UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

ESTUDIO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA CAMPAÑA POLÍTICA DE ELECCIONES SECCIONALES PARA LA ALCALDÍA DEL CANTÓN GUARANDA Y SU INCIDENCIA EN LA INTENCIÓN DE VOTO DE LOS CIUDADANOS DEL CASCO URBANO DE LA PARROQUIA GUANUJO, PERIODO NOVIEMBRE 2022 – FEBRERO 2023.

AUTORES:

JOJANA MARILÚ ANGULO ROSERO

DENNIS JOSEPH BARRAGAN BARRAGAN

DIRECTORA:

LIC. PILAR CHÁVEZ, MSC

GUARANDA – ECUADOR

2024

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

ESTUDIO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA CAMPAÑA POLÍTICA DE ELECCIONES SECCIONALES PARA LA ALCALDÍA DEL CANTÓN GUARANDA Y SU INCIDENCIA EN LA INTENCIÓN DE VOTO DE LOS CIUDADANOS DEL CASCO URBANO DE LA PARROQUIA GUANUJO, PERIODO NOVIEMBRE 2022 – FEBRERO 2023.

AUTORES:

JOJANA MARILÚ ANGULO ROSERO

DENNIS JOSEPH BARRAGAN BARRAGAN

DIRECTORA:

LIC. PILAR CHÁVEZ, MSC

PARES ACADÉMICOS:

LIC. BLADIMIR GUARNIZO

LIC. KLÉBER ROMERO

GUARANDA – ECUADOR

2024

TEMA DEL TRABAJO DE INTEGRACÓN CURRICULAR

Estudio de la red social Facebook en la campaña política de elecciones seccionales para la alcaldía del cantón Guaranda y su incidencia en la intención de voto de los ciudadanos del casco urbano de la parroquia Guanujo, periodo noviembre 2022 – febrero 2023.

AGRADECIMIENTO

Quisiera expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que contribuyeron de manera significativa a la realización de esta tesis. Este logro no habría sido posible sin el apoyo y orientación de varias personas quienes me gustaría reconocer:

A mi asesora, **Mgs. Lic. Pilar Chávez a** mis pares académicos **Mgs. Lic. Bladimir Guarnizo, Lic. Klebér Romero** por sus orientaciones expertas, paciencia y dedicación. Su mentoría fue fundamental para dar forma a esta investigación y llevarla a buen término.

A mis padres, **Teresa Rosero y Jonny Angulo** por su constante aliento y apoyo incondicional desde el inicio hasta el final de este largo trayecto estudiantil. Gracias por comprender las largas horas de estudio y brindarme su ayuda y comprensión por no dejarme desmayar y estar para mí.

A mi abuelo, **Estuardo Angulo** por su amor y ser la persona que ha inspirado a seguir en este camino de luchas, por enseñarme que a pesar de las dificultades todo esfuerzo vale la pena.

A personas especiales como; pareja, amigos, compañeros de clase que me alentaron a seguir, me brindaron su apoyo y cariño brindándome palabras de aliento y motivación para no rendirme y seguir cumpliendo mis sueños.

Jojana Marilú Angulo Rosero

DEDICATORIA

La presente tesis quiero dedicar especialmente a mis padres **Teresa Rosero** y **Jonny Angulo** quienes han sido mi motor e inspiración. Su sacrificio, dedicación y guía han sido la fuerza motriz detrás de cada logro que alcanzo hoy. También quiero dedicar este ardo trabajo a mi abuelo **Estuardo Angulo** que ha confiado en mí y ha llenado de fuerza mi vida para avanzar y no dejar rendirme en este largo camino. En cada página de esta tesis, se refleja su amor, paciencia y sabiduría que han moldeado mi camino hacia el éxito. A ustedes, quienes han sido mi inspiración constante, les dedico este trabajo con profundo agradecimiento y amor eterno.

Jojana Marilú Angulo Rosero

AGRADECIMIENTO

Agradezco a tres personas que en este momento ya no están aquí conmigo, pero siempre me dedicaron parte de su tiempo; fueron y son mi motor para seguir adelante con mis estudios y la presente tesis que junto a mi compañera la sacamos adelante a pesar de las trabas que se nos presentó en el camino.

Quiero agradecer a mi familia por haber confiado en mí hasta el final, sin dudar de mis capacidades en ningún momento logrando que mi voluntad sea inquebrantable en todo momento. Doy gracias también a mi prima **Claudia** por no dejarme solo cuando más la necesitaba, siendo mi guía como un verdadero psicólogo para no parar y poder continuar con mis estudios sin dificultad.

Agradezco a **Omar Barragán** que es mi hermano de otra madre, jamás me dejo caer, ahora por sus palabras, sus empujones e impulsos estoy aquí siendo el joven que él siempre quiso para mí.

Quiero agradecer especialmente a mis padres, **Rigaíl Barragán** y **Mirian Barragán**, gracias a ellos hoy soy una persona que posee muchos valores, conocimientos y sabe lo que es luchar por lo que uno quiere, dejando de lado los malos vicios y convirtiéndose así en el ser que ellos siempre quisieron ver y jamás se rindió.

Dennis Joseph Barragán Barragán

DEDICATORIA

Dedico esta tesis de manera muy especial a mis padres que son **Rigail Barragán** y **Mirian Barragán**, padres de mi corazón y mi vida es gracias a ustedes que hoy soy un joven feliz y fuerte, nunca me dejaron caer, jamás me dejaron solo, siempre me dieron ese aliento, ese voto de fe, la esperanza que yo necesitaba para que jamás me diera por vencido y poder así completar mis estudios.

Papa, mama, sepan que esto es el resultado de todos sus años de esfuerzo y dedicación, así que esto es para y por ustedes. Dedico también esta tesis a mi hermano(a) **Omar Barragán, Mariced Barragán** y a mi abuelita **María Segura** quienes son los que estuvieron en mis peores momentos, pero confiaron en mi sin dudar jamás de lo que me proponía, ahora junto a ustedes esta parte de mi vida se hace realidad, es mi esfuerzo, el de ustedes y ahora juntos estamos cosechando el fruto de todo el esfuerzo que se hizo.

Dennis Joseph Barragán Barragán

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. Pilar Chávez, Mgs. Bladimir Guarnizo, Mgs. Klèber Romero, en su orden: Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **ESTUDIO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA CAMPAÑA POLÍTICA DE ELECCIONES SECCIONALES PARA LA ALCALDÍA DEL CANTÓN GUARANDA Y SU INCIDENCIA EN LA INTENCIÓN DE VOTO DE LOS CIUDADANOS DEL CASCO URBANO DE LA PARROQUIA GUANUJO, PERIODO NOVIEMBRE 2022 – FEBRERO 2023** desarrollado por los estudiantes **ANGULO ROSERO JOJANA MARILÚ Y BARRAGAN BARRAGAN DENIS JOSEPH.**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumplen con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación (Hibrida).**

Guaranda, septiembre 2024

Mgs. Pilar Chávez

DIRECTOR/A

Mgs. Bladimir Guarnizo

Par Académico

Mgs. Klèber Romero

Par Académico

DERECHOS DE AUTOR

Nosotros **Jojana Marilú Angulo Rosero** y **Dennis Joseph Barragan Barragan** portadores de la Cédula de Identidad No **1805442322 y 0202546891** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:
ESTUDIO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA CAMPAÑA POLÍTICA DE ELECCIONES SECCIONALES PARA LA ALCALDÍA DEL CANTÓN GUARANDA Y SU INCIDENCIA EN LA INTENCIÓN DE VOTO DE LOS CIUDADANOS DEL CASCO URBANO DE LA PARROQUIA GUANUJO, PERIODO NOVIEMBRE 2022 – FEBRERO 2023 modalidad híbrida, 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 nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos 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.

Los autores declaran 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.

Jojana Marilú Angulo Rosero



Dennis Joseph Barragan Barragan



ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO IV
DEDICATORIA V
AGRADECIMIENTO VI
DEDICATORIA VII
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO VIII
DERECHOS DE AUTORÍA (Acorde al modelo emitido por biblioteca general) IX
ÍNDICE DE CONTENIDO X
ÍNDICE DE TABLAS XIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS XIV
INTRODUCCIÓN 1
RESUMEN 2
ABSTRACT 3
CAPÍTULO I 4
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 4
1.1 Descripción del Problema: 4
1.2 Formulación del Problema 5
1.3 Justificación 5
1.4 Objetivos: 6
1.4.1. General 6
1.4.2. Específicos 6
Idea a Defender 6
CAPÍTULO II 8
MARCO TEÓRICO 8
2.1 Antecedentes 8
2.2 Científico 23
2.2.1. Redes Sociales y su rol en la Política 31
2.2.2. Usos en política de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación 33
2.2.3. Estrategia y discurso político en las redes sociales 40

2.2.4. Red social Facebook 44
2.2.5. Comunicación política sus usos y estrategias en territorio 47
2.2.6. Imagen del candidato: identidad digital y reputación online 49
2.2.7. Campañas Electorales en red 52
2.2.8. Estrategia política y redes Sociales 54
2.2.9. Imagen del candidato: visibilidad y popularidad en redes 56
2.2.10. Campañas Electorales en Ecuador y el uso de las redes 58
2.3. Conceptual 60
2.3.1. Comunicación Política 60
2.3.2. Democracia 61
2.3.3. Comunicación Política 62
2.3.4. Medios de Comunicación 65
2.3.5. Comunicación de Masas 67
2.3.6. Medios de Comunicación 68
2.3.7. Categorías Fundamentales 71
2.4. Legal 72
2.5. Georreferencial 74
CAPÍTULO III 77
METODOLOGÍA 77
3.1. Tipo de Investigación 77
3.2. Enfoque de la Investigación 78
3.3 Métodos de Investigación 78
3.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos 79
3.5. Universo, Población y Muestra 79
3.6. Procesamiento de la Información 80
CAPÍTULO IV 81
RESULTADOS Y DISCUSIÒN 81
4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 81
4.1.1. Análisis de Encuesta 81
4.1.2. Análisis de entrevista a MSc Doris Mori presidenta de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador 92
4.1.3. Análisis y Discusión de Resultados 96

CAPÍTULO V 98
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 98
5.1. CONCLUSIONES 98
5.2. RECOMENDACIONES 99
BIBLIOGRAFÍA 100
ANEXOS 105
Anexo 1 Certificado turniting 106
Anexo 2 Árbol de problemas 107
Anexo 3 Modelo de Encuesta 108
Anexo 4 Guía de entrevistas 111
Anexo 5 Fotografías 112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Género Masculino y Femenino 81
Tabla 2. Preferencia de Candidatos 83
Tabla 3. Leer el plan de trabajo en temas de economía, educación, seguridad... 84
Tabla 4. Medio que se informaba respecto de las actividades que desarrollaba su candidato 85
Tabla 5. Información en el perfil del candidato fue actualizada 86
Tabla 6. Interacción con la página de Facebook del candidato 87
Tabla 7. Por medio de qué elementos interactuó el candidato en Facebook..... 88
Tabla 8. Utilizó Facebook en vivo o videos pregrabados para realizar su campaña política..... 89
Tabla 9. Cómo calificaría usted la imagen del candidato de su preferencia 90
Tabla 10. Calificación de la campaña política de su candidato en la red social Facebook 91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Crecimiento y Decrecimiento de Usuarios de Redes Sociales enero 2021 - octubre 2022 Ecuador 21
Gráfico 2. Red de Inclusión de Variables 71
Gráfico 3. Cantón Guaranda..... 74
Gráfico 4. Género Masculino y Femenino 81
Gráfico 5. *Edad* 82
Gráfico 6. Preferencia Numero de Encuestados..... 83
Gráfico 7. Leer el plan de trabajo en temas de economía, educación, seguridad 84
Gráfico 8. Medio que se informaba respecto de las actividades que desarrollaba su candidato..... 85
Gráfico 9. Información en el perfil del candidato fue actualizada 86
Gráfico 10. Interacción con la página de Facebook del Candidato..... 87
Gráfico 11. Por medio de qué elementos interactuó el candidato en Facebook... 88
Gráfico 12. Utilizó Facebook en vivo o videos pregrabados para realizar su campaña política..... 89
Gráfico 13. Cómo calificaría usted la imagen del candidato de su preferencia ... 90
Gráfico 14. Calificación de la campaña política de su candidato en la red social Facebook 91

INTRODUCCIÓN

En la era digital actual, las redes sociales han transformado la manera en que se desarrollan las campañas políticas, convirtiéndose en herramientas cruciales para la comunicación y el compromiso entre candidatos y electores. Este estudio investigativo se enfoca en el uso de la plataforma Facebook durante la campaña política de elecciones seccionales para la alcaldía del cantón Guaranda y su impacto en la intención de voto de los ciudadanos del casco urbano de la parroquia Guanujo, en el periodo comprendido entre noviembre de 2022 y febrero de 2023.

El objetivo principal de este estudio es analizar cómo la utilización estratégica de Facebook influye en las percepciones y decisiones electorales de los votantes. A través de encuestas a los ciudadanos y entrevistas a los ciudadanos, se pretende evaluar la efectividad de las publicaciones, la interacción entre candidatos y electores, y la actualización constante de contenidos en los perfiles oficiales de los candidatos. Además, se explorará la relevancia de esta red social en la formación de opiniones políticas y en la movilización de votantes.

La relevancia de este estudio radica en su capacidad para ofrecer perspectivas valiosas sobre las dinámicas de comunicación política en contextos locales, contribuyendo al entendimiento de las nuevas tendencias en marketing político digital y su impacto en los procesos electorales. En un entorno donde la competencia política se intensifica, conocer y optimizar el uso de herramientas digitales como Facebook puede marcar una diferencia significativa en los resultados electorales.

RESUMEN

El presente estudio investigativo se centra en el uso de la red social Facebook durante la campaña política de las elecciones seccionales para la alcaldía del cantón Guaranda y su incidencia en la intención de voto de los ciudadanos del casco urbano de la parroquia Guanujo, durante el periodo noviembre 2022 a febrero 2023. La investigación busca analizar cómo los candidatos utilizaron Facebook como herramienta de comunicación para difundir sus propuestas y conectar con los votantes.

Mediante encuestas y entrevistas, se evaluaron aspectos como la frecuencia de actualización de los perfiles de los candidatos, la interacción con los ciudadanos, y el tipo de contenido más efectivo para captar la atención del público. Los resultados revelan que Facebook ha jugado un papel crucial en la formación de opiniones políticas y en la movilización electoral, destacando la importancia de las redes sociales en las estrategias de campaña política contemporáneas.

Las conclusiones indican que una gestión eficaz de la presencia en Facebook puede influir significativamente en la percepción y decisión de voto de los ciudadanos, subrayando la necesidad de que los candidatos se adapten a las dinámicas de la comunicación digital para lograr un mayor impacto en sus campañas.

Palabras clave: Facebook, campaña política, elecciones seccionales, intención de voto, comunicación digital, Guaranda, Guanujo.

ABSTRACT

The present investigative study focuses on the use of the social network Facebook during the political campaign of the sectional elections for the mayor of the Guaranda canton and its impact on the voting intention of the citizens of the urban area of the Guanujo parish, during the period from November 2022 to February 2023. The research seeks to analyze how the candidates used Facebook as a communication tool to disseminate their proposals and connect with voters.

Through surveys and interviews, aspects such as the frequency of updating candidate profiles, interaction with citizens, and the most effective type of content to capture the public's attention were evaluated. The results reveal that Facebook has played a crucial role in the formation of political opinions and electoral mobilization, highlighting the importance of social networks in contemporary political campaign strategies.

The conclusions indicate that effective management of the presence on Facebook can significantly influence the perception and voting decision of citizens, underlining the need for candidates to adapt to the dynamics of digital communication to achieve a greater impact in their campaigns.

Keywords: Facebook, political campaign, sectional elections, voting intention, digital communication, Guaranda, Guanujo.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Problema:

En la actualidad, la tecnología se ha desarrollado a pasos agigantados, mediante la utilización de nuevos sitios web en línea, mismos que permiten la interacción social del individuo o grupos sociales, sobre temas de interés sociopolítico y cultural en la sociedad contemporánea.

La red social Facebook creada en el año 2004, como un medio para compartir fotos y vivencias diarias entre los usuarios, que inicialmente fue creado con el fin de comunicar a los estudiantes de la Universidad de Harvard, que más tarde fue ampliado hasta llegar en los actuales momentos a tener millones de usuarios en todo el mundo, en los actuales momentos los jóvenes consideran como moda el Facebook por lo cual tienen una cuenta en dicha red social e interactúan de manera permanente para ser aceptados dentro del grupo social.

Las tecnologías han evolucionado de manera muy acelerada en los últimos años, debido a la facilidad para el acceso de la información, que se da por el invento de nuevos aparatos y equipos que permiten al acceso a los medios de comunicación, hoy en día son miles de millones los usuarios de las redes sociales en todo el mundo, que interactúan de manera frecuente un gran porcentaje de ellos, lo cual hace que éstas sean consideradas como comunidades virtuales que facilitan la interacción de los usuarios, causando en muchos casos el uso excesivo del celular, que en ocasiones es perjudicial para la salud tanto física como mental, las distracciones son tales que afectan en ciertos casos al rendimiento escolar de los estudiantes en su proceso educativo normal, puesto que bajan sus calificaciones o no se concentran en las clases.

Los contenidos que son publicados en la red social Facebook, que en muchos de los casos generan comportamientos negativos en los usuarios que en algunos casos hay patrones de conducta que son cuestionables considerándolos desde la racionalidad, que pueden incluso tener connotación legal.

En Ecuador, los políticos modificaron la cultura digital, por esta razón, los usuarios expresan su opinión crítica en redes sociales, las cuales influyen sistemáticamente en la vida diaria de los individuos de una comunidad o ciudad, en donde los

elementos comunes o cualidades que identifican la personalidad de una figura pública son reflejados mediante la crítica y la opinión de los cibernautas.

La finalidad de la presente investigación pretende identificar a la red social de Facebook en cómo influye en la decisión electoral, debido a que en época de campaña muchos de los candidatos acudieron a proporcionar información con la intención de desprestigiar a uno u otro candidato, la población en el contexto prefiere de igual forma informarse a través de medios digitales como Facebook.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo incide la presencia y participación de los candidatos en Facebook en la intención de voto de los ciudadanos del casco urbano de la parroquia Guanujo durante el periodo de noviembre de 2022 a febrero de 2023?

1.3 Justificación

El presente estudio se enfoca en analizar el papel de la red social Facebook en la campaña política para la alcaldía del cantón Guaranda, y cómo esta plataforma influye en la intención de voto de los ciudadanos del casco urbano de la parroquia Guanujo. La justificación de esta investigación radica en la creciente relevancia de las redes sociales en los procesos electorales. En la actualidad, Facebook ha demostrado ser una herramienta fundamental para la difusión de información política, la interacción entre candidatos y votantes, y la construcción de imagen pública. Este estudio permite entender qué factores dentro de esta red social pueden influir directamente en la decisión de voto, un aspecto esencial en cualquier campaña política.

Es crucial investigar este fenómeno en Guaranda debido a que las redes sociales han ganado terreno como canales de comunicación masiva, incluso en localidades pequeñas. Las razones para desarrollar este trabajo están fundamentadas en la necesidad de comprender cómo los candidatos a la alcaldía han utilizado Facebook para movilizar votantes y si esta influencia es efectiva para cambiar o reafirmar la intención de voto de los ciudadanos. Además, al enfocarse en la parroquia Guanujo, se espera obtener una visión específica de cómo la campaña digital impacta en un segmento concreto de la población.

El cómo se lleva a cabo esta investigación incluye la recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos sobre el uso de Facebook en la campaña electoral. Se utilizarán encuestas a ciudadanos para identificar patrones de influencia y comportamiento de voto, así como un análisis de las estrategias digitales implementadas por los candidatos.

