



ESCUELA DE JURISPRUDENCIA

Tema:

EL DERECHO DE LOS CIUDADANOS A RECIBIR UNA INFORMACION VERAZ Y VERIFICADA EN LA CAMPAÑA POLITICA PRESIDENCIAL DEL ECUADOR

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Abogado

Línea de Investigación:

El derecho y su aplicación en el campo social y jurídico

Autor:

Iván Rodrigo Avalos Barreno

Director:

Dr. Mentor Marcelo Meléndez Torres

Ambato – Ecuador

Junio 2019

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO
HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

**EL DERECHO DE LOS CIUDADANOS A RECIBIR UNA INFORMACION VERAZ
Y VERIFICADA EN LA CAMPAÑA POLITICA PRESIDENCIAL DEL ECUADOR**

Línea de Investigación:

El derecho y su aplicación en el campo social y jurídico

Autor:

Iván Rodrigo Avalos Barreno

Mentor Marcelo Meléndez Torres, Dr. Mg.

CALIFICADOR

Edwin Iván Gavilánez Paredes, Abg. Mg.

CALIFICADOR

Eduardo Antonio Paredes Paredes, Abg. Ing. Mg.

CALIFICADOR

Diego Gonzalo Coca Chanalata, Dr. Mg.

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE JURISPRUDENCIA

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr. Mg.

SECRETARIO GENERAL PUCESA

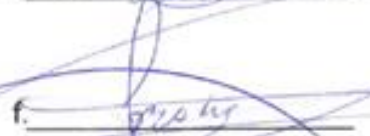
Ambato-Ecuador

Junio 2019

f. 

f. 

f. 

f. 

f. 


Pontificia Universidad
Católica del Ecuador
**SECRETARÍA GENERAL
PROCURADURÍA**


Pontificia Universidad
Católica del Ecuador
BIBLIOTECA

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **IVAN RODRIGO AVALOS BARRENO**, con CC. 060357334-6, autor del trabajo de graduación intitulado: "EL DERECHO DE LOS CIUDADANOS A RECIBIR UNA INFORMACION VERAZ Y VERIFICADA EN LA CAMPAÑA POLITICA PRESIDENCIAL DEL ECUADOR", previa a la obtención del título profesional de **ABOGADO**, en la escuela de **JURISPRUDENCIA**.

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad

Ambato, junio 2019



IVAN RODRIGO AVALOS BARRENO

CC. 0603573346-6



BIBLIOTECA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los docentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, quienes mediante su profesionalismo han cultivado mi pasión por la ciencia jurídica confirmando que mi decisión por seguir esta carrera ha sido acertada.

Al Dr. Marcelo Meléndez por brindarme desinteresadamente su experiencia y conocimiento, permitiendo la culminación de este trabajo, demostrando ser un docente de calidad, pero sobre todo por convertirse en un amigo leal.

A la comunidad Jesuita y del Opus Dei por inculcarme valores y principios aplicables a todo ámbito de la vida.

DEDICATORIA

A mi madre, quien mediante su cariño y amor incondicional se ha convertido en el pilar fundamental de mi vida, siendo un ejemplo constante de superación y fuente de inspiración para seguir adelante. Seguramente ella pudo tener un mejor hijo, pero yo jamás una mejor madre.

A Martina Isabella, por ser el motor que ha motivado mi esfuerzo cuando pensé en rendirme, quien con su inocencia y ternura hace que mi vida tenga sentido. Su llegada ha transformado mi existencia dándome una luz para avanzar en el camino. Todos mis logros serán por ti, te amo hija mía.

RESUMEN

El trabajo de investigación propuesto analizo el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz y verificada en la campaña política presidencial del Ecuador. Para ello se fundamentó tanto jurídica como doctrinariamente el derecho a recibir información de tal manera que se logró establecer el alcance jurídico del derecho. Se diagnosticó también la situación de la campaña política presidencial del Ecuador en el periodo 2007-2017 para determinar el cumplimiento de las ofertas de campaña. Por último se estableció criterios jurídicos sobre el derecho a recibir una información veraz y verificada en la campaña política presidencial del Ecuador. Posteriormente en aplicación del método teórico de inducción partiendo desde un fenómeno jurídico como es la campaña política presidencial y la información que esta contiene, se pretende llegar a obtener y plantear premisas generales las cuales promuevan el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz y verificada. Se aplicó también el método práctico exegético al partir de la norma positiva la cual dispone que los ciudadanos tienen el derecho a disfrutar de una información tanto veraz como verificada y así analizar si las campañas electorales cumplen con este requerimiento.

Palabras clave: veracidad, verificación, información política, campaña política, ofertas de campaña.

ABSTRACT

The proposed investigation analyzed the right of citizens to receive truthful and verified information in the presidential political campaign of Ecuador. To this end, the right to receive truthful and verifies information was based both legally and doctrinally in such a way that the legal scope of the right was established. The situation of the presidential political campaign of Ecuador during the period of 2007.2017 was also diagnosed to determinate whether or not the campaign offers were fulfilled. Finally, legal criteria was established regarding the right to receive truthful and verified information in the presidential political campaign of Ecuador. Subsequently, in application of the theoretical method of induction from a legal phenomenon such as the presidential political and the information it contains, it is intended to obtain and establish general premises to promote the right of citizens to receive truthful and verified information. The exegetical practical method was also applied, based on the positive norm, which stipulates that citizens have the right to enjoy both true and verified information, and therefore analyze whether or not electoral campaigns comply with this requirement.

Key words: Veracity, verification, political information, political campaign, campaign offers.

ÍNDICE

Preliminares

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD Y RESPONSABILIDAD ¡Error! Marcador no definido.

AGRADECIMIENTO iv

DEDICATORIA v

ABSTRACT..... vii

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA..... 6

1.1 El derecho a la información y su tratamiento jurídico en el Ecuador 6

1.2 La información veraz y verificada 12

1.3. La democracia y elección presidencial en el Ecuador 17

1.4. Ofertas y promesas de campaña electoral en el periodo 2007-2017 24

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLOGICO..... 26

2.1. Metodología de la investigación 26

2.2. Técnicas e Instrumentos de recolección de la Información 27

2.3. Población y Muestra 28

CAPÍTULO III. ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION. 30

3.1. Análisis de las encuestas 30

CONCLUSIONES 37

BIBLIOGRAFÍA 39

INTRODUCCIÓN

El contenido de la publicidad en época de campaña electoral debe dejar de lado aspectos poco técnicos como son *slogans* y ofertas imposibles de cumplir, centrándose más bien en planes técnicamente elaborados; según Carbonell (2008), los electores que están próximos a emitir su voto, tienen el pleno derecho a recibir ideas y propuestas de los candidatos, las cuales les permitan elegir correctamente una vez que estén ejerciendo su derecho al voto, es por ello que hay un interés ciudadano en escuchar, ver y analizar debates y propuestas, en lugar de tan solo estar expuestos a la mercadotecnia la cual en lugar de ideas simplemente ofrece *slogans* con canciones con un buen ritmo, o sonrisas fingidas.

Las campañas políticas emitidas a los posibles votantes en su afán de captar el mayor número de adeptos según la investigadora española experta en política Giselle García (2017), emiten publicidad en la cual no es relevante el fondo de lo que dicen, sino más bien lo es como lo dicen. Es decir el contenido de la publicidad en campaña política no tiene significado alguno, no es de relevancia para el político si lo que está diciendo puede ser cumplido o no, razón por la cual es importante que la información vertida en campaña sea tanto veraz como verificada provocando así que las personas no sean engañadas y elijan correctamente a su candidato.

En el Ecuador es común que los políticos se comuniquen con el votante por medio de *spots* los cuales según Según Díaz y Alba (2016), son una especie de mensajes emitidos por cualquier medio de comunicación eminentemente persuasivos y agresivos, realizados propiamente por los políticos quienes tienen un canal directo con los votantes en donde lo que buscan es que bien se oculte cierta información o se la resalte; para Valdés (2015), el uso de *spots* empobrece el real debate político de contenido útil para los ciudadanos, así mismo se descuida las propuestas y

contrapropuestas de campaña con datos y argumentos válidos lo cual a su vez produce correccionalmente la falta de interés de los electores.

En un estudio realizado por el investigador Estadounidense John Ackerman (2013), se afirma que se están contrariando derechos si los ciudadanos no reciben la información necesaria para poder tomar una libre decisión el día de las elecciones, ya que no es suficiente que el órgano de control en tiempo de campaña electoral garantice un conteo de votos fiable, sino que deben ser los encargados de asegurar el derecho a la libertad de expresión, derecho que no solamente quiere decir que cualquier persona puede emitir sus opiniones sino que también las personas tienen derecho a recibir una información de calidad.

Todos los investigadores previamente citados coinciden en que es necesario que los políticos informen fehacientemente al ciudadano acerca de sus propuestas y ofertas, las cuales serán cumplidas en caso de ganar en las urnas; esta información entregada a los votantes debe ser realizada siempre pensando en la posibilidad de plasmar las ofertas en la realidad, para ello el organismo estatal competente está en la obligación de verificar la información en campaña electoral; solo así el derecho de los ciudadanos va a ser respetado.

