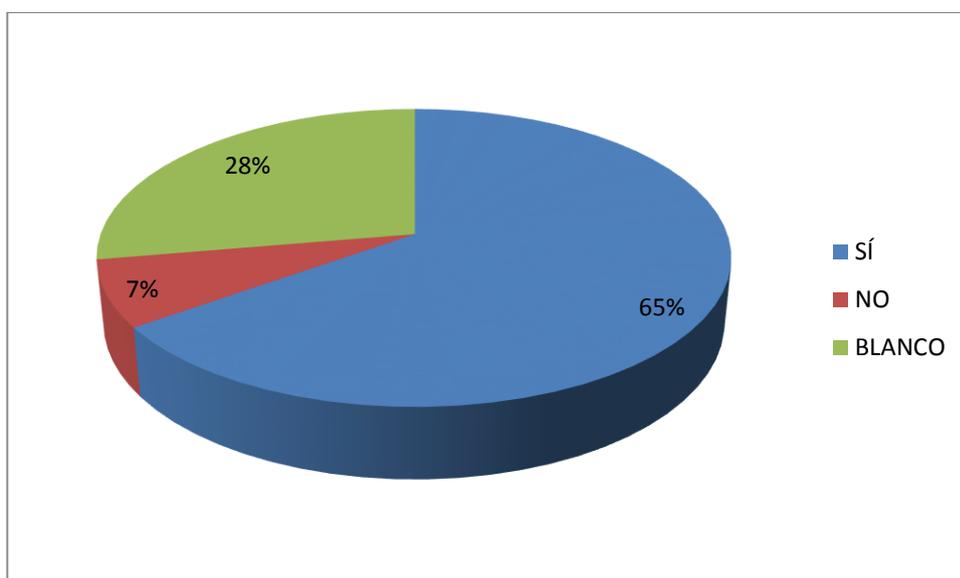
Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

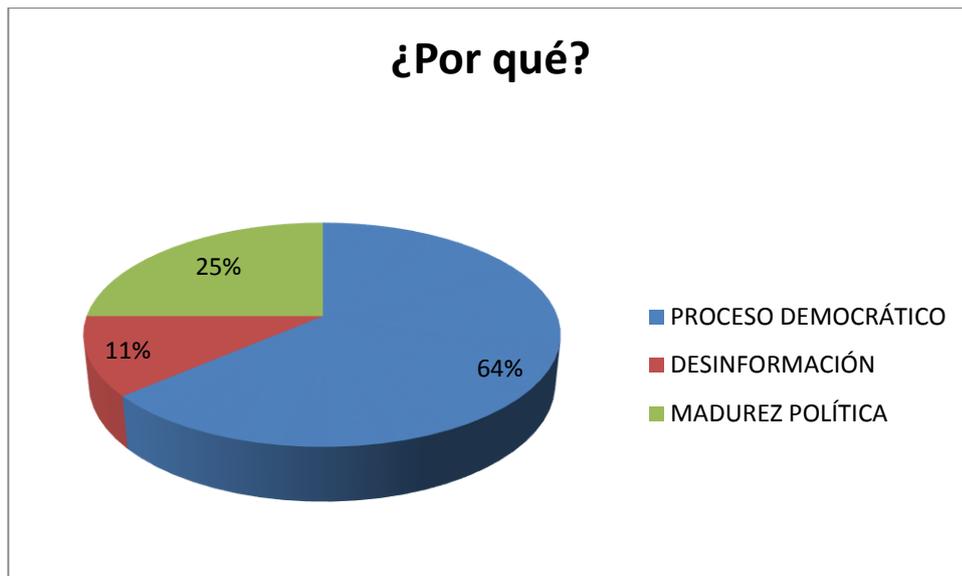
El 64% de los encuestados asegura que son los medios de comunicación la fuente que le ha brindado mayor información tomando en cuenta que por medios de comunicación englobamos a las nuevas TIC's, que en la actualidad se convierten en los medios de interacción social y espacios de aprendizaje para el/la adolescente. El y la adolescente “se encuentra en el centro de la trasmisión de los valores culturales y las relaciones sociales y puede considerarse, en este sentido, como un síntoma del mundo contemporáneo” (UNICEF, 2010, pág. 9). Consecuentemente se percibe 12% da acogida en las categorías de familia, institución educativa y amigos ya que estos conforman la esfera primaria, en la que forma la opinión inicial de los individuos.

Los adolescentes encuestados opinan con un 80% que el medio de comunicación que mayormente influye en decisión de sufragio es la televisión; tomando en cuenta que la comunicación audiovisual predomina y el manejo de la imagen del candidato se sobrepone al contenido refiriéndose a propuestas y discursos. Seguido de este medio, las redes sociales tienen 11% de acogida y de incidencia en los y las adolescentes. Como último medio tomando en cuenta esta la prensa con el 3%. Deduciendo así que con el desarrollo de nuevas tecnologías de la comunicación han irrumpido el hábito de la lectura y el interés por la prensa escrita, siendo este considerado el primer medio de comunicación masiva.

El artículo 13 de la Convención de los Derechos del Niño “complementa esta noción de participación al establecer el derecho a la libertad de expresión; incluye el derecho a buscar, recibir y difundir información” (UNICEF, 2010, pág. 15).

Figura 11 ¿Considera qué el ejercicio del voto es una forma de participación e inclusión ciudadana?