1.4 Objetivos:

1.4.1. General

- Analizar la influencia de la red social Facebook en las estrategias de comunicación política y en la percepción de los votantes del casco urbano de la parroquia Guanujo en las elecciones seccionales.

1.4.2. Específicos

- Diagnosticar el uso de la red social Facebook en la población del casco urbano de la parroquia Guanujo.
- Identificar como los candidatos políticos utilizaron la red social Facebook en su campaña política.
- Establecer el nivel de influencia que tiene la red social Facebook en la intención de voto del casco urbano de la parroquia Guanujo.

Idea a Defender

Nivel de incidencia de la red social tiene una acogida positiva

El nivel de incidencia de las redes sociales en nuestra sociedad es un tema que ha generado amplio debate. A continuación, presento algunos fundamentos que respaldan la idea de que este nivel de incidencia es positivo:

Las redes sociales han revolucionado la forma en que nos comunicamos. Permiten conectar a personas de todo el mundo, independientemente de las barreras geográficas o culturales.

Facilitan la interacción instantánea con amigos, familiares y colegas. Esto es especialmente valioso en situaciones de distanciamiento físico, como la pandemia de COVID-19.

> Según (Blasco Fontecilla, 2021), en su artículo sobre "Redes Sociales: ¿Héroes o Villanos?" hace mención de que lo medios enfrentan desafíos con la sociedad actual, pero argumenta que los avances tecnológicos ayudan en

cierta parte a que los ciudadanos acojan de mejor manera la información que se recibe a través de las redes sociales logrando que la aceptación de los medios modernos de comunicación tenga un recibimiento positivo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Luego de un análisis minucioso de los diferentes repositorios bibliográficos y documentales a nivel nacional e internacional se rescata ciertas investigaciones que anteceden a la presente:

Según el autor Jhon Vinueza, en su Tesis de la Universidad Andina Simón Bolívar se analiza la investigación titulada La utilización de redes sociales (Facebook y YouTube) en la misión discrecional del presidente del Ayuntamiento en el cantón Morona en 2014. En el presente estudio se utilizó una investigación de enfoque mixto en el cual se utilizaron técnicas cuantitativas y subjetivas. Presentando una visión general de los electores durante el período de estudio, se realizaron entrevistas con ciudadanos de los 3 aspirantes con mayor votación y sus asesores. (Vinueza, 2018 p. 2)

La investigación establece cuestiones legislativas creadas en la ciudad y por el método habitual de comunicación, centrándose en guiar sus discursos sobre las organizaciones informales hacia sus beneficiarios esperados, a quienes impactó con un profundo discurso. Si bien es bastante, las organizaciones informales no fueron definitivas en el triunfo electoral, añadido para influir decididamente en la visibilidad y notoriedad del competidor y para difundir metodologías diversas todo el tiempo a través de todos los medios de comunicación, elementos que sirven para identificar los beneficios y el impacto que tienen las redes sociales en la intención de voto.

Según Llamuca:

El proceso metodológico utilizado en esta investigación con el tema: Las Estrategias de Comunicación en las Elecciones Seccionales, septiembre 2018-marzo 2019. Por el autor Jhon Vinueza, incluyó los siguientes métodos: científico, inductivo-deductivo, así como tipos de investigación: descriptiva, bibliográfica, de campo, cualitativa, cuantitativa. Se trabajó con una muestra de 398 habitantes de las cinco parroquias de la ciudad urbana de Riobamba, con edades comprendidas entre 16 y 65 años. Entre los resultados más importantes se evidenció que el 87% de los habitantes sí conoce a Juan Vinueza; que los elementos que más influyeron

en el comportamiento electoral con un 38% fueron las propuestas y estrategias de los candidatos, incluyendo la fan page "Amigos de John Vinueza", el sencillo discurso que manejó el candidato y los carteles con el lema "Yo también soy Juan Vinueza (LLAMUCA, 2019, p. 3)

Se llegó a las condiciones que establecen la perdida de elecciones de Juan Vinueza por falta de trabajo en la zona rural; además, los individuos se sienten relacionados con el procedimiento del discurso, el modo de comportarse constitutivo de la población se debió a propuestas y metodologías emergentes supervisadas a través de dispositivos computarizados y que fueron reconocidas por los jóvenes.

Según el autor Sebastián Lozada, de la Universidad Técnica de Ambato se establece su tesis con el tema "Las redes sociales como un dispositivo de lucimiento político en las contiendas seccionales en el Ecuador". El objetivo de este estudio es realizar una investigación minuciosa de las organizaciones interpersonales como dispositivo de lucimiento político en las decisiones de gobernantes, regentes y concejales del territorio Tungurahua-Ecuador. El tema que se distingue es que la posibilidad de que los cargos políticos no tengan arreglos para organizaciones informales, y lo hacen de manera experimental.

Según Lozada:

> Un informe inequívoco depende de componentes hipotéticos a la luz del examen bibliográfico, mediante la técnica del examen combinado que permite llegar a resoluciones. Además, se utilizó la herramienta Fanpage Karma y Foller Me para analizar las redes sociales de Facebook y Twitter de cada solicitante. Entre los resultados se encuentran los principales descubrimientos en materia de colaboración y responsabilidad entre los solicitantes y los residentes. (Lozada, 2019, p. 5)

Los resultados de la encuesta muestran que las asociaciones interpersonales son de suma importancia para el círculo político para producir acercamiento con los residentes y compasión hacia las propuestas de la campaña.

Las empresas gubernamentales son un espacio profundamente horrible, donde con frecuencia se establece resolver los problemas de la población mediante la ejecución de asuntos públicos del gobierno. De todos modos, hay ocasiones en que

surgen cambios imprevistos que obligan a los especialistas gubernamentales a aislarse de la valoración general y ganar visibilidad en los medios y captar la posibilidad de un electorado que progresivamente adquiere mayores avances en diferentes frentes. (Arnaud, Mercier 2020, p. 56- 60)

Como cuestión de cierta importancia, debemos recordar que competir en una carrera política no está relacionado con ser el más increíble en términos absolutos, sino también en términos relativos. En verdad, existe una motivación convincente para concentrarse en hacer lo que es grandioso y, al mismo tiempo, lo central. No dependía de vencer a todos en cada desarrollo o período de la misión, sin embargo, asumir el mejor de todos los mundos contra tus enemigos cercanos en un instante de pruebas discrecionales, lo que nos permitiría convencer a muchos grupos que podrían esperarse. dadas las circunstancias y no desde una perspectiva global a todo el electorado (Herrero, 2019, p. 25)

Así, la estrategia política se centra en la búsqueda de objetivos sensatos y probables, por ejemplo, aumentar el número de votos que obtienen para ser elegidos o monitorear su posición actual. (Herrero, 2019, p. 25)

Para lograr esto, los artesanos políticos actúan con propensiones. clave, presentando temas que todos en general consideran importantes y continuamente intentando percibir y abordar las preocupaciones de los ocupantes, que es la razón decididamente con mayores probabilidades de avance en la decisión política. (Gilardi, 2022, p.45)

“Esta empresa se culmina en un clima político y social particular, inquietante y complejo. Dinámico, incluyendo diversos canales de comunicación pública y concertada.”. (Castro, 2022, p. 34) Es un desafío comprender que uno de los principales marcos en cuestiones de poder es la correspondencia y la asociación especial del competidor, a través de la cual los artesanos políticos buscan otorgar, convencer y obtener datos de personas que no están del todo escritas en piedra para dar forma a discernimientos y perspectivas. además, técnicas para dirigir a los ocupantes con respecto a cuestiones impulsadas por el sistema, solicitando su ayuda en el proceso basado en la notoriedad y, por último, influyendo en el resultado de la carrera política.

Desde su auge durante la década de 1990, el uso de redes casuales, textos y aplicaciones útiles ha encontrado avances constantes en cuanto a mejora, usos y cultura relacionados con ellos; Eliminar los obstáculos geográficos y permitir un esfuerzo organizado constante afectó esencialmente la manera en que la sociedad da, produce y mantiene el ritmo de las afiliaciones individuales y expertas.

Estos nuevos tipos de afiliación y respaldo a los ocupantes que buscan datos, ofrecen puntos de vista, sentimientos y trucos, también ocurren en el campo político. Sin lugar a dudas, su utilización ha generado nuevas "conspiraciones de medios combinados" que aumentan el número y los tipos de artistas que quizás estén listos para dar forma al discurso y al plan político. (Gilardi, 2022, p.45) Convirtiéndose en pieza fundamental de los actuales ciclos discrecionales, por lo que tener en cuenta una misión política sin la utilización de estos escenarios es básicamente inimaginable.

“Para comprender mejor la organización entre candidatos y residentes, así como cómo es concebible que los medios y los directores hagan los mensajes que utilizan en Facebook y otras circunstancias para exponer su comportamiento”. (Harold Lasswell 2020, p. 45-50) Y dar forma a las conocidas valoraciones durante las misiones asignadas, dependiendo de diferentes hipótesis y perspectivas. Por ejemplo, la hipótesis sobre la negociación propone que los medios tienen un poder eminente. La capacidad de establecer la estructura para la conversación pública se separa reduciendo en qué se centran las noticias, mientras que la hipótesis se centra en qué mensajes se introducen de modo que signifiquen para el conocimiento público. La torsión de la serenidad, por otra parte, se centra en objetivos minoritarios que podrían quedar sofocados en el círculo abierto debido a los problemas predominantes y la cercanía.

Los directores y sus grupos de avances conocen el cambio que enfrenta la sociedad. Correspondencia horaria mecanizada y las ventajas que se pueden obtener de la utilización real de las afiliaciones. social, por lo que han trasladado la prueba constituyente a etapas más avanzadas para impulsar sus intereses y enviar sus mensajes directamente a un grupo mucho más grande y diferente, sin la necesidad de delegados como los medios habituales. Tener esta puerta abierta para intercambiar directamente con el partido sin duda ha generado un mayor apoyo de

los ocupantes en cuestiones de poder y una mayor simplicidad en los procesos electorales. (Sanchez, 2023, (p. 2-11))

Existen diferentes organizaciones interpersonales que se pueden utilizar para difundir mensajes. administradores, visualización y promoción. Todo ello dependerá de la metodología y del partido ideal al que se quiera llegar, ya que los dispositivos de división con los que cuentan estos estadios son muy convincentes y precisos para contactar con grupos concretos, lo que permite una mejor correspondencia entre ilustradores políticos y ocupantes, en esta línea. manera, una preparación potencial de los electores (Boyd, 2018, p. 15)

En el siguiente articulo científico de Hidalgo y Cedeño publicado en la revista ReHuSo de la ciudad de Quito con el tema: la Comunicación Política en redes sociales durante la segunda vuelta electoral de Ecuador, año 2021: Análisis del uso de la red social Facebook se establece lo siguiente:

> La correspondencia política sobre organizaciones interpersonales ha avanzado a lo largo de los años hasta convertirse en una herramienta viable para la elección de cargos públicos. En este sentido, redes como Facebook Play tuvieron un impacto principal. De hecho, hoy en día resulta incomprensible enviar una misión política sin utilizar esta organización interpersonal. Los asuntos gubernamentales ecuatorianos no son una excepción: Facebook fue utilizado de diferentes maneras por el aspirante a la Administración de Ecuador en la contienda política celebrada el 11 de abril de 2021. Este trabajo da una mirada sobre la forma en que fue utilizado y el efecto que tuvo. causado en la gran cantidad de clientes que se sumaron a este escenario. (Hidalgo, Chica, A. Y Cedeño Moreira C. 2022, p.104- 105)

La motivación detrás de la segunda ronda de nombramientos fue elegir al nuevo Líder de Ecuador. El cronograma de la misión abarcó desde el martes 16 de caminata hasta el jueves 8 de abril. A esta ocasión pasaron los competidores Andrés Arauz y Guillermo Cuerda, siendo elegida la última opción. En la misión hubo momentos que llamaron la atención mediática de los vecinos, como el debate del domingo, Caminata 21. “Asimismo, se debe pensar en la idea anormal de este

desafío constituyente, ya que se dio en relación con la pandemia provocada por el Coronavirus. Posteriormente, nuevos avances, por ejemplo, las organizaciones informales, constituyeron un socio fuerte para los funcionarios gubernamentales involucrados en el ciclo." (Berlanga, y Estrella Martinez 2018, p. 76- 81)

En esta situación específica, el motivo de este trabajo de investigación fue diseccionar la manera en que los candidatos Andrés Arauz y Guillermo Lasso utilizaron la organización interpersonal Facebook, comprobar si se aplicaron los estándares de la correspondencia política productiva y explorar la manera en que estas prácticas afectaron el proceso de misión constituyente. "Por lo tanto, aún está en el aire la cantidad de seguidores de los dos candidatos a la Administración de la República en esta etapa, así como el nivel de comunicación adquirido en las distribuciones y el contenido político de los mensajes difundidos en Facebook." (Blanca, Briones Martin 2020 78- 82). Se examinó el período que duró la carrera política. Cruzada. Para ello se utilizó una filosofía con una metodología cuantitativa y una investigación de sustancias esclarecedora.

En este mismo contexto el artículo científico de Hidalgo y Cedeño dice:

> La correspondencia política ha progresado a una velocidad desconcertante. Especialmente, recientemente, nuevos avances han cambiado la situación en la que deberían trabajar los artistas políticos. De hecho, las comunidades informales no se han utilizado exclusivamente como una forma de difundir información, sino que también han estimulado y desarrollado la forma de transmitir información en la sociedad moderna. Esta transformación ha llegado a las misiones de los prometedores que intentan atraer algún respeto famoso. En este sentido, esta exploración significa desmenuzar el uso que se le dio a la organización informal Facebook de cara a la misión para la segunda vuelta electoral de 2021 en Ecuador. Por tal motivo, se utilizó el procedimiento cuantitativo para concluir la cantidad de adherentes, distribuciones y asociaciones de distribuciones en la FanPage de los competidores Guillermo Lasso y Andrés Arauz; además, se utilizó una hoja de percepción para evaluar la investigación recomendada y se consolidó la estrategia de auditoría

bibliográfica-narrativa para el examen y sistematización de las fuentes de referencia utilizadas. (Hidalgo, Chica, A. Y Cedeño Moreira C. 2022, p.104- 105)

"Era obvio que Facebook representa una gran oportunidad para las organizaciones y asuntos gubernamentales, no sólo porque ofrece la oportunidad de entrar en contacto con innumerables personas". (Berrocal, 2018. p. 54- 60) sino también porque es una gran oportunidad para crear y desarrollar una relación con un área local de referencia, es más; que tiene como objetivo cumplir con la Administración de la República.

La comunicación es un aspecto crítico para comprender las interrelaciones de los grupos ideológicos. Los sistemas en las misiones políticas dependen de numerosos factores, sin embargo, uno de los más significativos es la cruzada por la comunicación (Arnaud, Mercier 2020, p. 56- 60). Los alusivos al cargo intentan transmitir por todos los medios, conversaciones, discusiones o reacciones que no son más que procedimientos para adquirir aliados y romantizar su imagen y recomendaciones de manera diferida, descubriendo cómo situarse por encima de los demás.

"Ecuador se enfrentó a un ciclo constituyente de segunda vuelta en 2021, sus dos competidores acudieron a comunidades informales para avanzar en sus misiones políticas." (Harold Lasswell 2020, p. 45-50) Para realizar este examen se tomó como objeto de estudio la página de Facebook de los dos aspirantes. Además de examinar el tipo de satisfacción disperso en estas FanPages, las metodologías de comunicación y promoción política se relacionaron con la motivación detrás de la atención a la importancia de las organizaciones interpersonales como Facebook al tiempo que organizaban un proceso para la difusión de datos y la conversión de mensajes.

"Respecto a los perfiles de Facebook de los competidores atendidos en esta revisión, se presume que la página de Andrés Araúz presentó un número de distribuciones más destacable, con un total de 52,16%. Se vio que la colaboración de sus repartos es más destacable que la de su rival, Guillermo Lasso" (Arnaud, Mercier 2020, p. 56- 60). Sin embargo, aunque el prometedor UNES tuvo un mayor

número de distribuciones y un mayor nivel de comunicación, no tiene un número de votos más notable que el competidor de Creo.

En el artículo científico de Blanca Briones Martin publicado en la revista enfoques con el tema: el uso de las redes sociales para las campañas políticas se manifiesta lo siguiente:

> El trabajo de examen académico actual apunta a tratar una parte de particular importancia es la utilización de organizaciones interpersonales con fines políticos. En particular, a través de estas páginas intentaremos decidir la idea esencial de la interacción. seguido por los legisladores para adquirir reputación y seguidores con la ayuda de los nuevos avances a través de comunidades informales. Esta es una reflexión sobre la combinación en la Web de dos ciclos consustanciales: correspondencia y asuntos gubernamentales. Su desarrollo hasta llegar a una condición de información común y Examinar el peso de las organizaciones interpersonales en este entorno político. (Blanca, Briones Martin 2020 78-82)

"Podemos diseccionar las actividades políticas desde muchos puntos ya que actúan a lo largo de la vida cotidiana." (Berrocal, 2018. p. 54- 60) Socialmente de manera efectiva y a través de una amplia gama de canales; sin embargo, para este trabajo nos enfocamos en la utilización de comunidades informales como la mejor ilustración de este tiempo mecánico. Es un medio con extraordinario efecto en la sociedad actual, que puede llegar a cualquier círculo de la vida y tiene una parte social ya que sitúa a los clientes en contacto. Son importantes para una segunda existencia de los residentes que nos ayude a diferenciarnos, Mirar, ser escuchado y estar atento al mundo en el que vivimos, prescindiendo de obstáculos. horizontes geológicos y en extensión

"Parece entonces el escenario ideal para elevar la transformación a los cambios mediáticos. Permite una metodología profunda, se concentra en la fractura de los medios haciendo explícita la sustancia para cada cliente y Suele ser una forma de fabricar esa confianza." (Blanca, Briones Martin 2020 78- 82) ¿Qué tal si entonces diseccionamos, en ese punto, marcando el límite de las comunidades informales en el campo constituyente, su utilización al segundo, el límite que estos necesitan para

atraer votos de manera absoluta e intentaremos caracterizar el uso y efecto particular de cada una de las comunidades informales? En otras palabras, con el branding este trabajo puede dar un manual para saber cómo supervisar comunidades informales con fines políticos en un entorno social complicado donde los avances consistentemente innovadores se vuelven más significativos

Podemos destacar también en esta misma línea de investigación el artículo científico de Cárdenas Vaca Antoni, publicado en la revista Enfoques de Comunicación Numero 10, noviembre 2023, titulado: Redes Sociales y Política 2.0: Nuevas Técnicas de Campaña en la era digital lo siguiente:

> Este estudio inspeccionó la conexión entre cuestiones legislativas y organizaciones. especialmente en la era informatizada, y cómo eso afectó en la misión constituyente, febrero de 2023, para la alcaldía de Riobamba. La utilización del metaverso como una etapa más de correspondencia y representación de artistas políticos fueron los temas centrales de un examen de conversación básica. Los descubrimientos demuestran que la mayoría de los miembros Son jóvenes y eso, a pesar de que la mayor parte no participó eficazmente en ejercicios de metaverso durante misiones de designación, confían en que la correspondencia política en este nuevo clima tiene más éxito que la correspondencia cuestiones legislativas en condiciones convencionales adicionales. (Cardenas, Vaca Antoni 2023 p. 24- 73)

"La reacción a la viabilidad vista del metaverso demostró el reconocimiento de desarrollar técnicas políticas especializadas y una Comprender la creciente importancia de los avances surgiendo." (Castro, 2022, p. 34) Sobre el efecto genuino del metaverso En cuestiones gubernamentales, también mencionaron conflictos. Esta investigación aumenta la recopilación de información sobre temas gubernamentales informatizados y ofrece nuevas parcelas para futuras exploraciones.