Dentro de los derechos que los ecuatorianos tienen se encuentra el derecho a la comunicación e información, al respecto la Constitución de la República del Ecuador (2008) establece que “Todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a: Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de intereses general, y con responsabilidad ulterior” (art.18 num.1)). Es por ello que en base a este derecho es necesario que

los políticos emitan publicidad que respete los derechos de los ciudadanos, sobre todo el derecho a recibir una información veraz y verificada.

El Consejo Nacional Electoral es el organismo estatal competente en cuanto al control de las campañas electorales, por lo tanto está en la obligación de determinar la existencia de publicidad que va en contra del derecho a una información veraz y verificada en las campañas electorales y dictaminar la correspondiente sanción, pero lo único que este organismo ha hecho es emitir la resolución 1-23-12-2015 la cual afirma que el contenido de la publicidad debe estar conforme a lo que la Constitución dispone en su artículo 19 segundo inciso, es decir la publicidad no puede inducir a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política, siendo estos los únicos límites que la normativa ecuatoriana dispone para la publicidad en tiempo de campaña.

Por lo manifestado en la presente investigación se analizó el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz y verificada, definiendo lo que jurídica y doctrinariamente esto comprende, tomando en consideración el afán de los políticos quienes con el fin de llegar a obtener un cargo público mediante el voto popular emiten una gran cantidad de publicidad en campaña electoral, la cual contiene una información que no es veraz ni verificada, contrariando así el derecho constitucional de los ciudadanos.

Para esto se planteó como pregunta de estudio la siguiente: ¿Es posible aplicar el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz y verificada en la campaña política presidencial del Ecuador? Pregunta cuya respuesta es afirmativa debido a que el derecho a recibir información veraz y verificada constituye un derecho fundamental, el cual según la Constitución debe estar garantizado sobre todo en aquellos acontecimientos de interés general, y evidentemente una campaña

política presidencial reviste gran importancia para todos los habitantes de un país convirtiéndose en un acontecimiento de gran interés general, por lo cual la información que en ella se emita debe necesariamente ser de calidad.

El objetivo general de la investigación es analizar el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz y verificada en la campaña política presidencial del Ecuador.

Como objetivo específico relacionado con el estado del arte y la práctica se propone fundamentar doctrinaria y jurídicamente el derecho a recibir una información veraz y verificada para el establecimiento del alcance jurídico del derecho.

El objetivo específico relacionado con el análisis de la investigación es diagnosticar el cumplimiento de las principales ofertas de campaña política presidencial del Ecuador realizadas por Rafael Correa en el periodo 2007-2017.

Al relacionar el resultado de la investigación con los objetivos propuestos se llegó a establecer criterios jurídicos sobre el derecho a recibir una información veraz y verificada en la campaña política presidencial del Ecuador.

El método general aplicado a la investigación es el inductivo, pues el mismo permite partir de un fenómeno jurídico particular que se presenta muy frecuentemente en la sociedad como es la publicidad en campañas políticas así como la inexistencia de un procedimiento que regule el contenido de la misma, para poder llegar a obtener premisas generales las cuales apliquen el derecho a la información veraz, verificada regulando así el fondo de la información política.

El método específico o práctico utilizado en la presente investigación es el exegético ya que partiendo de la norma positiva la cual afirma que los ciudadanos tienen derecho a contar con una información veraz y verificada se analizará si las campañas políticas electorales cumplen o no con este mandato constitucional.

Se justifica la investigación del presente proyecto pues, los ecuatorianos tienen la completa necesidad de que exista un tratamiento jurídico a la publicidad emitida en tiempo de campaña, la cual de una vez por todas debe tomar más en consideración lo que dice a los ciudadanos, para que de esta manera los políticos sean mucho más responsables al momento de dictaminar sus propuestas de campaña y las hagan siempre pensando en la real posibilidad de efectuarlas, más no con el único fin de engañar al elector y así poder alcanzar el mayor número de votos, de esta forma se podrá terminar con los políticos demagogos lo cual según Ortiz (2017), comprende a aquel político que pretende conquistar la simpatía popular a base de mentiras, engaños y falacias.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

1.1 El derecho a la información y su tratamiento jurídico en el Ecuador

Todas las personas en la actualidad reciben y transmiten información de forma permanente, tanto en el ámbito deportivo, como el informático, el social, el periodístico, el político, el científico, entre otros son susceptibles de ser materializados en cualquier forma para que las demás personas los puedan procesar. En este sentido no cabe duda de que la información forma parte de nuestra vida diaria y que al pasar de los años la hemos tenido en cuenta tan solo como aquel conjunto de datos previamente ordenados con el fin de transmitir un mensaje, pero en realidad la definición de información va mucho más allá.

Según la Real Academia Española (2014) la información es la “comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada” (p. 53). Es decir, la información comprende una transmisión de conocimientos, o un aprovechamiento de los mismos. Según Cabanellas (1980) la información simplemente es “Conocimiento, noticia. Averiguación jurídica y legal sobre un hecho o acerca de un delito” (p. 224). Esta definición evidentemente es más apegada a la ciencia jurídica, pero de todas maneras contiene un rasgo fundamental que comparte con la definición previamente expuesta al hablar de una noticia que pretende llegar a los demás.

Se concluye entonces que la información es el conjunto de datos que contiene importancia ya sea jurídica, política, informativa, o en cualquier otro ámbito la cual se encuentra compilada o agrupada previamente por una persona o un grupo de personas que tienen interés en ello para que posteriormente pueda ser tanto transmitida o receptada por varios sujetos, y que tiene como principal objetivo o propósito el de infundir un mensaje que sirva para que la persona quien recepta la información ejerza una determinada acción. En el caso de la información política por ejemplo el mensaje es la oferta y promesa de campaña y la acción que busca que el receptor ejerza es que se emita el voto en favor de candidato.

El derecho a la información se ha convertido en el fundamento jurídico esencial y básico para el desarrollo de la democracia dentro de los países. Únicamente aquellos habitantes de un determinado Estado quienes están informados de manera veraz, verificada y oportuna son los que pueden elegir correctamente a sus mandantes, y así contribuir a que se hagan posibles las ofertas de campaña. Es por ello que la información política necesita un adecuado tratamiento jurídico para que los ofrecimientos previos sean exigibles.

Según Villanueva (2008), el derecho a la información puede ser definido como aquella rama del derecho público, el cual tiene como objeto el estudio de las normas jurídicas que regulan, lato sensu, las relaciones existentes entre Estado, medios y sociedad, y stricto sensu, los límites y alcances de la libertad de expresión y de información. Es decir, el derecho a la información abarca el análisis inicialmente de los medios de comunicación y su relación con la sociedad y el Estado, para posteriormente estudiar la libertad de expresión poniéndola en una balanza frente a la información que deben recibir los ciudadanos, la cual debe ser de calidad, por lo tanto veraz y verificada.

El derecho a la información es una garantía fundamental e inherente al ser humano, quien disfruta de este derecho únicamente por el hecho de ser persona, derecho que pretende dotar al ciudadano de protección jurídica en base a la normativa existente en el ordenamiento jurídico pertinente, para que pueda expresar libremente su opinión e información, tenga la posibilidad de dotarse por sí solo de la información que creyese conveniente, así como también tenga la garantía de recibir información de calidad, es decir aquella que es veraz, verificada y oportuna. Esta garantía debe estar presente en cada uno de los diferentes ámbitos que engloban la vida del ciudadano, pero su aplicación jurídica debe ser máxima en los procesos electorales en donde abunda la información política.

El derecho a la información en todos sus ámbitos incluyendo a la información política es considerado un derecho humano. Para Duran, Añoberos y Astarloa (2011), cuando se está hablando de derechos humanos en realidad de lo que se trata es sobre bienes básicos de la persona, los cuales merecen una adecuada protección jurídica. Esta protección jurídica para los bienes básicos por medio de la institucionalidad del Estado, es lo que se conoce como derechos humanos. Los derechos humanos son entonces inherentes a todo ser humano, quienes debido a su posición de ser la parte más débil en ciertas relaciones necesitan una protección por parte del Estado, para que sea este quien garantice mediante su normativa el disfrute de aquellos bienes primordiales para el desarrollo de la vida.

La información es entonces un bien básico para el ser humano, es decir aquello de lo que no puede prescindir para su diario vivir, aquello con lo que necesariamente debe contar como mínimo para su supervivencia. Es importante tomar en consideración que según Duran et al (2011), existen los bienes básicos materiales, como son el agua, la vivienda, el vestido, la alimentación, y los bienes básicos no materiales como la libertad. La información es un bien básico no material, pero no por ello merece una consideración y protección menor a aquellos bienes básicos

materiales, es por ello que está contenida dentro de la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Al tenor de lo expuesto el derecho a la información, a más de encontrarse en la Declaración Universal de Derechos Humanos, debe estar contemplado en la Constitución, ya que esta viene a ser el eje fundamental para el desarrollo de un país, la base en la que se asientan los cimientos que van a consolidar el sistema y andamiaje jurídico. En ella se van a plasmar las garantías fundamentales y generales a las que las personas tienen derecho, para que la normativa infra constitucional los desarrolle con mayor detalle. Por estas razones un texto normativo como la Constitución reviste una importancia muy significativa y debe ser elaborada con la mayor técnica y responsabilidad jurídica, tomando en cuenta que en ella constara el futuro del país.