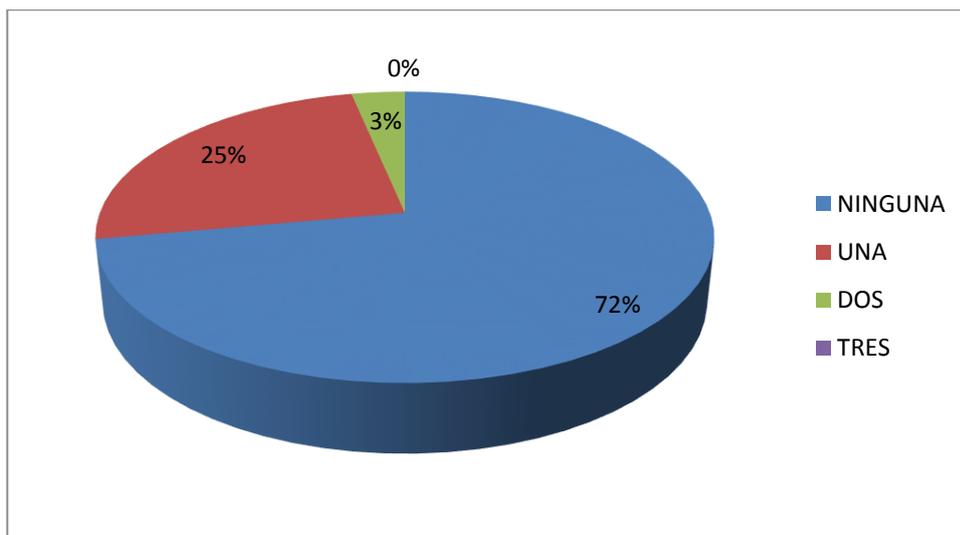
Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

Después de haber analizado los procesos de participación ciudadana e inclusión del adolescente en los procesos electorales se puede inferir que el sufragio facultativo es un mecanismo de inclusión igualitaria y equitativa en los procesos sociales. El 65 % de los encuestados opinan que el sufragio es un ejercicio del derecho ciudadano para su participación e inclusión, por otro lado opinan de manera contraria un 7% de esta población que considera que existe información sobre estos procesos.

Para el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social en su política 5 señala:

Las/los ecuatorianos/as debemos combatir la discriminación que existe hacia las personas de pueblos, nacionalidades indígenas, afro ecuatorianos, hacia las mujeres, los/as niños/as y jóvenes,[...]solo cuando respetemos y valoremos por igual las opiniones yaks propuestas de todas la personas, podremos avanzar hacia la auténtica democracia (Consejo de participación ciudadana y control social, 2011, pág. 15).

Figura 12 ¿A partir del 2008 cuantas veces ha acudido a sufragar?



Elaborado por: Silvia Soria y Lizeth Villarroel

Es pertinente acotar que, “la voz de los adolescentes, o su silencio, es solo una parte del problema. La otra parte es la incapacidad de los adultos para prestar oído a esa voz y a ese silencio” (UNICEF, 2010, pág. 12). En este momento de la encuesta podemos deducir que el 72% de los encuestados no ha acudido a sufragar en las elecciones debido a que estas serían sus primeras elecciones en el rango de edad de 16 años por otro el 25% ha asistido una sola vez a votar tomando en cuenta que ya son los adolescentes de 17 años y próximos a cumplir 18 años. Con un 2% se encuentran aquellos adolescentes que han participado en dos procesos electorales.

De lo anterior se puede decir que, “La confianza política en el sistema y el interés por la política parecen ser dos factores fundamentales cuya influencia es decisiva en la elección de estos jóvenes de asistir o no a las urnas” (Instituto de la democracia Ecuador, 2013, pág. 73). Dicha decisión se refleja en los porcentajes otorgados por el Consejo Nacional Electoral y las encuestas realizadas.

CONCLUSIONES

- La comunicación de masas vista desde una perspectiva teórica funcionalista apunta a emitir información usando medios de comunicación masivos donde el mensaje tiene una intencionalidad específica, orientada a incidir en las conductas de las audiencias. El desarrollo de las TIC's ha dado paso a la popularidad de la televisión en las sociedades contemporáneas y ésta a su vez es un medio de comunicación que maneja contenidos audiovisuales y que por ello atrapa la atención de las masas teniendo como objetivo su persuasión.

A la par del desarrollo de las sociedades las formas de comunicarse y de transmisión de información han evolucionado de tal manera que actualmente se observan nuevas estrategias comunicacionales para dirigirse al público, como es el caso de la propaganda electoral transmitida por televisión, siendo esta emisora de ideologías e imagen comercial de los candidatos políticos.

En consecuencia: se evidencia que la televisión como medio de comunicación y la propaganda electoral son consustanciales dentro de los procesos electorales para atraer la atención de las audiencias.

- En sociedades democráticas es importante que exista una veeduría y una participación ciudadana que incida en la toma de decisiones como actores sociales. Ecuador, al desarrollarse en un sistema democrático representativo, donde el poder ciudadano se refleja en las urnas, da cabida a validar su derecho al sufragio. Para garantizar la participación ciudadana activa se ha incluido a sectores de la población ecuatoriana exceptos del voto como es el caso de: adolescentes entre 16 y 17 años, miembros activos de la Policía Nacional y Fuerzas Armadas, personas con capacidades especiales, ecuatorianos y ecuatorianas que residen en el extranjero y personas privadas de la libertad; con la finalidad de cumplir con los lineamientos planteados en la Constitución ecuatoriana aprobada en el año 2008, donde la esencia radica en el poder ciudadano en conjunto con las figuras representativas que avalan los derechos y deberes que poseen los ciudadanos.

