UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA

"REDES SOCIALES EN LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL JUVENIL EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO, ELECCIONES PRESIDENCIALES 2025"

AUTOR

BRYAN ORLEY JÁCOME SANTANA

DIRECTOR

DR. JUAN MANUEL GALARZA

PARES ACADÉMICOS

MGS. KÉBLER ROMERO

MGS. PILAR CHÁVEZ

GUARANDA – ECUADOR

2025

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA

"REDES SOCIALES EN LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL JUVENIL EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO, ELECCIONES PRESIDENCIALES 2025"

AUTOR

BRYAN ORLEY JÁCOME SANTANA

DIRECTOR

DR. JUAN MANUEL GALARZA

PARES ACADÉMICOS

MGS. KÉBLER ROMERO

MGS. PILAR CHÁVEZ

GUARANDA – ECUADOR
2024

TEMA DE INVESTIGACIÓN

“REDES SOCIALES EN LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL JUVENIL EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO, ELECCIONES PRESIDENCIALES 2025”

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a mi madre, Susana Santana, por su amor incondicional, su fortaleza y su apoyo constante, incluso en medio de su enfermedad, su ejemplo de vida ha sido la motivación más grande para culminar este proyecto.

A mi hermano, Wladimir Jácome, por acompañarme en cada paso y por ser un pilar fundamental en mi formación personal y académica. extiendo también mi agradecimiento a mi abuelita y a toda mi familia, quienes, aunque no puedo mencionarlos a todos, han estado presentes con su cariño, ánimo y confianza.

A mis profesores de la Universidad, quienes compartieron su conocimiento, guía y exigencia académica que hicieron posible el desarrollo de esta investigación, mi gratitud es profunda hacia cada uno de ellos, por contribuir a mi crecimiento profesional y humano.

Bryan Orley Jácome Santana

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, con todo mi amor, a mi madre, Susana Santana, quien, a pesar de su enfermedad, jamás dejó de apoyarme, animarme y creer en mí, su fuerza, su entrega y su inmenso corazón son la razón por la que hoy culmino esta meta.

A mi hermano, Wladimir Jácome, por ser un compañero incondicional en este camino y por sostenerme siempre con sus palabras y presencia.

A mi abuelita y a toda mi familia, por su cariño, comprensión y respaldo en cada etapa de mi vida, esta tesis es también para ellos, porque su apoyo ha sido fundamental para llegar hasta aquí.

Bryan Orley Jácome Santana

CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA COMUNICACIÓN
MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Dr. Juan Manuel Galarza Mgs. Kleber Romero Quiroga Mgs. Pilar Janeth Chávez Chacan, en su orden: Director y Pares Académicos, luego de revisar el proyecto de integración curricular en formato digital con fines de validación para acceder al título en licenciado en COMUNICACIÓN.

CERTIFICAN

Que, el estudiante **BRYAN ORLEY JÁCOME SANTANA, CI 1850099993** cumple con los parámetros establecidos por la UIC y con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación.**

Guaranda, noviembre 2025

Mgs. Juan Manuel Galarza
DIRECTOR

Mgs. Kleber Romero
Par Académico

Mgs. Pilar Chávez
Par Académico

DERECHOS DE AUTOR

Yo Bryan Orley Jácome Santana portador de la Cédula de Identidad No 1850099993 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: Redes sociales en la participación electoral juvenil en la parroquia Quisapincha cantón Ambato, elecciones presidenciales 2025, modalidad proyecto de investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Bryan Orley Jácome Santana



Bryan Orley Jácome Santana

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA

TEMA DE INVESTIGACION II

AGRADECIMIENTO III

DEDICATORIA IV

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN V

CERTIFICADO TURNITING VI

INDICE DE CONTENIDOS VII

INDICE DE TABLAS XII

INDICE DE FIGURAS, GRÁFICAS E IMÁGENES XIII

INTRODUCCION 1

RESUMEN 2

ABSTRACT 3

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 4

1. Descripción del problema 4

1.2. Planteamiento del problema 5

1.3. Formulación del problema 6

1.4. Preguntas directrices 6

1.5. Justificación 7

1.6. Objetivos 8

1.6.1.Objetivo General 8

1.6.2. Objetivos Específicos 8

1.7. Idea a Defender 8

1.8. Operacionalización de Variables 9

1.8.1. Variable independiente 9

1.8.2. Variable dependiente 9

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO 10

2.1. Antecedentes 10

2.2. Marco científico 12

Teoría de la comunicación 12

Teoría Marxista 13

Teoría de la Agenda Setting 14

Teoría de la Participación Activa 14

Teoría de la Eficacia Política 15

2.3. Marco conceptual 16

Redes Sociales 16

Participación Electoral 16

Participación Política Digital 16

Eficacia Política 17

Democrácia Digital 17

Cultura Participativa 17

Juventud 17

Ciber Militancia 18

Fake News y Desinformación 18

Consumidor Político 18

Empoderamiento Juvenil 18

Campañas Políticas Digitales 19

Voto Informado 19

Brecha de Participación 19

2.4. Marco Legal 19

2.4.1. Constitución de la República del Ecuador 19

Ley Orgánica de Comunicación 19

Ley Orgánica Electoral Código de la Democracia 20

2.5. Georreferencial 20

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA 22

3.1. Tipos de investigación 22

3.2. Enfoque de la investigación 23

3.3. Métodos de investigación 23

3.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos 23

3.4.1. Encuesta 23

3.4.2. Entrevista 24

3.4.3. Focus Group 24

3.5. Universo, población y muestra 25

3.5.1. Delimitación 25

3.5.2. Delimitación espacial 25

3.5.3. Delimitación temporal 25

3.5.4. Universo 25

3.5.5. Población 25

3.5.5.1. Población Incluyente 26

3.5.5.2. Población Excluyente 27

3.6. Muestra 27

3.6.1. Fórmula aplicada para la obtención de la muestra 27

3.7. Procesamiento de la información 28

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados y Discusión 29

4. Análisis, Interpretación y discusión de resultados 29

4.1. Tabulación de encuestas 29

Análisis e interpretación Pregunta 1 29

Análisis e interpretación Pregunta 2 30

Análisis e interpretación Pregunta 3 31

Análisis e interpretación Pregunta 4 32

Análisis e interpretación Pregunta 5 33

Análisis e interpretación Pregunta 6 34

Análisis e interpretación Pregunta 7 35

Análisis e interpretación Pregunta 8 36

Análisis e interpretación Pregunta 9 37

Análisis e interpretación Pregunta 10 38

4.2. Análisis del Focus Group 39

4.3. Análisis de la Entrevista 40

Conclusiones y Recomendaciones 43

CAPÍTULO V

PROPUESTA 44

5.1. Título de la Propuesta 44

5.2. Objetivo de la Propuesta 44

5.3. Justificación 45

5.4. Desarrollo del Producto 45

5.4.1. Preproducción 45

5.4.2. Producción 46

5.4.2.1 Formato y Duración 46

5.4.2.2 Guión Técnico 46

5.4.2.3 Elementos Técnicos 46

5.4.2.4 Guión Literario 46

5.5. Postproducción 47

BIBLIOGRAFÍA 48

ANEXOS

Anexo 1. Turniting 53

Anexo 2. Árbol de Problemas 54

Anexo 3. Cronograma de Grantt 55

Anexo 4. Presupuesto 56

Anexo 5. Encuesta 57

Anexo 6. Entrevista 60

Anexo 7. Encuesta Online 62

Anexo 8. Evidencia de la Entrevista 65

Anexo 9. Focus Group 66

Anexo 10. Propuesta 67

Anexo 11. Tutorías 68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variables 9

Tabla 2. Universo 25

Tabla 3. Frecuencia de Consumo de Contenidos Políticos 29

Tabla 4. Importancia de la Información Política en Redes 30

Tabla 5. Influencia de las Redes Sociales en la Desición del Voto 31

Tabla 6. Confianza de la Información Política en Redes 32

Tabla 7. Influencia de Figuras Públicas o Influenceers 33

Tabla 8. Campañas Políticas en Redes y su Motivación a Votar 34

Tabla 9. Interacción de Contenido Político en Redes 35

Tabla 10. Interacción de Contenidos Políticos y la decisión Participativa 36

Tabla 11. Utilidad de Las Redes en la Información de Votar 37

Tabla 12. Mejorar El Contenido Político de las Redes 38

Tabla 13. Análisis del Focus Group 39

Tabla 14. Análisis de la Entrevista 40

ÍNDICE DE FIGURAS/ GRÁFICAS/ IMÁGENES

Gráfico 14. Universo 25

Gráfico 14. Muestra 25

Gráfico 2. Frecuencia de Consumo de Contenidos Políticos 29

Gráfico 4. Importancia del Información Política en Redes 30

Gráfico 5. Influencia de las Redes Sociales en la Desición del Voto 31

Gráfico.6. Confianza de la Información Política en Redes 32

Gráfico.7. Influencia de Figuras Públicas o Influenceers 33

Gráfico.8. Campañas Políticas en Redes y su Motivación a Votar 34

Gráfico.9. Interacción de Contenido Político en Redes 35

Gráfico.10. Interacción de Contenidos Políticos y la decisión Participativa..... 36

Gráfico.11. Utilidad de Las Redes en la Información de Votar..... 37

Gráfico. 12. Mejorar El Contenido Político de las Redes 38

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en un elemento central en la vida de los jóvenes. Plataformas digitales como Facebook, Instagram, TikTok y X (antes Twitter) cumplen funciones de entretenimiento y comunicación, pero también influyen en la manera en que los individuos se informan, opinan y participan en temas políticos. Este fenómeno es particularmente relevante en la juventud, ya que este grupo demográfico es el que más utiliza estas herramientas y, por ello, es más susceptible a su impacto en la esfera política.

En la parroquia Quisapincha, del cantón Ambato, los jóvenes están constantemente conectados. Siguen cuentas políticas, consumen contenido informativo y participan en debates relacionados con temas electorales. Ante esta realidad, surgió la necesidad de investigar cómo el uso de redes sociales puede influir en la participación electoral juvenil, especialmente en el contexto de las elecciones presidenciales de 2025. La inquietud se origina al observar que, aunque muchos jóvenes expresan opiniones de manera activa en redes sociales, no siempre se involucran de forma equivalente en los procesos electorales presenciales.

Para abordar esta problemática se aplicó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos, esta elección metodológica permite obtener una comprensión integral del fenómeno, ya que los métodos cuantitativos proporcionan datos estadísticos sobre patrones y tendencias de participación electoral, mientras que los métodos cualitativos aportan información sobre las experiencias, percepciones y motivaciones de los jóvenes. Además, la combinación de encuestas, entrevistas y grupos focales permite la triangulación de datos, fortaleciendo la validez y confiabilidad de los resultados, y adaptándose a las particularidades del contexto local de Quisapincha. José FranciscoMolina Azorín, (2024)

El objetivo principal de la investigación fue analizar cómo las redes sociales influyen en la participación electoral juvenil en Quisapincha. A lo largo del estudio se presentan los conceptos teóricos relevantes, el contexto local, la metodología aplicada, los resultados del análisis y, finalmente, las conclusiones y recomendaciones derivadas del trabajo, contribuyendo a un entendimiento más profundo del vínculo entre redes sociales y participación política de los jóvenes.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad analizar el papel que desempeñan las redes sociales en la participación electoral juvenil en la parroquia Quisapincha, cantón Ambato, durante las elecciones presidenciales de 2025. Para ello, se empleó un enfoque mixto que combinó métodos cuantitativos, mediante encuestas aplicadas a jóvenes de entre 16 y 29 años, y cualitativos, a través de entrevistas a líderes locales. El estudio permitió comprender cómo estas plataformas digitales impactan en el comportamiento político de la juventud, identificando que las redes sociales no solo actúan como medios informativos, sino que también influyen en la formación de criterios, emociones y decisiones al momento de ejercer el voto.

Se constató que la facilidad de acceso, la rapidez para difundir mensajes y la posibilidad de interacción directa con actores políticos son factores clave para motivar el interés electoral. Sin embargo, también se evidenciaron riesgos asociados con la desinformación y la superficialidad de los contenidos. En conclusión, las redes sociales representan una herramienta poderosa para fortalecer la participación política juvenil, siempre que se utilicen con responsabilidad y sentido crítico.

Palabras clave: Redes sociales, participación electoral, jóvenes, elecciones 2025, Quisapincha

ABSTRACT

Keywords: Social media, electoral participation, youth, 2025 elections, Quisapincha.

This research aimed to analyze the role of social media in youth electoral participation in the Quisapincha parish, Ambato canton, during the 2025 presidential elections. A mixed-methods approach was employed, combining quantitative methods through surveys applied to young people aged 16 to 29, and qualitative methods through interviews with local leaders. The study examined how these digital platforms impact the political behavior of youth, revealing that social media not only serves as an information channel but also influences the formation of opinions, emotions, and decisions when voting.

It was found that easy access, rapid message dissemination, and the possibility of direct interaction with political actors are key factors in motivating electoral interest. However, risks associated with misinformation and superficial content were also identified. In conclusion, social media represents a powerful tool to strengthen youth political participation, provided it is used responsibly and with critical awareness.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Descripción del Problema

Las redes sociales han transformado de manera profunda la forma en que los ciudadanos, especialmente los jóvenes, se relacionan con la política. Plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y X (antes Twitter) además de permitir compartir contenido personal, también se han convertido en espacios claves para informarse sobre temas electorales, debatir ideas y generar movilización ciudadana. en ese sentido, los jóvenes de la parroquia Quisapincha, en el cantón Ambato, no están ajenos a esta realidad, siendo las redes sociales una de sus principales fuentes de información e interacción política en el marco de las elecciones presidenciales de 2025.

Sin embargo, aunque el uso de redes sociales es alto entre este grupo etario, no necesariamente se traduce en una participación electoral activa, informada o crítica. Factores como la desinformación, la apatía política, la influencia de figuras no especializadas y la viralización de contenido emocional, inciden en cómo los jóvenes perciben los procesos electorales y a los candidatos. De acuerdo con datos del Consejo Nacional Electoral El Comercio, (2022), los jóvenes entre 16 y 29 años representan aproximadamente el 32% del padrón electoral a nivel nacional, lo que evidencia su peso en el sistema democrático ecuatoriano, no obstante, su participación sigue siendo variable, muchas veces determinada por el tipo de contenido al que acceden en redes sociales.

En el caso de Quisapincha, una parroquia con una fuerte identidad cultural indígena, influyen también factores como el acceso limitado a tecnologías, la conectividad digital y las condiciones socioeconómicas. Estos aspectos afectan directamente la forma en que los jóvenes se informan y toman decisiones políticas, algunos candidatos han empezado a usar redes sociales para llegar a este electorado, no todos los contenidos resultan ser efectivos para promover una participación consciente y comprometida.

Aplicando el método del embudo, se puede abordar este problema desde una perspectiva general sobre la participación juvenil en Ecuador, hasta llegar al análisis concreto de la situación en Quisapincha. En esta investigación, el contenido político de las redes sociales se identifica como la variable independiente, mientras que el nivel de participación electoral juvenil se considera la variable dependiente.

Como menciona Castells (2009), "la comunicación en red ha alterado la relación entre ciudadanía y poder, haciendo de los medios digitales espacios de construcción política". Esta afirmación resalta la necesidad de estudiar de forma específica cómo influyen estas plataformas en territorios con características culturales particulares como Quisapincha, y cómo inciden en la formación de una ciudadanía joven más participativa o más desinformada.

1.2. Planteamiento del Problema

La participación electoral de los jóvenes es clave para fortalecer la democracia, pero en muchas zonas rurales de Ecuador como la parroquia Quisapincha sigue siendo baja, , ubicada en el cantón Ambato, es un territorio donde los jóvenes están cada vez más conectados a las redes sociales, estas plataformas facilitan la interacción social y, al mismo tiempo, influyen en las opiniones y actitudes políticas de los jóvenes, sin embargo, a pesar de su uso constante, se observa una participación electoral juvenil limitada y poco crítica, esto genera interrogantes sobre el verdadero impacto de las redes sociales en la toma de decisiones políticas del grupo poblacional. Pérez (2025)

Aunque los jóvenes tienen acceso a información política en línea, muchos no la utilizan para tomar decisiones electorales fundamentadas. Se percibe una desconexión entre el consumo de contenido digital y la participación activa en los procesos electorales. Esta situación podría explicarse por factores como la desinformación, la falta de educación política formal y la prevalencia de contenidos virales orientados al entretenimiento y a opiniones superficiales.

A pesar de la disponibilidad de diversas plataformas digitales que abordan temas políticos, aún existe un vacío de investigación sobre cómo estas herramientas influyen en la percepción política de los jóvenes y en su involucramiento electoral. No se cuenta con información suficiente que explique de qué manera las redes sociales pueden contribuir a fortalecer una identidad política juvenil activa y crítica en Quisapincha.