Nuestra Constitución de la República del Ecuador (2008) establece que “Todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a: Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior” (art.18 num.1)). Es decir los ciudadanos merecen recibir información veraz y verificada sobre todo en aquellos acontecimientos de interés general como la campaña política presidencial.

En consecuencia no toda la información es igualmente relevante para los intereses del ciudadano, existe información la cual debido al mensaje o fin que busca lograr es de mucha más importancia es decir, no tiene igual valor una información concerniente por ejemplo a asuntos de entretenimiento en contraste con una información política, en la cual se esté dando a conocer las propuestas de campaña

de un candidato a presidente quien tiene el objetivo de convencer a los ciudadanos de votar por él en las urnas.

La información política es muy importante en la actualidad porque va de la mano con la probidad e idoneidad del candidato en consideración a que sus ofertas electorales están en íntima relación con las necesidades poblacionales. Sin embargo, esta información política abunda en todos los medios de comunicación, así como también en las calles ya que es muy fácil encontrarse con personas afines a los partidos políticos quienes entregan volantes que contienen las principales ofertas de campaña, a su vez los lugares más concurridos como plazas y avenidas cuentan con gigantografías o cualquier otra clase de publicidad electoral sin que la misma sea veraz, verificada y oportuna.

Según Berrocal (2005), la publicidad que contiene la información política se transforma en pequeñas historias de fácil entendimiento para el ciudadano, lo cual imposibilita entrar en la profundidad del tema, obligando a entregar una información ágil, que evite el aburrimiento y que llame la atención, es por ello que la información política puede falsear la verdad e incluso mentir descaradamente a los ciudadanos. En nuestro país un alto nivel poblacional no analiza lo que los políticos ofertan, solo una pequeña minoría hace un análisis previo de las propuestas lo que conlleva a que el populismo aproveche el nivel de educación bajo de una alta tasa de población que esta habida de ser convencida y hasta engañada.

Para Borja (2012), la información política contiene tres acepciones principales, una de ellas se refiere al derecho de los pueblos a estar veraz, objetiva y oportunamente informados y la obligación de los Estados y gobiernos de garantizar este derecho. En consecuencia la norma jurídica como herramienta de control por parte del Estado hacia los ciudadanos, necesita contemplar entre sus lineamientos una regulación para con la información política, de manera que el ciudadano pueda disfrutar de una

información veraz y verificada en la campaña electoral logrando así que los políticos cumplan sus ofertas y promesas una vez que accedan al poder.

Para regular la campaña política electoral la Constitución de la República del Ecuador (2008) establece que: “El Consejo Nacional Electoral tendrá, además de las funciones que determine la ley las siguientes: Controlar la propaganda y el gasto electoral, conocer y resolver sobre las cuentas que presenten las organizaciones políticas y los candidatos” (art.219 num.3)). Es decir, este organismo estatal por mandato constitucional es el que debe velar por el cumplimiento de los derechos de los ciudadanos en las campañas electorales, sobre todo por el derecho a recibir una información veraz y verificada.

Al respecto el Consejo Nacional Electoral elaboro y publico la Resolución 1-23-12-2015, esta dispone que el contenido de la publicidad en campaña electoral debe estar acorde a lo que la Constitución prescribe en su artículo 19 segundo inciso por lo tanto, la publicidad que contiene información política no puede inducir a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política, convirtiéndose de esta manera en los únicos limites que la normativa ecuatoriana dispone para la publicidad en tiempo de campaña dejando de lado el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz y verificada.

Tomando en consideración la importancia de la información política que como ya se dijo anteriormente tiene entre sus manos la posibilidad de cambiar por completo el curso del país, redefiniendo su estructura y comprometiendo tanto el desarrollo como evolución político-jurídica a mediano y largo plazo, el Consejo Nacional Electoral mediante sus resoluciones está en la obligación de considerar a la

información política como un punto clave el cual merece de un eficaz tratamiento jurídico. Motivo por el cual, afirmar que la publicidad en campaña electoral debe limitar su contenido de acuerdo al artículo 19 de la Constitución no es suficiente para resolver el problema de las promesas y ofertas efectuadas por los políticos.

1.2 La información veraz y verificada

Para que la información garantice la afectiva aplicación de los derechos de los ciudadanos y así se cumplan las ofertas y promesas de campaña según la Constitución esta debe ser veraz, verificada y oportuna. Con el fin de comprender el significado del término jurídico veracidad es necesario inicialmente adentrarse en su concepto, al respecto el Diccionario de la Real Academia Española afirma (2014), “veraz: que dice, usa o profesa siempre la verdad” (p. 510). Este término jurídico está directamente relacionado con la verdad en la información política. Según el Diccionario de la Lengua Española (2002) verdad significa, “conciencia de algo con el concepto de que ello forma la mente. Conformidad de lo que se dice con lo que se piensa. Cualidad de veraz” (p.607).

La verdad en la información receptada por los ciudadanos en las campañas electorales debe entenderse como la realidad entre lo sucedido o lo que se espera que suceda y lo que se transmite a las personas. Cuando la veracidad no está presente en la información política como uno de sus elementos primordiales, la realidad se vuelve ficticia, de modo que el receptor del mensaje no cuenta con una

información de calidad que sea veraz, convirtiéndose en un ciudadano engañado por aquella persona que emite tal información por el político que busca ganar votos.

Para esclarecer lo que a la luz de la ciencia jurídica se debe entender por el término veracidad en la información política ha sido muy útil lo expuesto por el Tribunal Constitucional de España, al respecto Carreras, Villajoana y Cuerva (2018), destacan en las sentencias elaboradas por este tribunal las notas definitorias de los conceptos empleados para juzgar casos concretos sistematizándolos en dos grandes apartados: la diligencia informativa y la realidad de los hechos narrados. Estos dos apartados son los que determinan si la información emitida es o no veraz.

La forma en la que se presenta la veracidad para la comunicación de un hecho futuro en la información política es mediante la diligencia informativa tomando como punto de partida la información pasada la cual no fue veraz por lo tanto incumplida en oferta de campaña. Con estos antecedentes es necesario agotar todos los recursos para que esta información política sea cumplida en los términos expuestos. En este sentido la veracidad de la información está presente respetando el derecho de los ciudadanos a recibir una información tal como lo determina el artículo 18 de la Constitución.

En la práctica el político al hacer ofertas de campaña debe encontrarse seguro de que sus ofrecimientos puedan ser cumplidos una vez que acceda al cargo público es decir, si en su propaganda electoral afirmó que entregara 500 000 casas al año debe contar con un plan económico, jurídico y presupuestario debidamente elaborado y aprobado que obligue al cumplimiento de su oferta, caso contrario

habría engañado al ciudadano para llegar al poder y por lo tanto no emitió una información que sea veraz y verificada.

El Tribunal Constitucional de España jurisprudencialmente engloba a la diligencia informativa en varios subconceptos, para el análisis del tema de investigación se toma en consideración dos de ellos que por su importancia nos es muy útil, estos son, la actitud positiva del comunicador con respecto a la verdad y la comprensión razonable de los hechos que se comunicaran. Evidentemente estos aspectos utilizados por el Tribunal Constitucional de España son aplicables a toda información, inclusive a la política en campaña electoral. En cuanto a la actitud positiva del comunicador con respecto a la veracidad de la información política que emite debe estar adecuada con la verdad y la realidad política actual y las proyecciones políticas del futuro.

La comprobación razonable va de la mano de la garantía de cumplimiento de la oferta de campaña. Es decir, verificación de documentos de la existencia de presupuestos adecuados a la institución en la que posiblemente tenga que servir y compromisos debidamente firmados que constituyan un respaldo jurídico para el fiel cumplimiento de lo ofertado en campaña electoral, acto jurídico que está relacionado aunque no se quiera entender con lo que dice la Ley Orgánica del Defensa del Consumidor en cuanto a la publicidad engañosa, abusiva y que induce a error.

La información contenida en la campaña política por su naturaleza se trata de acontecimientos que se espera que se den en el futuro es decir, las promesas y ofertas de campaña electoral únicamente se harán realidad en el caso de que los

ciudadanos electores den su voto en las urnas por el candidato de su preferencia. Pero no por el hecho de que se trate de acontecimientos futuros el derecho a la información veraz deja de estar presente ya que la verdad en la información es un derecho tanto de los acontecimientos pasados, como de aquellos que se espera que sucedan.

Para que la veracidad este efectivamente plasmada en la información contenida en la propaganda electoral y sea así aplicado el derecho consagrado tanto en la Declaración Universal de Derechos Humanos así como en la Constitución, los políticos necesariamente están en la obligación de hacer un análisis previo en el que se demuestre la real posibilidad de que sus ofertas y promesas de campaña puedan ser efectivizadas y puestas en práctica en la realidad en el caso de que ganen las elecciones. De este modo se evitaría falsas promesas y mentiras que lo único que pretenden es engañar al elector.

El segundo gran apartado el cual según el Tribunal Constitucional de España sirve para comprender la veracidad en la información es la realidad de los hechos narrados. Al respecto a pesar de que es bastante subjetivo determinar la realidad de los hechos ya que para una persona el acercamiento a la realidad puede ser diferente del de otra, es necesario que por lo menos lo que se está informando a las personas responda a una objetividad de hechos palpables acontecidos, o que se espera que sucedan, sin alejarse de la realidad inmediata, es decir no se puede suponer que un hecho va a pasar en un futuro si es que los antecedentes facticos anteriores a este acontecimiento que se espera que suceda, no están yendo de la mejor manera posible.