Con lo anterior, y la inclusión del adolescente, se garantiza un desarrollo integral para esta población que se canaliza a través de la participación dentro de la esfera socio-política.

- En Ecuador a raíz de la inclusión de los y las adolescentes activos y activas en procesos políticos se evidencia una participación ciudadana, una construcción del poder ciudadano y una credibilidad en el sistema democrático existente en el país. Así lo refleja el análisis realizado en el capítulo III donde a través de estadísticas se observa el incremento de la empatía ciudadana en relación a la toma de decisiones.

Se denota además que los y las adolescentes reciben información sobre procesos electorales a través de entidades gubernamentales, que utilizan campañas educomunicativas, donde manejan temas que permiten el reconocimiento de sus derechos y deberes y de responsabilidad al momento de sufragar.

El análisis arroja resultados donde los y las encuestados y encuestadas consideran poseer capacidades como la madurez política para ejercer su derecho al voto y a la vez reciben información directa sobre estos procesos de parte de los medios de comunicación masivos específicamente, de la televisión.

No obstante, el mismo análisis muestra que no existe propaganda electoral dirigida al público de voto facultativo, sino que en consecuencia inciden en su decisión al voto los proyectos y campañas realizadas por el organismo estatal mas no de una propaganda electoral específica.

LISTA DE REFERENCIAS

Ágora Democrática. (2006). *Módulo avanzado de formación política "comunicación política en campañas electorales"*.

- Alcubilla, E. A. *Biblioteca católica digital* . Recuperado el 20 de Julio de 2013, de Sufagio: <http://www.mercaba.org>
- Almond, G. *Pontificia universidad católica de Chile* . Recuperado el 2 de Diciembre de 2013, de El estudio de la cultura política : <http://www7.uc.cl>
- Aronson, E., & Pratkanis, A. (1994). La influencia misteriosa . En E. Aronson, & A. Pratkanis, *La comunicación persuasiva* . Barcelona : Paidós.
- Barbero, J. M. (26 de Mayo de 2010). *Innovarium* . Recuperado el 16 de Noviembre de 2013, de Innovarium : <http://www.innovarium.com>
- Caicedo, S. (24 de Abril de 2013). *Blog universidad de las américas* . Recuperado el 17 de Julio de 2013, de Historia del derecho al sufragio en Ecuador : <http://blogs.udla.edu.ec>
- Caldeiro, G. (2005). *comunicación: enfoques interdisciplinarios para el estudio de comunicación social* . Recuperado el 20 de marzo de 2014, de historia de los medios de comunicación masiva : <http://comunicacion.idoneos.com>
- Canel, M. J. (2006). *Universidad centroamericana "José Simeón Cañas"*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de Comunicación política una guía para su estudio práctica segunda edición : <http://www.uca.edu.sv>
- CAPEL. (1988). Constitución y elecciones en América Latina . En D. A. Sabsay, *Elecciones y democracia en América Latina: memorias del primer encuentro anual interamericano de elecciones* . Costa Rica.
- CAPEL. (1988). *Diccionario electoral tomo II* . San José: CAPEL.
- CAPEL. (1988). Sisistemas electorales y procesos de transición a la democracia en América Latina. En M. Fernandez Baeza, *Elecciones y democracia en América Latina: Memoria del primer curso anual interamericana de elecciones* . Costa Rica .
- CAPEL. (1998). Los sistemas en los procesos electorales . En R. Chang Mota, & A. Silvia Aristeguieta, *Elecciones y democracia en América Latina: memoria del primer curso anual interamericano de elecciones* . San José: CAPEL.

- Cardozo, G. G. (s.f.). *Historia del concepto de red social* . Recuperado el 29 de Octubre de 2013, de <http://api.ning.com/>
- CEPLAES. (2008). Enfoque conceptual y metodología. En S. García, *Buenas prácticas en participación: experiencias de participación y control social de la sociedad civil en procesos de desarrollo en Ecuador* . Quito: Servicio alemán de cooperación social técnica (DED).
- CIEDLA. (1999). Campaña electoral en tiempos de multiplicidad de canales audiovisuales . En W. Schulz, *Globalización, democracia y medios de comunicación* . Buenos Aires: Konrad- Adenauer- Stiftung A.C.
- CIEDLA. (1999). Duelo en la televisión . En M. Rutz, *Globalización, democracia y medios de comunicación* . Buenos Aires : Konrad- Andenauer- Stiftung A.C.
- CIEDLA. (1999). Management de la comunicación política: La americanización de las campañas electorales. En P. Radunski, *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Buenos Aires: Konrad- Adenauer- Stiftung A.C.
- Código de la niñez y adolescencia. (3 de Enero de 2003). *Red educativa metropolitana de Quito*. Recuperado el 24 de Julio de 2013, de Título I: definiciones; II: principios fundamentales : <http://remq.edu.ec>
- Código de la niñez y adolescencia. (3 de Enero de 2003). *Red educativa metropolitana de Quito* . Recuperado el 24 de Julio de 2013, de Capítulo IV: deberes, capacidad y responsabilidad de los niños, niñas y adolescentes : <http://remq.edu.ec>
- Consejo de participación ciudadana y control social. (2011). Política 5 . *Políticas* .
- Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. *Consejo de Participación Ciudadana y Control Social*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de Glosario básico de participación ciudadana, control social y transparencia: <http://www.participacionycontrolsocial.gob.ec/>
- Constitución Ecuatoriana. (2008). Capítulo sexto: derechos de libertad . En *Constitución Ecuatoriana* . Quito.