Por lo tanto, esta investigación tiene como propósito explorar cómo el uso de redes sociales impacta la participación electoral juvenil durante las elecciones presidenciales de 2025. Se analizarán la relación entre el consumo de contenido digital y la percepción política de los jóvenes, su participación electoral y el efecto de estas plataformas en la construcción de una identidad política crítica. Este estudio busca cerrar el vacío de conocimiento existente y ofrecer recomendaciones que fomenten una mayor participación política de los jóvenes a través de medios digitales.

1.3. Formulación del Problema

¿De qué manera influyeron las redes sociales en la participación electoral de los jóvenes en la parroquia Quisapincha durante las elecciones presidenciales de 2025?

1.4.Preguntas Directrices

- ¿Qué tipo de contenidos políticos consumen los jóvenes de la parroquia Quisapincha a través de las redes sociales?
- ¿Cómo perciben los jóvenes de Quisapincha la relación entre la información política en redes sociales y su participación electoral?
- ¿De qué manera influyen los influencers, figuras públicas o campañas políticas en redes sociales en las decisiones electorales de los jóvenes en Quisapincha?
- ¿Existen diferencias en la participación electoral de los jóvenes de Quisapincha según el nivel de interacción que tienen con contenidos políticos en redes sociales?
- ¿Cuál es la percepción de los jóvenes de Quisapincha sobre la utilidad de las redes sociales para informar sus decisiones de voto?

1.5. Justificación

Con la creciente presencia de las redes sociales, los jóvenes ahora tienen más acceso a información política, pero no está claro cómo esto afecta en su decisión de participar en las elecciones, por eso, esta investigación es importante, ya que busca entender cómo las redes sociales pueden influir en la participación electoral de los jóvenes en Quisapincha, algo que no se ha estudiado profundamente en este tipo de comunidades rurales.

Este trabajo es necesario porque, aunque se reconoce que las redes sociales ejercen un impacto creciente en la dinámica política, aún existe poca evidencia sobre cómo influyen específicamente en la participación electoral de los jóvenes en contextos locales como la parroquia Quisapincha. Comprender este fenómeno permitirá identificar los factores que motivan o desmotivan su involucramiento en los procesos democráticos. Además, conocer estas dinámicas es fundamental para promover una participación juvenil más informada, crítica y activa, en la que los jóvenes no solo consuman contenido político en redes sociales, sino que desarrollen criterios propios, contrasten información, participen en debates respetuosos y tomen decisiones electorales conscientes y responsables. Este análisis contribuirá, por tanto, a fortalecer su rol como actores clave en la construcción democrática del territorio.

Además, esta investigación no solamente es importante para entender el comportamiento electoral, sino también para ayudar a los partidos y candidatos a ajustar sus estrategias de comunicación, de modo que puedan llegar de manera más efectiva a este grupo de jóvenes. También será útil para organizaciones educativas y juveniles que buscan promover la participación política de los jóvenes, ofreciéndoles mejores herramientas y recursos.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Analizar la influencia de las redes sociales en la participación electoral de los jóvenes de la parroquia Quisapincha durante las elecciones presidenciales de 2025.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Examinar cómo la interacción con contenidos políticos en redes sociales afecta la percepción y actitud de los jóvenes hacia la participación electoral.
- Determinar la relación entre el nivel de participación de los jóvenes en redes sociales y su involucramiento en el proceso electoral.
- Realizar una Realizar una propuesta técnica de análisis y difusión política que optimice el uso de las redes sociales para promover la participación electoral juvenil en la parroquia Quisapincha, incorporando lineamientos y recomendaciones que fortalezcan las estrategias de comunicación digital dirigidas a los jóvenes.

1.7. Idea a Defender

El consumo de contenidos políticos en redes sociales influye significativamente en la participación electoral de los jóvenes de la parroquia Quisapincha.

1.8 Operacionalización de Variables

Variable	Dimensión	Indicador	Escala	ítems
Contenido político en las redes sociales	Frecuencia de consumo	Veces que el joven consume contenido político	Nominal	¿Con qué frecuencia consume contenido político en redes sociales?
	Calidad percibida	Nivel de adecuación del contenido para jóvenes	Likert	¿Considera que el contenido político en redes sociales es adecuado para los jóvenes?
	Confianza en la información	Grado de credibilidad otorgado al contenido	Likert	¿Qué nivel de confianza tiene en la información política difundida en redes sociales?
	Influencia de influencers	Impacto de líderes digitales o figuras públicas	Likert	¿En qué medida los influencers en redes sociales influyen en su percepción política?
	Utilidad informativa	Nivel de utilidad para la toma de decisiones	Likert	¿Le resulta útil el contenido político en redes sociales para decidir su voto?

Variable	Dimensión	Indicador	Escala	ítems
Participación electoral juvenil	Motivación al voto	Grado de motivación por campañas digitales	Likert	¿Las campañas políticas en redes sociales lo motivan a participar en elecciones?
	Interacción política	Nivel de interacción con publicaciones políticas	Nominal	¿Con qué frecuencia interactúa (like, comentario, compartir) con contenido político en redes sociales?
	Influencia en la decisión	Grado de incidencia en la decisión electoral	Likert	¿Qué tanto influye la información política en redes sociales en su decisión de voto?
	Importancia percibida	Nivel de importancia asignada a redes sociales	Likert	¿Qué tan importantes considera las redes sociales como fuente de información electoral?
	Participación activa	Grado de involucramiento en debates o discusiones	Nominal	¿Ha participado en debates o discusiones políticas en redes sociales?

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

La participación electoral juvenil ha sido objeto de estudio en diversas investigaciones académicas, especialmente en relación con el uso de redes sociales como canales emergentes de socialización y expresión política.

García (2019), en su documento "Marco Teórico, elemento fundamental en el proceso de investigación científica", establece que la revisión teórica debe partir del análisis de antecedentes relevantes para identificar las contribuciones previas y delimitar los vacíos existentes. En este sentido, su aporte enfatiza la necesidad de vincular el contexto teórico con la realidad sociopolítica concreta, como ocurre en comunidades con características culturales diferenciadas como Quisapincha.

Por su parte, Jiménez (2023), "El impacto de las redes sociales en la participación política: un estudio mixto en estudiantes universitarios de 18 a 20 años en la ciudad de Loja", en un estudio aplicado a estudiantes universitarios de Loja, identificó cómo las redes sociales influyen directamente en la percepción política de los jóvenes. Su enfoque mixto evidenció que los estudiantes entre 18 y 20 años utilizan principalmente Facebook, Instagram y TikTok para consumir información política, aunque con una actitud crítica limitada frente a las fuentes y contenidos.

En un plano regional, Barredo Ibáñez, De la Garza Montemayor y Días (2018), "La relación entre el consumo de medios digitales, la participación y la eficacia política. Un estudio sobre los jóvenes universitarios en Colombia", analizaron el vínculo entre el consumo de medios digitales, la participación y la eficacia política en jóvenes universitarios colombianos. Los autores concluyen que existe una alta dependencia de los contenidos digitales, aunque esto no siempre se traduce en una participación electoral efectiva. Además, se destaca una percepción generalizada de desconfianza hacia los actores políticos tradicionales.

Asimismo, Calderón Moreno y Vaca Barbosa (2019), "SOCIEDAD RED Y EDUCACIÓN: El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los estudiantes de segundo y noveno semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador: (2019)", abordaron el impacto de las redes sociales y del internet en la formación académica y ciudadana de los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador. Si bien su estudio se enfocó en el ámbito educativo, los resultados revelan que el entorno digital ha modificado los hábitos de información, interacción y construcción de opinión de los jóvenes, lo cual incide también en su relación con lo político.

Según, Alegría (2021), "Participación política de jóvenes en la democracia ecuatoriana y su éxito electoral en las elecciones seccionales 2019", analizó la participación política de jóvenes ecuatorianos en las elecciones seccionales. Su investigación, respaldada por el Instituto de la Democracia, mostró que el nivel de participación juvenil es bajo, pese al acceso masivo a la información. Esto evidencia la necesidad de estrategias más cercanas, como la comunicación política a través de redes sociales, para estimular la implicación electoral de este grupo.

Estas investigaciones sustentan la pertinencia del presente estudio en la parroquia Quisapincha, donde los jóvenes, en su mayoría indígenas y artesanos, están inmersos en un entorno digital creciente pero aún no investigado ampliamente desde la perspectiva de su participación política.

2.2. Marco Científico

La presente investigación se enfoca en el uso de redes sociales como herramienta de participación política juvenil en la parroquia Quisapincha durante las elecciones presidenciales del 2025, en una era dominada por lo digital, las plataformas sociales como Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp se han consolidado como espacios clave para la difusión de ideas políticas, interacción con candidatos, generación de opinión pública y organización de acciones colectivas. En este contexto, resulta fundamental analizar cómo estos entornos virtuales influyen en la participación de los jóvenes, quienes históricamente han estado menos representados en los procesos electorales tradicionales, ya que, las redes sociales no únicamente transforman la forma de comunicarnos, sino que reconfiguran la participación ciudadana, permitiendo una conexión constante entre actores políticos y electorales.

Para el desarrollo de esta investigación se tomarán como base tres teorías fundamentales que servirán de sustento teórico y metodológico para comprender el fenómeno de estudio.

Teoría de la Comunicación

Según Craig, (2019), "For a Practical Discipline", la teoría de la comunicación debe entenderse como una disciplina práctica que analiza la manera en que los mensajes son creados, transmitidos y recibidos, reconociendo que la comunicación es un proceso dinámico que involucra tanto la dimensión técnica como la social, esta teoría, que tiene sus orígenes en el modelo de Shannon y Weaver (2020), hoy se interpreta en el contexto digital como un fenómeno en el que los actores sociales no solo consumen información, sino que también la producen y la difunden.

En el marco de esta investigación, la teoría de la comunicación permite comprender cómo los jóvenes de Quisapincha utilizan las redes sociales como un espacio bidireccional de interacción política, no se trata únicamente de recibir mensajes de actores políticos, sino también de compartir opiniones, debatir y difundir información electoral, esto se convierte en escenarios donde se construye y moldea la participación ciudadana juvenil.

La relevancia de esta teoría para la investigación radica en que explica cómo el proceso comunicativo en plataformas digitales influye en la decisión de los jóvenes de informarse, opinar o participar activamente en procesos democráticos. Es por ello que el voto juvenil en Quisapincha no puede analizarse sin considerar el cómo circula y se negocia la información política en redes sociales.

Teoría Crítica o Marxista de la Comunicación

De acuerdo con Paoli, (2022), plantea en su texto "Comunicación e información: nuevas perspectivas teóricas", que los medios no solo son canales de transmisión de información, sino también instrumentos de poder ideológico que refuerzan estructuras de dominación social y política, nos presentan que la comunicación está vinculada a los intereses económicos y de clase social, lo que condiciona tanto los mensajes como las formas de consumo mediático.

En esta investigación, la teoría crítica resulta relevante porque permite analizar cómo las redes sociales, lejos de ser espacios completamente libres, reproducen dinámicas de poder político y económico que pueden influir en la segunda variable: "la participación electoral de los jóvenes", por ejemplo, los algoritmos priorizan ciertos contenidos políticos, lo que puede favorecer a determinados candidatos o corrientes ideológicas, generando un desequilibrio en el acceso a la información.

Así, la teoría crítica aporta un marco analítico para comprender que la participación electoral juvenil en Quisapincha no depende únicamente de la voluntad individual, sino también de condiciones estructurales impuestas por el sistema mediático y digital.

Teoría de la Agenda Setting

La Teoría de la Agenda Setting, formulada originalmente por McCombs y Shaw - (1972), sostiene que los medios de comunicación tienen el poder de influir en el público sobre qué temas considerar importantes. En el contexto actual de las redes sociales, esta teoría sigue siendo relevante, ya que plataformas como Facebook, Twitter y Instagram contribuyen a crear agendas de discusión política. Según Bucher et al. (2018), los medios sociales tienen un poder significativo en la creación de agendas, al hacer que ciertos temas sean predominantes y definan las conversaciones de la ciudadanía.

La investigación en Quisapincha puede analizar cómo temas específicos como la seguridad, el empleo juvenil o las propuestas de candidatos para el sector rural se amplifican en las redes sociales y, en consecuencia, afectan las prioridades y decisiones de los jóvenes en las elecciones.

Esta teoría es esencial para comprender cómo los jóvenes de Quisapincha están expuestos a ciertas agendas políticas que, a través de las redes sociales, pueden influir en sus decisiones de participación electoral. Dado que las redes sociales tienen un alto impacto en su día a día, es probable que las percepciones sobre qué es importante para ellos durante el proceso electoral estén influidas por lo que los medios digitales destacan. Analizar qué temas se establecen en las agendas de las redes sociales permitirá entender mejor los factores que movilizan a los jóvenes de esta comunidad a votar.

Teoría de la Participación Activa

La Teoría de la Participación Activa sostiene que las redes sociales no solo son un medio para consumir información, sino también para participar activamente, creando contenido, comentando y compartiendo opiniones. Según Tufekci (2017), las redes sociales empoderan a los individuos, especialmente a los jóvenes, al permitirles no solo recibir información sino también producirla y difundirla. Esto tiene un impacto directo en la participación política, ya que los jóvenes no son solo observadores, sino actores activos que influencian la narrativa política a través de sus interacciones en las plataformas sociales.

Para el caso de Quisapincha, la investigación se centrará en cómo los jóvenes participan en las discusiones políticas en plataformas sociales, creando y compartiendo contenido que podría influir en su propio círculo social, motivando a otros a votar o a participar en actividades cívicas.

La Teoría de la Participación Activa es crucial para explicar cómo los jóvenes de Quisapincha utilizan las redes sociales como plataformas de participación política. Analizar cómo estos jóvenes no solo reciben información sobre elecciones, sino que también la crean y difunden, te permitirá entender de qué manera contribuyen activamente al proceso electoral y cómo su participación puede ser un factor de influencia en los resultados de las elecciones presidenciales de 2025. Esta teoría también ayuda a examinar cómo las redes sociales permiten que los jóvenes se conviertan en agentes activos del cambio político en su comunidad.

Teoría de la Eficacia Política

La Teoría de la Eficacia Política de Blais, aplicada en contextos más recientes por autores como Carrasco. (2020), explica cómo la percepción de los ciudadanos sobre su capacidad para influir en el sistema político determina su nivel de participación electoral. En el contexto de las redes sociales, los jóvenes que sienten que su voz será escuchada y que sus acciones pueden generar un cambio (eficacia externa) tienen más probabilidades de participar activamente en elecciones.

El análisis de cómo las redes sociales contribuyen a aumentar o disminuir esta percepción de eficacia en los jóvenes de Quisapincha es esencial para entender su nivel de involucramiento en las elecciones.

Esta teoría es crucial para entender la motivación detrás de la participación electoral juvenil y si los jóvenes perciben que sus acciones en las redes sociales pueden influir en el resultado de las elecciones o en la representación de sus intereses, estarán más dispuestos a involucrarse activamente, estudiar cómo las redes sociales contribuyen a aumentar la percepción de eficacia política en los jóvenes de Quisapincha te permitirá comprender mejor las razones detrás de su participación electoral y cómo se movilizan en torno a las plataformas digitales.

2.3 Marco Conceptual

Redes Sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten a los usuarios crear perfiles y conectarse con otros para compartir contenido, ideas y formar comunidades virtuales. Según Beltrán (2025), las redes sociales no solo son espacios de interacción, sino que también juegan un papel central en la formación de comunidades en línea y la creación de identidades digitales. Estas plataformas permiten a los usuarios expresar opiniones políticas, participar en debates públicos y organizar movimientos sociales, lo que las convierte en un factor clave en la participación política de los jóvenes.

Participación Electoral

La participación electoral es el proceso mediante el cual los ciudadanos toman parte activa en las elecciones, ya sea votando o a través de otras formas de participación cívica. Verba, INE, (2017) señala que la participación electoral es una forma fundamental de ejercicio de la democracia, no solo a través del voto, sino también mediante actividades como la firma de peticiones, la asistencia a manifestaciones o el debate político en redes sociales.

Participación Política Digital

La participación política digital es la integración de las tecnologías de la información y las redes sociales en el proceso de participación política, donde los ciudadanos, especialmente los jóvenes, utilizan internet para involucrarse en el proceso electoral. Gobierno Abierto Ecuador (2023),destaca que las redes sociales transforman la política al permitir que los individuos se organicen y movilicen sin necesidad de las estructuras tradicionales de los partidos políticos.