Para poder esclarecer lo antedicho basta con citar un ejemplo muy común en nuestra vida política diaria. En un acto de campaña electoral el candidato X a pesar

de conocer en base a informes provenientes de instituciones técnicas que la economía del país no es del todo buena, que la tasa de desempleo es muy alta, y que el Banco Mundial ha dictaminado que en los próximos años la economía del país caerá varios puntos, ofrece en su campaña dando información por todos los medios posibles a los ciudadanos, construir 300 000 de casas por año, así como también generar 250 000 empleos en el mismo lapso de tiempo. Esta información evidentemente no estaría apegada a la realidad de los hechos, por lo tanto violentaría el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz.

El político que difunde información en campaña electoral pretende que su mensaje llegue a una gran masa poblacional, para ello, utiliza cualquier medio de comunicación o de propaganda en pos de que la información sea difundida. El papel de los medios de comunicación como la radio, la televisión, no son los encargados de producir la información únicamente su responsabilidad es difundirla siempre que no afecte los intereses emocionales y psicológicos de los usuarios que en este caso serían los electores. Por lo tanto quien debe garantizar que la información sea veraz y verificada no es el medio de comunicación, sino más bien el ciudadano emisor, en el caso de la información en campaña electoral este sería el político.

Esto no quiere decir que el medio de comunicación encargado de la difusión de la publicidad en tiempo de campaña electoral no tenga responsabilidad alguna con el fin de aplicar y efectivizar el derecho a la información consagrado tanto en Declaración Universal de Derechos Humanos como en la Constitución. Su deber es el de verificar la información es decir, asegurarse de que lo que va a transmitir provenga directamente de quien produce la información o por lo menos de una fuente completamente confiable.

Para poder comprender de mejor manera lo expuesto se puede citar un ejemplo. El candidato presidenciable Guillermo Lasso en tiempo de campaña electoral oferta crear medio millón de empleos por cada uno de sus años de gobierno, para lo cual contrata un espacio publicitario en el canal Telemazonas. Este canal debe verificar que la información que va a transmitir es decir, afirmar que el candidato Guillermo Lasso oferta medio millón de empleos, proviene directamente de él o de personas involucradas en su campaña política con firmas de responsabilidad en el contrato de publicidad realizado.

Al efectuar esta tarea de verificar de donde proviene la información a transmitir, el medio de comunicación está acoplado su conducta a la realización de otro de los elementos claves del derecho a la información que es la verificación, esto debido a que la Constitución de la República del Ecuador (2008), manifiesta que los ciudadanos tienen derecho a recibir una información tanto veraz como verificada. En este sentido una información verificada viene a ser aquella que ha sido previamente comprobada en relación a quien fue el encargado de producirla para hacerla llegar al mayor número de ciudadanos.

1.3. La democracia y elección presidencial en el Ecuador

La Constitución y la ley determinan los plazos según los cuales los ciudadanos obligatoriamente deben acudir a las urnas para votar por el candidato de su preferencia. Esta elección va acompañada por el poder de convicción sobre ofertas y promesas realizadas en tiempo de campaña electoral, las mismas que deberían ser efectivizadas y materializadas por los políticos una vez que acceden al poder, sin embargo, en el ejercicio de sus funciones las ofertas y promesas se incumplen o son cumplidas a medias engañando a los votantes quienes confiaron en su palabra.

Basta con recordar lo ofertado por el ex presidente Rafael Correa Delgado en su última campaña electoral rumbo a la reelección como presidente del Ecuador, aseguraba que la matriz productiva del país cambiaría ya que se construirían 8 hidroeléctricas las cuales permitirían que en el país el precio de la electricidad disminuya notablemente e incluso se pueda exportar hacia países vecinos como Colombia y Perú. Para poder aprovechar la electricidad que supuestamente se produciría en el país a gran escala importo cocinas de inducción para que sean vendidas a los ciudadanos a precios bajos y con planes de financiamiento, plan que según Teleamazonas (2019) fracaso notablemente.

La fecha en que Rafael Correa entregaría las 8 hidroeléctricas para el beneficio de todos los ecuatorianos era el año 2016, oferta incumplida, no se respetaron las fechas de construcción peor aún se entregó las 8 hidroeléctricas ofertadas, en la actualidad solamente funcionan 3 con muchos desperfectos que afecta su funcionamiento, con sobreprecios involucrando actos de corrupción. Al respecto el ministro de hidrocarburos Carlos Pérez dijo, las hidroeléctricas dependiendo de los tamaños tienen valores de \$1.500 a \$1.700 por megavatio, pero en nuestro caso algunas hidroeléctricas han costado \$4.000 por megavatio (citado en El Universo, 2018).

El ex presidente Abdala Bucaram Ortiz en su tercer intento por llegar a la Presidencia de la Republica ofertaba en la campaña electoral de 1996 combatir la corrupción en el país, construir 200.000 casas para personas de bajos recursos económicos, así como también no eliminar los subsidios al gas de uso doméstico y a la gasolina, promesas que en la práctica fueron incumplidas a pesar de que los electores confiaron en su palabra difundida ampliamente en su campaña electoral.

De las 200.000 casas que ofreció construir en campaña electoral únicamente entrego 13.000. Elimina el subsidio al gas doméstico incrementado en gran medida su precio, lo mismo sucede con la gasolina. Aumenta el pasaje del transporte público urbano en todo el Ecuador. Entrega mochilas con útiles escolares a los estudiantes de escuelas y colegios fiscales las cuales inmediatamente son acusadas por su sobreprecio y pésima calidad.

Lucio Gutiérrez se proclamaba presidente del Ecuador en el año 2003, sus propuestas más publicitadas consistían en aumentar el sueldo de los maestros fiscales y mejorar sus condiciones de trabajo. Otra de sus propuestas era mantener el subsidio a la gasolina y diésel. Una vez ya en el poder por decreto presidencial aumento el precio de los combustibles trayendo como consecuencia el acrecentamiento inflacionario según datos del INEC. No aumento el sueldo de los maestros por lo tanto sus condiciones de vida no mejoraron.

Lo que demuestran estos ejemplos de la última etapa política de los presidentes ecuatorianos es que históricamente hemos sido totalmente engañados. Es claro que los políticos solamente hacen ofertas y promesas para ganar la confianza y el voto de los ciudadanos y al llegar al poder no las cumplen. Este engaño y demagogia política se ha transformado ya en una acción reiterada por los políticos provocando la total desconfianza por parte de los ciudadanos quienes se sienten burlados y desprotegidos causando que el sistema democrático en el Ecuador pierda su razón de ser.

La principal característica de un sistema de gobierno democrático es la posibilidad de que los habitantes del Estado sean quienes tengan la facultad de elegir a aquellas personas que los representen para que sean ellos los que tomen las decisiones y guíen al país accediendo a diversos cargos públicos en base al voto

de los ciudadanos. Otra característica principal de la democracia es que cualquier persona quien conforme el Estado tiene la oportunidad de llegar a ocupar un cargo al cual se acceda mediante el voto popular, únicamente cumpliendo ciertos requisitos básicos.

Según Beltrán y Almada (2011), tomando en cuenta a la democracia desde el punto de vista de la selección de gobernantes, esta se fundamenta en el reconocimiento del sufragio universal, el sufragio igual, sufragio directo y secreto; la selección democrática de las autoridades políticas, constituye el principio seminal de las democracias en la actualidad. El eje fundamental de toda democracia es entonces el sufragio, este es utilizado ampliamente tanto en el Ecuador como en América latina siendo de gran relevancia sobre todo al momento de elegir presidentes, quienes en base al sistema presidencial son los que encabezan el mando del país.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) dispone que: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada” (art. 1)). Este articulado pretende dar una descripción general y breve del país, tomando en cuenta; entre otros aspectos, la forma de gobierno que lo caracteriza. Esta forma de gobierno que es predominante en el Ecuador hace ya varias décadas es la democracia, aplicada muchas de las veces en forma directa y pura, y en otras ocasiones aplicada en sus diversas variantes.

El Ecuador al igual que varios otros países sobre todo en América Latina contempla la posibilidad de que exista la democracia directa, así como la democracia indirecta o representativa. La primera es entendida como la forma de gobierno en la cual los gobernados o ciudadanos participan directamente sin intermediarios o

representantes en las decisiones relevantes para el país, es conocida también como democracia participativa debido a que los ciudadanos toman decisiones políticas electorales por ejemplo en una consulta popular, en un plebiscito o referendo.

Según Castro (2016), “La democracia representativa es aquella en la que se identifica la voluntad de los representantes del pueblo soberano con la voluntad de sus representantes electos” (p. 56). Los electores son quienes ejercen la voluntad soberana por medio de los representantes que han escogido y que han ganado en las urnas para desempeñar el ejercicio público cuyos derechos y obligaciones emanan de la Constitución de la República, por lo tanto la voluntad de los electores debería ser respetada mediante el cumplimiento de las ofertas y promesas de campaña, en el caso del presidencialismo es el Presidente de la República legítimamente nombrado el representante de la voluntad soberana y popular y la cabeza visible del Estado.