- Corporación latinobarómetro. (2013). *Informe 2013*. Santiago de Chile : Latinobarómetro.
- Cruz Prados, A. (2007). *Depósito académico digital universidad de Navarra* . Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de Política de Aristóteles y democracia I : <http://dspace.unav.es/>
- Dance, F. (1973). *Hacia una teoría de la comunicación humana* .
- De Fleur, M., & Ball-Rokeach, S. (1993). La aparición de la prensa de masas . En M. De Fleur, & S. Ball-Rokeach, *Teoría de la comunicación de masas* . Barcelona : Paidós Ibérica S.A.
- Del Rey Morató, J. (2013). *Universidad del país Vasco* . Recuperado el 21 de Septiembre de 2013, de ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política?: <http://www.ehu.es>
- Española, R. A. (2001). *diccionario de la lengua española* . Recuperado el 15 de noviembre de 2012, de <http://lema.rae.es/drae/?val=COMUNICACION>
- Freire, P. (1973). *¿Extensión o comunicación?* Siglo veintiuno editores .
- Galarza, P. (5 de Diciembre de 2013). Proyecto quiero elegir . (S. Soria, & L. Villarroel, Entrevistadores)
- Guevara Castillo, M. (s.f.). *Google books*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de Información política y opinión pública en la prensa: actores, polifonía y estrategias en la construcción del temario: <http://books.google.com.ec>
- Instituto de estudios peruanos. (2010). Nueva participación juvenil en el contexto de la "revolución ciudadana". En A. Gillman, *Democracia en la región andina* . Lima.
- Instituto de la democracia Ecuador ; Consejo nacional electoral Ecuador. (2013). Campaña electoral, propaganda y límite de gasto. En L. Ecuador , & C. Ecuador, *Ley organica electoral y de organizaciones políticas de la república del Ecuador* . Quito: Instituto de la democracia.

- Instituto de la democracia Ecuador. (2013). Voto facultivo de jóvenes en Ecuador: un cuestion de confianza y expectativa sobre la democracia . En C. Bastidas Redin, *Democracias vol. I*. Quito: Instituto de la democracia.
- Instituto de la Democracia Ecuador; Consejo Nacional Electoral Ecuador. (2013). Sufragio: derechos y garantías. En I. Ecuador, & c. Ecuador , *Ley organica electoral y de organizaciones políticas de las república del Ecuador*. Quito: Instituto de la democracia.
- Maigret, É. (2005). La tensión razón/ técnica en el corazón del asunto de la comunicación. En É. Maigret, *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de cultura económica Ltda.
- Marshall, T. H., & Bottomore, T. (1998). En T. H. Marshall, & T. Bottomore, *Ciudadanía y clase social* . Madrid: Madrid.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1997). Los empirismos del nuevo mundo . En A. Mattelart, & M. Mattelart, *Historia de las teorías de la comunicación* . Barcelona : Paidós ibérica, S.A.
- Mendé, & Smith. (1999). *La comunicación política: un espacio de confrontación* .
- Merchan, C. (21 de Noviembre de 2013). Proyecto MIES . (S. Soria, & L. Villarroel, Entrevistadores)
- Ministerio de inclusión económica y social. (04 de Julio de 2013). *Ministerio de inclusión económica y social*. Recuperado el 20 de Julio de 2013, de MIES, Garantiza participación activa de adolescentes, personas con discapacidad y adultos mayores : <http://www.inclusion.gob.ec>
- Montalván, M. V. (1985). La irrupción de la imprenta. En M. V. Montalván, *Historia y comunicación social* . Madrid: Alianza.
- Montoya del Campo, A. M. (2001). *Neoliberalismo y sociedad* . México D.F: Centro de investigaciones, información y apoyo a la cultura, a.c .
- Naciones unidas derechos humanos. (1996-2013). *Naciones unidas derechos humanos oficina de alto comisionado para los derechos humanos*. Recuperado el 1 de Agosto de 2013, de ¿Qué son los derechos humanos?: <http://www.ohchr.org>

- Ossadón, J. C. (2001). *Felicidad política en el último de la polis en la filosofía de Aristóteles* .
- Ramonet, I. (2003). Comunicación contra información . En I. Ramonet, *La tiranía de la comunicación* . Debate.
- Red nicaraguense por la democracia y el desarrollo local. *Red nicaraguense por la democracia y el desarrollo local*. Recuperado el 25 de Octubre de 2013, de La participación ciudadana que queremos : <http://www.ccer.org.ni>
- Reforza, P. (1 de Febrero de 2000). *Laberinto*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de Aristóteles: la política y el Estado: <http://laberinto.uma.es>
- Reséndiz Tinoco, M. (17 de Enero de 2013). *Prezi.com*. Recuperado el 30 de Mayo de 2013, de Historia de la radio : <http://prezi.com>
- Roda Salinas, F. J., & Beltrán de Tena, R. (1998). Principales medios de comunicación de masas . En F. J. Roda Salinas, & R. Beltrán de Tena, *Información y comunicación: los medios y su aplicación didáctica* . Barcelona : Gustavo Gili, S.A.
- Rubio, A. (2012-2013). *Universidad complutense de Madrid* . Recuperado el 19 de Octubre de 2013, de Agel L. Rubio dpt. de historia de la comunicación social : <http://pendientedemigracion.ucm.es>
- Rusell, B. (1983). *El conocimiento humano* . Barcelona: Orbis S.A.
- Sahuenza, A. (2004). *Centro ecuatoriano de derecho ambiental* . Recuperado el 19 de Julio de 2013, de Participación ciudadana en la gestión pública : <http://www.ceda.org.ec>
- Sartori, G. (2003). La democracia antigua y la democracia moderna . En G. Sartori, *¿Qué es la democracia?* Buena Aires: Alfaguara S.A.
- SEMPLADES. (2007-2010). Objetivo 2: Mejorar las capacidades y potencialidades de la. En SEMPLADES, *Plan nacional de desarrollo*.
- SEMPLADES. (2009-2013). El proceso de construcción del plan nacional del buen vivir. En SEMPLADES, *Plan nacional del buen vivir*. Quito.