Eficacia Política

La eficacia política hace referencia a la creencia de los ciudadanos de que su participación en los procesos democráticos tiene un impacto realperiódico UNAL (2020), argumenta que la eficacia política es un factor determinante en la participación electoral, ya que los individuos que creen que pueden influir en las decisiones políticas son más propensos a votar y participar en actividades políticas.

Democracia Digital

La democracia digital implica la utilización de las tecnologías digitales para aumentar la participación ciudadana en los procesos políticos. En este sentido, Berg, (2022), destaca que la democracia digital facilita la participación política de manera accesible, inmediata y organizada, lo que es especialmente relevante en el contexto de los jóvenes, quienes se han apropiado de las redes sociales como herramienta de influencia política.

Cultura Participativa

La cultura participativa es un concepto relacionado con la creación y distribución activa de contenido por parte de los usuarios en plataformas digitales. En su análisis, startidea, (2024), explica que los jóvenes participan activamente en la producción de contenido, no solo como consumidores de información, sino como creadores y difusores, lo que tiene un impacto considerable en la movilización política y en las elecciones.

Juventud

Hace referencia al grupo etario comprendido generalmente entre los 16 y 29 años. El Consejo de igualdad intergeneracional, (2021), indica que la juventud no solo es una etapa biológica, sino también un constructo social influenciado por factores culturales, económicos y políticos. En este estudio, el foco está en jóvenes votantes de la parroquia Quisapincha.

Ciber Militancia

Es una forma de activismo político que se desarrolla en entornos digitales. Según Herrera (2020), la ciber militancia implica la difusión de mensajes, organización de campañas y movilización social a través de medios digitales. En este contexto, se estudiará cómo los jóvenes de Quisapincha ejercen su activismo político desde redes como Facebook, TikTok o WhatsApp.

Fake News y Desinformación

Las noticias falsas son contenidos creados intencionalmente para engañar, manipular o confundir. Tusa, (2019). distingue entre desinformación (intencional), mal información y desinformación accidental. El impacto de estas prácticas en procesos electorales juveniles es clave para este estudio.

Engagement Político Digital

Hace referencia al nivel de compromiso e interacción que los usuarios tienen con contenidos políticos en línea. Según Ballesteros, (2022), el engagement político no solo es dar "me gusta" o compartir, sino también comentar, crear contenido y participar activamente en debates. Este nivel de compromiso será evaluado en la población juvenil de Quisapincha.

Consumidor Político

Es el ciudadano que no solo consume contenidos, sino que también los produce. La universidad Espíritu Santo, (2021), definió el término para describir a la nueva generación digital que genera y difunde información política, convirtiéndose en agentes activos dentro del ecosistema electoral.

Empoderamiento Juvenil

Se refiere al proceso mediante el cual los jóvenes adquieren capacidades, recursos y motivación para actuar sobre su entorno. Según Sonia Bibiana Rojas Wilches (2018), el empoderamiento implica una toma de conciencia crítica que conduce a la acción transformadora. Las redes sociales son vistas en este trabajo como espacios de empoderamiento juvenil electoral.

Campañas Políticas Digitales

Son estrategias de comunicación electoral que utilizan plataformas digitales para difundir propuestas, conectar con la ciudadanía y movilizar el voto. Según School (2025), estas campañas permiten una personalización del mensaje, especialmente atractiva para jóvenes usuarios de redes.

Voto Informado

Es el proceso mediante el cual los electores acceden a información clara, verificada y suficiente sobre candidatos y propuestas antes de votar. Según UTPL (2025), la participación informada es fundamental para una democracia sólida. Esta investigación analizará si las redes contribuyen o dificultan esta tarea entre los jóvenes.

Brecha de Participación

Es la diferencia en el grado de participación entre distintos grupos sociales. Robles, Morales, (2017), sostiene que factores como el acceso a la tecnología, el nivel educativo o la etnia influyen directamente en el nivel de involucramiento político. En Quisapincha, esta brecha puede estar presente entre jóvenes indígenas y no indígenas.

2.4.Marco Legal

2.4.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Art. 5 Medios de comunicación social. - Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a los concesionarios de frecuencias de radio y televisión, que ejercen la difusión masiva de contenidos comunicacionales, a través de medios impresos, radio, televisión y audio o vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet

LEY ORGÁNICA ELECTORAL CÓDIGO DE LA DEMOCRACIA

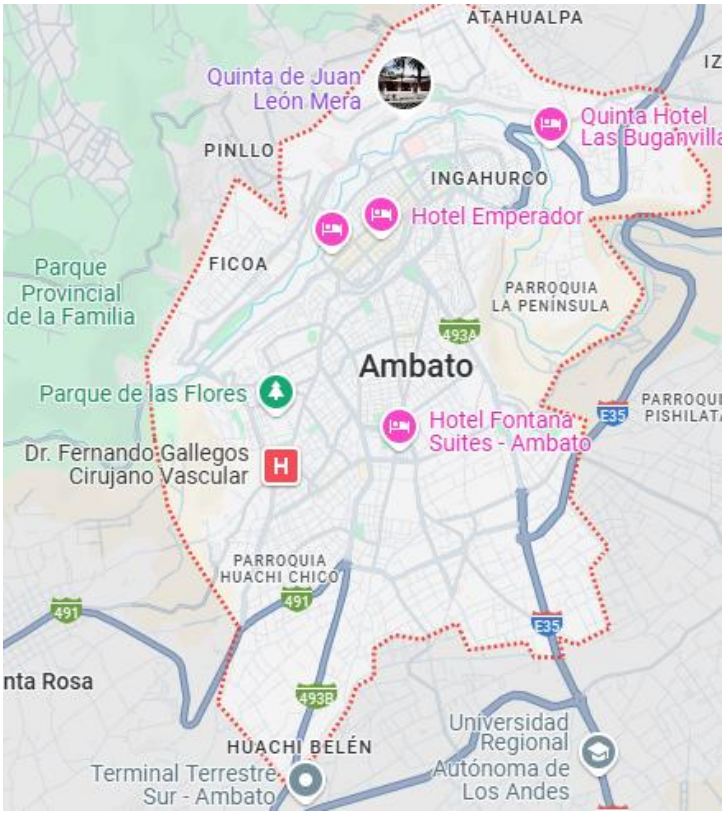
Art. 6 La Función Electoral tiene como finalidad asegurar que las votaciones y los escrutinios traduzcan la expresión auténtica, libre, democrática y espontánea de la ciudadanía y sean el reflejo oportuno de la voluntad del electorado expresada en las urnas por votación directa y secreta.

Son esenciales para analizar cómo los jóvenes pueden ejercer su derecho al voto de manera informada y activa a través de las redes sociales, además, permiten abordar la transparencia, responsabilidad y equidad en el acceso a la información electoral, lo que se convierte en un componente clave para tu investigación sobre la influencia de las redes sociales en la participación electoral juvenil en la Parroquia Quisapincha.

2.5. Georreferencial

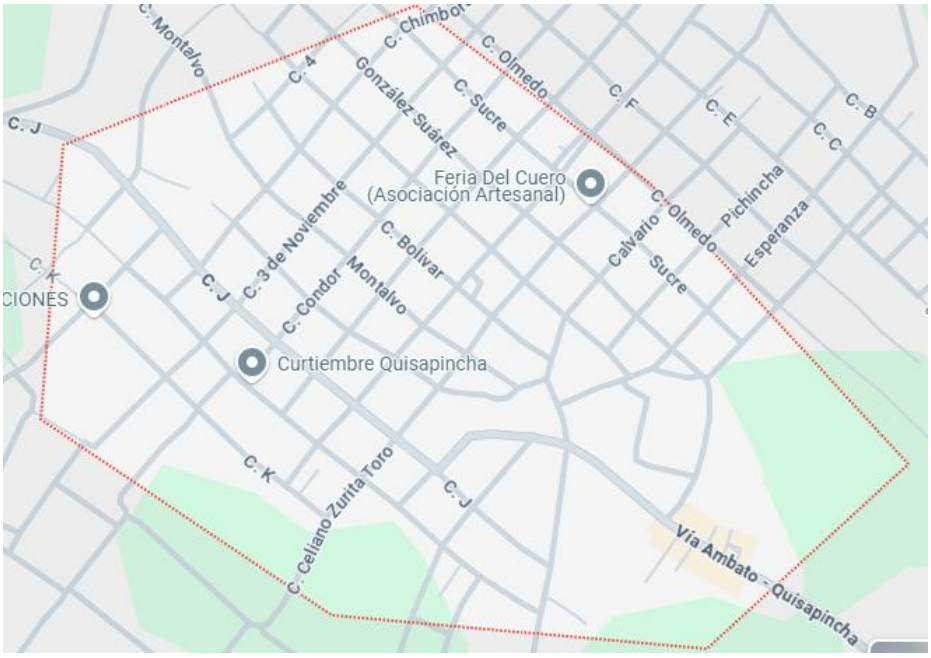
La georreferenciación es uso de coordenadas en el mapa para asignar una ubicación espacial nos referiremos al Cantón "Ambato" Parroquia "Quisapincha".

Imagen 1. Mapa satelital del Cantón Ambato



Fuente: Google maps, Cantón Ambato Provincia de Tungurahua, 2025

Imagen 2. Mapa geográfico de la Ciudad de Guaranda, casco urbano



Fuente: Google maps, Cantón Ambato, Quisapincha 2025

El trabajo de investigación se realiza en la parroquia rural de Quisapincha, perteneciente al cantón Ambato, en la provincia de Tungurahua, dentro de la República del Ecuador. Esta parroquia se encuentra ubicada a una altitud aproximada de 3.200 metros sobre el nivel del mar, en las estribaciones de la cordillera Occidental de los Andes. Se sitúa a aproximadamente 14 kilómetros del centro de la ciudad de Ambato, capital provincial. Quisapincha es reconocida por su riqueza cultural, sus tradiciones ancestrales y su fuerte identidad kichwa, así como por su destacada producción artesanal en cuero. En este contexto, la delimitación de este trabajo investigativo será la población joven residente en el casco urbano de la parroquia Quisapincha, con el objetivo de analizar la influencia de las redes sociales en su participación electoral durante las elecciones presidenciales del año 2025.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

La presente investigación es de carácter exploratorio, ya que se involucra directamente a los jóvenes electores entre los 16 y 29 años, quienes constituyen el grupo más representativo dentro del fenómeno de estudio. El propósito fue indagar cómo perciben y utilizan las redes sociales en relación con su participación política, durante las elecciones presidenciales de 2025, en un contexto en el que existe muy poca información relacionada con el tema en especial de la parroquia Quisapincha.

Al mismo tiempo, es descriptiva, porque busca detallar las características, criterios, actitudes y formas de interacción de los jóvenes con el contenido político digital. Cada elector es un sujeto con particularidades, opiniones y motivaciones propias, y el estudio permite describir estas tendencias y comportamientos de manera sistemática.

Finalmente, el alcance también es correlacional, dado que se analizaron las posibles relaciones entre las variables planteadas: por un lado, el uso de redes sociales y su contenido político, y por otro, la participación electoral juvenil. Este enfoque permitió identificar de qué manera la exposición a información política digital se vincula con el interés, la decisión y la acción de los jóvenes en el ejercicio del voto.

Según un artículo de la Revista ESPACIOS (2019), un diseño no experimental y transversal puede combinar los alcances exploratorio, descriptivo y correlacional cuando se busca identificar relaciones entre variables sin manipularlas directamente. Esta misma lógica fundamenta el presente trabajo, que recurrió a encuestas, entrevistas y focus group para obtener una visión integral del fenómeno.

3.2 Enfoque de la Investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas para analizar de manera integral la influencia de las redes sociales en la participación electoral juvenil en la parroquia Quisapincha, cantón Ambato, este enfoque permitió no solo medir tendencias generales a través de datos estadísticos, sino también profundizar en las percepciones y valoraciones que los jóvenes atribuyen al uso político de las plataformas digitales.

En la dimensión cuantitativa, se aplicaron encuestas a jóvenes de entre 16 y 29 años. Los resultados mostraron que el 85% de los encuestados utilizan redes sociales diariamente, siendo Facebook, Instagram y TikTok las más empleadas, asimismo, un 62% manifestó haber recibido información política durante el proceso electoral de 2025, pero únicamente un 35% afirmó confiar plenamente en esa información y en cuanto al impacto electoral, un 28% señaló que los contenidos digitales influyeron en su decisión de voto, mientras que el 72% restante indicó que su decisión ya estaba tomada con antelación o que no confían en lo que circula en redes sociales.

En la dimensión cualitativa, se realizaron entrevistas a miembros comunitarios y un focus group con jóvenes de la parroquia y todo esto, reveló que, aunque las redes sociales son percibidas como un canal importante para informarse, persiste una fuerte desconfianza hacia los contenidos políticos debido a la desinformación y a la “presencia de mensajes superficiales o faranduleros” los participantes señalaron que la información política es útil únicamente cuando proviene de fuentes verificadas, como medios digitales reconocidos (ej. Diario La Hora, La Posta), además, destacaron que las redes sociales deberían tener un rol más formativo, promoviendo propuestas claras y verificables, en lugar de priorizar el entretenimiento para captar la atención juvenil.

El análisis del focus group permitió identificar tres aspectos clave como: la percepción crítica de la información, ya que los jóvenes reconocen la manipulación y los intentos de influencia, pero sostienen que su decisión de voto no depende exclusivamente de lo que ven en redes, plantearon que las plataformas deberían ser más estrictas en la eliminación de contenidos falsos y en la verificación de la información política.

Sugirieron que las campañas políticas en redes incluyan contenidos formativos (videos, flyers digitales, foros virtuales), que permitan a los jóvenes informarse mejor y participar activamente en el debate político.

La integración de ambos enfoques permitió no solo obtener una visión estadística del nivel de uso de redes sociales, sino también comprender los significados y experiencias que los jóvenes asocian a estos espacios digitales, así, se alcanzó una visión integral del fenómeno, coherente con lo que señala Santander Universidades (2021), quienes sostienen que el diseño mixto es pertinente cuando se busca comprender fenómenos sociales complejos corroborando la información.

3.3 Métodos de Investigación

Documental - Bibliográfica, consultando otras investigaciones relacionadas con el tema, a fin de ampliar el panorama de conocimientos y profundizar la calidad investigativa.

De campo, se realizará el trabajo involucrando directamente a los jóvenes de la parroquia Quisapincha, los mismos que facilitarán la información necesaria que permitirá establecer el análisis concerniente al tema planteado.

Analítico Sintético (Analizar los contenidos) Concepto Cita y Cómo me sirvió el Método

3.4 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

3.4.1Encuesta – Cuestionario, Construido en Base a:

Para asegurar la validez de contenido, el cuestionario fue evaluado con la pertinencia respectiva, claridad y cobertura de los ítems, y se realizaron ajustes en función de sus observaciones. La confiabilidad del instrumento se verificó mediante una prueba piloto con un grupo reducido de jóvenes de entre 16 y 29 años de la parroquia, calculando el coeficiente de consistencia interna, asegurando que las respuestas fueran consistentes y representativas de la población objetivo.

3.4.2 Entrevista – Guion Estructurado

Elaborada en función de las preguntas directrices, orientada a líderes juveniles, autoridades locales o actores políticos de la parroquia, el guion fue estructurado con validación, claridad, pertinencia y coherencia de las preguntas. Además, se realizó una prueba piloto con habitantes de la parroquia para garantizar que las preguntas fueran comprensibles y adecuadas para obtener información relevante.

3.4.3 Focus Group

Aplicado a un grupo focal de 4 jóvenes entre 16 a 29 años de Quisapincha, permitió generar un espacio de diálogo colectivo para identificar percepciones comunes, contrastar experiencias y explorar cómo las redes sociales influyen en la opinión pública y las decisiones de voto, se llevó a cabo una sesión piloto para asegurar que las preguntas fomentaran la participación activa y generaran datos consistentes y significativos.

3.5 Universo, Población y Muestra

3.5.1Delimitación

- **Campo:** Electoral
- **Área:** Elecciones presidenciales 2025
- **Aspecto:** Participación electoral Juvenil

3.5.2 Delimitación Espacial

Elecciones presidenciales 2025

3.5.3 Delimitación Temporal

Parroquia Quisapincha

3.5.4 Universo

Tabla 3.	
Universo (Población Total de la parroquia)	9750
Electores Excluidos	6437
Jóvenes entre 16 y 29 años	3313

El universo de la investigación será la parroquia de Quisapincha, con un total de electores de 9750, de los cuáles se tomó 3313 que corresponde a electores jóvenes de entre 16 y 29 años, según datos proporcionados por el CNE.

3.5.5 Población

Se entiende por población al conjunto total de individuos, elementos u objetos de estudio que comparten una o más características y que son objeto de interés en una investigación, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2019), la población constituye el universo al cual el investigador pretende generalizar los resultados obtenidos.