"El desarrollo de comunidades informales ha tenido un efecto crítico en la forma en que los artistas Los funcionarios del gobierno, últimamente, hablan con el público" (Cardenas, Vaca Antoni 2023 p. 24- 73). Al destruir fronteras ordinarias y la notable democratización de En el discurso político, estas etapas ofrecieron

nuevas canales de correspondencia que permitieron a los candidatos hablar directamente con los electores.

“Como en otros países del planeta, Ecuador fue consumido por este clima avanzado, con una expansión en Clientes web y de entretenimiento en línea; esto empezó que su entorno político ha cambiado y refleja la escena descubierta. Además de dar otra perspectiva” (Corredoira, y Cotino Hueso 2019, p. 26-27). sobre un punto en constante desarrollo, en este trabajo se Los analistas se esforzaron por distinguir los beneficios e Inconvenientes de la Estrategia 2.0.

Partiendo desde un análisis a nivel macro entre las comunidades digitales más destacadas e involucradas del mundo se presenta Facebook, un espacio informal creado en 2004 por Grabado Zuckerberg, que gracias a sus dispositivos para dividir la comunidad y la posibilidad de compartir contenido. Los medios combinados mientras se encuentran en diferentes fases de la asociación, la convierten en un canal favorable para cooperar con todos. (Castro, 2022, p. 34)

Como indica un informe de Meta (2023), el orden de usos: Facebook, Instagram, WhatsApp y Dispatch tienen un promedio de 3.740 millones de clientes extraordinarios poco a poco (Guía). Sólo Facebook es utilizado durante la mayor parte de los meses por más de 2,960 millones de personas. clientes (MAU), para diferentes propósitos, por ejemplo, asociarse con seres queridos, transmitir contenido, impulsar afiliaciones y actividades, derrotar a organizaciones más informales. (Pew, Research Center 2022, p.5)

Debido a esta extraña metodología, en comparación con otras asociaciones relacionales que pueden utilizarse para difundir mensajes políticos, si todo lo demás falla, a los grupos filosóficos les gusta utilizar a Facebook como el instrumento fundamental para crear su imagen y hacer avanzar a sus líderes y rivales. En cualquier caso, esto no significa que no utilicen elementos escénicos notables para discutir temas políticos inequívocos o que no se relacionen más directamente con su multitud, de manera más directa y atenta.

Este mejor método para gestionar la ayuda al área creó otro punto de vista. Dentro de la correspondencia política, se centró en el ocupante y su dedicación. Dejando de lado los viejos carteles de las elites políticas que vendían al competidor como una cara bonita o ayudaban a un dicho; Hoy en día, el objetivo es cumplir el

compromiso del ocupante, por lo que éste no se limita a tomar una decisión cada dos o cuatro años, sino que se convierte en el favorito y, si es posible, en el prescriptor de la misión política. (Herrero, 2019, p. 45)

Uno de los métodos cruciales para generar más confianza y legitimidad en los residentes es la colaboración a través de organizaciones informales. Algunas pruebas han demostrado que los contendientes que se asocian con su grupo básicamente pueden generar su apoyo en lugar de personas que simplemente se centran en discutir temas sobre legisladores específicos. (Tang, G y Lee F 2020, p. 31)

Este esfuerzo rápido y sereno les permite construir una relación más estrecha con el área local y mostrarles cómo pueden concentrarse en sus inclinaciones y necesidades, lo que puede generar una mayor responsabilidad y respaldo en el largo plazo.

Por otra parte, Bode hace notar cómo la publicidad política en asociaciones informales puede llegar a sectores específicos del electorado, reconociendo y coordinando a los clientes según su edad, dirección, intereses, tendencias, inquietudes, dirección geológica y tipos de Internet. forma de comportarse. utilizando robots sociales, mensajes, geotargeting y formas de comportarse en línea usando robots sociales, mensajes, promociones personalizadas y estudios no delegados mostrados en el feed del cliente. (Bode, 2018. p. 15)

Esta multitud de sistemas, junto con una gran utilización de las capacidades que tiene Facebook, ayudarán a los grupos de correspondencia y publicidad a distinguir la situación específica y el entorno político. en el que ocurre la misión. En esta línea, todo ese cronograma se puede disponer para coordinar actividades y realizar mensajes individualizados para especialidades explícitas de la población, controlando cuándo, cómo y dónde se muestran los datos. Esto le permite seleccionar la ubicuidad de una investigación e influir en la cooperación política de manera similar a lo que se examina en las comunidades informales. (Cuenca, y Ulloa 2021, p. 55)

“Aunque Facebook puede ser una poderosa herramienta para la correspondencia política, es importante señalar que la misión discrecional en el clima moderno puede ser completamente diferente de la habitual y no está exenta de dificultades y

peligros" (Berlanga, y Estrella Martinez 2018, p. 76- 81). Es fundamental que los legisladores se ajusten a las cualidades particulares de esta organización informal y ajusten su mensaje a la propia persona visual de Facebook, manteniendo un tono individual y cercano en la correspondencia con los electores. De lo contrario, podrían enfrentar desafíos para construir una imagen creíble. además, confiable y que logra el efecto ideal en la multitud.

Además, abordar la protección y seguridad de la información individual es una prueba. Es importante considerar a Facebook como una herramienta política especializada, ya que existen algunas preocupaciones sobre la sencillez y la pauta del uso de las organizaciones. social en los ciclos constituyentes. Esto ha llevado a una mayor investigación y control de la red informal en algunos países, como Estados Unidos y los países de la Asociación Europea, para salvaguardar los privilegios de seguridad y prevenir el abuso de la información de los propios clientes en misiones políticas.

La tranquila asociación se ha enfrentado últimamente a exámenes sobre su tratamiento de la seguridad del cliente. La información sobre los clientes y su relación con afiliaciones externas utiliza los datos recopilados. con fines políticos y de transparencia, particularmente después del asalto a Cambridge Analytica en 2018 (Granville, 2018, p. 5)

Lo inesperado descubrió que se había recopilado información de hasta 87 millones de clientes de Facebook sin su consentimiento para ser utilizada en misiones políticas, incluida la misión del entonces candidato oficial Donald Trump. (Arora, N y Zinolabedini 2019, p. 10)

Esta tonta admisión a los perfiles de los clientes hizo posible centrarse en volverse más acorde con los patrones de los electores, lo que llevó a Facebook a hacer todo lo necesario para salvaguardar la seguridad de los clientes y aumentar la facilidad de transmitir su información a los clientes. directivos (Granville, 2018, p. 5)

En cualquier caso, todavía existen enormes técnicas de investigación de datos que nos permiten consolidar datos públicos y comerciales de los ocupantes para enviar explicaciones con mensajes personalizados que logren el mejor efecto imaginable (Robles, Morales 2019, p. 56)

En cualquier caso, Facebook puede crear elementos que pueden provocar burbujas en el canal, o al menos, una circunstancia en la que los clientes esencialmente ven contenido que enmarca sus propios puntos de vista, convicciones y patrones. Esto puede provocar una polarización más perceptible y un colapso político de la sociedad, cuya redacción puede verse obstaculizada por las negociaciones y, de hecho, por la administración gubernamental, particularmente debido a clientes que tienen una posición política excepcional.

Además, durante los ciclos discrecionales, existe la probabilidad de que se utilicen metodologías de micro targeting para mostrar avances engañosos o difamatorios a áreas específicas de la población, así como la utilización de perfiles falsos y el impacto de artistas externos para influir en la evaluación o conducta de ocupantes (Wooley, 2018, p. 38)

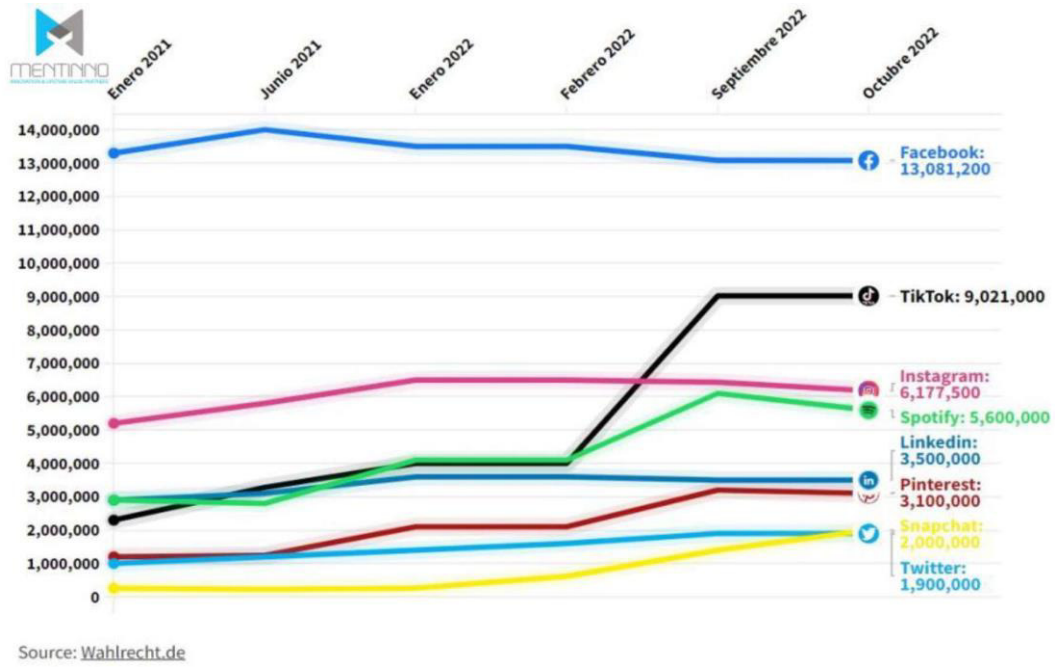
Independientemente de lo que esté en juego, algunos expertos políticos pueden ver la polarización. como una técnica importante, ya que permite el desarrollo de enemigos filosóficos o el refinamiento del esperanzado al mostrar una impronta electiva a la del legislador en la misión y que descubre su lado más típico, como amigo, socio y hombre de individuos. De esta manera, es fundamental comprender que los sentimientos generales transmitidos en línea pueden ser desequilibrados. hacia perspectivas filosóficas con las que chocaban. (Sunstein, 2019, p. 27)

Últimamente ha habido un crecimiento significativo en la afiliación a Internet y las afiliaciones sociales de la población ecuatoriana. Estos esfuerzos conjuntos nunca más existirán a partir de ahora. Lejos comentarios sobre la afiliación y convertirse en una técnica crítica para la organización. habitante. Esto demuestra el trabajo suficiente que tienen las afiliaciones casuales en el esfuerzo coordinado. ciudadanía y correspondencia política.

A nivel meso se puede entender que últimamente ha habido una enorme extensión de la cooperación entre la población ecuatoriana en Internet y afiliaciones sociales. Estas afiliaciones nunca más existirán en el futuro. percepciones separadas sobre la afiliación y se convirtieron en una técnica importante para el interés de los ocupantes. Esto demuestra el importante trabajo que realizan las afiliaciones casuales en el esfuerzo conjunto. ciudadanía y correspondencia política.

Según un estudio realizado por Mentinno en 2022, alrededor del 70% de la población de Ecuador utiliza Internet y, de ellos, cerca del 100% utiliza afiliaciones relajadas. Facebook, con casi 13,1 millones de clientes, se ha convertido en el dispositivo fundamental para las reuniones. los legisladores en su correspondencia con el electorado, sirviendo a alrededor del 81,1% de la población extraordinaria en afiliaciones relajadas (Medina, 2022). En caso de duda, los clientes utilizan dos dispositivos de acceso, realizando más de 20 millones de afiliaciones (INEC, 2022, p. 3)

Gráfico 1. *Crecimiento y Decrecimiento de Usuarios de Redes Sociales enero 2021 - octubre 2022 Ecuador*



Nota: (Mentinno, Ecuador Estado Digital Octubre 22, 2022, p. 5-10)

Estas cifras demuestran cómo se puede llegar a la mayoría de los ciudadanos a través de Facebook con un bajo nivel de conocimientos financieros, lo que en general será un excelente paso para los expertos gubernamentales que quieran ayudar a su reunión y transmitir su mensaje. político. a un enorme número de electores. Además, según un informe relativo, se reseña que el 60,88% de los ecuatorianos utilizan la relación relajada para iluminarse sobre temas administrativos (Mentinno, Ecuador Estado Digital Octubre 22, 2022, p. 5-10)

Según Cuenca, se recomienda que la eficiencia del trabajo realizado en las organizaciones informales durante las decisiones de poder de 2021 en Ecuador

estuvo relacionada con la convicción alcanzada por los postulantes. (Cuenca, 2021, p. 6)

Finalmente, a nivel local del cantón Guaranda no existe información abierta particular sobre correspondencia política sobre asociaciones relacionales. En cualquier caso, cabe señalar que el uso de Facebook para la correspondencia política no es una novedad en el cantón.

Si bien la cantidad de ocupantes del cantón en general no contrasta mucho con la de otras organizaciones metropolitanas del país, tertulias filosóficas, tertulias y mejoras barriales utilizan la correspondencia en línea, básicamente como instrumento para avanzar hacia una reunión más amplia, particularmente la más jóvenes, y avanzar en tu propuesta, además de mostrar tus espectáculos y tratar con el barrio.

En la campaña de las elecciones seccionales de 2023, los candidatos del Cantón Guanujo hicieron un uso extensivo de las redes sociales, especialmente Facebook. Esta plataforma se convirtió en una herramienta clave para:

Alcance y Visibilidad: Los candidatos utilizaron Facebook para ampliar su alcance, llegando a un amplio segmento de la población, incluyendo a aquellos que no son fácilmente accesibles a través de medios tradicionales.

Interacción Directa: Se promovió una interacción directa con los ciudadanos mediante publicaciones, comentarios y respuestas en tiempo real. Los candidatos realizaron transmisiones en vivo para discutir sus propuestas y responder preguntas de los votantes.

Contenido Visual: El uso de videos, imágenes y gráficos informativos ayudó a captar la atención de los usuarios. Las campañas que incluyeron contenido visual atractivo tendieron a obtener más interacciones y compartidos.

En las elecciones seccionales de 2023 en el Cantón Guanujo, los candidatos emplearon una combinación de estrategias digitales y tradicionales para maximizar su alcance y conexión con los votantes. El uso eficaz de redes sociales, especialmente Facebook, fue fundamental para interactuar directamente con los ciudadanos y comunicar las propuestas de manera clara y atractiva. La combinación de tácticas de marketing digital, eventos comunitarios y análisis de datos reflejó un

enfoque moderno y adaptativo a la campaña política, alineándose con las tendencias globales en campañas electorales.

Desde un nivel micro, el estudio sobre la influencia de Facebook en la campaña política para la alcaldía del cantón Guaranda, enfocado en los ciudadanos del casco urbano de la parroquia Guanujo, permite observar de cerca las interacciones directas entre los votantes y los contenidos políticos en redes sociales. La experiencia de investigación ha revelado que, en este contexto local, la exposición a la publicidad y mensajes políticos a través de Facebook tiene un impacto notable en la percepción de los candidatos, lo que influye en la decisión.

La revisión de la literatura respalda la hipótesis de que, a nivel micro, la interacción constante con contenido personalizado y mensajes dirigidos en redes sociales, como Facebook, genera un sentido de familiaridad con los candidatos. Además, la capacidad de los usuarios para compartir, comentar y reaccionar a publicaciones políticas crea una dinámica de retroalimentación que fortalece el apoyo o el rechazo hacia ciertas posturas políticas.

Desde una postura científica, es posible justificar este estudio señalando que la digitalización de las campañas políticas ha transformado profundamente la forma en que los votantes se informan y toman decisiones. Si bien las dinámicas macro del sistema político no se han modificado exclusivamente, a nivel micro, el acceso a información a través de redes sociales ha generado un canal adicional de comunicación directa y constante con los ciudadanos. Esta investigación profundiza en la comprensión de cómo este canal afecta directamente la intención de voto, justificando así la relevancia de estudiar el fenómeno en un contexto local y específico como el de Guanujo.

El problema de investigación se justifica al reconocer que, aunque las estrategias digitales se han adoptado de manera global, el impacto en comunidades específicas puede variar considerablemente, y entender estas variaciones es crucial para mejorar las estrategias de comunicación.

2.2 Científico

La Teoría Funcionalista, aplicada a un estudio investigativo de una campaña política en las elecciones seccionales de 2023 en el Cantón Guanujo de la Provincia de Bolívar, Ecuador, proporciona una estructura analítica para entender cómo los

diferentes elementos de la campaña cumplen funciones específicas y contribuyen al objetivo global de ganar el apoyo electoral.

En resumen, la teoría funcionalista respalda el estudio de una campaña política en las elecciones seccionales de 2023 en el Cantón Guanujo, Provincia de Bolívar, al proporcionar un marco para analizar cómo las diferentes estrategias y actividades de campaña cumplen funciones esenciales para alcanzar el éxito electoral. Cada aspecto de la campaña, desde la integración social hasta la movilización de recursos y la adaptabilidad, puede ser entendido como parte de un sistema mayor que trabaja cohesivamente para lograr la meta de obtener el apoyo de los votantes. Este enfoque holístico permite evaluar la efectividad de la campaña en su totalidad y realizar ajustes necesarios para optimizar el rendimiento y los resultados electorales.

La Teoría Estructuralista, enfocada en las estructuras subyacentes que configuran la sociedad y sus procesos, puede proporcionar un marco valioso para analizar una campaña política en las elecciones seccionales de 2023 en el Cantón Guanujo, Provincia de Bolívar, Ecuador.

En resumen, la teoría estructuralista respalda un estudio investigativo de la campaña política en las elecciones seccionales de 2023 en el Cantón Guanujo al proporcionar un marco analítico para comprender las estructuras subyacentes que influyen en el comportamiento político. Al examinar las estructuras sociales, políticas, culturales y económicas, así como las dinámicas de poder y los sistemas de comunicación, los investigadores pueden obtener una visión más profunda de cómo las campañas políticas operan y cómo se pueden optimizar para mejorar la efectividad y el impacto en los votantes. Esta perspectiva permite una comprensión integral de los factores que configuran el éxito electoral en contextos locales específicos.

“En el impacto que tienen las redes sociales en las personas se establece que Las organizaciones interpersonales tienen dos capacidades excepcionalmente claras: trabajar con correspondencia y el comercio de datos y promover la formación de redes.” (Caprioti, 2020. p. 34-40) Estas dos capacidades pueden ayudar a determinar su rápido crecimiento y su ubicuidad en la vida de las personas. Sin embargo, esta peculiaridad puede percibirse como un resultado tortuoso de vivir en un público de vacío, profundamente perturbado a pesar de la amplia propuesta de alegría frente al uso. “Además, eso nos lleva a la necesidad de investigar la

complejidad del tema y el daño que estas organizaciones están causando ante el público. Las organizaciones informales probablemente tendrán una cara engañosa, leyendas y malos simultáneamente." (ADELL, J Y BELLVER C. 2021 p 3- 5)

Una primera estimación nos permite saber que transmiten y hacen las redes sociales; Sin embargo, yendo un poco más profundo, tal vez su capacidad sea parecer llenar el vacío y la miseria de las personas a través de compras y chismes. "La apuesta por la imbecilización de la población o por su transformación en una telaraña que nos atrapa a todos en un fascismo clandestino, que no da más alegría que la del apasionante estilo de vida moderno de Huxley" (Dadamo, Y Garcia 2019. p. 90- 95). Sin embargo, conviene mantener la confianza en que no llegaremos a circunstancias tan lamentables. Una vez más podríamos seguir apretando el botón rojo de nuestra implosión.