- Thompson, J. (1998). Una teoría de los medios de comunicación . En J. Thompson, *Los media y la modernidad* .
- Torres, R. M. (11 de Junio de 2005). *Universidad de Barcelona* . Recuperado el 15 de Junio de 2013, de Sociedad de la información/ sociedad del conocimiento : <http://www.ub.edu>
- Tribunal Supremo Electoral. (1990). El populismo y los partidos políticos en el Ecuador . En C. De la Torre Espinosa, *Análisis de los procesos electorales* . Quito: Corporación editorial nacional .
- Tribunal Supremo Electoral. (1990). El ausentismo electoral en Ecuador . En M. Andrade Argudo, *Análisis de los procesos electorales vol. 4*. Quito: Corporación editora nacional .
- Tribunal Supremo Electoral. (1990). La regulación de la propaganda electoral . En G. Rodas Chaves, *Análisis de los procesos electorales* . Quito: Corporación editora nacional .
- Tribunal Supremo Electoral. (1990). Las tendencias políticas en el Ecuador . En M. Araujo Hidalgo, *Análisis de los procesos electorales vol. 4*. Quito: Corporación editorial nacional .
- Tribunal Supremo Electoral. (1990). Regulación de la propaganda electoral . En F. Ehlers, *Análisis de los procesos electorales vol. 4*. Quito: Corporación editora nacional .
- UNICEF. (2010). Orientaciones para la formulación de políticas. *Adolescencia en América Latina y el caribe*.
- Vergara Estévez, J. (2005). *La concepción de la democracia deliberativa de Habermas vol. II* .
- Villamarín, J. (1197). En J. Villamarín, *síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo* . Quito: ramanda .
- Weaver, W. (1976-1977). *La matemática de la comunicación en Smith* .

Yanes Mesa, R. (2007). *La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada* .

Zurita, A. (21 de Noviembre de 2013). Coordinadora proyecto "el poder del voto". (S. Soria, & L. VillarroelL, Entrevistadores)

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta realizado a los estudiante de 16 y 17 años del colegio particular “Giordano Bruno”

1.- ¿Cree que es importante ejercer el derecho al sufragio?

SÍ...

NO...

¿Por qué?.....

2.- ¿Piensa que los medios de comunicación le han informado sobre las diferentes alternativas políticas?

SÍ...

NO...

¿De qué manera?

Pésimo....

Muy mala....

Mala....

Regular....

Buena.....

Muy buena.....

3.- ¿Qué aspectos valora al momento de tomar una postura política?

Propuestas... Discursos....

Propaganda...

Afinidad....

4.- ¿Cree que el sufragio para los/las adolescentes debe ser?

Obligatorio...

Facultativo...

Eliminado...

5.- ¿Se siente preparado para sufragar en las próximas elecciones?

SÍ....

NO....

NO SABE....

¿Por qué?.....

6.- ¿Cree que los medios de comunicación influyen en la decisión de sufragio de los/las adolescentes?

SÍ....

NO....

NO SABE....

7.- ¿Quiénes le han brindado mayor información sobre su derecho al sufragio?

Medios de comunicación....

Instituciones educativas....

Familia....

Amigos....

¿Qué medios de comunicación cree que influyen más en la decisión del sufragio de los/las adolescentes?

Televisión....

Radio....

Prensa....

Redes sociales...

8.- ¿Considera que el ejercicio del voto es una forma de participación e inclusión ciudadana?

SÍ....

NO....

¿Por qué?.....

9.- ¿A partir del 2008 cuantas veces ha acudido a sufragar?

Ninguna....

1....

2....

3...

4....

Anexo 2 Temario para entrevistas en:

TEMARIO

CNE

- POR QUÉ SURGE LA PROPUESTA DE QUE LOS/LAS DOLESCENTES SUFRAGEN
- CUÁLES SON LAS ESTRATEGIAS QUE IMPLEMENTA EL CNE EN RELACION A ESTE DERECHO DE LOS/LAS ADOLESCENTES.
- CÓMO SE MANEJA LA COMUNICACIÓN PARA LOS/LAS ADOLESCENTES EN EL SUFRAGIO (PROPAGANDA-PUBLICIDAD)
- EL CNE REGULA LA PROPAGANDA ELECTORAL, QUÉ MECANISMOS USA.
- ESTADISTICAS DE LA POBLACION ADOLESCENTE QUE SUFRAGO EN LAS ELECCIONES A PARTIR DEL 2008
- LA POBLACION ADOLESCENTE CUMPLE LAS ESPECTATIVAS PREVISTAS POR EL CNE
- EL PROYECTO DE INCLUSION HA CUMPLIDO CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS
- CON QUÉ ORGANISMOS TRABAJA PARA FOMENTAR EL INTERÉS POR EL SUFRAGIO