En el caso de la presente investigación, la población de entre 16 y 29 años, está conformada por los 3.313 jóvenes de la parroquia Quisapincha, quienes cumplen con el requisito de encontrarse en edad de ejercer su derecho al voto en las elecciones presidenciales del año 2025.

3.5.5.1 Población Incluyente

- Jóvenes entre 16 y 29 años

- Jóvenes pertenecientes a la Parroquia de Quisapincha

3.5.5.2 Población Excluyente

- Jóvenes mayores de 29 años
- Adultos mayores o grupos con prioridad

3.6 Muestra

Según la fórmula de Slovin se obtiene que el número de encuestas es de 357 lo que representa el 10,78% del total de jóvenes de entre 16 y 29 años (3313)

3.6.1 Fórmula Aplicada Para la Obtención de la Muestra

Fórmula de Slovin

$$\mathrm{n} = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$n = \frac{3313}{1 + 3313\,.\,0{,}05^2}$$

$$n = \frac{3313}{1 + 3313\,.\,0{,}0025}$$

$$n = \frac{3313}{1 + 8{,}2825}$$

$$n = \frac{3313}{9{,}2825}$$

$n = 357$ encuestados

Donde:

N= Tamaño de la Población Comprendida entre los 16 a 29 años (3313)

e= margen de error (5%)

Williams, (2024)

3.7 Procesamiento de la Información

Para la presente investigación sobre: “la influencia de las redes sociales en la participación electoral juvenil en la parroquia Quisapincha”, se inició con un análisis detallado de la problemática planteada, identificando los principales factores que afectan la participación de los jóvenes en los procesos electorales y el rol que desempeñan las redes sociales en dicho contexto.

Se contó con la aceptación voluntaria de los participantes, quienes colaboraron proporcionando la información necesaria a través de encuestas, entrevistas y un Focus Group, lo que permitió obtener datos representativos y pertinentes para el estudio.

Considerando el tamaño de la población juvenil de la parroquia, estimada en 3.313 habitantes, se determinó una muestra representativa con un margen de error del 5%, resultando en 357 encuestas válidas, lo cual asegura la confiabilidad y representatividad de los resultados obtenidos.

Para la recolección de datos se diseñó un cuestionario estructurado en Google Formularios, construido con base en las preguntas directrices del proyecto, orientado a recabar información precisa relacionada con las variables de estudio, los resultados de las encuestas fueron posteriormente tabulados y organizados en Microsoft Word, mientras que los gráficos se generaron mediante las funciones estadísticas de Google Formularios.

Por otra parte, la entrevista realizada vía zoom y el Focus Group, realizado de manera presencial, fueron transcritos utilizando la herramienta Otter.ai, lo que permitió un análisis cualitativo detallado y la identificación de percepciones y opiniones de los jóvenes sobre el tema de investigación.

Finalmente, con toda la información recabada, se procedió al análisis e Interpretación de los datos obtenidos a través de los instrumentos de investigación propuestos, los mismos que permitieron la elaboración de conclusiones y recomendaciones, las cuales fueron desarrolladas en correspondencia con los resultados obtenidos y con los objetivos específicos de la investigación, asegurando que cada hallazgo tuviera un soporte empírico sólido y pertinente.

CAPÍTULO IV

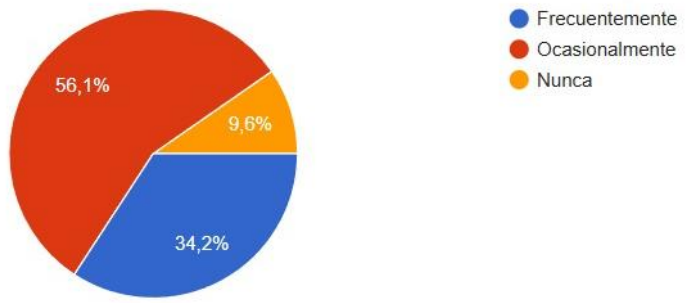
4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Tabla N°.4: FRECUENCIA DE CONSUMO DE CONTENIDOS POLÍTICOS.

Alternativas	Frecuencia	%
Frecuentemente	122	34,2%
Ocasionalmente	200	56,1%
Nunca	34	9,6%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha Jovenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 1: FRECUENCIA DE CONSUMO DE CONTENIDOS POLITICOS.



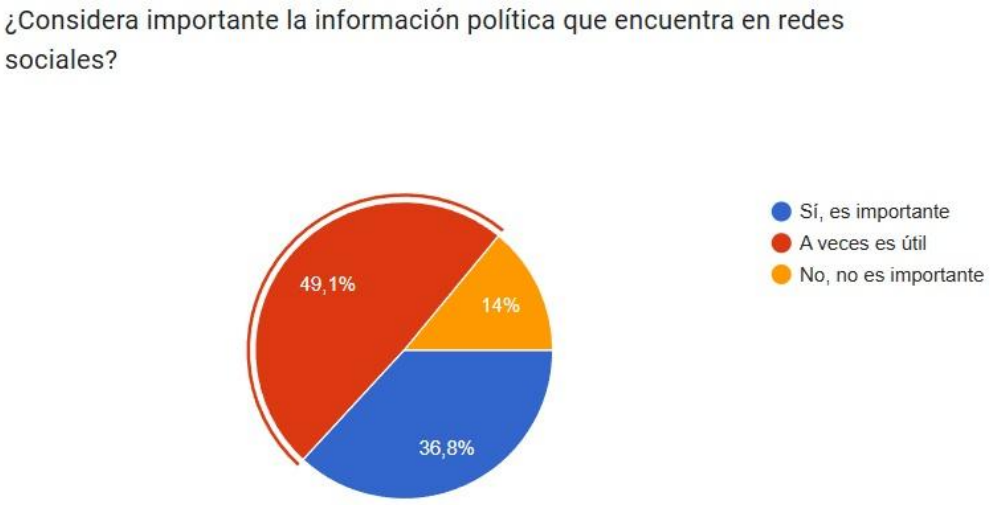
El 56,1% de la población manifiesta que, frecuentemente visualiza las redes sociales, si sumamos el 34,2% de personas que ocasionalmente lo hacen, tenemos un gran total de 90,32%, de encuestados, que de una u otra manera están visualizando directamente las redes sociales, lo que indica que ampliamente difundido. Los que no visualizan las redes 9,6%, son aquellos que se encuentran muy lejos del perímetro del alcance de la señal de Internet o a su vez los equipos con que cuentan son obsoletos y no disponen de la tecnología adecuada.

Tabla No. 5. IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN REDES.

Alternativas	Frecuencia	%
Si, es importante	131	36,8%
A veces útil	175	49,1%
N0, no es importante	50	14%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha jóvenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 2. IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN REDES.



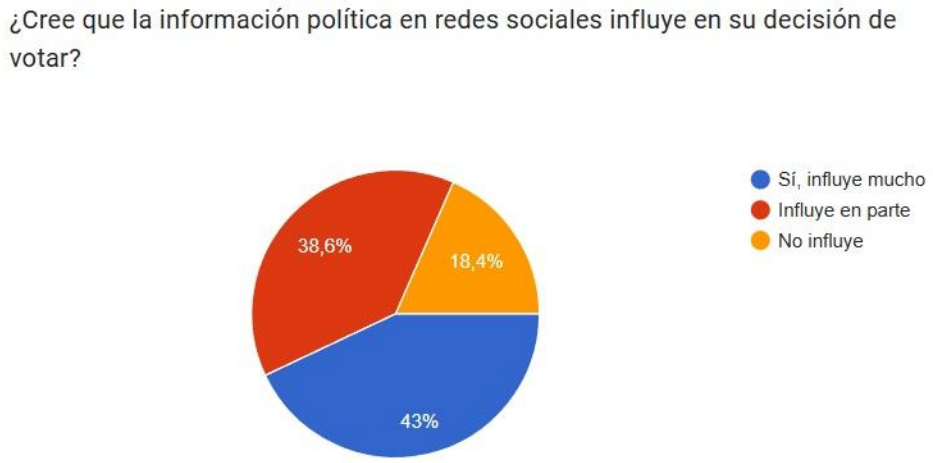
La importancia de la información que se encuentra en las redes sociales, 49.1% de la población encuestada manifiesta que, si es importante, a ello se suma que el 36,8% considera que a veces es útil y un 14% que no es importante, esto significa que la población juvenil, sobre todo, aun no confía plenamente en la información consumida, ya que, en épocas electorales, las redes sociales se activan, muchas de ellas en vez de informar, distorsionan el panorama político.

TABLA NO. 6. INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DECISIÓN DEL VOTO.

Alternativas	Frecuencia	%
Si, influye mucho	153	43%
Influye en parte	138	38,6%
N0 influye	66	18,4%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha Jovenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 3: INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DECISIÓN DEL VOTO.



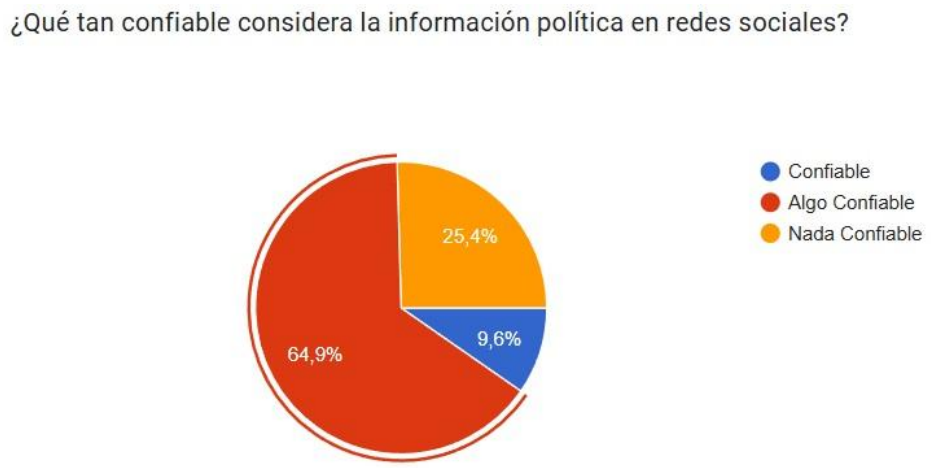
El 43,0% de los encuestados, responde que, si influye la información política en redes sociales en la decisión de voto, sin embargo, el 38,6%, manifiesta que influye en parte y un 18,4%, manifiesta que no influye, lo que significa que la información de las redes, no es totalmente confiable.

Tabla No. 7: CONFIANZA DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN REDES.

Alternativas	Frecuencia	%
Confiable	34	9,6%
Algo confiable	232	64,9%
Nada Confiable	91	25,4%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha jóvenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 4: CONFIANZA DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN REDES



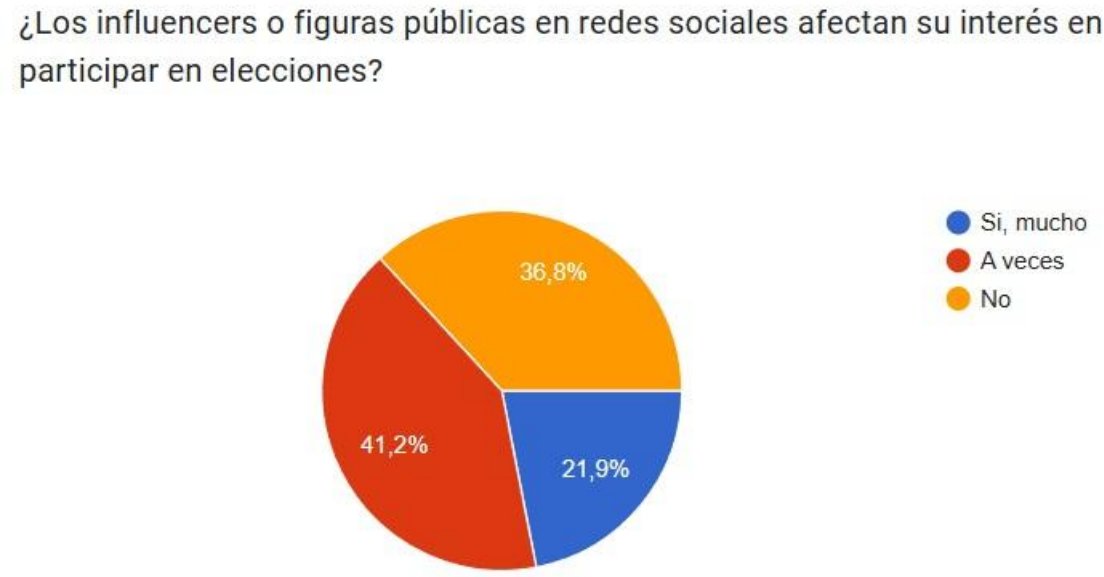
El 64,9% de la población encuestada manifiesta su poca confiabilidad de la información política, a esto se suma un 25,4% que no tiene confiabilidad en la información y un 9,6%, acepta tener confianza en la información que se difunde en las redes, esto crea un espacio muy importante para el planteamiento de propuestas alternativas para crear contenidos de análisis y reflexión, que permita generar confianza, para el debate político participativo.

Tabla No. 8: INFLUENCIA DE FIGURAS PÚBLICAS O INFLUENCERS

Alternativas	Frecuencia	%
Si, mucho	78	21,9%
A veces	147	41,2%
N0	132	36,8%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha jóvenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 5: INFLUENCIA DE FIGURAS PÚBLICAS O INFLUENCERS



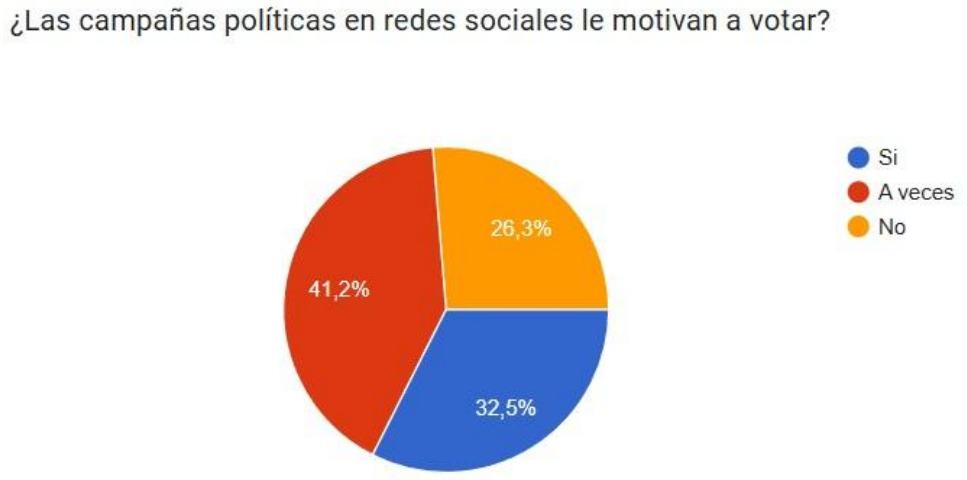
Los influencers o figuras públicas en redes sociales tienen un impacto moderado del 41.2% en la participación electoral, a esto se suma el 36,8% de los encuestados afirma que los afecta a veces y un 21,9% dice que los afecta mucho. Esto muestra que, si bien no son una influencia determinante para la participación electoral, sí tienen un impacto en el 21,9% de la población.

Tabla No. 9: CAMPAÑAS POLÍTICAS EN REDES Y SU MOTIVACIÓN A VOTAR.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	116	32,5%
A veces	147	41,2%
N0	94	26,3%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha jóvenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 6: CAMPAÑAS POLITICAS EN REDES Y SU MOTIVACIÓN A VOTAR.