El sistema de organización política conocido como presidencialismo y adoptado por el Ecuador, determina a un Presidente no solamente como jefe de Estado sino también como jefe de Gobierno, es decir es el mayor representante y responsable del país frente a la comunidad internacional a través del poder ejecutivo. El Presidente al ser elegido goza de independencia frente a los demás poderes del Estado, es decir frente al poder legislativo y judicial.

Al respecto, la Constitución de la República del Ecuador (2008) textualmente dice: “La Presidenta o Presidente de la República ejerce la Función Ejecutiva, es el Jefe del Estado y de Gobierno y responsable de la administración pública. La Función Ejecutiva está integrada por la Presidencia y Vicepresidencia de la República, los Ministerios de Estado y los demás organismos e instituciones necesarios para cumplir, en el ámbito de su competencia, las atribuciones de rectoría, planificación,

ejecución y evaluación de las políticas públicas nacionales y planes que se creen para ejecutarlas.” (art. 141)).

Para poder escoger al Presidente de la Republica la Constitución del Ecuador (2008), establece que el Presidente y Vicepresidente serán elegidos por mayoría absoluta de votos válidos emitidos. La forma en la que los candidatos presidenciables obtienen la confianza y voluntad del pueblo para de esta manera poder ganar su voto es mediante la campaña electoral, en donde publicitan ofertas y promesas las cuales en caso de llegar a ser presidentes deben ser cumplidas.

Con el fin legislar la actividad política se publicó la Ley Orgánica Electoral o también conocida como Código de la Democracia (2009), la cual establece que: “Todos los candidatos a Presidente (...) presentaran junto con el formulario de inscripción un plan de trabajo con al menos el siguiente contenido: 3. Plan de trabajo plurianual de acuerdo a la dignidad a la que hubieren optado, en el que se establecerán las propuestas y estrategias a ejecutarse de resultar electos” (art. 97 num. 2)). Este es el único artículo que intenta controlar de una manera muy subjetiva lo que las campañas políticas deben contener, dejando muy a disposición de los políticos el contenido de la publicidad en tiempo de campaña.

El Código de la Democracia al ser el cuerpo normativo que legisla todo lo relacionado a la campaña electoral debería incluir varios artículos que obliguen a los candidatos a presentar este plan elaborado por medio de un estudio económico, jurídico y social es decir, no solamente deben quedar en papel sino que deben tener un seguimiento en base a las campañas políticas. Por ejemplo un candidato que ofrezca un plan habitacional debe detallar cuales son las necesidades en las diferentes provincias del país en cantidad y calidad bajo parámetros evidenciados que permita a los votantes reclamar por la oferta realizada, es menester también

que estos documentos o programas presentaros al CNE sean debidamente notariados para dar fe pública de lo ofertado.

A su vez el Consejo Nacional Electoral debe establecer sanciones para aquellos políticos que presenten planes de trabajo que no logran sustentar jurídica y económicamente sus ofertas y promesas de campaña de manera veraz y verificada. Las sanciones a establecerse deberían ser drásticas inclusive llegando a impedir que el político continúe con su candidatura, solo de esta manera el artículo 18 de la Constitución sería aplicable.

Las autoridades encargadas de analizar el plan presentado por los candidatos deben reunir varios requisitos para poder ejercer esta importante labor, pero según la Constitución de la República del Ecuador (2008): “(...) Para ser miembro del Consejo Nacional Electoral se requiera tener ciudadanía ecuatoriana y estar en goce de los derechos políticos” (art. 218)). Estos son los únicos requisitos que deben cumplir una persona para ser vocal del CNE. Funcionarios con estos requisitos no son idóneas para revisar, calificar y aprobar los planes o programas de campaña electoral de los candidatos, ya que son necesarios requisitos académicos que complementen la verificación de información económica, financiera, jurídica y de planes estratégicos que permitan el cumplimiento de dichos objetivos políticos.

En el Ecuador lamentablemente las máximas autoridades elegidas mediante votación popular no cumplen requisitos ni de probidad mucho menos de preparación académica y experiencia porque la ley así no lo prescribe, en nuestra realidad jurídica la ley exige requisitos previos a través de concursos de merecimiento y oposición para el desempeño de otros cargos públicos de menor jerarquía y sus requisitos necesariamente tiene que ser cumplidos y evidenciados así lo determina la Ley Orgánica del Servicio Público. Por ejemplo para ser auxiliar de una oficina en

una institución del estado es necesario contar con un título de bachiller, y tener por lo menos un año de experiencia previa en una labor similar.

El único requisito que debe cumplir un candidato a la Presidencia es, “(...) ser ecuatoriano por nacimiento, haber cumplido 35 años de edad a la fecha de la inscripción de su candidatura, estar en goce de los derechos políticos y no encontrarse incurso en ninguna de las inhabilidades o prohibiciones establecidas en la Constitución” (Código de la Democracia, 2009, art. 95)). Tomando en cuenta la relevancia de ser la cabeza visible para administrar el país es necesario que el candidato sea totalmente probo reuniendo requisitos que acrediten su calidad moral, intelectual, laboral y académica justificados y evidenciados desde la inscripción de la candidatura.

Los vacíos legales en nuestra normativa permite que cualquier persona asuma roles políticos que en definitiva en el futuro van a perjudicar a la población votante porque al no ser veraces y verificadas sus propuestas de campaña implican no solamente publicidad engañosa abusiva, subliminal que inducen al error.

1.4. Ofertas y promesas de campaña electoral en el periodo 2007-2017

A lo largo de la vida democrática del Ecuador en el periodo 2007-2017 han sido varios los candidatos presidenciables quienes han ofertado una gran cantidad de promesas de campaña con el afán de obtener el voto de los ciudadanos. A continuación se expondrán las principales promesas electorales efectuadas por Rafael Correa Delgado, ex presidente del Ecuador quien ocupó este importante cargo por 3 veces consecutivas, promesas las cuales no fueron cumplidas en su mandato.

A finales del año 2006 en la primera intención de llegar a la presidencia por parte de Rafael Correa, una de sus principales ofertas de campaña según el diario El Universo (2006), fue reducir el Impuesto al Valor Agregado IVA del 12% al 10%, según el entonces candidato esta reducción en el impuesto sería compensada con ingresos provenientes de la inversión extranjera. Esta oferta de campaña no fue cumplida, y cabe recalcar que Correa no ha sido el único candidato que ha ofrecido reducir impuestos, al parecer esta es ya una reiterada oferta publicitada por la mayoría de los candidatos, la cual engaña por completo al ciudadano.

En la misma campaña electoral del año 2006 Rafael Correa ofrecía al país incrementar el bono de vivienda de 1800 a 3600 dólares para aquellos ciudadanos que quieran construir una nueva vivienda o mejorar la que ya poseen, para ello ofreció fortalecer el ministerio de desarrollo urbano y vivienda MIDUVI. Afirmaba que entregaría 100.000 casas al año a las personas de recursos económicos limitados. Según el diario La Hora (2010), el MIDUVI a mediados del año 2010 había entregado 180.000 bonos para nuevas viviendas en todo el país lo cual demuestra que el ex presidente Correa no cumplió con su ofrecimiento de entregar 100.000 casas al año.

El ex Presidente Correa recorría las diferentes provincias del país en busca de votos, a los habitantes de Zamora Chinchipe ofertaba como promesa de campaña para su elección en el año 2006 construir la carretera Bellavista-La Balsa la cual conectaba al Ecuador con el vecino país de Perú y así repotenciaría la economía de la provincia. Cuatro años más tarde a punto de que finalice el primer periodo presidencial de Correa según Vásconez (2018), la obra solo tenía un avance del 3.5%. Nuevamente esta oferta de campaña no se cumplió de manera que no se entregó una información veraz y verificada al ciudadano en tiempo de campaña electoral.

En busca de la reelección como Presidente de la Republica en el año 2013 Rafael Correa ofrecía como propuesta de campaña a los habitantes de Morona Santiago construir un aeropuerto en Taisha debido a que anualmente 1300 personas ingresan y salen de este lugar por vía aérea, la obra sería entregada en noviembre del 2014, pero en Julio del 2017 solo se ven escombros y ningún avance (Ecuador Inmediato, 2017). El engaño al ciudadano para poder conseguir su voto y acceder al poder es evidente, ni si quiera hubo una intención de empezar con la obra ofertada lo que provoco indignación en el pueblo que se sintió engañado.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLOGICO

2.1. Metodología de la investigación

La investigación se realizó desde un paradigma crítico propositivo de modo que se inició a partir la interpretación, comprensión y explicación de lo que comprende el derecho a una información veraz y verificada haciendo una crítica de la falta de aplicación de este derecho en la campaña política presidencial del Ecuador, para culminar proponiendo alternativas que solucionen el problema.