MIES

- PROYECTOS VIGENTES EN RELACION CON EL SUFRAGIO ADOLESCENTE
- CÓMO Y PORQUÉ SE GENERAN LAS ESCUELAS DE CIUDADANIA Y ESPACIOS JUVENILES
- ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR EL DERECHO AL SUFRAGIO EN LOS/LAS ADOLESCENTES
- RELACIÓN ENTRE EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR Y LA INCLUSION DEL ADOLESCENTE EN LOS PROCESOS POLITICOS.
- ORGACIONES , COLECTIVOS QUE TRABAJEN POR ESTA INICIATIVA
- CÓMO SE MANEJA LA COMUNICACIÓN PARA LOS/LAS ADOLESCENTES EN EL SUFRAGIO PROPAGANDA-PUBLICIDAD

Anexo 3 Monitoreo en medios según INFOMEDIA

DIRECCIÓN NACIONAL DE FISCALIZACIÓN Y CONTROL DEL GASTO ELECTORAL

MONITOREO EN MEDIOS SEGÚN INFOMEDIA

Medios: Prensa, Radio, TV, Revista, Suplemento, VP

Periodos: Enero 2013-Febrero 2013

		Total Avisos	Enero	Febrero
QUITO Total		38.131	16.936	21.195
Radio Total		31.845	10.835	21.010
	AÑORANZA LA RUMBERA	2.153	974	1.179
	LA RED 102.1	1.956	637	1.319
	LA LUNA	1.888	501	1.387
	AMERICA STEREO	1.871	628	1.243
	CANELA (Q)	1.782	634	1.148
	DISNEY (Q)	1.714	503	1.211
	JC LA BRUJA	1.514	421	1.093
	RUMBA (Q)	1.511	471	1.040
	ESTEREO ZARACAY	1.413	478	935
	FM MUNDO	1.270	513	757
	CENTRO (Q)	1.231	287	944
	EXA	1.212	338	874
	GITANA	1.120	425	695
	SONORAMA	1.073	452	621
	FRANCISCO STEREO	979	460	519
	LA OTRA (Q)	896	215	681
	FUEGO HOT 106	859	353	506
	SUCESOS	814	328	486
	JOYA STEREO	701	112	589
	METRO STEREO	695	89	606
	VISION	638	249	389
	NUEVA EMISORA CENTRAL	622	227	395
	MAJESTAD	577	271	306
	ECUASHYRI	521	272	249
	PLATINIUM	497	156	341
	POSITIVA	488	164	324
	ERES	420	64	356
	QUITO	415	142	273
	TARQUI	322	163	159
	DEMOCRACIA	302	78	224
	COLON	220	117	103
	UNIVERSAL	171	113	58
TV Total		5.944	5.944	
	RTS	1.690	1.690	
	GAMA	843	843	
	CANAL 1	835	835	
	TC TELEVISION	776	776	

	ECUAVISA	552	552	
	TELEAMAZONAS	519	519	
	TELERAMA	301	301	
	OROMAR TELEVISION	178	178	
	CABLE DEPORTES	104	104	
	CABLE NOTICIAS	100	100	
	ECUADOR TV	46	46	
	Prensa Total	306	157	149
	EL COMERCIO	116	53	63
	HOY	91	53	38
	LA HORA/QUITO	59	36	23
	SEMANARIO LIDERES	17		17
	ULTIMAS NOTICIAS	15	7	8
	METRO	8	8	
	Suplemento Total	36		36
	SUPLEMENTO REVISTA (EL COMERCIO)	17		17
	SUPLEMENTO (EL COMERCIO)	15		15
	SUPLEMENTO (HOY)	4		4

Total electores por grupos de ciudadanos según circunscripción electoral.

Circunscripción electoral	Grupos de ciudadanos									TOTAL
	General	16 a 17 años*	>65 años	Analfabeto	Militar	Policia	Extranjero	Residente exterior	Doble nacionalidad	
1 Azuay	436,810	29,271	42,919	36,358	602	936	2,227	2,141	27	551,291
2 Bolívar	101,212	4,902	13,790	22,858	840	1,166	75	75	1	144,919
3 Cañar	152,592	9,286	13,039	22,970	344	571	144	1,123	1	200,070
4 Carchi	98,857	7,072	13,841	6,963	911	909	3,470	112	3	132,138
5 Cotopaxi	222,298	14,101	19,280	41,283	2,895	1,351	372	241	6	301,827
6 Chimborazo	262,923	22,384	26,590	48,668	2,778	1,481	513	737	11	366,085
7 El Oro	361,566	22,316	35,329	13,281	3,321	1,374	843	120	2	438,152
8 Esmeraldas	286,844	15,142	21,367	31,789	1,859	1,606	1,946	59	11	340,623
9 Guayas	2,047,933	111,050	189,716	126,074	10,750	4,477	17,416	1,870	19	2,509,405
10 Imbabura	222,829	15,433	23,206	36,401	1,485	1,287	2,380	376	16	303,413
11 Loja	261,250	14,022	37,790	17,677	2,850	1,361	543	304	3	335,800
12 Los Ríos	416,130	22,704	33,078	59,467	1,880	1,947	878	107	3	536,194
13 Manabí	799,908	48,699	72,572	101,025	1,657	2,276	1,870	257	17	1,028,281
14 Morona Santiago	75,037	6,265	4,644	6,904	1,048	344	107	180	1	94,510
15 Napo	49,346	4,142	2,077	5,085	556	383	216	12		61,817
16 Pastaza	40,699	3,653	2,510	4,354	1,486	353	154	21	2	53,232
17 Pichincha	1,479,124	97,057	137,230	64,180	11,741	13,036	43,487	3,588	542	1,849,985
18 Tungurahua	299,198	18,850	34,487	33,820	2,029	1,484	1,348	479	20	391,715
19 Zamora Chinchipe	51,246	4,099	3,940	2,912	523	414	78	11		63,223
20 Galápagos	13,592	600	765	259	129	239	134	5	3	15,726
21 Sucumbios	83,287	7,236	3,570	5,840	1,651	648	1,757	3		103,992
22 Orellana	60,355	5,215	1,955	4,463	1,344	256	275	3	5	73,871
23 Sto. Dgo. Tsáchilas	213,310	14,334	13,849	12,820	1,320	1,050	5,655	42	10	262,490
24 Santa Elena	152,744	9,345	12,877	9,335	1,012	541	536	32		186,422
26 Europa Asia Oceanía	135,306	257	751	560	14	3		233	5	137,189
27 EEUU Canadá	30,168	84	1,963	282	25	6	1	1,041	12	33,582
28 A Latina Caribe África	12,978	15	425	244	16	2	1	129	3	13,813
TOTAL	8,347,602	507,534	763,560	715,972	55,066	39,501	86,426	13,381	723	10,529,765