En este mismo contexto Adell establece:

> Las organizaciones interpersonales se han convertido en una parte esencial de nuestras vidas hoy en día, cambiando la forma en que impartimos, compartimos datos e incluso interactuamos con otras personas en todo el planeta. Etapas, por ejemplo, Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, YouTube, entre otras, han reformado la correspondencia, siendo actualmente más multicapa y con mayor efecto social en las distintas áreas de cooperación, tanto estratégica, monetaria, social y relacional. (ADELL, J Y BELLVER C. 2021 p 3- 5)

Además, las comunidades informales tienen seguidores y escépticos, y las diferentes caras de la moneda que tiene el entretenimiento en línea avanzado pueden ser tanto positivas como negativas. Dependiendo de la administración y de la razón por la cual las personas buscan enviar a través de este aparato innovador, su contenido será productivo o dañino. "Por lo tanto, es prudente canalizar decentemente los datos obtenidos a través de estas direcciones de correspondencia para aliviar la expectativa de engaño que a veces transmiten entre bastidores." (Caprioti, 2020. p. 34-40)

El mejor efecto social seguro que ha logrado el entretenimiento virtual es trabajar en el alcance mundial de la correspondencia y la red, haciendo posible asociarse con individuos o personas de todo el planeta de inmediato y rompiendo

simultáneamente las obstrucciones geológicas. Además, desarrolla aún más las conexiones de las personas, ya que ayuda a mantener vivas relaciones remotas, reconectarse con antiguos socios y fomentar nuevas amistades. De manera similar, “las comunidades informales se han convertido en un aparato crucial para organizaciones, organizaciones y expertos, ya que ofrecen escenarios para la publicidad, la administración de sistemas y el avance de la marca individual o empresarial.” (Berlanga, y Estrella Martinez 2018, p. 76- 81)

Sin embargo, no todo es color de rosa: parte de los efectos pesimistas de las organizaciones informales en la sociedad es que su uso extrañamente excesivo puede crear sensaciones de desvinculación y desapego de la realidad. Sea como fuere, también existe el riesgo de descubrir datos personales privados para ser utilizados por personas ajenas, abusando de ellos, además, el creciente temor al Cyberbullying al que se exponen los clientes a través de entretenimiento basado en la web y, finalmente, las conocidas noticias falsas "Falsificación Noticias" que están ampliamente dispersas o distribuidas para desorientar a todos con respecto a un tema en particular. (ADELL, J Y BELLVER C. 2021 p 3- 5)

“Además, cuando se trata de la buena administración y utilización de las organizaciones informales, es un tema desconcertante porque implica resultados muy importantes dentro de la sociedad” (Cardenas, Vaca Antoni 2023 p. 24- 73). Es fundamental que todos los clientes sean conscientes de que esta mejora innovadora es un acuerdo bilateral que puede beneficiar o perjudicar. dependiendo del método del propósito. “Como regla general, los clientes aceptan que se reservan la opción de comunicar abiertamente cualquier cosa sin valorar sus palabras, pensamientos, actividades y formas de comportarse a través de sus comunidades informales”. (Berrocal, 2018. p. 54- 60) pero también es bueno resaltar lo que está escrito en la biblia en 1 Corintios 10: 23 Interpretación NVI "Todo está permitido, pero no todo es beneficioso ni todo es productivo". La sección anterior es una guía bíblica excepcionalmente valiosa y significativa para aquellas personas a quienes les gusta comunicar sus pensamientos prácticamente sin ningún canal a través de las organizaciones.

Para Concluir Adell manifiesta lo siguiente:

> Por fin, destaque la importancia de utilizar las organizaciones interpersonales de forma consciente con el único objetivo de aprovechar al máximo estos escenarios computarizados para apoyar a la sociedad en general. Por lo tanto, es importante enseñar a toda la población sobre los impactos psicosociales que esto causa en nuestras vidas y, por lo tanto, es responsabilidad de todos utilizar estas etapas avanzadas de correspondencia con astucia para tratar de no herir a los demás o al área local y tal vez no dañar su imagen. (ADELL, J Y BELLVER C. 2021 p 3-5)

El estructuralismo es una corriente filosófica que propone pensar a partir del examen de los diseños. Para los estructuralistas, cada elemento o marco está formado por un diseño que incluye en su conjunto cuyas partes están conectadas entre sí. El estructuralismo intenta reconocer los diseños que conforman su objeto de estudio, independientemente de cuál sea este artículo.

En cualquier caso, el estructuralismo no es definitivamente una corriente propiamente imaginada (es decir, una escuela a la que se adhieren varios autores intelectuales). El estructuralismo es un método de exploración que se utiliza en diversas sociologías. "Durante la última parte del siglo XX, el estructuralismo se hizo famoso con el resultado final de ser la estrategia más implicada en la investigación de la lengua, la cultura y la sociedad". (D., Robey 2020, p. 45- 50)

"Para el estructuralismo, la importancia de no estar fijada en piedra por su construcción interna" (Berlanga, y Estrella Martinez 2018, p. 76- 81). El diseño interior de una cosa o pensamiento es la disposición de sistemas que funcionan en su interior y en los que se puede concentrar de forma independiente independientemente de si cooperan o no.

En ese sentido, lo extraño de este enfoque fue no haber presentado una estructura, que estaba disponible en la idea occidental desde sus puntos de partida, sino más bien haberla utilizado para eliminar cualquier idea que necesitara ordenar la realidad.

Para Wahl:

> El estructuralismo nació con el Curso de Semántica Cotidiana, impartido por Ferdinand de Saussure (1857-1913). La fonética saussureana considera

> el lenguaje como una disposición de signos y significados, sin ningún objetivo final evidente en mente. Estas dos ideas, el marco y la discreción, son claves para entender el diseño. Para los estructuralistas, el examen de las relaciones erráticas del marco da lugar a su construcción predominante. (Wahl, 2019. p. 34- 40)

La obra de Saussure influyó inequívocamente en la elaboración de los creadores convencionales detrás del estructuralismo: el antropólogo Claude Lévi-Strauss, el psicoanalista Jacques Lacan, el semiólogo Roland Barthes, el lógico y epistemólogo Michel Foucault y el racionalista comunista Louis Althusser.

La extensión del estructuralismo se produjo gracias a la elaboración de estos estudiosos. Elaborado por el etimólogo Román Jakobson, que influyó definitivamente en Lévi-Strauss, fue también una variable decisiva.

Todas las escuelas estructuralistas plantean la posibilidad de que todo esté compuesto de diseños. La forma en que se coordinan produce la infinita importancia de las cosas. (Sampieri, 2021, p. 56 - 60)

Además, para el estructuralismo, por regla general, las estructuras deciden el lugar de los componentes dentro del marco y no son evidentes desde el principio. (Habermas, 2021 p. 50- 55)

Según Robey El estructuralismo puede considerarse según tres puntos de vista o formas de pensar significativas: el estructuralismo semántico, el antropológico y el comunista:

> Estructuralismo semántico. Abordado por Saussure y Jakobson, el estructuralismo semántico se concentra en el lenguaje, que es una disposición de signos. Esta escuela sostiene que la lengua es un marco social y homogéneo, lo que contrasta con el discurso, que es una actividad individual y heterogénea con la que la lengua se comunica.
>
> Estructuralismo antropológico. Abordado por Lévi-Strauss, el estructuralismo antropológico descompone a las personas y la sociedad como diseños ordenados. Los fundamentos de estos diseños permanecen encubiertos o fundamentales, y por tanto la responsabilidad del antropólogo es descubrir las cualidades de cada construcción.

> Estructuralismo comunista. Abordado por Althusser y otros lógicos comunistas, el estructuralismo comunista sostiene que el organizador detrás del estructuralismo no es Saussure sino Karl Marx. El comunismo acepta que el diseño no debe confundirse con las conexiones aparentes de las piezas del marco que conforma la sociedad. (D., Robey 2020, p. 45-50)

Dentro de los principales representantes del Estructuralismo se establecen los siguientes:

Ferdinand de Saussure

El estructuralismo surgió con el Curso de Fonética Cotidiana elaborado por el etimólogo suizo Ferdinand de Saussure. Esta obra fue distribuida en 1916 por los discípulos de Saussure como recopilación de los compromisos del etimólogo durante sus años como educador. La etimología considera el lenguaje como una disposición de signos e implicaciones que se conectan de manera errática y antinatural. Sin embargo, este marco puede ser percibido de manera específica por una reunión de espectáculos o estándares. (Wahl, 2019. p. 34- 40)

Para Saussure, los componentes del lenguaje son justificables sólo entre sí y dentro del marco que los contiene. En esta línea, el lenguaje va más allá de la correspondencia ya que impacta al individuo y su papel en el ámbito público.

Como marco filosófico, la etimología de Saussure intenta diseccionar las conexiones metódicas y constantes que existen en la forma de comportarse humana. Estas conexiones conducen a los diseños de un procedimiento de importancia. (Castells, 2019, p. 473-533)

Habermas

Según Habermas, "la pragmática generalizada plantea (...) la cuestión de rehacer el límite de los hablantes adultos para incrustar oraciones en referencias a la realidad, de modo que estas oraciones puedan esperar los elementos lógicos de artículo, trabajo de uno mismo y fundamento de la relación". conexiones." (Habermas, 2021 p. 50- 55)

La pragmática nos obliga a diseccionar la realidad del discurso y las diversas manifestaciones de correspondencia. El contraste entre los puntos de vista locucionario e ilocucionario descubre la doble construcción del ciclo de relación

entre fuente y receptor. El contenido proposicional y el ilocucionario deben suceder constantemente juntos para que la comprensión entre hablantes sea concebible, dado que la correspondencia no consiste sólo en la transmisión de datos, sino que conecta a los hablantes en una relación relacional. La pragmática generalizada propuesta por Habermas responde a una curiosidad en la medida en que, frente a la corriente predominante en la semántica, que se centra en la parte mental de las expresiones, se salva la significación básicamente abierta del discurso, confirmando en todo caso que la capacidad informativa es lo primario y único (Habermas, 2021 p. 50- 55)

Sin embargo, ¿cuáles son las circunstancias que deciden si un acto discursivo está bien? Es esencial reconocerlos en la medida en que la comprensión dependa de su coherencia. Habermas continúa con el hecho de que en cada expresión abierta el hablante plantea reclamos de legitimidad, contra los cuales el coleccionista puede tomar una situación con un sí o un no. Si la audiencia percibe las afirmaciones de legitimidad implícitas en la manifestación, se habrá logrado el entendimiento o el acuerdo. Si la posición de la audiencia es un "no" a estos casos, el acto discursivo llegará a su fin (y por tanto la comprensión habrá fracasado) o se esperará que el hablante defienda los casos planteados, de esta manera comenzará el discurso. (Castells, 2019, p. 473-533)

Ignacio Ramonet:

Ignacio Ramonet establece el pensamiento único dentro de los cuatro atributos de esta idea que son: planetaria, súper duradera, rápida e irrelevante. Planetario, porque cubre todo el globo. Súper duradero, porque debe ser inmutable, sin posibilidad de ser abordado o modificado. Rápido, ya que responde a los estados inmediatos de "continuo". Insignificante, a la luz del hecho de que Alude a una economía y sociedad virtual, la del mundo del PC. Él El modelo focal del nuevo razonamiento son los sectores empresariales monetarios, que nunca más tendrán como hipotética estructura de referencia, como por cuestiones financieras útiles, las ciencias físicas o inherentes o las ciencias naturales, por mucho que se cumpla la hipótesis de juegos, confusión y ciencia esponjosa. El sinsentido de la "idea única" es la mercantilización acelerada de las palabras y las cosas, de los cuerpos y los espíritus. (Ramonet, 2019, p. 56- 60)

El nuevo discurso predominante pasa por alto sus ramificaciones. Desempleo, disparidad salarial, necesidad e incluso contrastes en la escolarización, Además, el grado de información (un socio de áreas de fortaleza para los de riqueza que se produce en el más pequeño eje de los campeones) no tienen peso social ni sería conveniente que fueran atemperados por estrategias estatales, además si todo lo demás falla. Es el marco real que crea - según las salvaguardias del "razonamiento único" - una supuesta correspondencia de posibilidades a través del desarrollo acelerado.

de las economías, que darán el arreglo prolongado mientras, en el futuro inmediato, recae en la sociedad común, a través de actividades confidenciales y organizaciones no administrativas de diversa índole, la obligación de asumir la responsabilidad de aquellos prohibidos en el marco.

2.2.1. Redes Sociales y su rol en la Política

1. Red Social Facebook

Definición: Facebook es una red social fundada en 2004 por Mark Zuckerberg, que permite a los usuarios compartir contenido, interactuar y conectarse con personas de todo el mundo. Su principal característica es la capacidad de crear perfiles personales, páginas, grupos y eventos para comunicarse e interactuar. (ADELL, J Y BELLVER C. 2021 p 3- 5)

Características: Facebook se distingue por sus funciones de creación de perfiles, publicación de estados, compartir fotos y vídeos, reacciones, comentarios y la posibilidad de crear grupos y eventos. Además, ofrece herramientas publicitarias avanzadas que permiten segmentar audiencias específicas, siendo esto relevante en campañas políticas. (ADELL, J Y BELLVER C. 2021 p 3- 5)

Uso de Facebook en la comunicación política: En los últimos años, Facebook se ha convertido en una herramienta fundamental en las campañas políticas debido a su alcance masivo ya la posibilidad de dirigir mensajes a públicos específicos según intereses, ubicación geográfica y comportamiento en línea. Los políticos y candidatos lo utilizan para difundir sus propuestas, interactuar con los votados y generar apoyo a través de anuncios y publicaciones. (Wolton, 2020, p. 35-121)

Ventajas y desventajas de usar Facebook en la comunicación política:

Ventajas: Alcance masivo, bajo costo en comparación con medios tradicionales, segmentación precisa del público, interacción directa con los votantes, y posibilidad de viralizar contenido. (Wolton, 2020, p. 35-121)

Desventajas: Riesgo de desinformación, manipulación de noticias falsas. (Wolton, 2020, p. 35-121)

2. Campaña Política de Elecciones Seccionales

Según: Berrocal

> **Definición de campaña política**: Es el conjunto de actividades, estrategias y acciones que un candidato o partido político lleva a cabo con el objetivo de ganar apoyo electoral y votos durante un proceso electoral. Esto incluye discursos, debates, publicidad, redes sociales y más.
>
> **Estrategias utilizadas en campañas políticas**: En la era digital, las estrategias incluyen publicidad en redes sociales, marketing dirigido, creación de contenido visual atractivo, encuestas en línea, y uso de influencers o figuras públicas para llegar a más personas.
>
> **Importancia de las elecciones seccionales en el contexto local**: Las elecciones seccionales, que eligen autoridades locales como alcaldes y concejales, son fundamentales para la gobernabilidad de los municipios y parroquias, ya que impactan directamente en la calidad de vida de los ciudadanos. En un contexto local como el de Guaranda, estas elecciones determinan el liderazgo que gestionará los recursos y servicios esenciales para la comunidad. (Berrocal, 2018. p. 54- 60)

3. Incidencia en la Intención de Voto

Según Blanca Briones Martin:

> **Definición de intención de voto**: La intención de voto se refiere a la inclinación o predisposición de un votante hacia un candidato o partido en particular antes de la elección.
>
> **Factores que influyen en la intención de voto**: Factores como la ideología política, la situación económica, la percepción de la gestión gubernamental actual, y la información recibida durante la campaña electoral.

Métodos para medir la intención de voto: Encuestas y sondeos de opinión son las principales herramientas para medir la intención de voto. También se emplea análisis de datos de redes sociales para evaluar tendencia.

Impacto de las redes sociales en la intención de voto: Facebook, al permitir una comunicación directa e inmediata entre los candidatos y los votan. (Blanca, Briones Martin 2020 78- 82)

4. Contexto del Cantón Guaranda y del Casco Urbano de la Parroquia Guanujo

El cantón Guaranda, ubicado en la provincia de Bolívar, es un área con características rurales y urbanas, donde las elecciones seccionales tienen gran relevancia. El casco urbano de la parroquia Guanujo, siendo una zona de gran densidad poblacional, es clave en la dinámica electoral, ya que concentra a un número considerable de votantes. El uso de redes sociales como Facebook es cada vez más común en estos contextos para obtener información política, lo que permite una mayor participación y análisis de los candidatos.

Este estudio busca profundizar en cómo Facebook ha incidido en la intención de voto de los ciudadanos de este sector durante el periodo electoral, ofreciendo una visión clara de la relación entre redes sociales y política a nivel local.

2.2.2. Usos en política de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación

Si bien el entretenimiento en línea se ha convertido en una herramienta para difundir pensamientos y ejercicios, también ha representado el espacio normal entre las personas. Para Lago Martínez "el desarrollo de la correspondencia ha avanzado enormemente últimamente, desde la fuerte utilización de Internet hasta la PDA que hoy avanza a pasos agigantados". (Martinez, 2019, p. 65) Estos avances han permitido la correspondencia social en un espacio virtual, y también la generación de información, es decir, incluso la correspondencia, donde el ocupante obtiene información, pero también puede generarla. Esa es la explicación, Internet se presenta como el medio donde todos pueden ser los que emiten y receptan la información

Los avances sociales están incluyendo a Internet por su correspondencia e incluso simultáneamente por su afiliación y dispersión. Esto infiere que hoy los medios de comunicación y los nuevos avances son una ayuda para el giro social de los acontecimientos. El modelo que inició esta creencia fue el importante hecho ocurrido en Seattle, en cuanto a la utilización de las TIC en Afiliaciones Amigas.

Según Martínez:

> Cuando al amanecer del 30 de noviembre de 1999 las calles de Seattle estaban repletas de disidentes contra la reunión de la Asociación Mundial de Intercambio, otro tipo de batalla tuvo lugar comenzado. Los disidentes, individuos de muchas tertulias. no es lo mismo que algunas naciones, habían coordinado su reunión a través de nuevos datos y correspondencia innovaciones y hecho aparatos para reflejar la disidencia. Estos instrumentos cambiaron el tipo estándar de ciertos medios (Indymedia lanzó allí otros medios en los que cualquiera puede componer, además, cuyo lema es que todo individuo es periodista). El único desarrollo de las reuniones que se habían establecido a través del correo electrónico, visitas y, más tarde, reuniones secretas. A partir de ese día clave prácticamente no hubo reuniones de ninguna asociación Podría ocurrir reunión monetaria o de presidentes a nivel mundial sin - simultáneamente - convocar una contra reunión de resistencia. (Martinez, 2018, p. 45)

En este evento se prestó más atención a los giros sociales de los acontecimientos, sus limitaciones de afiliación y reunión para través de las TIC. Sin embargo, al igual que Algunos creadores se refieren a este modelo como una batalla de desarrollo, donde están permitido ser "escuchado". (Berrocal, 2018. p. 54- 60)

Por otra parte, hay expertos que sostienen que los medios de comunicación del siglo XX están grabados en la lógica de la cantidad, como hace referencia Dominique Wolton en el contexto Online, ¿y después? después de descubrir que el cuadro de tres paneles: sociedad clientelar, gobierno de mayoría masiva y medios de comunicación. masiva; es decir, un cuadro de tres paneles que sitúa a la sociedad en el medio contemporánea una investigación tan fundamental. Wolton reflexiona sobre la cantidad y la mayoría casi no ha pensado, ya que imaginan que la población total de las comunicaciones amplias es lo mismo, en cultura, que el testimonio

general en política". Está ligado a llamar la atención sobre que la comunicación masiva está conectada con las cantidades de votos en temas gubernamentales y en cuanto a organizaciones, los beneficios que obtienen en el momento en que utilizan la correspondencia para hacer que la población en general consuma lo que necesita. (Wolton, 2020, p. 35-121)

Para Wolton, las TIC se presentan con la vista y el sonido, como un malestar, que se establece en individualizar y permitir la entrada a innumerables administraciones de PC, donde descubren cómo cuidar y actuar cuestiones como realización individual y total con capacidad de relacionarse y multi conectarse." Así hay una dependencia de la innovación relacionada con el "progreso" que Wolton caracteriza como parte de los nuevos avances en datos y comunicación digital.