Se utilizó un tipo de investigación descriptiva, debido a que se estudió las características elementales y básicas del derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz y verificada para describir su aplicación en la campaña política presidencial del Ecuador

El enfoque aplicado en la investigación es inicialmente cualitativo ya que a partir de ideas y opiniones de expertos en el área se realizó un análisis no estadístico permitiendo un estudio sistemático. Se utilizó también un enfoque cuantitativo de modo que se analizó información obtenida mediante encuestas para obtener datos

medibles estudiados en forma estadística. Al utilizar tanto el enfoque cuantitativo como cualitativo la investigación utiliza un enfoque mixto

La presente investigación utilizo el método general o teórico de inducción ya que a partir de un fenómeno jurídico que se presenta muy frecuentemente en la sociedad como lo es la publicidad no veraz ni verificada en las campañas políticas así como la inexistencia de un procedimiento para tratar el tema, se pretende llegar a obtener premisas generales las cuales apliquen el derecho a la información veraz, verificada y oportuna.

El método específico o práctico utilizado en la presente investigación es el exegético ya que partiendo de la norma positiva la cual afirma que los ciudadanos tienen derecho a contar con una información veraz y verificada se analizará si las campañas políticas electorales cumplen o no con este mandato constitucional

2.2. Técnicas e Instrumentos de recolección de la Información

La modalidad de investigación que se ha aplicado en el presente estudio es la modalidad bibliográfica documental en base a la cual se ha obtenido, recolectado, clasificado y seleccionado información que sirve como fundamento teórico así como base científica de la investigación. Se han recopilado diferentes estudios así como publicaciones las cuales después de una minuciosa selección han servido para la construcción de conocimientos propios.

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta, orientada a los profesionales del derecho quienes se encuentran en el libre ejercicio, así como a las estudiantes de jurisprudencia de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato que cursan el último año de estudio

2.3. Población y Muestra

La encuesta se aplicó a un número de 40 estudiantes de derecho quienes cursan el último año de la carrera, de modo que ellos tienen un criterio jurídico mucho más formado al estar por culminar sus estudios. De igual forma la encuesta fue efectuada a 40 abogados en libre ejercicio.

Para poder alcanzar y dar cumplimiento al primer objetivo propuesto en la investigación se recolecto, estudio y selecciono información de relevancia jurídica contenida en diversos libros, artículos científicos y revistas para así fundamentar doctrinaria y jurídicamente el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz y verificada, determinando el alcance jurídico de este derecho.

El cumplimiento y alcance del segundo objetivo se logró mediante la indagación de material audiovisual e informativo en los que se contenía los principales ofrecimientos, ofertas y promesas de campaña electoral de quienes pugnaban por alcanzar la presidencia, en el periodo del año 2007-2017, de modo que se diagnosticó dicha campaña electoral y se determinó el cumplimiento de las ofertas y promesas electorales.

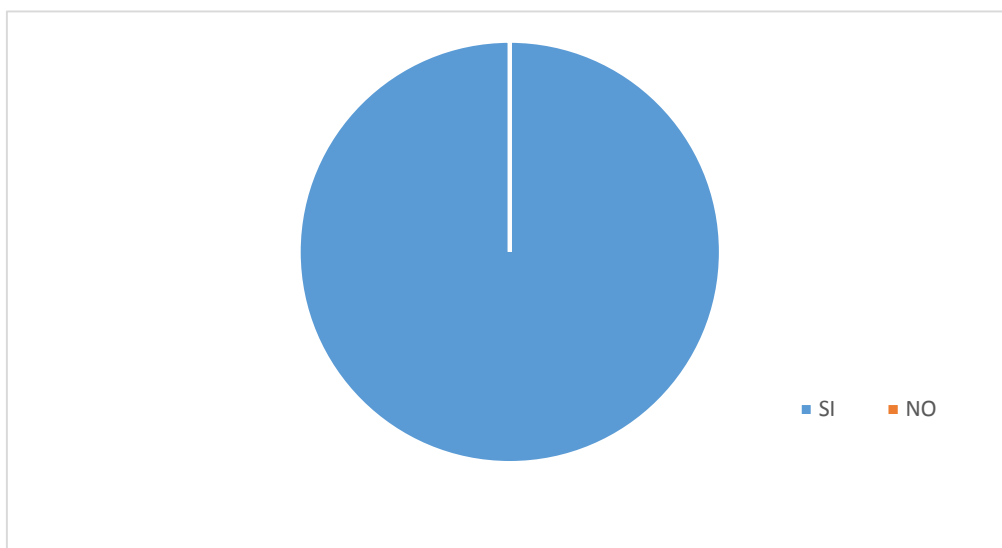
El tercer objetivo se consiguió después de obtener toda la información necesaria que contemplo el marco teórico, así como también el diagnóstico de los ofertas y promesas de campaña electoral, de modo que se llegó a determinar el alcance del derecho a recibir una información veraz y verificada lo cual conjuntamente con el conocimiento adquirido en el transcurso de la carrera sirvió para poder establecer criterios jurídicos de acorde al tema de investigación propuesto.

CAPÍTULO III. ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

3.1. Análisis de las encuestas

Pregunta N°1 ¿A presenciado usted alguna campaña política con promesas y ofrecimientos electorales?

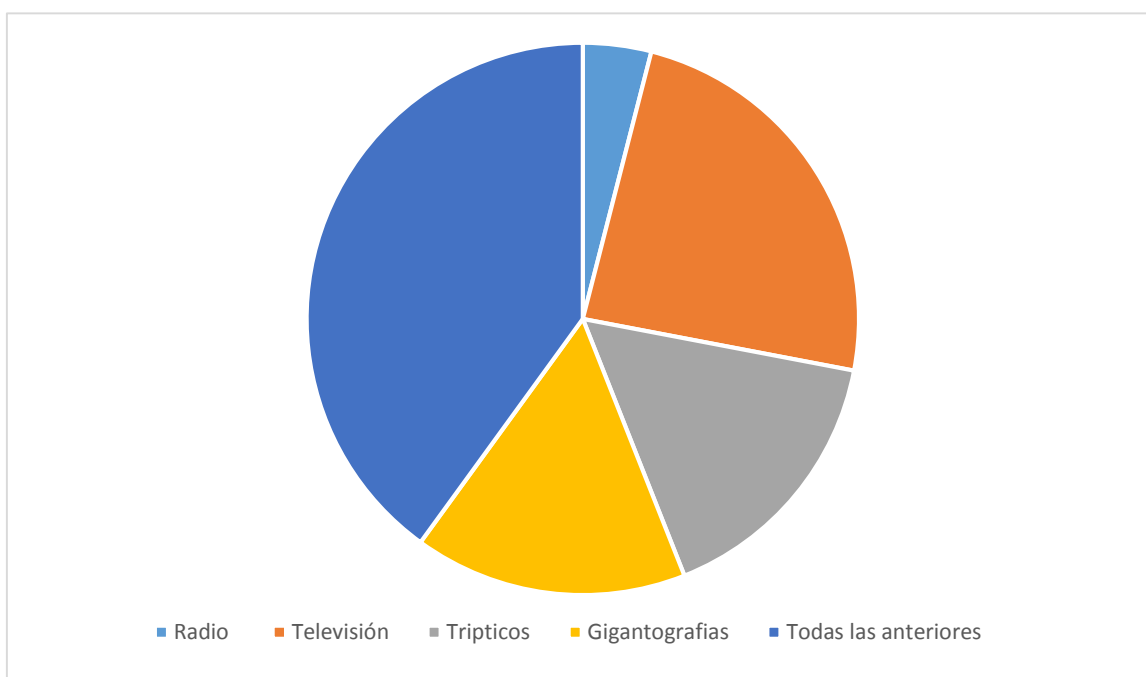
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	100%
NO	0	0%
TOTAL	50	100



Interpretación y Análisis: El 100% de encuestados contesto que si ha presenciado campañas políticas con ofertas y procedimientos, esto debido a que es una práctica normal en el Ecuador en tiempo de campaña electoral.

Pregunta N°2 ¿Por cuál medio ha obtenido conocimiento de la campaña electoral en estas condiciones?

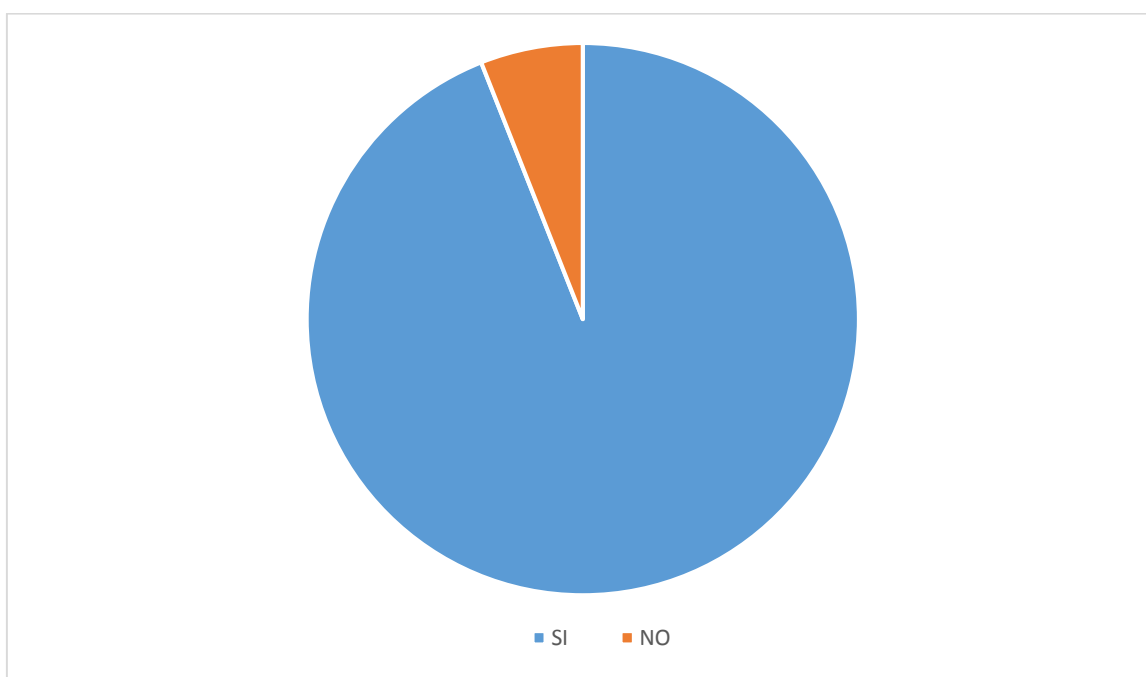
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	12	24%
Radio	2	4%
Trípticos	8	16%
Gigantografías en las calles	8	16%
Todas las anteriores	20	40%
TOTAL	50	100



Interpretación y Análisis: La publicidad en tiempo de campaña es tan agresiva que los ciudadanos la puedan encontrar en todos los medios de comunicación así como también en las calles.