Fuente: Direcciones General de Procesos Electorales, Organizaciones Políticas, Informática Electoral, Serenias

Elaboración: Centro de Información y Documentación Electoral, CIDE

* Incluye a los ciudadanos que cumplieron 18 años de edad

Anexo 5 Tabla de electores menores de edad, consulta popular 2011

C.N.E.

ANEXO 9

RESUMEN DE
SUFragANTES

PROCESO ELECTORAL: MAYO
7/2011

C D	PROVINCIA	TOTAL ELECTOR ES PADRON	CIUDADANOS MENORES DE EDAD													
			Total Elector es	Si Sufrag an	No Sufrag an	No Procesa do	% Ausent.	FEMENINO				MASCULINO				
								Tot.Ele c.	Si Sufrag an	No Sufrag an	%Ause nt	Tot.Ele c.	Si Sufrag an	No Sufrag an	%Ause nt	
1	AZUAY	581.154	31.719	15.383	16.336	0	52	15.704	8.204	7.500	48	16.015	7.179	8.836	55	
2	BOLIVAR	153.330	6.538	4.268	2.270	0	35	3.346	2.326	1.020	30	3.192	1.942	1.250	39	
3	CAÑAR	210.399	10.138	5.332	4.780	26	47	5.107	2.884	2.197	43	5.031	2.448	2.583	51	
4	CARCHI	135.900	7.277	4.212	3.065	0	42	3.582	2.150	1.432	40	3.695	2.062	1.633	44	

5	COTOPAXI	319.402	16.226	10.917	5.285	24	33	8.036	5.636	2.400	30	8.190	5.281	2.885	35
6	CHIMBORA ZO	387.202	24.259	13.134	11.125	0	46	11.949	6.816	5.133	43	12.310	6.318	5.992	49
7	EL ORO	463.609	25.611	16.239	9.372	0	37	12.790	8.647	4.143	32	12.821	7.592	5.229	41
8	ESMERALD AS	368.205	19.311	10.882	8.385	44	43	9.713	5.963	3.750	39	9.598	4.919	4.635	48
9	GUAYAS	2.658.712	132.318	89.749	42.434	135	32	64.545	45.732	18.787	29	67.773	44.017	23.647	35
10	IMBABURA	320.689	17.541	9.709	7.832	0	45	8.696	5.174	3.522	41	8.845	4.535	4.310	49
11	LOJA	356.484	17.236	9.394	7.842	0	45	8.515	4.909	3.606	42	8.721	4.485	4.236	49
12	LOS RIOS	570.080	27.923	20.215	7.673	35	27	13.973	10.691	3.265	23	13.950	9.524	4.408	32
13	MANABI	1.088.099	56.525	40.224	16.301	0	29	27.862	20.924	6.938	25	28.663	19.300	9.363	33
14	MORONA SANTIAGO	102.317	7.314	3.515	3.764	35	51	3.657	1.845	1.777	49	3.657	1.670	1.987	54
15	NAPO	67.385	4.986	3.434	1.552	0	31	2.502	1.839	663	26	2.484	1.595	889	36

16	PASTAZA	57.614	4.333	2.309	2.024	0	47	2.182	1.225	957	44	2.151	1.084	1.067	50
17	PICHINCHA	1.939.768	105.972	58.377	46.951	644	44	51.409	29.887	21.332	41	54.563	28.490	25.619	47
18	TUNGURAH UA	411.647	20.946	12.417	8.529	0	41	10.354	6.468	3.886	38	10.592	5.949	4.643	44
19	ZAMORA CHINCHIPE	67.442	4.285	2.432	1.853	0	43	2.174	1.373	801	37	2.111	1.059	1.052	50
20	GALAPAGO S	16.848	874	481	393	0	45	410	235	175	43	464	246	218	47
21	SUCUMBIOS	112.219	8.664	5.436	3.196	32	37	4.158	2.759	1.399	34	4.506	2.677	1.797	40
22	ORELLANA	81.962	6.365	4.237	2.128	0	33	3.121	2.163	958	31	3.244	2.074	1.170	36
23	STO DGO TSACHILAS	281.136	17.268	10.813	6.455	0	37	8.579	5.622	2.957	34	8.689	5.191	3.498	40
24	SANTA ELENA	199.231	10.617	8.356	2.261	0	21	5.259	4.256	1.003	19	5.358	4.100	1.258	23
26	EUROPA ASIA Y OCEANIA	150.264	262	0	0	262	0	139	0	0		123	0	0	
27	EE.UU CANADA	40.274	21	0	0	21	0	13	0	0		8	0	0	