Hoy en día, el hombre debería estar relacionado con el avance. Entonces, resulta ser una aproximación a decir: "Estoy aquí, soy importante, tengo algo que hacer". iluminarte sobre mi vida." (Berlanga, y Estrella Martinez 2018, p. 76- 81) presenta el desarrollo como un instrumento que el hombre ha utilizado para dar paso a nuevos acontecimientos que impactaron cambiando algunas contemplaciones sobre el mundo.

El investigador social sostiene que ha sido el estilo de vida de la sociedad lo que ha cambiado su razonamiento o razonamiento; Asegura que no fue el desarrollo de la imprenta lo que cambió a Europa y la asociación entre la diferencia en la Iglesia católica, es más, la imprenta fue la que permitió una Europa después del cambio. "Además, la radio, y más tarde la televisión, han tenido este impacto esencialmente a la luz del hecho de que se asociaron con un avance crítico para un gobierno de gobierno mayoritario y masivo". (Wolton, 2020, p. 35-121)

No es que la conmoción de los acontecimientos afecte la forma de afrontar la educación; sin embargo, el hecho de que las TIC hayan cambiado es una influencia inquietante en las relaciones humanas y sociales. "El hombre y el interés de la mayor parte por una correspondencia más cercana y más rápida han permitido que los dispositivos inventivos se conectaran para utilizar y usar. Ha sido el ajuste de la correspondencia del hombre lo que ha propiciado estos movimientos y esto ha impactado en el mejoramiento de las empresas gubernamentales. El hombre lo ha logrado. uniendo su objetividad con la técnica." (Berrocal, 2018. p. 54- 60)

Los medios de comunicación de a pie están inscritos en la lógica de la oferta y las TIC. Dentro de la lógica de interés, ¿cuál de los dos será el más utilizado? Éstos son los que más ofrecen a la individualización del hombre, como muestra Wolton:

> Los aspectos mentales son, la verdad, fundamentales en el enfoque por las nuevas innovaciones, ya que unen el importante desarrollo de la individualización de nuestro público en general. ellos son la imagen de oportunidad y la capacidad de ordenar la realidad, una pieza como era el vehículo en los años treinta. tres palabras son fundamentales para conocer el avance de nuevos avances: independencia, asociación y rapidez (Wolton, 2020, p. 35-121)

Lo que Wolton implica con la posibilidad de individualización y oportunidad es simplemente el carácter de que los individuos pueden actuar cuando lo necesiten, sin progresiones ordenadas, puntos de corte geográficos, en el tiempo. genuina e inmediata. Esta sensación de oportunidad también le da una de fuerza. Según el autor “Los nuevos avances comprenden sin duda una posición de receptividad, un Far West, una referencia a la utopía.

Sin embargo, En cualquier caso, esta oportunidad e innovación no tiene mejor correspondencia, sólo han aportado muchos datos. Al establecer una correlación con él en cuestiones legislativas, las TIC han ayudado a promover datos dispersos y pensamientos de las reuniones. legisladores, descubriendo cómo trabajar con la asociación de los desarrollos y sus batallas, para impactar el plan de los medios tradicionales, una realidad que antes estaba dentro del poder del círculo confidencial de enormes reuniones financieras. "A partir de ahora, el nuevo Las innovaciones están por todas partes: trabajo, ocio, administraciones, formación […] De aquí a aceptar que sólo hay un paso hacia las relaciones sociales, del que muchos han sobrevivido hasta ahora". (ADELL, J Y BELLVER C. 2021 p 3- 5)

Los nuevos desarrollos han sido pioneros en un camino que está claramente plagado de importantes entradas y pensamiento de "progreso", como dice Wolton. Sea como fuere, habría que valorar hacia dónde van estos avances.

La asociación de desarrollos con organizaciones interpersonales, según la posibilidad de Colina, en su artículo "La especulación de las asociaciones casuales", muestra cómo "las asociaciones casuales pueden describirse como un plan de juego

alternativo de los ilustradores: individuos, reuniones, afiliaciones, organizaciones, órdenes, relaciones sociales mundiales, etc., asociados entre sí a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales. (Lozares, Colina 2018,p. 103-26)

La idea de Colina nos permite percibir esta construcción que se teje en organizaciones informales, trasladadas al espacio virtual a través de aplicaciones de vanguardia. La posibilidad de organizaciones informales relacionadas con cuestiones gubernamentales propone amplios modelos y diversas ideas que presentan mejores formas de abordar la transferencia.

El texto Oportunidad de articulación y datos en línea comunica que la participación de las organizaciones interpersonales en cuestiones gubernamentales sugiere que el efecto social podría ser el mejor método para ampliar la colaboración política y que lo que ocurre en la asociación tiene importancia en la realidad. (Crespo, 2020 p. 45-50) "Así lo indica una encuesta dirigida en la Escuela de California en San Diego, el profesor de Hipótesis Políticas James Fowler, quien inspeccionó el impacto que las organizaciones informales tenían sobre los habitantes que iban a votar. Encontraron que a través de Facebook los "pares" impactaban a que los individuos participan en la toma de decisiones. “Como muestra esta encuesta, los jóvenes descubren cómo diseñar sus vidas a través de asociaciones relacionales, con las que están relacionados.” (Corredoira, y Cotino Hueso 2019, p. 26-27)

Del mismo modo, como comunidad informal influyó en algunos habitantes para que se animaran a votar, y también puede afectar la tendencia hacia ciertos competidores políticos prometedores, como es el caso de Obama, el ex presidente de Estados Unidos.

Se piensan en nuevos avances en datos y comunicación. como instrumentos de datos de la clase política, legislaturas, partidos legisladores a los ciudadanos. Por lo tanto, no es nuevo que grupos ideológicos y sus solicitantes utilizan las organizaciones interpersonales como una ayuda más para difundir su propuesta, sus objetivos y simultáneamente utilizar a sus devotos para difundir sus mensajes. (Loreto, 2020, p. 75)

A día de hoy, algunas asociaciones de vecinos y de administraciones públicas utilizan las TIC para acercar la asociación a la gente. Estos modelos han tenido

triunfos y decepciones, ya que algunos se han dirigido a iluminar a los habitantes, mientras que

Se han utilizado otros entornos virtuales para unir fuerzas con individuos.

De acuerdo con Corredoira y Cotino, compiladores de la obra Oportunidad de articulación y datos en la web, se mantienen al día con:

> Conectar el poder político y las organizaciones interpersonales podría ser una inconsistencia lógica, pero también una expectativa. Organizaciones interpersonales en un futuro bastante lejano podría practicar el poder y alcanzar convertirse en estados. Los hechos realmente confirman que es un futuro, sin embargo, Tampoco es un problema que pueda excusarse sin esfuerzo. Hoy en día, las organizaciones informales han logrado poder político sin puntos de referencia y son uno de los instrumentos estrella en las misiones electoral. (Corredoira, y Cotino Hueso 2019, p. 26-27)

Han surgido cambios en la forma en que se atienden los temas regulatorios a través de asociaciones relacionales y estas se han convertido en un espacio no restringido por amplios ordenamientos normativos, lo que ha hecho que este distrito sea dinámicamente abierto. En este sentido, las asociaciones relacionales pueden ejercer cierto poder a partir de ahora.

Todavía no hay especulaciones que garanticen que las comunidades informales salgan victoriosas o pierdan las carreras, pero no están del todo decididos a aceptar las pruebas. de la organización y efectos de las organizaciones interpersonales en el ámbito de las cuestiones gubernamentales. (Crespo, 2020 p. 45-50)

A través de las TIC, especialmente el entretenimiento basado en la web, los ocupantes comenzaron a cubrir sus necesidades monetarias y sociales; sin embargo, esto posteriormente ha hecho que la relación entre las personas en un distrito razonable sea una deficiencia. Por lo cual, ciertas personas están eligiendo cómo supervisar el avance. “Por ciertas reflexiones planteadas, se plantea que este anteproyecto busca encontrar la utilización práctica de comunidades informales en misiones políticas de una ciudad y, sin embargo, al mismo tiempo, la idea es mostrar que estos dispositivos siguen repitiendo el marco que se crea. en misión política, como rasgo de los planes que se ejecutan en las cercanías, con correspondencia de la región circundante.” (Cuenca, y Ulloa 2021, p. 55)

Por otra parte, el uso de avances ha afectado la vida pública y privada. Las TIC que, a la vez, a través de diferentes aplicaciones, la correspondencia entre personas, han creado también gadgets que se han convertido en medios que registran información en conjuntos informativos y estos, por tanto, muestran el acompañamiento que dejan los individuos mientras navegan por Internet, básicamente con una fotografía en movimiento a una asociación relacional. Este estado de la sociedad en general y de la confidencialidad en las organizaciones informales propone cambios que tensionan lo social y lo político. Los cambios propuestos por Facebook a su sistema de seguros son críticos considerando la forma en que marcan un ejemplo que oscurece las limitaciones de seguridad en condiciones mecanizadas y se centra en la diferencia en la información individual para almacenar. (Corredoira, y Cotino Hueso 2019, p. 26-27)

Esto sugiere que cuando se divulga nuestra información, nos pone bajo la impresión de millones de clientes que están en la asociación, como lo demuestra el lógico examen que aluden Corredoira y Cotino a partir de alrededor de 2011 en Chile, cuando Estación 13 finalizó una pericia. En el plan de programa de televisión sin guion. Esta transmisión fue llamada Me Is. El espectáculo buscaba al mejor imitador de especialistas de todo el mundo. “Dentro de los comunicados apareció Javier Díaz, quien imitó a Eddie Vedder, vocalista del grupo estadounidense Jam Pearls. Un joven chileno que seguía el programa y estaba atento al show de Javier Díaz, no estuvo de acuerdo con la consumación del imitador.” (Cortina, 2021, p. 34- 40) Luego, en ese momento, por ese entonces, trasladó el video casero a YouTube, según sus propios principios, de manera furtiva, en una asociación relacional, en la que difundió la noticia de su disconformidad con el comportamiento de Díaz.

Según Verón:

> Cuando este video comenzó a verse en YouTube fue replicado en diferentes rede sociales como Facebook y Twitter, donde gran cantidad de personas lo comentaron. Transformaron este punto en un tema conmovedor en Chile. Sin embargo, esta noticia no se detuvo en estos espacios, sin embargo, fue trasladado a medios públicos y desconocidos, hasta que Chris Cornell, ex intérprete de Sound garden, lo comentó, quien,

> hacia un programa de radio en Estados Unidos, a partir de ahí pasó nuevamente por redes sociales y Obviamente volvió a los medios chilenos. Por fin saltó la noticia a la televisión pasó con lo que los sociólogos llaman valoración popular. Bastaba con que periódicos públicos y proyectos de entretenimiento discutirán el tema, con el objetivo de que un canal similar convocara al 'chileno Eddie Vedder' para participar por segunda vez en el programa, obteniendo la victoria. (Veron, 2020. p. 11-26)

Las redes sociales logran un gran alcance siempre que sean supervisadas por los clientes de estos sistemas. El caso de Joven chileno constata que una convicción básica muy arraigada, se difunde a nivel enorme y puede convertirse en una valoración popular intrínsecamente en la localidad. (Harold Lasswell 2020, p. 45-50)

2.2.3. Estrategia y discurso político en las redes sociales

La retórica política, como señala Eliseo Verón, es “la creación inconexa expresado inequívocamente a los fundamentos del Estado" (Veron, 2020, p. 11-26). Pero además la idea Lo político está relacionado con direcciones y fundaciones. El artilugio estatal y las conversaciones políticas interactúan entre sí para hacer un retrato de una especie de discurso que se desmorona en algunos niveles, que es la forma en que Verón lo retrata:

> De todos modos, lo que intentamos conceptualizar rara vez es una discusión, pero es un campo serpenteante y sin rumbo. Nuestro objetivo no es fabricar una tipología de discusiones, sino más bien una tipología de rondas de conversación. Desde el principio nos enfrentamos al examen de la discusión sobre los procesos de negocio. Además, el significado del "tipo" incorpora la importancia de un movimiento de variedades del mismo, que no son más que estrategias diferentes dentro de un mismo juego. De la importancia general del "tipo" inducimos la importancia de un "enfoque" invariante y un plan de surtidos. En tercer lugar, propone que trabajemos en diacronía, los intercambios ocurren en el tiempo. Asimismo, un método comparativo cambia inevitablemente. En cuarto lugar, las discusiones sociales parecen manifestarse en soportes tremendos que eligen las condiciones de su dispersión: la pieza de prensa, la oralidad de

> la radio, la imagen. TELEVISOR. Obviamente no podemos desarmarnos de esta manera. Las discusiones políticas que aparecen en estos diferentes medios. (Veron, 2020, p. 11-26)

Verón muestra que esta representación reconoce los diversos métodos utilizados en un ciclo serpenteante y sin rumbo. Es más, es la manera en que se hace un discurso con sus desafíos de especulación. Para el discurso político, como plantea Verón, hay una contienda, una relación estable con un enemigo, donde comienza una pelea. entre enunciadores. La verbalización política tiene todas las características de ser indistinta de una mejora malintencionada.

"Pero el discurso político fomenta una explicación positiva. El sueño político incorpora algo así como dos receptores: un receptor positivo y un receptor negativo. El discurso político aborda ambos simultáneamente" (Berrocal, 2018. p. 54- 60). El funcionario o enunciador de la autoridad pública, tal como lo describe Verón, en el discurso político, entra en relación con su destinatario positivo, que es el individuo que reconoce con contemplaciones, valores y objetivos comparativos." Este destinatario es del partido o un sólido aliado del legislador. Verón describe a este receptor positivo como "Pro destinatario" (Castro, 2022, p. 34). Será ese ocupante que concurra con todo lo que el legislador comunique en sus discursos". Hay un campo entero entre los dos. Verón alude al beneficiario negativo como "contra beneficiario" y es la persona que le da horror todo lo que dice el hablante. "En verdad, ese 'otro' discurso que posee todo discurso político no es otra cosa que la presencia confiablemente dormida de lectores horribles, que retratan el lugar del enemigo. "Sea como fuere, hay un tercer destinatario, considerado por Verón como "para receptor", Diferente a los inciertos, suponiendo que votan recogen su voto totalmente seco a tiempo." (Veron, 2020, p. 11-26)

En el discurso, por esto beneficiario, está dirigido a todo lo que tiene que ver con influencia. "Discurso político es una charla de apoyo en cuanto a lo favorable al beneficiario, de discusión en cuanto del contra beneficiario, y de influencia sólo en la medida en que concierne al para beneficiario.

Se debe construir un discurso para estos tres tipos de beneficiarios políticos, según Verón. Sea como fuere, ciertas partes que son esenciales para el plano enunciativo, por ejemplo, el "agregado de identificación", aquella que subraya un nosotros,

coordinando entre el legislador y el pro destinado, Por ejemplo: nosotros, los progresistas. Ahí hay también tertulias interminables, que están dirigidas a todos los beneficiarios, sin presentar ninguna específicamente, por ejemplo, residentes, individuos, etc. "Se trata de reuniones normalmente conectado con él para destinatario.

Hay una sustancia más dentro de un discurso político, por ejemplo, los "metas colectivos".

particular. Particularmente, ya que conceden evaluación y apenas fractura; metas colectivos, basándose en que son más completos que los ensamblajes apropiadamente políticos que rastreó el carácter de los enunciadores. Es decir, son aquellos que no se coordinan, esencialmente notan un fragmento general que puede pasar desapercibida para las personas que prestan atención a la charla política, excepto si trae a colación alguna realidad significativa alguna vez. (Veron, 2020. p. 11-26)

Como demuestra Verón, un modelo para esta sustancia podría ser el aviso del expreso, el mundo, el pueblo u otros modelos cercanos. La otra sustancia del discurso político tiene que ver con una descripción que resume la posición o el marco de convicciones. del administrador, lo que, para la presente circunstancia, puede ser la ocurrencia. Los diseños aparentes que propone Verón pueden dar importancia a un montón de contemplaciones que el legislador utiliza para perseguir la elección, los destinatarios interpretan articulaciones o palabras.

La evaluación del habla, en todo su grado emocional, abarca la extensión de todo lo que podría comunicarse y las maneras en que emerge lo que se puede decir y, en consecuencia, el examen del discurso puede, en caso de incertidumbre, ofrecer articulaciones genuinas en torno a uno o un par de aspectos destacados de la charla. (Ruth, Wodak y Michael Meyer 2018, p. 69-99)

Podemos decir que la forma gramatical abstracta tiene que ver con la oralidad, las afirmaciones del administrador o enunciador. Sin embargo, también surgen perspectivas cuantitativas, ya que es posible completar aclaraciones sobre colecciones y patrones. Estos puntos cuantitativos pueden ser críticos cuando intentamos percibir, por ejemplo, fijaciones efectivas dentro del punto culminante de una conversación. (Wodak, y Meyer 2018 ,p.45-65)

En las redes sociales podemos afirmar que hay estas dos partes en un discurso, ya que forman parte de enfoques para decir pensamientos y estos De este modo, se pueden ordenar por temas, en vista de la frecuencia con la que se repiten. A pesar de que hay una distinción para las charlas sobre organizaciones informales, ya que se comunican continuamente, como se indicó anteriormente, el beneficiario está capacitado para responder sin que exista como método sin convención.

En el trabajo de Ruth Wdak y Michael Meyer sobre Estrategias para el examen experto en charlas "Las charlas practican el poder ya que transmiten información con la que sostiene el corazón agregado e individual. Esta información que surge es la Premisa de la actividad individual y agregada, así como la base para preparar la actividad. que da forma a la realidad.

Esta creencia que relaciona la información con el discurso y el poder que a través de ella se perfora, se aplica a las comunidades informales cuando difunde su mensaje y llega a la mentalidad común, pero también a sus sentimientos, ya que las asociaciones relacionales están en su quintaesencia. generalmente nostálgico, bajo la premisa de que supervisan factores reales actuales de la vida de un singular, que descubren lo privado. (Wodak, y Meyer 2018 ,p.45-65)

A partir del texto de Podemos deconstruir de Pablo Iglesias, compuesto por el creador John Müller, la correspondencia en red: física y mecanizada, gestionada por la tertulia política de Pablo Iglesias, unió el espacio mediático-viajero con las discusiones constreñidas que el creador Miller declara como:

> Discurso boomerang, es decir, avanzar hacia el camino, sintonizarnos ¿Qué mensajes envió, qué expresiones de disidencia y apelación expresó el residente para, tiempo después, y una vez filtrado con la agrupación convencional adecuada, devolver esos mensajes a la carretera convertidos en dinamita pura: conversaciones combustibles, ¿discursos progresistas y furiosos? Recompensaban a los individuos lo que les habían comunicado. Planificador sencillo de compasión y asociación, algo que los desarrollos habituales han terminado hace tiempo dejaron de hacerlo (Miller, 2019, p. 76-85)

Este es el enfoque que se puede ejecutar en la ciudad y luego en los medios modernizados, como demuestra Müller, que permitió el contacto con el ocupante a través de dos etapas automatizadas: Facebook y Twitter. El discurso que la gente decía en las carreteras es la discusión que este partido repitió en todos sus medios de comunicación, especialmente en quienes lo reivindicaron: sus propios antecedentes en organizaciones interpersonales. Los creadores hicieron notar la forma en que la mayoría de los residentes tenían un lugar en el tiempo de "pantallas diferentes" o conocidos como recién graduados universitarios.