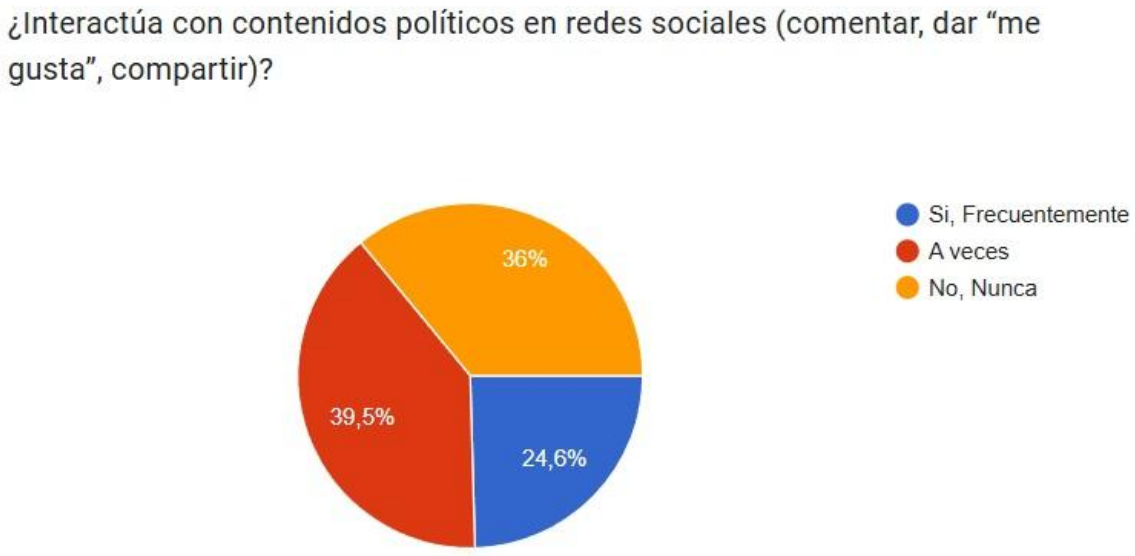
Un 32,5% dice que las campañas políticas en redes sociales sí los motiva a votar, mientras que el 41,2% de los encuestados afirma que los motiva a veces, mientras que un 26,3% restante indica que no los motiva. Esto demuestra el potencial de las redes sociales para movilizar al electorado, siempre que se trabajen en contenidos que motiven a votar.

Tabla No. 10: INTERACCIÓN DE CONTENIDOS POLÍTICOS EN REDES.

Alternativas	Frecuencia	%
Si, Frecuentemente	88	24,6%
A veces	141	39,5%
No, nunca	128	36%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha jóvenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 7: INTERACCIÓN DE CONTENIDOS POLÍTICOS EN REDES.



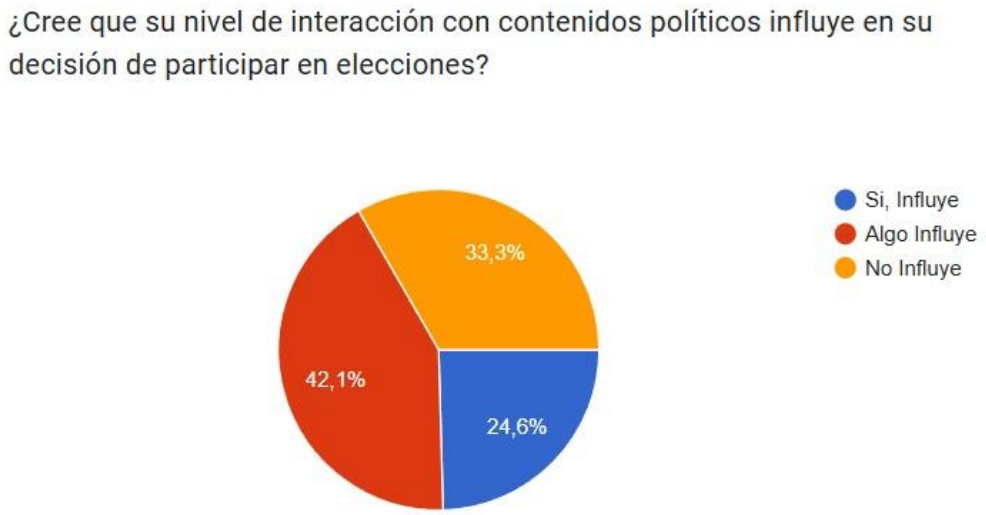
La interacción con contenido político en redes sociales es frecuente en el 24,6% de los encuestados, mientras que el 39,5% de los encuestados interactúa a veces y un 36% afirma que nunca lo hace. Esto sugiere que, aunque una parte de la población no interactúa, una proporción considerable sí lo hace, ya sea de forma ocasional o regular, lo que confirma el hecho de que se tiene de elaborar material promocional para redes sociales, conciso, claro y de impacto participativo.

Tabla No. 11: LA INTERACCIÓN DE CONTENIDO POLÍTICO Y LA DECISIÓN PARTICIPATIVA.

Alternativas	Frecuencia	%
Si, Influye	88	24,6%
Algo influye	150	42,1%
No influye	119	33,3%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha jóvenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 8: LA INTERACCIÓN DE CONTENIDO POLÍTICO Y LA DECISIÓN PARTICIPATIVA.



La interacción en redes sociales (dar "me gusta", comentar) influye en la participación electoral. El 42,1% cree que algo influye y el 24,6% que sí influye. Por otro lado, un 33,3% piensa que no influye. Esto revela que el simple acto de interactuar en redes sociales puede tener un efecto en la decisión de participar en elecciones.

Tabla No. 12: UTILIDAD DE LAS REDES EN LA INFORMACIÓN DE VOTAR

Alternativas	Frecuencia	%
Si, son muy útiles	109	30,7%
Algo útiles	191	53,5%
No son útiles	57	15,8%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha jóvenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 9: UTILIDAD DE LAS REDES EN LA INFORMACIÓN DE VOTAR



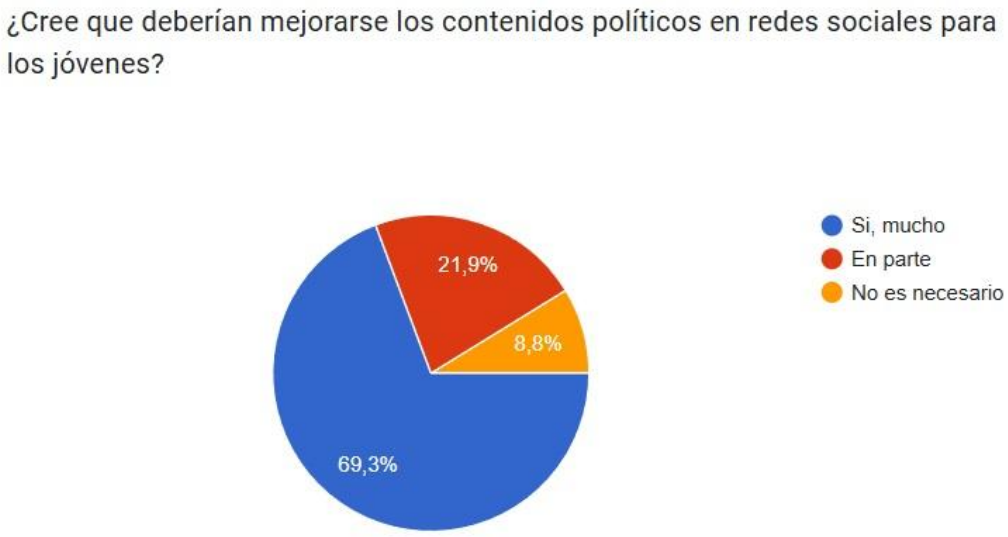
El 30.7% de los encuestados considera que las redes sociales son útiles para informarse antes de votar, un 53,5% las considera algo útiles y un 15,8% opina que no son útiles. Esto subraya el papel de estas plataformas como una fuente de información electoral, que debería darse un mayor protagonismo con información diseñada con veracidad y que generen confianza en el elector.

Tabla No. 13: MEJORAR EL CONTENIDO POLÍTICO DE LAS REDES

Alternativas	Frecuencia	%
Si, mucho	247	69,3%
En parte	78	21,9%
No es necesario	32	8,8%
Total	357	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Quisapincha jóvenes de entre 16 y 29 años
Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Gráfico No. 10: MEJORAR EL CONTENIDO POLÍTICO DE LAS REDES



El 69,3%, considera que los contenidos políticos en redes sociales deben mejorarse mucho para los jóvenes un 21,9% opina que deben mejorarse en parte, y solo un 8,8% cree que no es necesario. Este resultado indica una clara percepción de que el contenido político actual no es adecuado o atractivo para las audiencias jóvenes.

4.2 Análisis del Focus Group

Se realizó a 3 personas de la parroquia Quisapincha, Henry Santana, Gabriel Santana, Bolívar Santana, 22 de septiembre de 2025

Pregunta	N1	N2	N3	Análisis
1.- ¿Qué redes sociales utilizan con mayor frecuencia y si las usaron con fines políticos durante las elecciones 2025?	Facebook e Instagram	TikTok y Facebook	Las redes sociales más visuales (TikTok, Instagram) ganan terreno en la juventud, pero Facebook sigue siendo percibido como el espacio de información "más seria".	Los jóvenes utilizan principalmente Facebook, Instagram y TikTok para informarse políticamente. La diversidad de plataformas indica que buscan información de distintas fuentes, aunque su preferencia depende de la confianza que tengan en cada red social.
2.- ¿Consideran confiable la información política que circula en redes sociales?	No es totalmente confiable; depende de la fuente	Muy escéptico; solo consulta medios verídicos como La Hora o Diario de Riobamba	Los jóvenes desarrollan un criterio selectivo al consumir información: diferencian entre fuentes confiables y contenido farandulero, lo que refleja cierta alfabetización mediática.	La percepción general es que la información política en redes sociales es poco confiable y está sujeta a desinformación, por lo que los jóvenes priorizan fuentes verificadas antes de tomar decisiones.
3.- ¿Qué factores hacen que confíen o desconfíen de esta información?	Que provenga de fuentes verificadas y confiables	La información falsa o sensacionalista genera desconfianza	Aunque las redes sociales generan debate, el voto se mantiene influido más por convicciones previas y criterios personales. Esto indica que la influencia es indirecta más que determinante.	La confianza está directamente relacionada con la veracidad y la reputación de la fuente. Contenidos sensacionalistas o faranduleros son descartados por los jóvenes.
4.- ¿Esta información influye en su decisión o los motiva a votar?	Sí, sirve para informarse y formar criterio, aunque el voto ya estaba decidido en muchos casos	Solo parcialmente; el voto depende de la decisión personal, no solo de redes	Existe una resistencia juvenil al marketing político vacío, lo que muestra la necesidad de mensajes más propositivos y formativos.	Aunque las redes sociales son un canal de información y motivación, la influencia directa sobre la decisión de voto es moderada. Los jóvenes utilizan la información para reforzar su opinión, no para definir su elección.
5.- ¿Cómo mejorarían la manera en que los jóvenes se informan y participan activamente en tiempos de elecciones a través de redes sociales?	Propone contenido formativo, verificado y regulado	Sugerencias de campañas con propuestas claras, segmentación de información y control de falsedades	Los jóvenes reclaman transparencia y regulación digital, lo que refleja una preocupación por la posverdad y la manipulación política.	Los jóvenes recomiendan que las redes sociales sean un medio para educación política y participación activa, con control de información falsa y campañas orientadas a fortalecer la conciencia política.

4.3 Análisis de la Entrevista

Se realizó al Dr. Efraín Caina Miembro de la Junta Administradora de Agua Potable de Ambayata y a Elizabeth Toapanta Trabajadora del MIES

Pregunta	N1	N2	Análisis
¿Cómo considera importante la información política que encuentra en las redes sociales?	La información es bastante buena; permite conocer distintos puntos de vista.	Limitada debido a la cobertura en zonas rurales y a la dispersión de fuentes; a veces confusa.	La percepción es que las redes sociales contienen información valiosa, pero la accesibilidad y la variedad de fuentes generan incertidumbre en los usuarios. Los jóvenes deben aprender a filtrar y analizar críticamente la información antes de tomar decisiones políticas.
¿Qué tan confiable considera la información política en las redes sociales?	Muy poca confianza; la información es débil y con intereses particulares.	La confiabilidad es limitada; no existen lineamientos claros ni información sistematizada de los candidatos.	Las redes sociales se perciben como poco confiables para la toma de decisiones políticas. Los jóvenes priorizan contrastar la información con otras fuentes antes de formar una opinión.
¿Considera que las redes sociales son útiles para informarse antes de votar?	Útiles como fuente de información general y conocimiento.	Requiere investigación adicional y verificación para que la información sea fiable.	Aunque las redes sociales facilitan el acceso a información política, es imprescindible que los jóvenes desarrollen habilidades críticas para analizar, verificar y seleccionar contenidos confiables, evitando caer en rumores o desinformación.
¿Cree que deberían mejorarse los contenidos políticos en redes sociales específicamente para jóvenes?	Sí, deben ser elaborados por jóvenes para reflejar una visión más futurista y cercana a ellos.	Deben fomentar la interacción, el análisis crítico y evitar el fanatismo o los chismes.	La creación de contenidos políticos orientados a jóvenes puede potenciar la participación electoral, fomentando la interacción, el pensamiento crítico y la educación política digital, especialmente si se prioriza la confiabilidad y el enfoque juvenil.

Análisis y Discusión

Los datos de la encuesta aplicada a los jóvenes de la parroquia Quisapincha muestran una clara relación entre el consumo de contenidos políticos en redes sociales y su intención de participación electoral, un porcentaje considerable de los encuestados manifestó que Facebook, TikTok e Instagram son sus principales fuentes de información política, desplazando a medios tradicionales como la televisión o la radio.

Asimismo, determina que lo que evidencia el papel de estas plataformas no solo como espacios de socialización, sino también como canales de incidencia política directa, este hallazgo respalda investigaciones previas que destacan a las redes sociales como nuevos espacios de deliberación ciudadana, sin embargo, a diferencia de parroquias urbanas, en Quisapincha este fenómeno adquiere particular relevancia por el acceso a dispositivos móviles y la conectividad en zonas rurales.

En el focus group se identificó que los jóvenes perciben las redes sociales como un medio más cercano y señalaron que prefieren seguir a líderes políticos en vivo a través de transmisiones en Facebook o TikTok, ya que sienten que eso les permite un contacto más directo.

Un aspecto relevante es que los jóvenes no se limitan a consumir pasivamente la información, sino que también comparten, comentan y debaten en línea, lo que constituye un primer nivel de participación política, pero, algunos participantes expresaron desconfianza por la circulación de noticias falsas y desinformación, lo que en ocasiones genera apatía política, esta contradicción demuestra que, si bien las redes son un motor de participación, también implican desafíos de credibilidad y educación digital.

Las entrevistas locales refuerzan esta relación ya que la mayoría coincidió en que la campaña electoral en Quisapincha ha mirado hacia lo digital, con especial énfasis en publicidad segmentada en Facebook e Instagram y tik tok, además, se destacó que los jóvenes son el grupo más susceptible a recibir mensajes por estas vías, ya que pasan en promedio varias horas al día conectados a redes sociales.

Un entrevistado resaltó que “hoy en día, si un candidato no está en redes, prácticamente no existe para los jóvenes”, este testimonio respalda la hipótesis de que el consumo político digital no solo informa, sino que influye en la intención de participación electoral.

Al analizar los datos de encuestas, focus group y entrevistas, se confirma la idea a defender: el consumo de contenidos políticos en redes sociales sí influye significativamente en la participación electoral juvenil en Quisapincha.

Los jóvenes no solo utilizan las redes como un espacio de entretenimiento, sino también como un espacio de construcción de ciudadanía digital, donde se informan, y toman decisiones políticas, no obstante, la influencia no siempre es positiva, ya que la sobreexposición a información no verificada también puede generar confusión y apatía.

Estos hallazgos se alinean con estudios internacionales que destacan la doble cara de las redes sociales: como herramientas de empoderamiento juvenil y, al mismo tiempo, como espacios vulnerables a la manipulación política, como lo redacta en ¿Son las Redes Sociales Buenas Para la Democracia? Esteban Lewandowsky (2022).

Conclusiones

- La interacción frecuente con contenidos políticos en redes sociales modifica significativamente la percepción y la actitud de los jóvenes de Quisapincha, generando mayor interés hacia los procesos electorales, los datos recopilados evidencian que los jóvenes se informan principalmente por redes sociales y que dichos contenidos influyen directamente en su percepción en la participación democrática.
- Existe una percepción generalizada que los contenidos políticos en redes sociales no son lo suficientemente atractivos o adecuados para los jóvenes, lo que evidencia la necesidad de mejorar la calidad y pertinencia de estos mensajes.
- Las recomendaciones derivadas del análisis señalan la necesidad de fortalecer campañas digitales permanentes, utilizar lenguaje juvenil, emplear contenido verificable y visualmente atractivo, e involucrar a líderes locales y creadores de contenido, y así elevar la eficacia comunicacional.