Pregunta N°3 ¿Se ha sentido usted engañado al confiar en las propuestas y ofrecimientos de campaña al momento en que los políticos acceden al poder y no las cumplen?

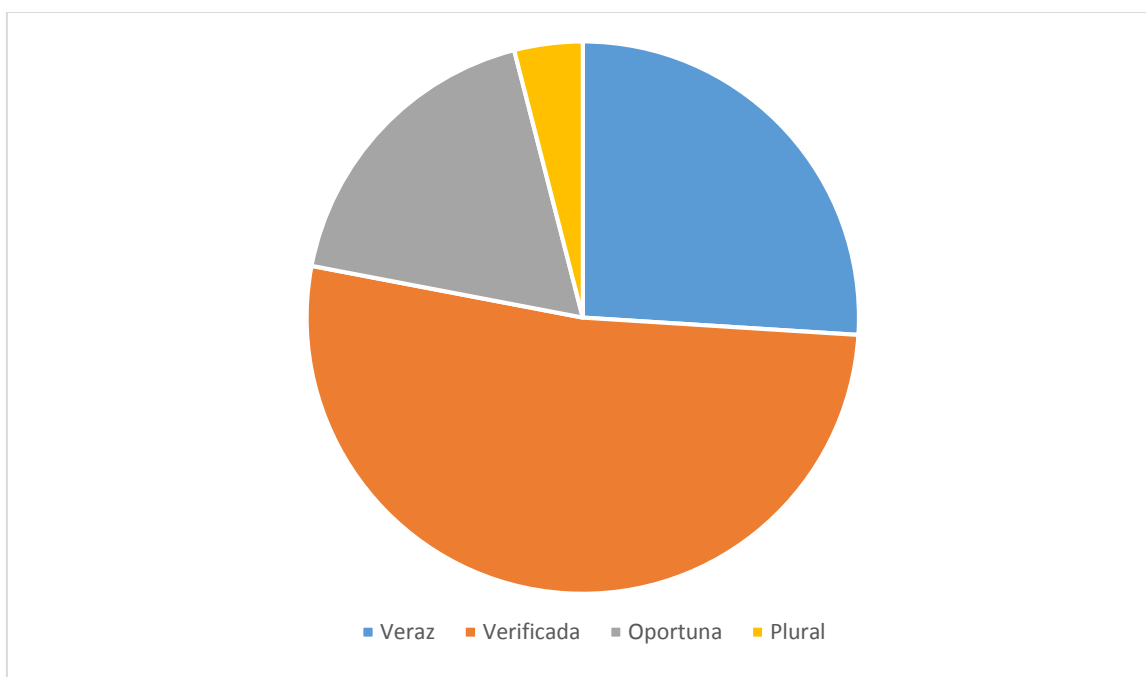
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	94%
NO	3	6%%
TOTAL	50	100



Interpretación y Análisis: El 94% de encuestados se siente engañado al dar su voto en base a las propuestas de campaña en el momento que los políticos acceden al poder y estas no las cumplen, debido a que ganaron las elecciones gracias al voto de los ciudadanos y a ellos deben responder.

Pregunta N°4 ¿Cuál de estas cualidades considera usted que obligatoriamente debe tener la información contenida en las campañas políticas electorales?

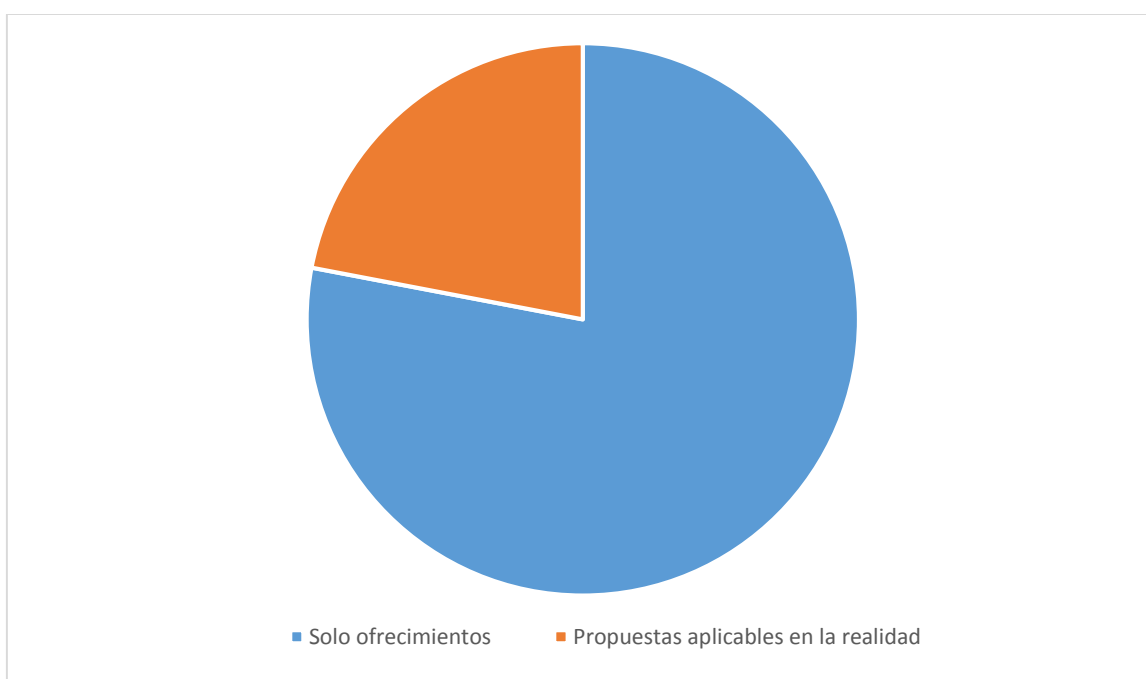
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Veraz	13	26%
Verificada	26	52%
Oportuna	9	18%
Plural	2	4%
TOTAL	50	100



Interpretación y Análisis: La mayoría de los encuestados considera que la verificación y la veracidad son elementos esenciales que deben ser tomados en cuenta en la información vertida en campaña electoral. La oportunidad ha sido menos considerada por los encuestados a pesar de que la Constitución la enuncia también como característica fundamental de la información.

Pregunta N°5 ¿Considera usted que las propuestas que los políticos hacen en tiempo de campaña política son verdaderamente aplicables en la realidad, o son más bien solo ofrecimientos que pretenden engañar al ciudadano para obtener su voto?

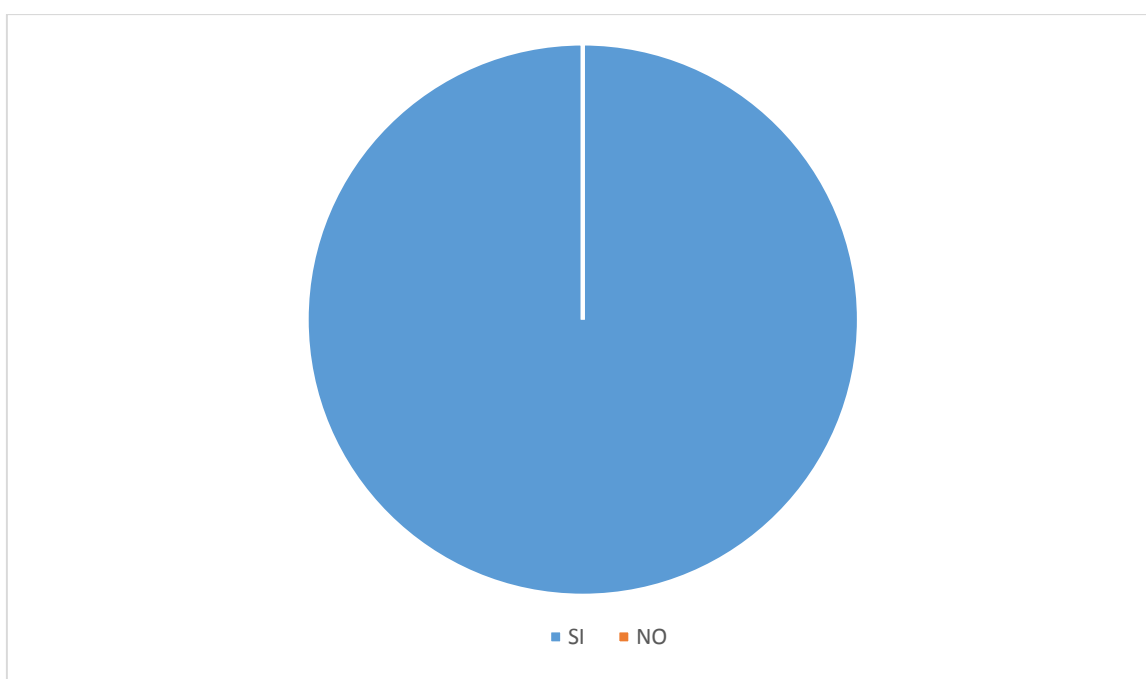
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Solo ofrecimientos	39	78%
Propuestas aplicables en la realidad	11	12%
TOTAL	50	100



Interpretación y Análisis: La respuesta de los encuestas responde al hecho de que se sienten engañados por los políticos a sabiendas de que sus campañas son solo ofertas y promesas incumplidas cuando llegan al poder. Las personas se sienten desprotegidas y han dejado de confiar en la palabra del político.