A pesar de que los ciudadanos saben todo acerca de la innovación, no podemos ignorar al público que, en cualquier caso, no tuvo nada que ver con el partido. que podría sentirse persuadido por el poder ejercido por las asociaciones relacionales y adherentes de Podemos. Müller demuestra que el marco de reuniones de Podemos en su transmisión a asociaciones informales es tan razonable que en Facebook se puede compartir una distribución de El Partido (que llega a 200.000 devotos de Twitter), dependiendo del experto que siga explorando el partido. Podemos agrupar, para unos miles de personas, una reseña del extraordinario uso de estas piezas mecanizadas" (Miller, 2019, p. 76-85)

Los discursos de Pablo Iglesias, que también fueron impartidos a las asociaciones, los mensajes sociales contenían preguntas, planteamientos, retos, con los que los adherentes se distinguieron. Para Müller, lo que Iglesias buscaba era rodear esa fuerza armada informatizada desde lo social, donde cada cliente se sentía importante porque sus pensamientos eran pensados, discutidos y de vez en cuando, llevado a cabo con lo que hasta ahora existía." El concepto de Podemos es un ejemplo razonable de la gestión de las conversaciones políticas organizados en la ciudad y en organizaciones interpersonales. Es verdaderamente un activismo que en el Actualmente se está considerando para caracterizar ideas e hipótesis que ayudan al logro. de la administración de organizaciones interpersonales en cuestiones legislativas." (Cortina, 2021, p. 34- 40)

2.2.4. Red social Facebook

En las ideas de este estudio, se desglosarán los puntos de partida de la comunidad en redes sociales. Facebook y su impacto en cuestiones de autoridad. Para los autores del artículo educativo sobre los porqués de Facebook y Twitter en los

colegios españoles, Rodríguez Antonio y Santamaría Patricia, exponen que Facebook es:

> Las redes sociales son el sistema digital más ilimitado del planeta, Se estima que hacia finales de 2011 la cantidad de clientes dinámicos superó 845 millones. Inicialmente hecho para avanzar en el área local. entre los estudiantes de Harvard College, abrió por lo tanto a la población en general a caracterizarse como un dispositivo social que le ayuda a comunicarse más eficazmente con sus compañeros, familia y compañeros de trabajo (Antonio, Rodrguez Ruibal y Patricia Santamaria Cristino 2019, p. 228-235)

En Facebook se registra cierta información importante sobre un individuo, por ejemplo, su nombre, edad, sexo. Además, esta comunidad informal exige información delicada, por ejemplo, cuando surja la necesidad dar datos sobre el lugar donde reside, donde fue concebido, el número de teléfono de su casa, teléfono inalámbrico, estado conyugal, la cantidad de hijos que tienes y cuál es su identidad, ya que Facebook te da opciones para elegir qué relación tienes con ese individuo.

Además, las personas pueden compartir contenido individual, por ejemplo, fotografías, relatos de eventos de cumpleaños, bodas, etc., con todo. Esto es comparable a los comentarios que los clientes escriben en sus publicaciones. propios discos o aquellos que consideren cautivadores para transmitir sus sentimientos o valoraciones. Los datos que proporciona un individuo con respecto a la observación de asociaciones relacionales. La forma social de abordar el uso de la prensa y la televisión como lo muestran Corredoira y Cotino en La utilización de medios de vanguardia da datos sobre el pensamiento severo y político de los individuos. (Corredoira, y Cotino Hueso 2019, p. 26-27)

De manera similar, Facebook no sólo da acceso a nuestros propios datos, pero además del de nuestros contactos. Entonces la realidad básica de que un compañero Si introducimos una aplicación en su perfil, también es un peligro para nuestra vida privada

Las personas publican en las paredes de Facebook contenido público y suponiendo que haya un registro diseñado para que las publicaciones no se vean, en igualdad de condiciones. permanecerá público ya que los compañeros de los compañeros de

los clientes pueden observar las distribuciones. "Lo que hace la comunidad informal es convertir el círculo confidencial en público, ya que todo lo que en él se distribuye no está administrado por la idea de privacidad, por lo que la seguridad en uno mismo se pierde rápidamente informativo. (Corredoira, y Cotino Hueso 2019, p. 26-27)

Rosalía Winocur, en su libro Robinson Crusoe Ya tiene móvil, continúa que las asociaciones relacionales, especialmente Facebook, se convierten en un espacio para la presentación de personas, que en gran medida no son retratadas como muy conocidas, pero que Puede llegar a ser así por la cantidad de amigos que consiguen. "Las asociaciones relacionales nos permiten construir nuestro capital social y prestigio en dos o tres días." (Castro, 2022, p. 34)

Con esta aclaración podemos comprender cómo ciertas personas llegan a tener innumerables asociados sin ser esencialmente conocidos. Para Berlanga y Martínez, el objetivo que se propone Facebook es comunicar e informar a las personas, aunque por ciertos matices semánticos." Berlanga y Martínez sostienen que Facebook ayuda a conocer a algunas personas, según un estudio perspectiva, ya que en esta asociación una conversación casual y entusiasta y, sorprendentemente, un fraude insignificante, sin embargo, ofrece un método inimaginable para conocer las actividades, los métodos actuales de conducta de un individuo, sus inclinaciones, disposiciones. Es decir, es la información que alguien más puede utilizarlo para su beneficio, para el beneficio de un legislador, es extraordinariamente valioso saber cómo llegar a los electores. (Berlanga, y Estrella Martinez 2018, p. 76- 81)

De igual forma, López y Ciuffoli en su libro Facebook es el mensaje. Consideran que en esa asociación uno es accesible, lo que uno da, sin embargo, también hay una conversación que se va desarrollando. "La elección es doble, ya que puede surgir tanto de la apropiación del cliente - propietario del perfil, como de los contactos de su asociación, que pueden iniciar conversaciones directamente en las paredes, colecciones de fotografías u otros contenidos publicados por personas externas. ·" (Antonio, Rodrguez Ruibal y Patricia Santamaria Cristino 2019, p. 228-235)

La distinción que tiene Facebook con respecto a impartir es que en el momento en que un individuo hace una distribución en su pared, aparece como noticia para la organización de socios y en el caso de que comenten o realicen una actividad con

un me gusta a la distribución, el movimiento llegará a la organización de sus compañeros.

Un pensamiento más amplio que conforma Facebook es la marca que López y Ciuffoli destaparon como 'folksonomías' que "[...] son sistemas que recopilan, además, relación total de información, y contienen una mayor cantidad de cambios excepcionales de la Web durante los últimos 10 años." Este pensamiento alude a nombres, que retratan y agrupan explícitamente información. Con estas etiquetas Google y YouTube se presentan como rastreadores web de interés ya que con estas etiquetas siguen a organizaciones informales. (Lopez, y Ciuffoli 2020, p. 45- 56)

Esta fase de clasificación de contactos, como Facebook, se convierte en un gadget dentro del procedimiento de correspondencia política que son importantes puntos fuertes para muy en constante desarrollo, esto es precisamente lo que proponen Fernández y Arceo en su artículo de revista sensata, donde Estudio elaborado por organizaciones informales en el esfuerzo constituyente de la juventud genuinamente culta de Madrid. Lo que demuestran es que Facebook es una organización interpersonal que permite mensajes y contenidos más largos. medios inteligentes o artilugios de coordinación, que dirigen a los individuos al sitio de la solicitante, ya que Obama la involucró en su misión. (Veron, 2020, p. 11-26)

Las metodologías expuestas anteriormente son cautivadoras en lo que respecta a Facebook, pero, de hecho, armoniza con las estrategias del libro. #Podemos, destrozando a Pablo Iglesias cuando exhibe que el florecimiento de Iglesias estuvo en la organización de asociaciones relacionales y de alguna manera movió la conversación del camino a las asociaciones y de las asociaciones a una circulación de personas, que comparado con lo que educó Pablo Iglesias y de ahí surge el examen: ¿hasta dónde alcanza la gran administración de Facebook? (Miller, 2019, p. 76-85)

2.2.5. Comunicación política sus usos y estrategias en territorio

La correspondencia política es un tipo más de examen en esta revisión, ya que se convierte en el punto focal del examen de los procedimientos del competidor a ser movido en esta revisión. Es el espacio donde, a través de la discusión, los candidatos intercambian sus argumentos, intereses, cuyos residentes están contentos con sus

elecciones, la disposición de normas extremas funciona con el movimiento de un espacio para el intercambio de discursos. (Arnaud, Mercier 2020, p. 56- 60)

Este es el campo en el que se interesan los legisladores, comunicadores, aficionados y devotos de las tertulias que juegan con discursos, contenido de datos, que contacta con diversos públicos y con diversas técnicas. Los puntos detallados podrían ser la propuesta fundamental de las tertulias, las actividades de los legisladores, su carácter, que se fabrica a la luz de incuestionables sistemas que identifican que un ser sea único.

La correspondencia política intenta además formar al electorado a través de información transmitida a los ciudadanos. Tenga en cuenta el momento y el día en que debe tomar una decisión, esto también se ve afectado por el cumplimiento de las consideraciones del legislador para que participe exitosamente en temas abiertos con niños sobre su rival. En Ecuador emitir su voto es una responsabilidad, sin embargo, en otros países se hacen misiones para unir al electorado. De todos modos, debemos considerar restricciones específicas que los residentes deben tener en cuenta al momento de actuar, por ejemplo, el nombre y el partido de su prometedor y la imagen de cómo aparecerá en la estructura democrática. Por ejemplo, en público se publica la fotografía del competidor, las sutilezas de su partido y se intenta consolidar una imagen positiva de sus cualidades. (Berlanga, y Estrella Martinez 2018, p. 76- 81)

En el momento en que el día de emitir su voto, los individuos recuerdan algunas características del candidato que tienen que ver con su Carácter real, edad alcanzada, cabello rubio o sin brillo, algunos recuerdan las sombras de tu fiesta. En distintas ocasiones corresponde que el grupo de misión del competidor Deben estar preparados al punto que sean ellos quienes activen a las personas en sus vehículos para emitir su voto. Este es un componente más para garantizar el voto, ya que un grupo misionero digno debe Sepa el día de la votación final el número de votos que tendrán para cada área y cómo abordarán los votos o el bienestar de las personas que dijeron que planeaban decidir a favor de su candidato por fin. (Arnaud, Mercier 2020, p. 56- 60)

Un límite dentro de toda correspondencia política es el impacto en el electorado. Esto pone de relieve todos los mensajes, publicidad, estudios de clientes. electores,

para reunir datos que los impulsen a decidir a favor del candidato ideal. Buscan conseguir los votos de electores inquebrantables, garantizan su convicción. apuntaban a persuadir a los electores sobre diferentes reuniones o las personas que aún no están seguro de por quién decidirse. Por último, intenta incitar la abstención en el voto. hacia un funcionario o partido gubernamental específico.

También es importante conocer la personalidad del competidor, sus datos, la Cuestiones fundamentales del legislador como su familia, su nombre, son puntos de vista que se le dan a conocer a través de resúmenes, ya que aquí el grado de información sobre el competidor. Esto nos permite establecer cuánto conoce la población al competidor, ya que el día de la última votación debería ser percibido por el 90% de los ciudadanos. Casi todos los prometedores son potenciales cuando han estado construyendo una ocupación política implacable, sin embargo, hay nuevos contendientes que dependen de los medios y comienzan a vender una imagen positiva, lo que lleva a algunos ciudadanos a elegirlos. urnas. En las cruzadas, en realidad trabajamos en las piezas positivas del candidato. El equivalente con las piezas negativas del adversario o las más establecidas. Un chico nuevo y prometedor en la ciudad debería tener créditos (Crespo, 2020 p. 45-50)

En el marco político, se establece una capacidad que es todo lo que hay en ella: capacidad intelectual, confiabilidad impulsa la convicción, su calidad inquebrantable como hábil y comprometida, su dinamismo, dentro de la capacidad de comunicarse y conectarse con la gente.

Por otro lado, los demandantes deberían abordar las discusiones políticas mantenidas. por figuras escolares, mensajes centrales, historias, concordancia con la planificación versus los medios y la utilización de la situación. Son partes que el funcionario debe considerar para persuadir continuamente a sus vecinos. Además, la imagen del contendiente se difunde a través de redes informales como Facebook y YouTube, donde se presenta la imagen. del candidato y su propuesta. (Castro, 2022, p. 34)

2.2.6. Imagen del candidato: identidad digital y reputación online

Los candidatos tienen información individual que se hace pública a medida que la campaña avanza. Mientras dice las ideas que se introducirán sobre el carácter y notoriedad en las organizaciones interpersonales, se atenderán las ideas generales

de estos dos. Concéntrese en las clasificaciones: carácter y notoriedad., es una imagen que da sentido, que es la encarnación de cada ser con su naturaleza y con las cualidades que la caracterizan y componen. tiene un carácter lo que lo hace indistinguible sólo para sí mismo y no exactamente igual a algún otro ser." (Cortina, 2021, p. 34- 40)

“Una persona está dispuesta que no es versátil, no puede dejar la sustancia que la compone. Hay factores que conforman el personaje, que hacen del ser lo que es y que son desafiantes para ser reiterados en otro ser” (Blanca, Briones Martin 2020 78- 82). Este pensamiento relacionado con la reputación se convierte en la actitud de consideraciones que existen en las personas sobre quién es el contendiente. Hay carácter individual, para Jesús María Cortina, es la presencia procedida del Carácter que no cambia a pesar de los cambios físicos y mentales. "Cada individuo mantiene una coherencia particular, una fuerte notoriedad a lo largo de su trayectoria, mediante la cual puede ser percibido." Esta coherencia de carácter permite al prometedor ver la realidad en relación con todos los factores de reconocimiento que construyen su imagen.

El carácter permanece estrechamente relacionado con la notoriedad y esta clase se convierte en las cualidades del solicitante, aquellos atributos que usted cree que la gente en general debería tener en cuenta o socio en cuestiones legislativas. En otras palabras, ¿qué intriga al prometedor que su público darse cuenta Son puntos de vista en los que el legislador está en la capacidad de controlar o control. Intenta impactar a los ciudadanos La notoriedad la trabaja el individuo estrechamente involucrado y se trabaja a través de su actividad cotidiana y su comunicación (Caprioti, 2020. p. 34-40)

Se convierte en un desarrollo de reunión, ya que se enmarca en los beneficiarios como consecuencia del entendimiento que la sociedad general tiene a su disposición. a la vista de los datos y falsedades descubiertas por el candidato. Para hacer Estas construcciones dentro de los ciudadanos, los candidatos hacen una misión. Comunicación que caracterice su imagen como confiable, genuina y características que los individuos buscan en ellos. “Su posición se está desarrollando como resultado de cómo actúan y lo que transmiten notoriedad también funciona durante bastante tiempo porque intenta garantizar que la imagen

positiva del competidor esté disponible en las personalidades de los ciudadanos potenciales, en consecuencia, muchos candidatos comienzan a lidiar con su personalidad, además, notoriedad desde hace poco, antes del marco discrecional" (Berrocal, 2018. p. 54- 60). La reputación se convierte en el desarrollo o disposición mental que los ciudadanos tienen del competidor. Esto se describe en el carácter de todos a través del curso de información consolidada.

En el ámbito de las rede sociales y todo lo que tiene que ver con la web. En la web surge una personalidad informatizada y notoriedad del competidor. La personalidad y la posición avanzada pasa del mundo desconectado al mundo basado en Internet, o al menos, no es eso. hace, esencialmente se mueve entre diferentes lugares por ciertas cualidades que lo reconocen, Por ejemplo, en el ámbito abierto, las personas pueden conocer la información sobre la posibilidad de a través de fragmentos de correspondencia, por ejemplo, publicidad o estándares de radio y televisión. atrapado en los caminos (Perez, 2020. p. 56-60)

Las personas conocerán algunas realidades sobre el nuevo chico de la ciudad mientras dure el mandato. interacción cruzada, por finalizada que sea, la información del contendiente no será pública para nadie. "En el círculo virtual ocurre lo contrario, los datos del candidato permanecen allí, a menos que alguien borre las cuentas de entretenimiento basadas en la web," (Crespo, 2020 p. 45-50) como sea posible. Destacamos que los propios acuerdos de Facebook muestran que una vez que alguien comparte fotos en su muro, la elección de utilizar esa información queda bajo el control de Facebook y es donde se hace la persona positiva o negativa de los líderes. Lugar progresado y online de novatos.

La personalidad computarizada "puede caracterizarse como la disposición de datos sobre un individuo o una asociación descubierta en la Web (información individual, fotografías, (Cuenca, 2021, p. 6)

registros, noticias, comentarios, etc.) que da forma a una representación del individuo comunicado en el plano electrónico." Como habíamos aclarado en la breve presentación de esta idea, En el carácter computarizado está la disposición de los datos del competidor en el círculo avanzado. Esta idea también puede relacionarse con la perceptibilidad, ya que cuanto más Cuanto más se nota a un

joven prometedor en las organizaciones informales, más se conoce de él. (Perez, 2020. p. 56-60)

2.2.7. Campañas Electorales en red

Esta parte separará las razones de las asociaciones relacionales en diferentes casos de investigación de misiones políticas. En cada caso se buscará una relación con el sujeto de investigación. para ayudar con reflexiones y una conclusión del marco político. Empezaremos desvelando el caso de la misión de Barack Obama, analizado por Manuel Castells en Correspondencia y Poder. Según Castells, Obama cumplió bien la misión en términos generales en cuestiones regulatorias ya que consiguió persona con persona, otro tipo de discurso político y un marco creativo que movía los principios mostrados por las relaciones corporativas en Estados Unidos. a la identidad de un clima web. (Castells, 2019, p. 473-533)

Posteriormente, el caso de Obama comprende "la cruzada de la super organización política". Se convirtió en un modelo asombroso en la utilización de Internet. Las etapas mecanizadas en la misión opcional de 2008 se utilizaron a menudo por una razón importante: ganó la elección política y fue jefe de los Estados Unidos de América. dos veces. (Herrero, Manual de Marketing Politico , 2019, p. 25)

Para Barack Obama, el uso de Internet hizo que más ocupantes votaran y se aferraran a sus convicciones. La reunión de adolescentes fue enorme ya que "más de 6,5 millones de personas menores de 30 años votaron en las primarias de 2008". 17% en 2008." Castells hace notar que además de lograr nuevas convergencias de inscritos, también votó, pero también se preparó para la misión y participó de verdad. "En Facebook, una comunidad informal utilizó por la mayoría de los estadounidenses menores de 30 años: en julio de 2008, Obama tenía 1.120.565 socios, en comparación con los 158.970 de Clinton y los 119.000 de McCain." (Castells, 2019, p. 473-533)

Castells señala que los jóvenes, concretamente de la famosa zona universitaria, revelaron haber escuchado las voces de otros jóvenes en Facebook, MySpace, YouTube y el correo electrónico. correo electrónico, y lo que dijeron fue que su voto sería por Obama con el argumento de que él consideraba su voz y eso les hacía sentirse parte del quehacer político del contendiente fundamental. Afroamericano de Estados Unidos. Los vecinos se sintieron incluidos dentro de esta charla.

La pregunta que se plantea en la actual situación para Castells es cómo y por qué un joven legislador -un afroamericano de apellido musulmán y de origen keniano-, sin una gigantesca ayuda de la Coalición Dinámica, que desestimó explícitamente el apoyo a la Reuniones de campaña en Washington: ¿Encontró alguna manera de conseguir un acuerdo basado en la prominencia para el pionero estadounidense para obtener una ventaja agradable? Frente a diferentes interrogantes sobre el objetivo central de Obama, las organizaciones informales asumieron un papel de trabajo básico.