Recomendaciones

1. Fortalecer la difusión de contenidos políticos claros, visuales y adaptados al lenguaje juvenil, priorizando información verificada, mediante actores políticos y organizaciones comunitarias que promuevan espacios digitales educativos que motiven el análisis crítico permitiendo que los jóvenes desarrollen percepciones más informadas y actitudes favorables hacia la participación electoral.
2. Diseñar estrategias que incentiven la participación activa de los jóvenes en redes sociales mediante dinámicas interactivas como encuestas, debates virtuales, lives informativos y contenido local, orientadas a transformar la participación digital en participación electoral real, aprovechando la predisposición de los jóvenes a involucrarse cuando se sienten escuchados e incluidos.
3. Desarrollar campañas digitales permanentes que involucren a líderes locales, jóvenes creadores de contenido y organizaciones de Quisapincha, centrandose en la educación cívica, transparencia informativa y promoción de la participación juvenil y así permitirá incrementar la confianza, el interés y la participación electoral entre los jóvenes de la parroquia.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Título de la Propuesta

Programa digital en formato debate titulado “Tu voz **SI** será escuchada” en la plataforma TiK ToK dirigido a los jóvenes de la parroquia Quinsapincha

Vínculos de Conexión (Enlace y código QR)

https://drive.google.com/file/d/1Sayzp8Zata3IOlX4ov3EWjT50XvLpGud/view?usp=sharing

5.2 Objetivo de la Propuesta

Impulsar la concientización y participación electoral juvenil en Quisapincha mediante debates transmitidos en TikTok, ofreciendo información política en un formato dinámico.

5.3 Justificación

Los resultados obtenidos en la investigación evidencian que los jóvenes de Quisapincha consumen contenido político en redes sociales y que estas plataformas tienen una influencia significativa en su decisión de voto y motivación para participar electoralmente. Sin embargo, la investigación también mostró que los contenidos actuales no resultan suficientemente atractivos, generando un distanciamiento entre la política y la juventud.

De las encuestas aplicadas (357 jóvenes), se observó que más del 60% se informa de política en redes sociales, pero menos de la mitad confía plenamente en esa información. Las entrevistas y el Focus Group reforzaron la idea de que el contenido debe ser claro, breve, confiable y dinámico, adaptado al lenguaje juvenil.

Por ello, se justifica la creación de un programa digital en formato de debate, transmitido exclusivamente en TikTok, que combine información política veraz con un estilo atractivo, fomentando así la participación juvenil en la democracia local y nacional, esta propuesta cumple con el objetivo de la investigación al plantear un espacio que acerque a los jóvenes al debate político y mejore la calidad del contenido que consumen en redes sociales.

5.4 Desarrollo del Producto

5.4.1 Preproducción

Producir cápsulas en formato debate de corta duración (1–3 minutos), donde se presentan y discuten temas políticos de interés juvenil como: propuestas electorales, importancia del voto, participación ciudadana y rol de las redes sociales.

Se realizará a jóvenes de entre 16 y 29 años de la parroquia Quisapincha, con miras a escalar la propuesta a un público juvenil más amplio en la provincia de Tungurahua.

Además, se utilizará un lenguaje claro, breve y juvenil, con explicaciones simples que eviten tecnicismos, uso de expresiones cercanas, ejemplos prácticos y elementos visuales (subtítulos, emojis, stickers), para incentivar a los jóvenes a comentar y reaccionar en cada video.

5.4.2 Producción

5.4.2.1 Formato y duración:

Clips cortos (1-3 min) editados para difundir mensajes clave y resultados de debates.

Lives semanales (30-40 min) para realizar debates más amplios con interacción en tiempo real con la audiencia.

5.4.2.2 Guion Técnico

- Plataforma: TikTok.
- Duración de clips: 1-3 min.
- Duración de live: 30-40 min.
- Estilo visual: fondos digitales llamativos, subtítulos dinámicos, música de fondo.
- Formato: vertical (9:16).

5.4.2.3 Elementos Técnicos:

- Plano medio para moderador.
- Pantalla dividida para invitados (debate).
- Uso de hashtags (#JuventudDecide #QuisapinchaVota).
- Encuestas rápidas en vivo para medir la opinión de la audiencia.

5.4.2.4 Guion Literario (ejemplo de programa en TikTok Live)

- Título del Live: "¿La juventud de Quisapincha confía en la política digital?" Duración total: 30 minutos
- Introducción (3 min)
- Moderador se presenta.
- Explica brevemente el tema y los objetivos del live.
- Bloque 1 – Datos iniciales (5 min)
- Presentación de un dato clave (ejemplo: "El 69,3% de jóvenes cree que los contenidos políticos deben mejorar").
- Comentario breve del moderador.
- Bloque 2 – Debate (15 min)
- Dos invitados (jóvenes líderes, docentes, expertos).

- Preguntas planteadas por el moderador, relacionadas con las encuestas.
- Intercambio de opiniones breves.
- Bloque 3 – Interacción en vivo (5 min)
- Lectura de comentarios de la audiencia.
- Encuesta rápida en la pantalla de TikTok.
- Cierre (2 min)
- Resumen de los principales puntos del debate.
- Invitación al próximo live.
- Mensaje final: “Tu voz cuenta, tu voto decide”.

5.5 Postproducción

- Edición de video: corte de silencios, eliminación de errores y selección de los mejores fragmentos del debate.
- Inserción de elementos gráficos: subtítulos dinámicos (muy usados en TikTok), títulos, hashtags, barras de identificación de los participantes.
- Efectos visuales y transiciones: para dar ritmo y que no se vuelva monótono.
- Música de fondo y efectos sonoros: siempre libres de derechos o del banco de TikTok.
- Optimización de formato: adaptación a vertical (9:16), duración entre 30 segundos y 1:30 min por clip.
- Segmentación del contenido: de un solo debate se pueden sacar varios clips virales.

BIBLIOGRAFÍA

Alegría, M. Y. (2021). *Instituto de la democracia.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://institutodemocracia.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/OpinionElectoral-Gaceta29.pdf

Ballesteros-Herencia, C.-A. (2022). *revistascientificas.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/20468

Beltrán, E. A. (2025). *revistes.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://revistes.uab.cat/redes/article/view/v36-n2-alvarez-martinez-lopez/1072-pdf-es

Berg, S. (1 de Julio de 2022). *revistalatam.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://revistalatam.digital/article/22tr01/

Bucher, T. H. (2018). *researchgate.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://www.researchgate.net/publication/387546495_The_Influence_of_Social_Media_on_Public_Opinion_An_Analysis_from_Literary_and_Cultural_Perspectives

Carrasco, E. I. (2020). Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://revistas.ute.edu.ec/index.php/tsafiqui/article/download/influencia-facebook-participacion-politica/774?inline=1

Castells. (2009). *felsemiotica.* Recuperado el 04 de 2025, de https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf

Claude Shannon, W. W. (2020). *experianta.com*. Recuperado el Agosto de 2025, de https://experianta.com/directory/concepts/the-shannon-weaver-model-of-communication/

Comercio, E. (29 de Julio de 2022). *El comercio.* Recuperado el 22 de 04 de 2025, de https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/padron-electoral-edad-elecciones-seccionales.html

Craig, R. T. (02 de Abril de 2019). *academic.oup.com*. Recuperado el Agosto de 2025, de https://academic.oup.com/joc/article-abstract/68/2/289/4958953?redirectedFrom=fulltext

D Barredo Ibáñez, D. d. (2018). *nuevaepoca.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/531/602

ecuador, g. a. (4 de Mayo de 2023). *gobierno abierno ecuador.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://www.gobiernoabierto.ec/el-compromiso-e-participa-inicia-sus-actividades-con-taller-para-elaborar-la-politica-de-participacion-ciudadana-digital/

García, P. R. (2019). Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/documents/2/Marco_Teorico_Referencial.pdf

Herrera, J. (2020). *gigapp.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/206/214

INE. (2017). Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://farodemocratico.juridicas.unam.mx/que-es-la-participacion-politica/

Inés del Tránsito PALOMEQUE Córdova, J. A. (2019). Impacto de la gestión institucional sobre la generación de conocimiento científico en instituciones de educación superior. *Espacios*, 14. Recuperado el Septiembre de 2025

intergeneracional, I. (2021). *igualdad.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://www.igualdad.gob.ec/la-juventud-es-el-motor-del-cambio/

Jiménez, L. M. (17 de Diciembre de 2023). *dspace.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28859/1/MariaDolores_RuizJimenez.pdf

José FranciscoMolina Azorín, S. F. (2024). Recuperado el Septiembre de 2025, de file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-MetodosMixtosDeInvestigacionIntegrandoMetodosCuant-9682856.pdf

José M. Robles Morales, M. A. (Diciembre de 2017). *jstor.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://www.jstor.org/stable/24898014

Millones, A. (2022). *studocu.com*. Recuperado el Agosto de 2025, de https://www.studocu.com/pe/document/universidad-peruana-de-ciencias-aplicadas/introduccion-a-las-comunicaciones/comunicacion-e-informacion-perspectivas-teoricas-antonio-paoli/24999551

Moreno, D. G. (2019). *dspace.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8257074b-421b-4c60-bada-00660a073879/content

Rivera. (2019). *uv.mx.* Recuperado el 24 de 04 de 205, de https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/documents/2/Marco_Teorico_Referencial.pdf

Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2019). *esup.edu.pe*. Recuperado el Septiembre de 2025, de https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf

Santo, U. E. (15 de Mayo de 2021). *uess.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://uees.edu.ec/prosumidor-el-nuevo-consumidor-que-tambien-es-productor/

School, D. (13 de 02 de 2025). *digitalschool.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://iddigitalschool.com/que-es-el-marketing-politico-y-por-que-es-clave-en-la-comunicacion-actual/

Sonia Bibiana Rojas Wilches, D. F. (2018). Recuperado el 25-04-25, de file:///C:/Users/Hp/Downloads/Administrador,+12.+DESBORDES9_1_enejun2018_INVESTIGACION3_EMPODERAMIENTO.pdf

startidea. (2024). *startidea.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://startidea.es/que-es-la-cultura-participativa-y-como-implantarla-en-las-organizaciones/

THOMPSON, J. (2022). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. *Revista de Libros* , 384 .

Tufekci, Z. (2017). Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://d-nb.info/124031910X/34

Tusa, F. (2019). *revistas usfq*. Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/1550/2661#citations

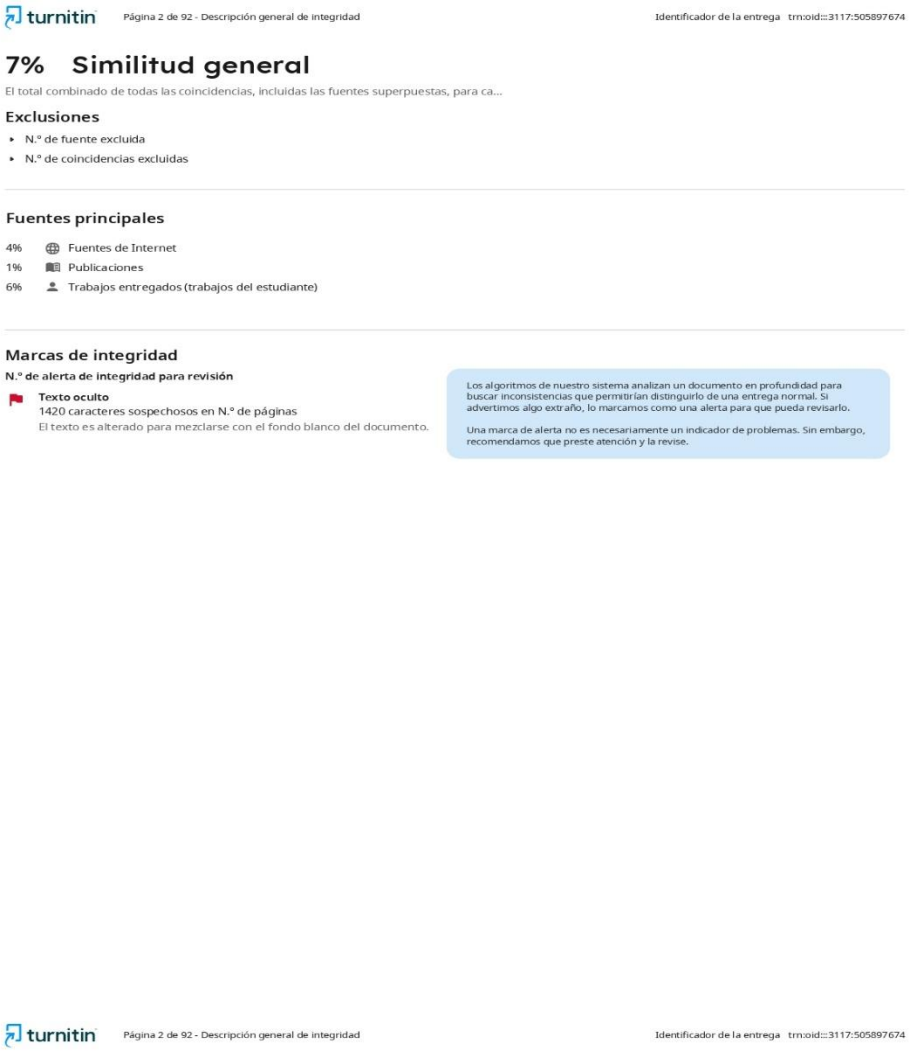
unal, p. (12 de Agosto de 2020). *periodico unal.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://periodico.unal.edu.co/articulos/que-es-y-para-que-sirve-la-eficacia-politica/

utpl. (31 de enero de 2025). *noticiasutpl.* Recuperado el 25 de 04 de 2025, de https://noticias.utpl.edu.ec/la-educacion-superior-como-pilar-para-un-voto-informado

Williams, K. (2 de Noviembre de 2024). *surveysparrow*. Recuperado el Septiembre de 2025, de https://surveysparrow-com.translate.goog/blog/sample-size-calculator/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc&_x_tr_hist=true

ANEXOS

Anexo 1 Turiting



turnitin Página 2 de 92 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::3117:505897674

7% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Exclusiones

- N.º de fuente excluida
- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

4% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
6% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

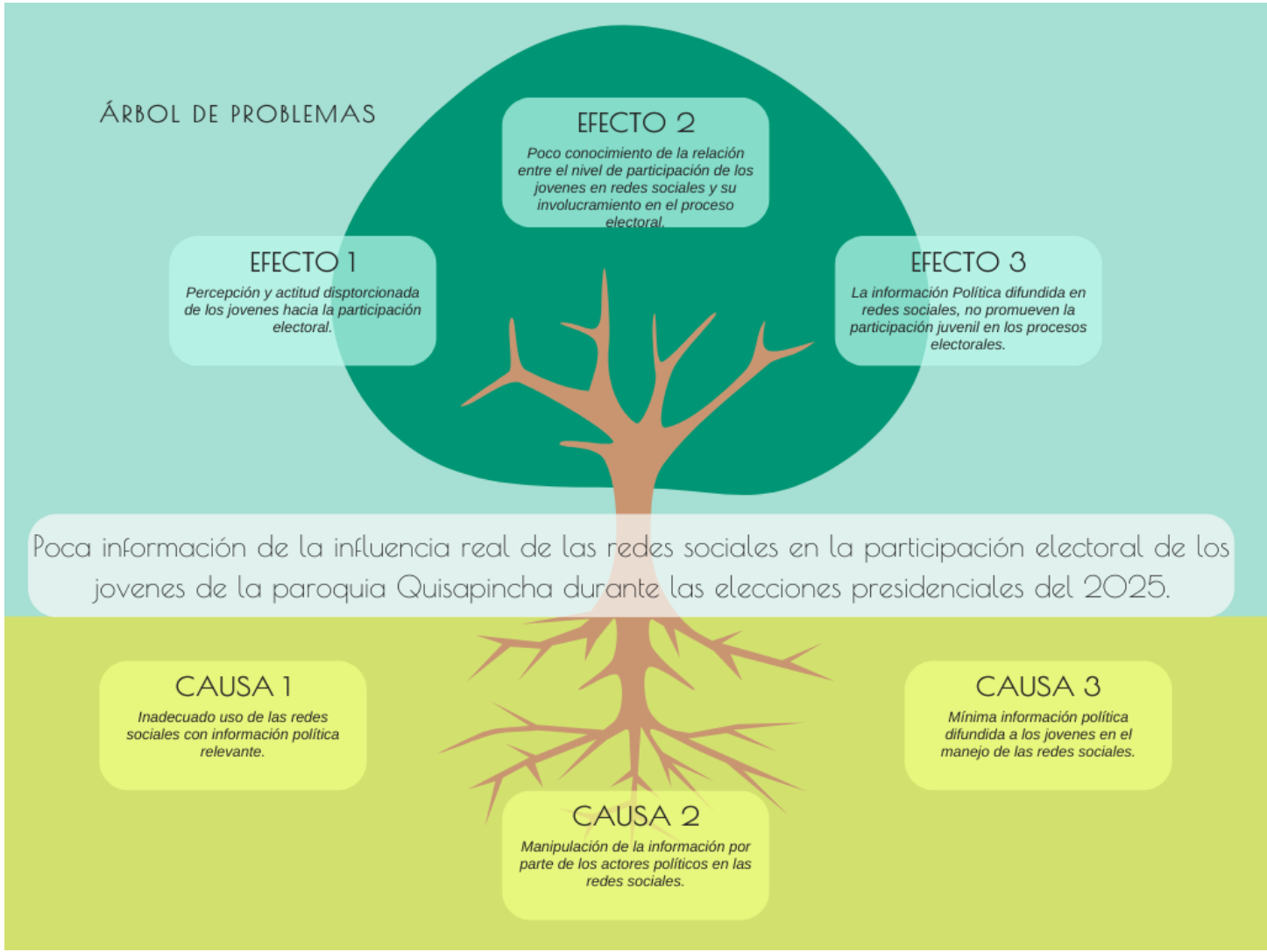
Texto oculto
1420 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

turnitin Página 2 de 92 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::3117:505897674

Anexo 2. Árbol de Problemas



Anexo3. Cronograma de Grantt

ACTIVIDADES	Meses	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre		
	Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Elección de tema																								
Fase de investigación																								
Revisión bibliográfica																								
Presentación del perfil																								
Identificación y selección de la población																								
Elaboración del primer borrador																								
Aplicación de la encuesta																								
Aplicación de la entrevista																								
Tabulación de datos																								
Elaboración final del trabajo de titulación																								
Revisiones de tutor y pares																								
Correcciones																								
Elaboración del informe final																								
Defensa del trabajo final																								

Anexo 4. Presupuesto

Detalles	Costo
Materiales y Suministro	30
Transporte y movilización	80
Copias	50
Internet	60
Impresiones	100
Total	$320

Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Anexo 5. Encuesta

UNIVERSIDAD ESTATÁL DE BOLÍVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA CARRERA DE COMUNICACIÓN

ENCUESTA APLICADA A JOVENES ENTRE 16 Y 29 AÑOS DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA

TEMA: "REDES SOCIALES EN LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL JUVENIL EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO, ELECCIONES PRESIDENCIALES 2025"

OBJETIVO: Analizar la influencia de las redes sociales en la participación electoral de los jóvenes de la parroquia Quisapincha durante las elecciones presidenciales de 2025.