28	AMERICA LATINA EL CARIBE Y AFR	15.717	14	0	0	14	0	9	0	0	5	0	0		
TOTAL		11.157.089	584.543	361.465	221.806	1.272	38	287.78	187.72	99.601	35	296.75	173.73	122.20	41

Dirección de Informática Electoral- Área de Análisis y Programación

Fecha Corte Información: Agosto 29/2011

Fecha Elaboración: Septiembre 27/2011

Anexo 6 Tabla de electores menores de edad, elecciones generales 2013.

**ANEXO
10**

C.N.E.

**PROCESO ELECTORAL:
FEBRERO 17/2013**

RESUMEN DE SUFRAGANTES

C D	PROVINCIA	TOTAL ELECTO RES PADRON	CIUDADANOS MENORES DE EDAD												
			Total Electores	Si Sufrag an	No Sufrag an	No Procesa do	% Ause nt.	FEMENINO				MASCULINO			
								Tot.El ec.	Si Sufrag an	No Sufrag an	%Ause nt	Tot.El ec.	Si Sufrag an	No Sufrag an	%Ause nt
1	AZUAY	599.813	35.343	22.282	13.061	0	37	17.242	11.525	5.717	33	18.101	10.757	7.344	41
2	BOLIVAR	154.036	7.711	5.694	2.017	0	26	3.852	2.978	874	23	3.859	2.716	1.143	30
3	CAÑAR	213.843	11.261	6.747	4.514	0	40	5.604	3.557	2.047	37	5.657	3.190	2.467	44
4	CARCHI	135.514	8.053	5.650	2.403	0	30	4.036	2.970	1.066	26	4.017	2.680	1.337	33
5	COTOPAXI	322.760	18.186	14.133	4.053	0	22	8.998	7.240	1.758	20	9.188	6.893	2.295	25
6	CHIMBORAZO	389.016	26.405	17.394	9.011	0	34	13.110	9.041	4.069	31	13.295	8.353	4.942	37
7	EL ORO	478.837	28.839	20.592	8.247	0	29	14.199	10.690	3.509	25	14.640	9.902	4.738	32
8	ESMERALDAS	379.964	22.693	15.072	7.590	31	33	11.256	7.970	3.286	29	11.437	7.102	4.304	38
9	GUAYAS	2.799.001	154.512	117.250	37.138	124	24	75.802	59.467	16.313	22	78.710	57.783	20.825	26
10	IMBABURA	328.913	20.606	14.376	6.203	27	30	10.278	7.489	2.762	27	10.328	6.887	3.441	33
11	LOJA	365.967	21.254	13.730	7.508	16	35	10.524	7.132	3.376	32	10.730	6.598	4.132	39
12	LOS RIOS	579.810	32.714	26.894	5.756	64	18	16.381	13.870	2.467	15	16.333	13.024	3.289	20
13	MANABI	1.101.210	64.341	50.432	13.897	12	22	31.638	25.754	5.884	19	32.703	24.678	8.013	25

14	MORONA SANTIAGO	107.629	8.558	4.861	3.694	3	43	4.235	2.597	1.635	39	4.323	2.264	2.059	48
15	NAPO	70.766	5.753	4.249	1.504	0	26	2.848	2.231	617	22	2.905	2.018	887	31
16	PASTAZA	60.302	4.807	2.938	1.869	0	39	2.335	1.520	815	35	2.472	1.418	1.054	43
17	PICHINCHA	2.074.703	121.316	82.781	38.490	45	32	59.257	42.002	17.230	29	62.059	40.779	21.260	34
18	TUNGURAHUA	422.443	23.201	16.493	6.708	0	29	11.533	8.555	2.978	26	11.668	7.938	3.730	32
19	ZAMORA CHINCHIPE	70.139	5.099	3.233	1.866	0	37	2.547	1.703	844	33	2.552	1.530	1.022	40
20	GALAPAGOS	17.738	990	655	335	0	34	472	313	159	34	518	342	176	34
21	SUCUMBIOS	118.916	9.809	6.964	2.845	0	29	4.771	3.528	1.243	26	5.038	3.436	1.602	32
22	ORELLANA	90.387	7.342	5.462	1.880	0	26	3.618	2.795	823	23	3.724	2.667	1.057	28
23	STO DGO TSACHILAS	289.541	19.417	14.021	5.396	0	28	9.725	7.262	2.463	25	9.692	6.759	2.933	30
24	SANTA ELENA	209.477	12.380	10.841	1.539	0	12	6.164	5.508	656	11	6.216	5.333	883	14
26	EUROPA ASIA Y OCEANIA	191.964	1.542	787	755	0	49	792	410	382		750	377	373	
27	EE.UU CANADA	71.854	189	74	115	0	61	88	36	52		101	38	63	
28	AMERICA LATINA EL CARIBE Y AFR	21.935	52	25	27	0	52	29	18	11		23	7	16	
	TOTAL	11.666.478	672.373	483.630	188.421	322	28	331.334	248.161	83.036	25	341.039	235.469	105.385	31

Dirección Nacional de Informática - Área de Análisis y Programación

Fecha Corte Información: Junio 8/2013

Fecha Elaboración: Junio 14/2013