Pregunta N°6 ¿Cree usted que es necesario que los políticos en tiempo de campaña analicen sus propuestas y ofrecimientos pensando siempre en la posibilidad de efectuarlos?

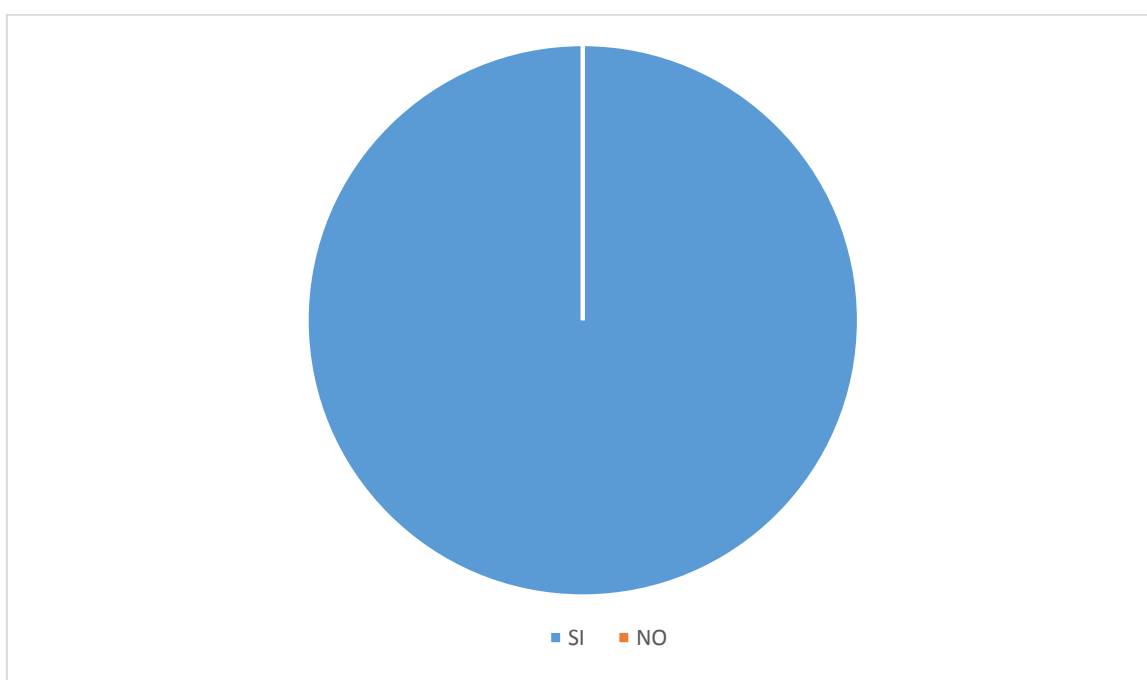
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	100%
NO	0	0%
TOTAL	50	100



Interpretación y Análisis: Es evidente que la ciudadanía cree en la necesidad de que los políticos siempre tengan presente la plena certeza de que sus ofertas de campaña van a ser cumplidas, informado así al elector de una manera veraz y verificada.

Pregunta N°7 ¿Debe la legislación ecuatoriana establecer sanciones para los políticos quienes al realizar ofertas electorales engañan al ciudadano?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	100%
NO	0	0%
TOTAL	50	100



Interpretación y Análisis: Los ciudadanos en base a esta respuesta demuestran la necesidad de que la normativa sea más severa aplicando lo que la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor dispone, de manera que se exista algún tipo de sanción y control hacia los políticos con respecto a sus y ofertas de campaña.

CONCLUSIONES

1. Se concluye que, la información política a pesar de estar blindada constitucional y legalmente no se adecua a la veracidad que de ella se requiere, la razón la manipulación y la desinformación de las expresiones vertidas en campaña electoral las cuales conducen al engaño y al voto falso.
2. El incumplimiento de ofertas de campaña es un término común en todos los políticos que llegan al poder en contubernio con instituciones del Estado como el Consejo Nacional Electoral y el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social que no protegen el derecho de los electores a una información real, veraz, precisa y verificada.
3. Finalmente se puede concluir que las instituciones del estado no hacen un seguimiento de la información política determinando si las mismas están apegadas a la realidad, económica, social y financiera del país provocando caos y crisis en la información.

RECOMENDACIONES

1. Es recomendable que los planes presentados por los políticos al ser candidatos a cualquier dignidad de elección popular sean altamente difundidos en todos los medios de comunicación, incluidas las redes sociales, para que de este modo los ciudadanos electores puedan escoger pensando en la real posibilidad de que sus propuestos y ofertas de campaña puedan cumplirse en la realidad y así, dar cumplimiento a lo establecido en la Constitución y en la ley.
2. Se recomienda que el Consejo Nacional Electoral y Consejo de Participación Ciudadana y Control Social evalúe y apruebe los proyectos o programas presentados dentro de la campaña electoral los mismos que deben estar apegados a la Constitución y a la ley para que sean cumplidos una vez ganadas las elecciones so pena de una sanción.
3. Es pertinente cotejar la información entregada por los candidatos con los planes previamente entregados para eliminar mediante acciones legales la información inadecuada, imprecisa y no veraz que no se ajuste al programa previamente establecido.

BIBLIOGRAFÍA

- Ackerman, J. (2013). Instituciones electorales, derecho a la información y medios de comunicación durante las campañas presidenciales de 2012. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 219 (1), 45-74.
- Añooveros, J. Duran, P. Astarloa, I. (2011). *La declaración universal de derechos humanos cumple 60 años*. España: JM Bosch Editor.
- Beltrán, J. Almada, S. (2011). El principio democrático una persona-un voto: aportaciones para la discusión sobre la igualdad del voto, el caso de Baja California Sur. *Espiral*, 18 (50), 183-216.
- Berrocal, G. (2005). *La información política en la televisión: ¿apatía o interés entre los telespectadores?*. Recuperado el 29 de octubre de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/158/15825047.pdf>.
- Borja, R. (2012). *Enciclopedia de la política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cabanellas, G. (1980). *Diccionario jurídico elemental*. Buenos Aires: Heliastira.
- Carbonell, M. (2008). *La Libertad de Expresión en Materia Electoral*. México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Carreras, L. Vilajoana, S. Cuerva, J. (2018). *¿Cómo aplicar los límites jurídicos del periodismo?*. Barcelona: UOC.
- Castro, E. (2016). *Los mecanismos de democracia participativa y mecanismos de democracia directa en la actualidad*. Recuperado de <http://repositorio.uca.edu.ni/3252/1/UCANI4202.pdf>.
- Constitución de la República del Ecuador. R.O. 242 del 20 de Octubre del 2008
- Díaz, O. Alva, M. (2016). El uso estratégico de la publicidad política de ataque en la elección federal intermedia de 2015 en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 21 (1), 33-49.
- García, G. (2017). Estrategia y publicidad electoral: los spots de campaña en Andalucía 2008 y 2012. *Revista de la Universidad de Santiago de Compostela*, 16 (2), 161-186.
- Ortiz, S. (2017). Demagogia. *Eunomía Revista en Cultura de la Legalidad*, 12 (1), 169-170.

- Ramos, X. (2006, 25 de noviembre). Las ofertas de Rafael Correa. *El Universo*. Recuperado el 13 de diciembre de 2018, de <https://www.eluniverso.com/2006/11/25/0001/8/BE47EF4C76874D59A1D2D559252DC44B.html>.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: RAE.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: RAE.
- Valdéz, M. (2015). Comunicación política y propaganda electoral en México. Las reformas de 2007 y 2014. *Scielo*, 2 (2), 58-87.
- Velastegui, C. (2017, 18 de julio). Quejas por la paralización de obras en el aeropuerto de Taisha, Morona Santiago. *Ecuadorinmediato*. Recuperado el 20 de marzo de 2019, de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818823070.
- Villanueva, E. (2008). *Derecho de la información*. Quito: Ciespal.