INSTRUCCIONES: Marque con una x la alternativa que sea de su preferencia

1.- ¿Con qué frecuencia consume contenidos políticos en redes sociales?

Frecuentemente	
Ocasionalmente	
Nunca	

2.- ¿Considera importante la información política que encuentra en redes sociales?

Si, es importante	
A veces es útil	
No, no es importante	

3.- ¿Cree que la información política en redes sociales influye en su decisión de votar?

Si, influye mucho	
Influye en parte	
No influye	

4.- ¿Qué tan confiable considera la información política en redes sociales?

Confiable	
Algo Confiable	
Nada Confiable	

5.- ¿ Los influencers o figuras públicas en redes sociales afectan su interés en participar en elecciones?

Si, mucho	
A veces	
No	

6.- ¿ Las campañas políticas en redes sociales le motivan a votar?

Si	
A veces	
No	

7.- ¿Interactúa con contenidos políticos en redes sociales (¿comentar, dar me gusta, compartir?

Si, Frecuentemente	
A veces	
No, Nunca	

8.- ¿ Cree que su nivel de interacción con contenidos políticos influye en su decisión de participar en elecciones?

Si, Influye	
Algo Influye	
No Influye	

9.- ¿Considera que las redes sociales son útiles para informarse antes de votar?

Si, son muy útiles	
Algo útiles	
No son útiles	

10.- ¿Cree usted que deberían mejorarse los contenidos políticos en redes sociales para los jóvenes?

Si, mucho	
En parte	
No es necesario	

Anexo 6. Entrevista

UNIVERSIDAD ESTATÁL DE BOLÍVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA CARRERA DE COMUNICACIÓN

ETREVISTA APLICADA AL DR. EFRAÍN CAINA MIEBRO DE LA JUNTA ADMINISTRADORA DE AGUA POTABLE DE AMBAYATA DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA

TEMA: "REDES SOCIALES EN LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL JUVENIL EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO, ELECCIONES PRESIDENCIALES 2025"

OBJETIVO: Analizar la influencia de las redes sociales en la participación electoral de los jóvenes de la parroquia Quisapincha durante las elecciones presidenciales de 2025.

INSTRUCCIONES: Debe expresar su respuesta tomando en consideración sus conocimientos profesionales y sugerencias al bienestar universitario

1.- ¿Considera importante la información política que encuentra en redes sociales?

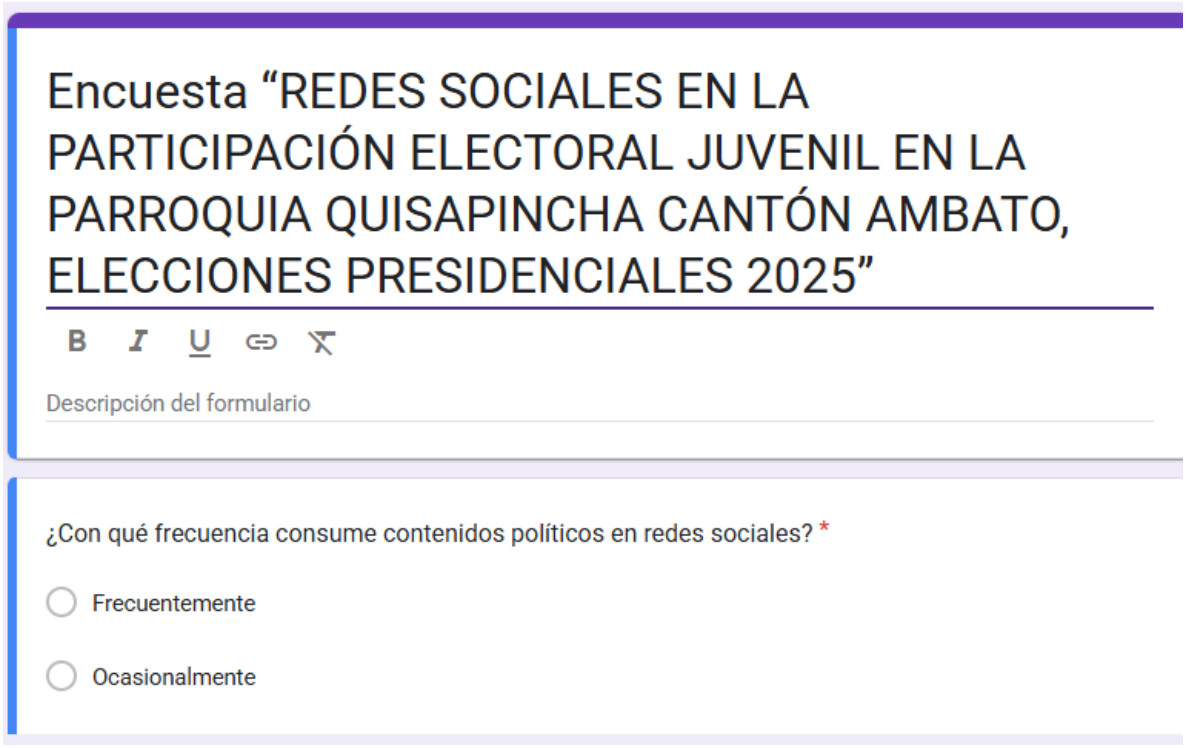
2.- ¿Qué tan confiable considera la información política en redes sociales?

3.- ¿Considera que las redes sociales son útiles para informarse antes de votar?

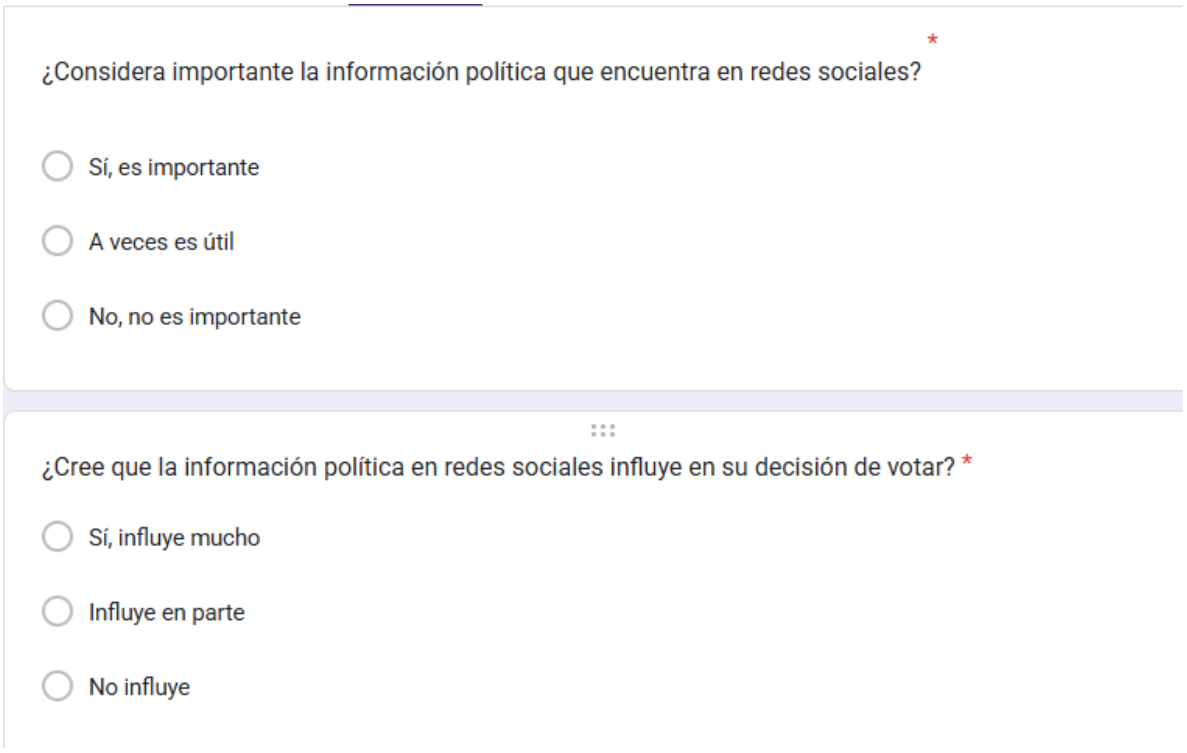
4.- ¿Cree usted que deberían mejorarse los contenidos políticos en redes sociales para los jóvenes?

5.- ¿ Cree que la información política en redes sociales influye en su decisión de votar?

Anexo 7. Encuesta Online



Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana



Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

¿Qué tan confiable considera la información política en redes sociales? *

- Confiable
- Algo Confiable
- Nada Confiable

¿Los influencers o figuras públicas en redes sociales afectan su interés en participar en elecciones? *

- Si, mucho
- A veces
- No

Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

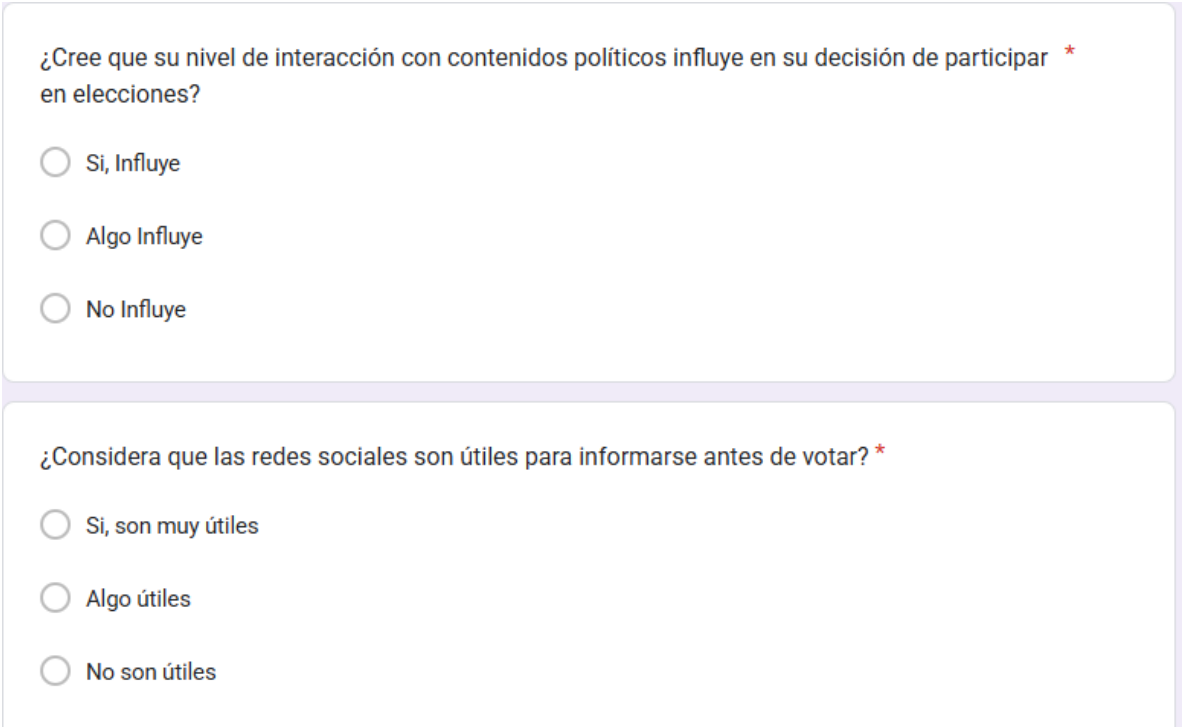
¿Las campañas políticas en redes sociales le motivan a votar? *

- Si
- A veces
- No

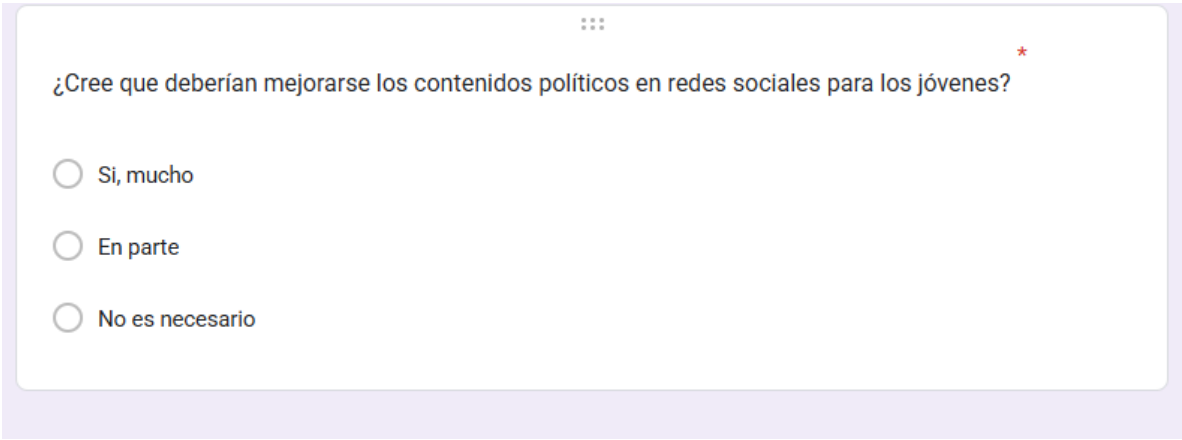
¿Interactúa con contenidos políticos en redes sociales (comentar, dar "me gusta", compartir)? *