Castells asegura que utilizaron la inscripción de residentes para preparar a los niños, especialmente a los afroamericanos. Exhortaron al activismo en la web. entre los socios de Obama. Evaluaron Facebook por la cantidad de socios. Luego, completaron una combinación de estudios y una evaluación humanística de los datos. Finalmente, las sinopsis miden a los clientes web que ven grabaciones políticas en la web y son creadores de contenido. Estos creadores de contenidos también se denominan prosumidores, ya que consumen y crean contenidos en asociaciones relacionales, especialmente en YouTube. (Castells, 2019, p. 473-533)

Como la entrada de Obama, hay un caso más inútil en cuestiones administrativas europeas, Además, es la tertulia filosófica Podemos, impulsada por Pablo Iglesias. Andueza López, San Emeterio y Jiménez examinan la utilización de asociaciones relacionales y el efecto que han tenido en las cuestiones de autoridad española y sugieren algunos temas de conversación: ¿cómo utilizaríamos el poder político? ¿Las asociaciones relacionales conectan con los residentes y logran cambios? ¿Su web tiene un centro de procedimientos con respecto a los sentimientos? ¿Podemos ha cambiado su discurso político hacia las asociaciones? ¿social? ¿Es seguro decir que tal vez estén impulsando un supuesto "esfuerzo electoral posmoderno"? (Harold Lasswell 2020, p. 45-50)

En estas investigaciones, los autores respaldan su evaluación evaluando y analizando el impacto de Podemos a través de su resumen de actividades y su volumen de avance e instinto. El término de discernimiento que fijó el realizador para este caso fue: Paseo de 2015 por la sala y las opciones andaluzas. El punto de convergencia de este estudio fue sobre las asociaciones casuales: Twitter, Facebook, blog y web. Propusieron dos factores para investigación,

predominantemente notoriedad, reputación, que se convierte en una agrupación. Es fundamental en su esfuerzo por controlar la mejora de una comunidad, la asociación relacional. La siguiente parte es el compromiso, que los creadores llaman "la lista de apoyo público".". (Castells, 2019, p. 473-533)

2.2.8. Estrategia política y redes Sociales

El subtema separa el movimiento de las asociaciones relacionales en los esfuerzos constituyentes. a través de casos emblemáticos, especialmente aquellos que fueron poderosos. El objetivo principal de Obama, presentado de forma cuantitativa y abstracta por Manuel Castells, reveló métodos de correspondencia política en la red que gestionaban las prometedoras oficiales. Lo más importante es que Barack Obama obtuvo una interesante proporción de dinero para su esfuerzo político. Para Castells, estos obsequios y la obligación de sus aliados responden esencialmente a una mejora notable de la candidatura de Obama. (Tuñez, Sixto 2020, p. 45-55)

Miles de millones de activistas y socios estaban activos en línea, siendo un modelo "el sitio web MyBarackObama.com, que contaba con aproximadamente 15 millones de personas en junio de 2008, a pesar de que es ciertamente un sitio web mundial". En cualquier caso, no pudieron encontrar la inspiración para darse cuenta de esta mejora perpetua de los activistas. Parte de los entramados políticos que Castells atribuye a esta primera misión productiva en la red son sentimientos, vibraciones de miseria o sospechas. En las circunstancias actuales, lo importante era saber cómo se sentían los estadounidenses.

¿Para entonces? ya que la marca o la idea impulsora del principal objetivo de Obama era la confianza. "Como se demostró a través de Seat en la Caminata de 2008, las evaluaciones de Obama por parte de los residentes blancos se ven más impactadas por lo que él significa para ellos que por las características específicas que los residentes atribuyen a él". Sus sentimientos aún no se centraban en quién era Obama. Además, por la forma en que les impactó cuando él les quitó sus mensajes.

Como indica Túnez, Sixto:

> La exhibición productiva de Obama en materia de asociaciones relacionales, como plantean sus creadores, fue la capacidad de desentrañar el loable modelo de afiliación de los pueblos estadounidenses al círculo de

> Internet. Este dispositivo fue importante para el Sistema de Meta Central de Obama. Trabaja en quién es el candidato, su personalidad y reputación. Fueron los instrumentos básicos para que Obama llegara a ser presidente. El marco fue Para dar forma a los fundamentos de Internet y asociarlos en una asociación, Obama, que se enteró de una agradable relación en la ciudad de Chicago, en el lado sur, probablemente planeó otro modelo de actuación que podría ser una de sus herencias políticas duraderas". Obama utilizó esto marco, que desplegó en la escuela, en la dominancia y que lo impulsó a asociaciones relacionales. (Tuñez, Sixto 2020, p. 45-55)

En la excentricidad de la recogida filosófica de un marco político, se exponen las premisas que lo acompañan sobre cómo Podemos podría dar sentido a una misión discrecional en cuatro meses, "sin apenas recursos, con pocos apoyos y sin estructura referida". Obama diseñó como un arreglo de campaña de barrio, mientras que Iglesias trazó "círculos" como premisa, sobre los cuales comunicó: "Yo absolutamente haría algo trabajado desde la colaboración directa de los ocupantes, que se acercaron a los individuos para que estuvieran leyendas y no por y por un observador." Surge el método de inclinación utilizado por Obama, donde sus amantes se sentían apreciadas y se convertían en leyendas del progreso.

El partido español no tardó en convertirse en la cuarta potencia política de su país, una realidad que intentaba satisfacer cuestiones internas del gobierno. La mejor verdad básica fue haber logrado triunfos y haber difundido la noticia, ganando su estima, sin importarle ser un partido más. Para Müller, esa fue la estrategia: "inspeccionaron el 15-M y eso se estaba dando en segundo plano. El activismo ocupante llevado a la escandalosa enunciación mediática-vía, sintonizaron, compusieron, coordinaron y minimizaron. Luego, entraron en cuestiones de autoridad "Demagógicos, agudos, pero políticos". Estos casos tuvieron éxito porque obtuvieron distinción, reputación, visibilidad y, como resultado de su EE.UU., la organización. (Miller, 2019, p. 76-85)

Javier del Rey Morató en Correspondencia política, web y misiones designativas analiza algunas razones de la web y las asociaciones casuales de legisladores en diferentes países como Venezuela, en los desafíos de 2016, que fue clasificado: "Gobierno en línea, las elecciones de 2006 fueron un trabajo principal para la

Asociación. Por entonces, la campaña de Hugo Chávez utilizó la web para difundir su imagen, sus excursiones opcionales por todo el territorio venezolano". espacio, sus afirmaciones y su aparición durante un gran número de semanas en su programa de televisión Aló Presidente. (Javier, del Rey Morato 2018,p. 34- 45)

Se expone que en la misión de Chávez se utilizó la red para difundir su carácter y reputación a través de un plan de actividades que siguió fielmente. Algunos legisladores rechazan los marcos de correspondencia política para obtener resultados extraordinarios. El universo del desarrollo seguirá progresando y se podrán presentar filosofías más imaginativas. que ayudan a los avances y las redes casuales a permitirnos salir victoriosos en carreras o más aliados.

2.2.9. Imagen del candidato: visibilidad y popularidad en redes

A partir de ahora se presentan pensamientos de calidad y notoriedad detectables, que están relacionados con el carácter y la reputación. Buscaremos relacionar estas definiciones con la utilización de asociaciones casuales y, en ocasiones, de figuras políticas. Thompson sigue el ritmo: los pioneros políticos deberían estar preparados para ajustar sus actividades a otro tipo de cualidad detectable que tome nuevos rumbos y funcione a escala electiva. El profesor de ciencias humanas analiza un ajuste de la posibilidad de calidad detectable, pero también retrata una asociación creciente entre calidad detectable y potencia. Para entender esto, Thompson ofrece una separación entre organización amplia y círculo privado. (Thompson, 2018, p. 90- 95)

La historia cuenta que en el siglo XVI. cada uno pasó a significar dinámicamente un desarrollo o autoridad conectada con (o proveniente de) el Estado, mientras que lo privado sugería aquellas actividades o círculos de la vida que le eran descartados o desvinculados de él." En una figura de la gente en general y del espacio clasificado en los órdenes sociales occidentales, Thompson da importancia a que en el espacio confidencial se encuentran las "afiliaciones financieras selectivas que trabajan en la economía de mercado y gozan de beneficios.

Aquí encuentran asociaciones familiares e individuales en organizaciones informales que trascienden ya que aquí también se une una mayor relación con los pares, además, no se sabe. Con respecto al espacio, Thompson hace notar que existen "afiliaciones relacionadas con el dinero que posee el Estado (por ejemplo,

organizaciones públicas nacionalizadas y reivindicadas por el Estado)". En este espacio se encuentran afiliaciones estatales y semiestatales, y además se consolidan afiliaciones magnánimas.

La exhibición se presiona en el espacio público, mientras que en el espacio clasificado La

Lugar secreto. La sociedad en general es accesible para una encuesta que varios espectadores pueden ver. Los grupos de personas casuales son un medio público, ya que el cliente comparte su información, su carácter ante los ojos de un gran número de personas y además construye su reputación. Por otra parte, el significado clasificado permanece oculto, secreto, excepcionalmente ligado a un círculo de personas. . (Thompson, 2018, p. 90- 95)

El campo abierto también empieza a tener esa relación con la "copresencia" de las personas. Posteriormente, "el avance de los medios de comunicación ha provocado la presencia de nuevos tipos de responsabilidades para los medios que han reconocido un trabajo evidentemente significativo en el ámbito de la vanguardia". En el interior, la mejora de la imprenta, después del cine y la televisión, significa una relación que no necesita preocuparse por la demostración de presencia, las discusiones con las personas y la copresencia de las personas se oscurece. Sobre las redes casuales Existe aquel espacio público reconocible para un número cuestionable de personas, donde no hay presencia de personas, en cualquier caso, un espacio público sirve como una fase para que determinadas autoridades gubernamentales produzcan su carácter y reputación.

Los administradores asocian la notoriedad de su imagen con el mundo público. Thompson continúa diciendo que "las personas que practican el poder político intentan gestionar su cualidad detectable ante otras personas". Esto ha permitido a los legisladores actuar bien en la situación con sus imágenes, ya que cuando aparecen en la televisión se enfrentan a un sinfín de personas, que no tienen el menor pensamiento, y son las que a veces o de manera confiable se convierten en las quienes eligen si percibir o no al administrador, en las encuestas y con los votos. Rosalía Winocur investiga la asociación entre los jóvenes, el teléfono y el acceso que necesitan a las asociaciones relacionales a través de ellos. El investigador por correspondencia especifica que "las asociaciones y organizaciones virtuales

casuales tienen partes de pensamiento y desprecio fundamentalmente más descuidadas" (Rosalia, Winocur 2020 p. 56- 65)

Esto supone que un individuo relacionado a través de asociaciones casuales siente que tiene un lugar en el mundo virtual, que es accesible; que esté abierta a la alegría de todos y que te haga sentir incluido. "Estar relacionado esencialmente recomienda ser eminente, se podría decir". expansivo. Comenzando aquí desde el punto de vista de la vista, la calidad detectable no alude sólo a la naturaleza de lo que debería ser visible a simple vista; sin embargo, a pesar de la confirmación de la presencia del otro en un sentido certificado, virtual o metafórico.

Desde un punto de vista virtual, estar relacionado implica ser visible para todos, lo que le da al ocupante un lugar en un mundo virtual. Quien utiliza comunidades informales para tratar su calidad, carácter y reputación detectables, envía y, por tanto, existe; El otorgamiento aún no existe, en el mundo virtual se afirma que esperando difundir comunicas, además, si no te apropias, ¿no das?

2.2.10. Campañas Electorales en Ecuador y el uso de las redes

Según el informe del Punto de Partida Pública de Generalidades y Censos (INEC), en 2010 acudió al recinto el 11,8%129 de las familias de todo el país y en 2013 el 28,3%130, lo que supone un incremento de 16,5 plazas. Según José Rivera, una de las formas más destacadas de aprovechar el avance en el Ecuador, pues en 2006, 624 mil personas de los 12 millones de inquilinos estaban relacionadas con la asociación, lo que sumaba el 5,2% de la población, y una mejora en la organización del 247% (Jose, Rivera Costales 2020, p. 116- 123)

Medios de alto nivel en el Ecuador ingresaron a través de asociaciones de medios, para cambiar según las solicitudes de esta creación en el mundo. Rivera muestra que en Ecuador en 1994 se pidió a un sitio web del diario Hoy que se convirtiera en "el principal periódico web del Ecuador y, según un artículo similar, el primero de América Latina. Es decir, rápido en llegar y utilizar el Internet fueron los medios de comunicación. De igual forma, en el año 2006 se inició la utilización de las TIC y dentro de ellas las asociaciones relacionales para las carreras que se realizaron ese año. Barredo, Rivera y Amézquitan continúan en su artículo "El efecto de las asociaciones relacionales en la proyección de un supuesto democrático" que "básicamente a partir de 2007, la Web en los ecuatorianos juega un papel

inequívoco en las carreras; [...] la red fue por y ampliamente utilizado tanto por los contendientes como por las afiliaciones "preocupadas" por cuestiones relacionadas con la facilidad del ciclo.

En 2006 se produjo un ciclo constituyente electivo, con un candidato prometedor, como reconocieron los demás aspirantes a autoridad. Se trataba de Rafael Correa, docente sanfrancisco, maestro monetario y ex ministro de Economía y Caja en la Asociación Pública de Alfredo Palacio. En esa singular circunstancia se coordinó otra construcción política, un sistema de llegar al ocupante, a través de etapas de vanguardia, especialmente por la utilización de mensajes masivos. (Jose, Rivera Costales 2020, p. 116- 123)

Ecuador, a dos años de las carreras. Con el examen de Rivera a Rafael Correa en las elecciones de 2006, se propone una relación entre clientes y candidatos con escenarios electrónicos. La realidad de la situación es que tanto el cliente como el contendiente asumen y utilizan los escenarios para impulsar su perfil, contactar nuevos públicos, difundir noticias sobre su vida laboral, a veces por separado, por lo que convierten estos espacios en virtuales. muestran dónde los ciudadanos pueden "obtener información, molestar, censurar, así como ofrecen información sobre sus inclinaciones que no encontrarían en encuestas u otros tipos de dispositivos de recopilación de información habituales adicionales".

Según Rivera:

> Con las circulaciones que se hacen de fotografías completas del rostro y del cuerpo, se encuentra el "carácter informatizado de alto nivel", que sirve para encontrar explícitamente al individuo, se realiza una cualidad detectable a través de diferentes difusiones que ayudan a construir la imagen y reputación de la persona. Precisamente cuando las dispersiones van acabando el número y la cooperación pasa a otro nivel. llamada posición electrónica. Rivera plasma lo que otros dicen de nosotros a través de la web, esto puede ser en los "medios de comunicación, revistas online, debates, asociaciones, clientes que participan en la construcción de un pensamiento sobre nosotros". La posición electrónica podría estar relacionada con la posibilidad de distinción ya que nos permite profundizar

en las perspectivas optimistas y las partes negativas del competidor (Jose, Rivera Costales 2020, p. 116- 123)

Reconocemos que Correa vio el desarrollo de situaciones en la red, no se utilizaron asociaciones casuales, pero sí enormes mensajes. Estos hicieron un esfuerzo coordinado ya que fueron respondidos, y sobre hechos concretos, según llamó Rivera a consideración, por el propio Rafael Correa. Para Rivera, Rafael Correa propuso una mejor forma de abordar los asuntos de gobierno y creó una página web con su grupo de alarmas donde transmitían toda la información sobre el candidato, como se menciona en el primer segmento sobre correspondencia política.

Esta interfaz en Internet "www.rafaelcorrea.com fue el eje central de la misión política en la red. Allí se dispersaron todos y cada uno de los materiales como banderas, fotografías y cuentas. El grado de visitas al sitio fue de 50.000 paso a paso y En la última etapa de la segunda ronda opcional, en noviembre de 2006, se registraron hasta 80.000 visitas diarias.

Correa utilizó el correo electrónico durante su misión de 2006, pero, además, los análisis de Rivera certifican, que los registros fueron abiertos en los escenarios "YouTube, HI5, Flickr"141, luego, "Curiosamente, un prometedor tenía su propio sitio y desviaba en las diferentes asociaciones relacionales, ya que sólo en YouTube tenía más de 200 cuentas, entre las que estaban sus recuerdos, visitas a misiones y discursos." Correa, con las responsabilidades de José Rivera, debería ser visible como el legislador ecuatoriano esencial en la supervisión convincente de las redes informales. (Jose, Rivera Costales 2020, p. 116- 123)

2.3. Conceptual

2.3.1. Comunicación Política

Lo legislativo alude a un oficio, a un movimiento. Es cualquier cosa menos información hipotética deducida sustentada por reglas fijas; sin embargo, en la medida en que el legislador se adapta a las circunstancias cambiantes, a la variedad de condiciones, a lo nuevo e inesperado, las cuestiones gubernamentales son, justamente, un tipo de información de sentido común. esto se logra mediante la ejecución de normas, razón por la cual las cuestiones legislativas son un movimiento que básicamente comprende de dirección independiente (Touraine, 2018. p. 56-60)

En la medida en que las cuestiones legislativas son la autoridad pública o el manejo y pastoreo de los individuos, las medidas políticas tienen resultados restrictivos; Están restringiendo las opciones. En este sentido, las medidas políticas:

Aluden a un fin por el cual se administra, que es la realización del gran público. Dependen del poder, o al menos, quien elige está legitimado para hacerlo por fundamentos y regulaciones. Sugieren lucha, ya que en varias posiciones y los elixires encajan a su alrededor, frecuentemente en lucha.

Por último, la cuestión legislativa es la autoridad pública de las empresas públicas, el rumbo de una reunión humana, el rumbo de los individuos o, al menos, las decisiones que se toman para la asociación de una reunión.

En definitiva, y aplicando el término a lo principal que necesita atención, podemos decir que la cuestión legislativa es el movimiento con el que se toman y aplican las decisiones en y para el ámbito local.

Los factores determinantes de este nuevo surgimiento de la fuerza de la correspondencia sobre las personas fueron "los exámenes de 1948 de Lazarfeld, Berelson y Gaudet sobre las decisiones en los EE.UU., y los exámenes exactos de Hyman en 1953 sobre los impactos de la televisión en la misión del presidente". Eisenhower, quienes han sido vitales para tomar con extraordinario control y vigilancia la fuerza de los medios de comunicación sobre las personas" (Reyes, 2019, p.43- 50)

2.3.2. Democracia

La libre actividad de escoger como lo indican mis convicciones y establecimientos es un gobierno de mayoría, a la luz de la oportunidad de todos y cada uno. Un sistema basado en el voto es un tipo de gobierno estatal donde el poder es ejercido por individuos, a través de componentes reales de cooperación en la dirección política. (Arnaud, Mercier 2020, p. 56- 60)

El sistema básico de inversión de los residentes es el testimonial generalizado, gratuito, equivalente, inmediato y secreto, mediante el cual eligen a sus jefes o delegados para un período determinado. Las decisiones se completan con la mayor parte de los marcos de representación correspondientes, o una combinación de ambos.

El delegado más destacado de los residentes en un sistema de reglas mayoritarias es la persona que ejerce el poder de líder, es decir, el líder de la autoridad pública. En cualquier caso, también se acreditan con justicia mediante el voto otros cargos directivos a nivel territorial o vecinal, así como cargos de autoridad. En este sentido, un sistema basado en el voto es también el estándar de la mayor parte, pero sin dejar de lado los privilegios de las personas ni desestimar a las minorías. (Arora, N y Zinolabedini 2019, p. 10)

Un sistema basado en el voto, como sistema de gobierno, puede existir tanto en un marco conservador como en un marco parlamentario monárquico, donde en lugar del presidente está el líder del estado, con poderes fundamentalmente iguales.