- Si, Frecuentemente
- A veces
- No, Nunca

Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana



Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana



Elaborado por: Bryan Orley Jácome Santana

Anexo 8. Evidencia de la Entrevista



Anexo 9. Focus Group

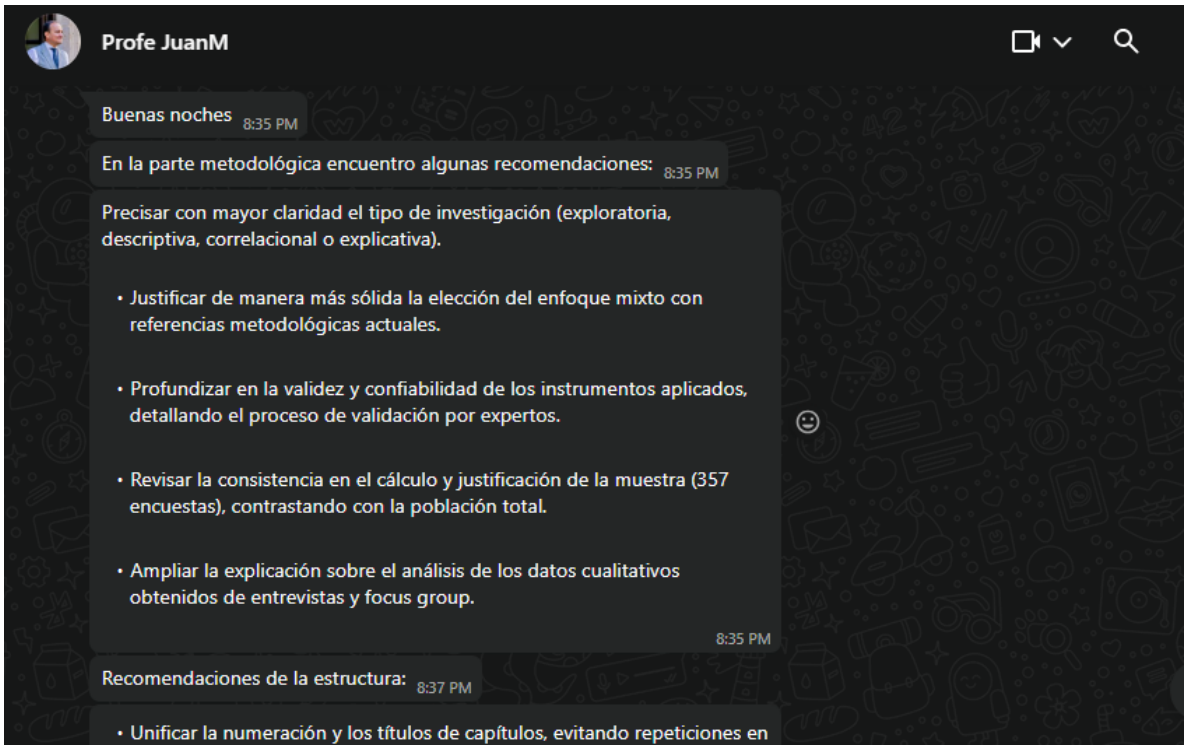


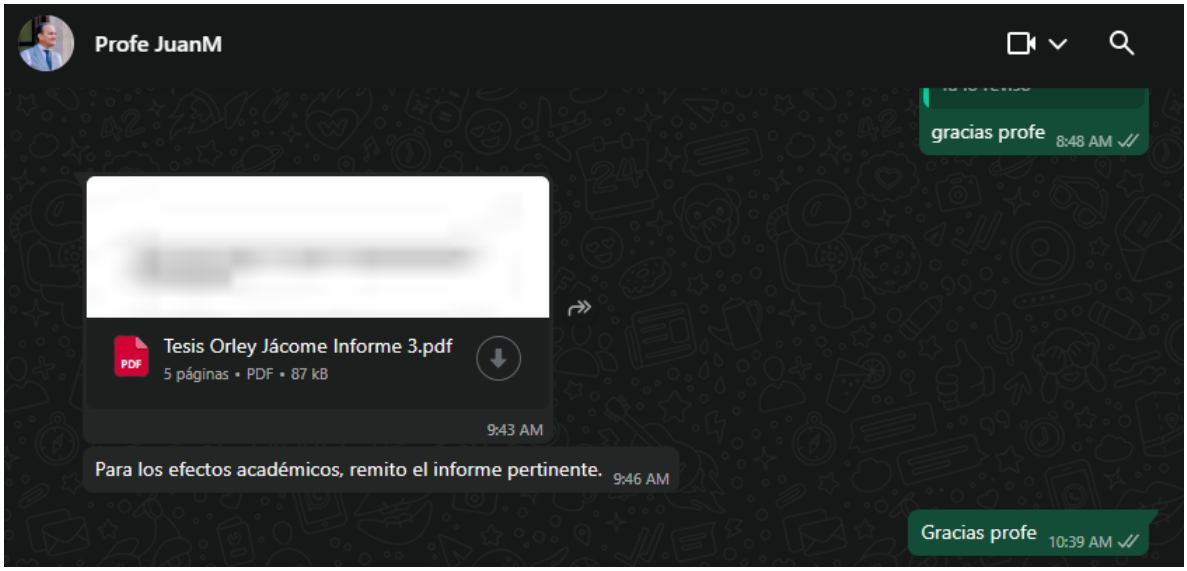
Anexo 9. Propuesta

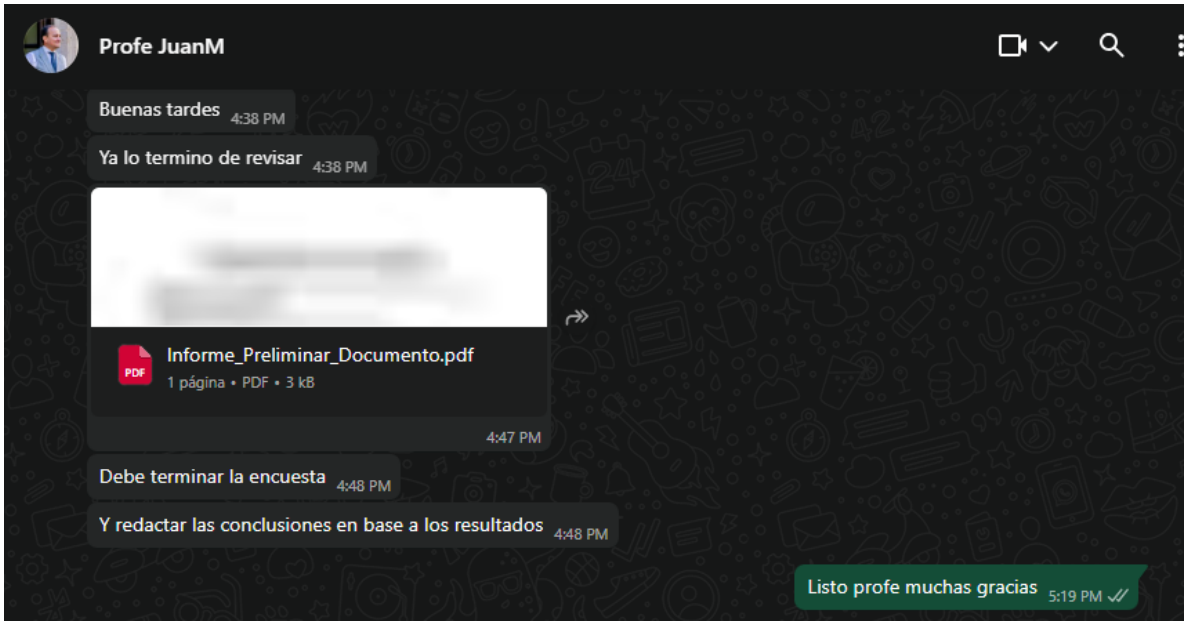
https://drive.google.com/file/d/1Sayzp8Zata3IOlX4ov3EWjT50XvLpGud/view?usp=sharing

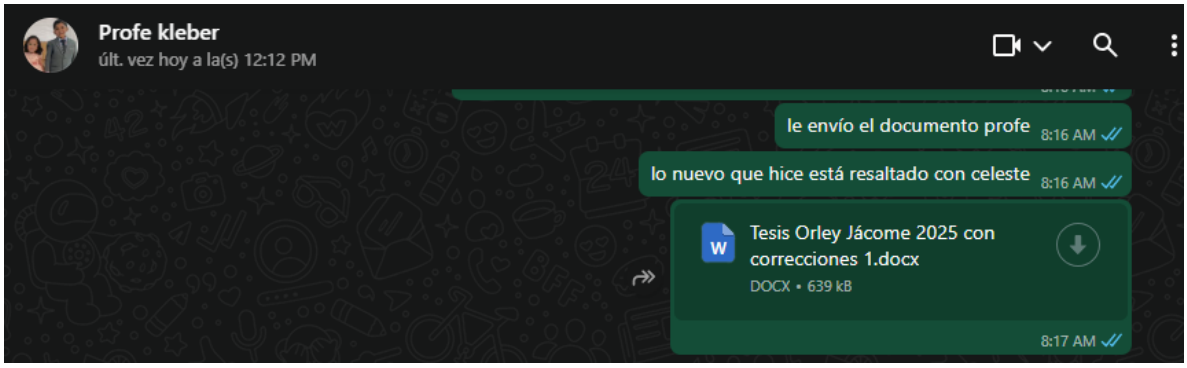


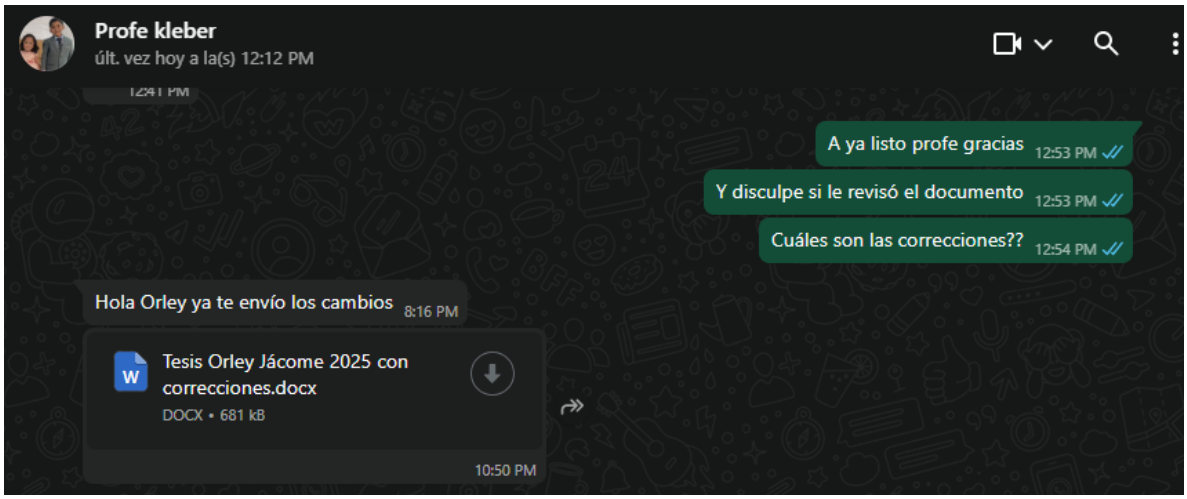
Anexo 10. Tutorías

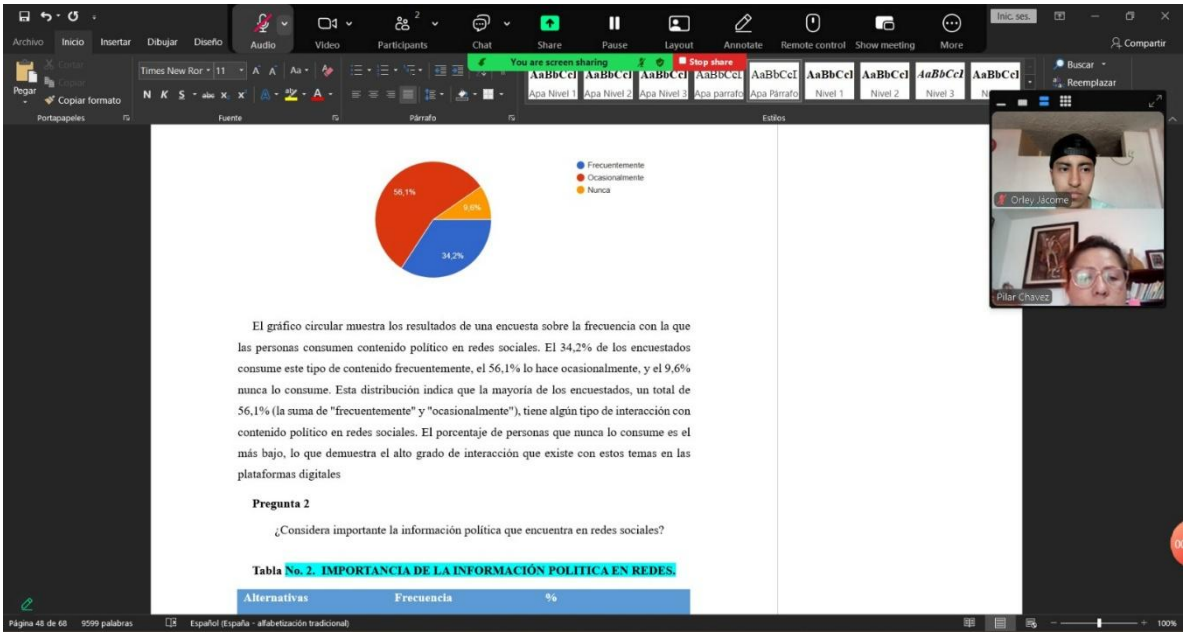





Profe JuanM
Buenas tardes 4:38 PM
Ya lo termino de revisar 4:38 PM
Informe_Preliminar_Documento.pdf
1 página • PDF • 3 kB
4:47 PM
Debe terminar la encuesta 4:48 PM
Y redactar las conclusiones en base a los resultados 4:48 PM
Listo profe muchas gracias 5:19 PM


Profe kleber
últ. vez hoy a la(s) 12:12 PM
le envío el documento profe 8:16 AM
lo nuevo que hice está resaltado con celeste 8:16 AM
Tesis Orley Jácome 2025 con correcciones 1.docx
DOCX • 639 kB
8:17 AM


Profe kleber
últ. vez hoy a la(s) 12:12 PM
A ya listo profe gracias 12:53 PM
Y disculpe si le revisó el documento 12:53 PM
Cuáles son las correcciones?? 12:54 PM
Hola Orley ya te envío los cambios 8:16 PM
Tesis Orley Jácome 2025 con correcciones.docx
DOCX • 681 kB
10:50 PM



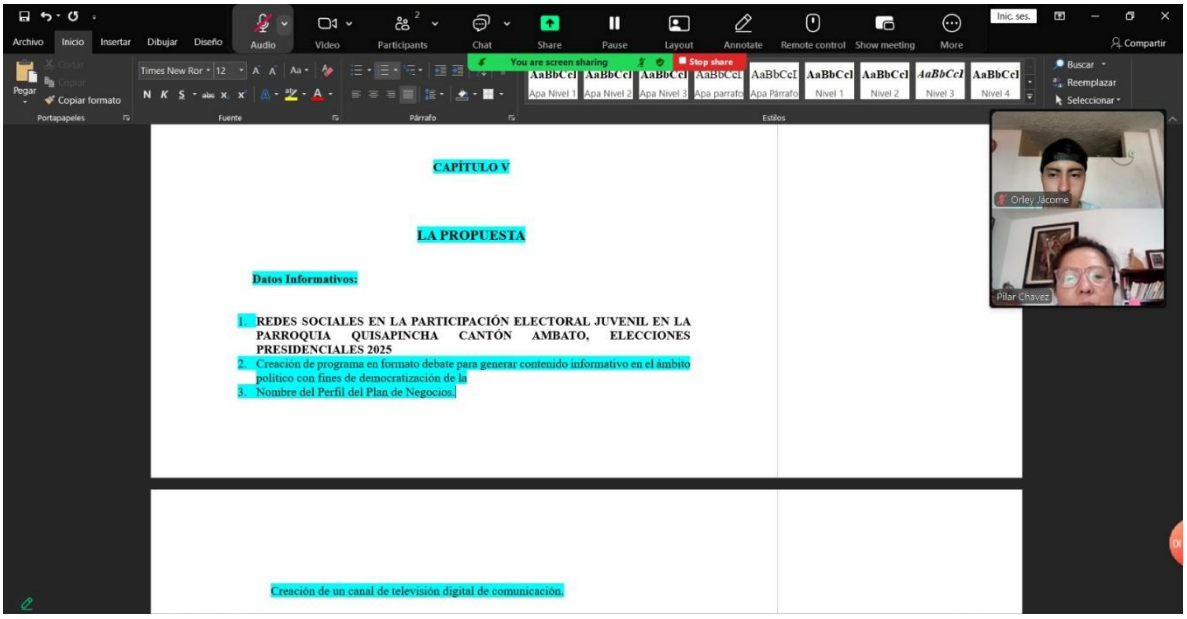
El gráfico circular muestra los resultados de una encuesta sobre la frecuencia con la que las personas consumen contenido político en redes sociales. El 34,2% de los encuestados consume este tipo de contenido frecuentemente, el 56,1% lo hace ocasionalmente, y el 9,6% nunca lo consume. Esta distribución indica que la mayoría de los encuestados, un total de 56,1% (la suma de "frecuentemente" y "ocasionalmente"), tiene algún tipo de interacción con contenido político en redes sociales. El porcentaje de personas que nunca lo consume es el más bajo, lo que demuestra el alto grado de interacción que existe con estos temas en las plataformas digitales

Pregunta 2

¿Considera importante la información política que encuentra en redes sociales?

Tabla No. 2. IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN POLITICA EN REDES.

Alternativas	Frecuencia	%



CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

Datos Informativos:

1. **REDES SOCIALES EN LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL JUVENIL EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO, ELECCIONES PRESIDENCIALES 2025**
2. Creación de programa en formato debate para generar contenido informativo en el ámbito político con fines de democratización de la
3. Nombre del Perfil del Plan de Negocios.

Creación de un canal de televisión digital de comunicación.