Por otra parte, según Caprioti:

> un gobierno de mayoría puede ser percibido a los ojos del público como una convención política y un estilo de vida, y su principal capacidad es el respeto por las libertades comunes, veneradas por la Asociación de Países Unificados, la seguridad de las libertades comunes y de los privilegios individuales, y puertas abiertas equivalentes en la cooperación en la existencia política, financiera y social de la sociedad. (Caprioti, 2020. p. 34-40)

La expresión gobierno por mayoría se extiende a cadenas o reuniones en las que todos participan en la navegación: "Aquí determinamos qué programa de televisión pareceremos en un sistema basado en el voto".

Teniendo en cuenta lo que dijeron Platón y Aristóteles, el estándar del gran número o de la mayor parte puede verse como un sistema basado en el voto. (ADELL, J Y BELLVER C. 2021 p 3- 5)

2.3.3. Comunicación Política

Rastreamos los puntos de partida de la correspondencia política en los inicios de la civilización, cuando la actividad pública de las redes dependía de pioneros y académicos con extraordinarias habilidades en la gestión de la forma de hablar, expresividad y diferentes habilidades para transmitir sus pensamientos y propósitos. En cuanto a las cuestiones gubernamentales, como indica Aristóteles "es la más emotiva de las disciplinas técnicas, debido a la complejidad del modo de comportarse humano en general". En cualquier caso, ha ido aprovechando sus

capacidades para la existencia de las redes, donde a través de la correspondencia ha estado al servicio del usuario durante bastante tiempo. (Arnaud, Mercier 2020, p. 56- 60)

A pesar de que la ansiedad del hombre por las cuestiones gubernamentales y su dispersión se remonta a los inicios de la civilización, tiene sentido para Oscar Ochoa, en la actualidad aún no es imaginable plantear y acomodar intereses, lograr acuerdos, transmitir un método de correspondencia suficiente, ajustado e igualmente justo. En realidad, el autor plantea que los medios de comunicación ejercen un poder que supera los resultados potenciales del ciudadano medio, y las cuestiones legislativas siguen siendo más el honor de una pareja que la actividad donde todos actúan de forma similar. (Arora, N y Zinolabedini 2019, p. 10)

Según el punto de vista del creador, "las cuestiones gubernamentales son una ciencia que se centra en las conexiones entre los residentes y el Express". En otras palabras, se produce una complicidad entre ambos en la que no puede faltar la correspondencia, ya sea directa, ya que, en un sistema de reglas mayoritarias, la vida política para Ochoa es un extraordinario arreglo de discursos.

Para Crespo:

> Hasta tal punto que hoy en día resulta difícil para un legislador fiscalizar sin la ayuda de la amplia comunicación. Esta cooperación, que establece un sistema de reglas mayoritarias como autoridad pública de evaluación, podría ser horrible o para el pionero. Lo importante, sin duda, es que el legislador o el grupo decisorio cuente con los canales de correspondencia adecuados. (Crespo, 2020 p. 45-50)

En este sentido, si no existen canales de datos, los residentes son subestimados al saber "asumir que las decisiones que influyen en sus vidas son correctas o justas cuando se toman". por la reunión en el poder, no podía tener la más mínima idea sobre sus gobernantes y, sorprendentemente, menos completo de un sistema basado en el voto participativo.

Posteriormente, esto podría claramente estar obstaculizando el propio marco político, ya que, para Ochoa, la correspondencia tiene como una de sus motivaciones ordenar las progresiones de datos entre gobernantes y administrados que, en una sociedad coordinada, podrían pretender que sin correspondencia el

acercamiento sería restringido en extensión, importancia y resultados concebibles. Afirma, en consecuencia, que impartir es una demostración de naturaleza política.

Si bien los significados de la correspondencia política son diferentes y tienen importantes áreas de fortaleza para ser creados entre varios especialistas en el campo, existe un relativo acuerdo en que asume un papel básico en el funcionamiento de los marcos políticos. (Berrocal, 2018. p. 54- 60)

Glade lo caracteriza como "el intercambio de imágenes o mensajes que con alcance crítico han sido compartidos por el funcionamiento de marcos políticos o tienen ramificaciones para ellos". (Blanca, Briones Martin 2020 78- 82)

En esta línea, Ochoa propone que la correspondencia política jugó varios papeles, dependiendo del marco político al que se haga referencia. Por ejemplo, en un fascismo su trabajo se limitará a actuar como un simple instrumento del poder establecido. Mientras tanto, en un marco basado en la popularidad, la correspondencia tendrá un papel más central en sus ciclos.

Una visión sistematizada de la correspondencia política es la del Sr. Nimo cuando sostiene que "una correspondencia (movimiento) puede ser considerada política por los ideales de los resultados (actuales y potenciales) que dirigen la conducta humana hacia estados de discordia específicos. "

Para Martínez:

> Entre esta gran cantidad de definiciones destaca la presencia de un campo típico que llaman correspondencia y otro que llaman cuestiones legislativas, señala Monzón, y que cuando la primaria impacta o se conecta con la segunda, entonces podemos discutir "políticas de comunicación “ (Martinez, Derechos y Redes Sociales, 2019, p. 257)

Sea como fuere, para los motivos de este análisis utilizaremos la metodología de Oscar Ochoa, que caracteriza "la correspondencia política como el curso de transmisión y recopilación de mensajes, desde y hacia las partes del sistema político". Eso es lo que recomienda el creador. Si la persona es política ordinaria, la correspondencia que presenta es una demostración pública y política, que se eleva por encima y es impactó en lo social de pleno empeño en trazar las relaciones de poder.

La correspondencia política también incluye elementos de tiempo, lugar, ocasiones y, sobre todo, los objetivos de las personas que participan en ella dentro de una petición política planteada. (Lopez, y Ciuffoli 2020, p. 45- 56)

Por último, Ochoa da sentido a que "la dispersión de las ventajas del sistema social, a través de los medios de comunicación, está generando conexiones más desconcertantes, especialmente en el ámbito de la fuerza". Estas circunstancias deciden las ocasiones, trazando un patrón de relaciones y correspondencia políticas. Por fin, Monzón resalta la importancia que los medios han adquirido en la mejora de un sistema de reglas mayoritarias desde los años 1990." Es la "mediocracia o un gobierno mayoritario centrado en los medios de comunicación lo que está cambiando el universo de datos y cuestiones legislativas". (Gilardi, 2022, p.45)

Para él tiene sentido que los escritores hayan pasado de ser observadores del movimiento público y político a artistas del espectáculo, que los pioneros políticos aprendan nuevos procedimientos de correspondencia e influencia, que los Estados deban representar sus actividades de manera más rápida y directa, y que los grupos ideológicos tomen forma en el ámbito político. escena para dar paso a la prevalencia e imagen de sus jefes; El nuevo espacio abierto, sin lugar a dudas, está abrumado por los datos.

2.3.4. Medios de Comunicación

La comunicación es fundamental ya que en la recepción de medidas se requieren datos y un intercambio de sentimientos entre las personas involucradas. De ahí que todo ciclo dinámico requiera datos, un vínculo de intercambio de signos, signos e imágenes. (Castells, 2019, p. 473-533)

Las imágenes políticas más extraordinarias en la prensa de primera clase, además, la correspondencia es fundamental para que las acciones que se han emprendido sean restrictivas, o, al fin y al cabo, para que tengan fuerza sobre aquellos a quienes se coordinan. De esta manera la correspondencia es fundamental en dos niveles:

Al principio de la fuerza, ya que los ciclos que legitiman la autoridad requieren correspondencia. Por ejemplo, hoy en día es difícil ganar una carrera política en el caso de que el competidor no se presente con ese estado de ánimo para hacer correr la voz sobre sí mismo ante los electores. (Harold Lasswell 2020, p. 45-50)

En la actividad de la fuerza, en un sentido sumamente fundamental, para que se realicen las acciones abrazadas por el poder legitimador, es necesario que sean conocidas. En un sentido más desconcertante, la autenticidad obtenida en las elecciones posiblemente se fusione si la correspondencia se cumple adecuadamente, o al menos, suponiendo que el individuo en el poder se comunique sin problemas con aquellos a quienes supervisa para que sus acciones sean percibidas y esperadas.

Por fin, la correspondencia es fundamental para la asociación del territorio local. Dirige efectivamente a la sociedad a través del significado de las metas y la identificación de los problemas; Logra efectivamente un acuerdo (Sartori, 2020, p. 60- 70)

Existen numerosas hipótesis sobre la correspondencia política, es vital entender que no todo lo legislativo es correspondencia, ni toda correspondencia es política, sin embargo, existe una típica convergencia entre ambas especulaciones, lo que ha impulsado a realizar diversas definiciones:

Imágenes realizadas por los medios de comunicación para que la sociedad tome conciencia de la presencia de fundamentos políticos, es decir, son imágenes que ayudan a los individuos a recordar que votan, que el poder público está controlado o que la Constitución funciona. (Trent, y Friedenberg 2021, p. 50- 60)

Una vez expuestas la presencia y los significados de la correspondencia política, merece la pena mencionar sus áreas de estudio, pero como éstas son ilimitadas nos centraremos en los exámenes que atiendan la intervención del mensaje por parte de los medios de comunicación. Las áreas de revisión de la Correspondencia Política son:

a) Estudios que pongan énfasis en la investigación del mensaje de Correspondencia Política. Incorporan el examen de los elementos de mensajes, temas, lenguaje político, discursos y simbología política cubiertos por disciplinas como Modo de hablar o Etimología.

b) Estudios que hagan énfasis en los ciclos políticos que acompañan a la Correspondencia Política. Aquí encontrará exámenes sobre la producción de imágenes de factores políticos reales como la administración, el parlamento. Es decir, la administración de la correspondencia de los establishments políticos.

c) Estudios que atiendan a las actividades por correspondencia, a las diversas estructuras que puede adoptar el mensaje de Correspondencia Política, como discusiones políticas, publicidad política, mensajes educativos de ocasiones político-informativas como las mesas redondas. prensa o resúmenes de prensa de los establecimientos…

d) Y el concentrado al que se refiere es aquel que pone de relieve el mensaje de intercesión realizado por los medios de comunicación. Estos incorporan la conexión entre legisladores y columnistas: admisión a datos gubernamentales, control de los medios por parte de las legislaturas y el entorno político de los medios y el marco de correspondencia.

El humanismo de las redacciones de los medios, que crea una cultura editorial experta particular a partir de la cual se concibe un origen particular de las noticias políticas. La peculiaridad de la personalización de las cuestiones legislativas en los medios. La inclusión que los medios brindan a las organizaciones políticas. La construcción de ambientes de valoración política por parte de los medios a través de enfoques informativos, editorialismo y humor político. Emergencias creadas por los medios de comunicación. Inclusión de las relaciones exteriores, incluida la progresión mundial de los datos, la inclusión del Tercer Mundo y cuestiones relacionadas con la globalización.

2.3.5. Comunicación de Masas

Como indica Mc Luhan, las amplias comunicaciones han cambiado la existencia de los hombres y su relación con el clima; tienen el valor de convertirse en expansiones de nuestra capacidad de ser conscientes, ya que "fabrican un lenguaje social particular, que cambia nuestras percepciones". sobre la sociedad y nuestras asociaciones con los demás". (Dadamo, Y Garcia 2019. p. 90- 95)

Para el creador, primero el diario nos aleja del clan en el que vivíamos con la cooperación oral. Esta relación nos transporta al clan donde fuimos educados a través de la historia oral, prestamos atención al rastreador alrededor del fuego. En la presente circunstancia podríamos intercambiar directamente con el rastreador y él podría cambiar su historia-discurso, según las consultas o mediaciones de sus espectadores. (Cardenas, Vaca Antoni 2023 p. 24- 73)

Sin embargo, más significativa que la sustancia del artículo es "la ejecución de la nueva innovación de la correspondencia (transmisión de medios), la nueva construcción para obtener datos, la nueva relación que se trae al mundo con un medio que duplica la palabra, replica comúnmente un mensaje similar, pero crea y se inclina hacia la desvinculación entre los individuos, cambiando toda la perspectiva y actuando ante el ojo público".

Aunque subraya mucho más la importancia de crear otra impresión de la realidad a través de la felicidad, no hay duda de que "la imprenta también abordó el verdadero poder, que en el siglo XVI suscitó dudas sobre el control administrativo y cultivó tanto el patriotismo como la independencia". ".

Así es como Gouldner atribuye el período de la filosofía a los siglos XVIII y XIX, donde la accesibilidad a las obras literarias se expandió con fuerza, particularmente como noticias, lo que provocó una inequívoca necesidad de procesar y descifrar datos. Además, muestra que la filosofía fue una reacción al "alteración de los datos, que buscaba descubrir qué podrían haber sido datos recientemente divididos".

2.3.6. Medios de Comunicación

Desde que los medios de comunicación, la sociedad y las personas comenzaron a creer en una sustancia supervisora que produce datos relevantes y comunicativos, a los que se llega en todo el mundo a través de los instrumentos utilizados para crear noticias.

Comenzó con la radio, la televisión y la prensa escrita, supuestos medios tradicionales que durante bastante tiempo permitieron a las personas mantenerse informadas sobre las diversas causas que han creado una mezcla a nivel local y mundial. Hoy en día, a medida que la innovación avanza continuamente, ha generado una visión más sobre los medios de comunicación que actualmente son de vanguardia. (Berlanga, y Estrella Martinez 2018, p. 76- 81)

El término medios proviene de la palabra latina correspondencia y proviene de "comunicare" y significa transmitir datos a individuos de un área local en particular. Los medios de comunicación resguardan una constante solidaridad con la cultura y la sociedad, tanto en la principal imprenta moderna de libros como en el desarrollo de los circuitos de difusión del siglo XVIII que permitieron la difusión de pensamientos novedosos y la combinación de gobiernos populares. delegado, con

la presencia de la radio y la televisión en el siglo XX, que decidió un gran público abrumado por los datos, con una acogedora conexión entre los medios y la sociedad. En la última parte del siglo XX se produjo una peculiaridad de la "globalización" de los datos y la información: el trabajo principal de las organizaciones y la velocidad momentánea de las correspondencias rompieron las fronteras públicas, y esta realidad llevó a la dependencia financiera, política e instructiva entre países. Los individuos consumen reportajes, anuncios, música, programas de televisión; De alguna manera, los mensajes de los medios están abiertos a todos.

Los avances innovadores permitieron la correspondencia simultánea a largo plazo entre personas de diferentes sociedades. Los medios entonces, en ese momento, se convirtieron en "comunicaciones amplias", no sólo por el tamaño de las multitudes a las que se dirigen, sino porque todos participan simultáneamente.

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para iluminar e impartir mensajes en variantes literarias, sonoras, visuales o variadas.

Consistentemente, las personas y las redes acceden a material de datos que retrata, da sentido y analiza información y ocasiones políticas, sociales, financieras y sociales, tanto a nivel local como mundial (Berrocal, 2018. p. 54- 60)

A través de estos medios, los ciudadanos se mantienen informados sobre los acontecimientos a nivel local, público e internacional; También puede rastrear desvíos e interrupciones en una variedad de programación.

En este sentido, los medios de comunicación pueden asumir un papel importante como instrumento para proteger las libertades básicas y las demandas de las zonas débiles, así como en la aplicación de tensión política y el refuerzo de un gobierno de mayoría.

En este sentido, pueden asumir un papel fundamental a la hora de impulsar a las legislaturas a adoptar estrategias que respondan a las necesidades del área local y sin duda existen algunas fuentes de noticias que ayudan a los residentes a mantenerse informados.

Periódicos, transmisiones televisivas, radiales y sitios web son ejemplos del carácter alucinante de los medios de comunicación ya que, en nuestro orden social,

estos canales son fundamentales para el fundamento y perfeccionamiento de todos y cada uno de los procesos de asociación humana.

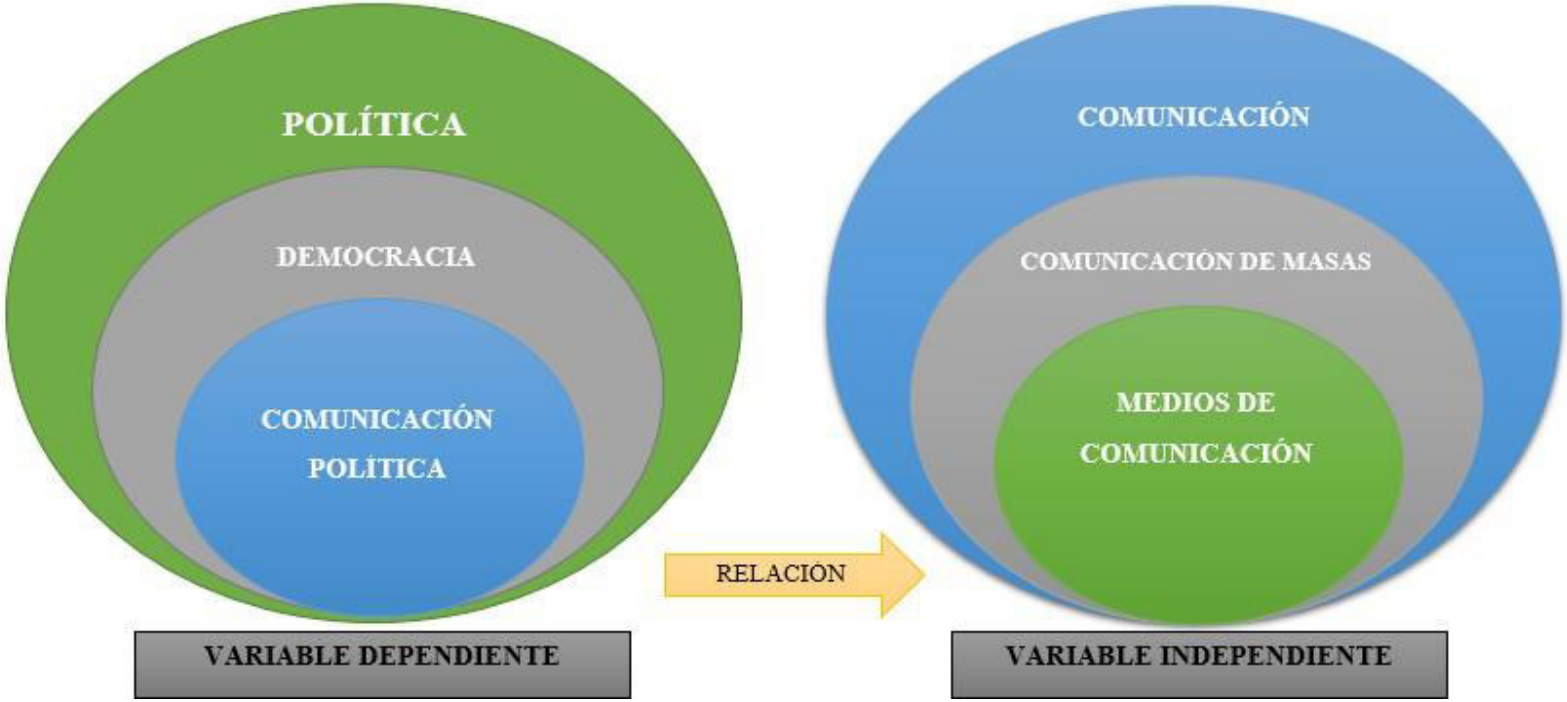
Según su personalidad, de acuerdo con Castro los medios se dividen en:

> **Informativos**: tiene como objetivo dar cuenta de cualquier ocasión de ingresos generales, entre los más destacados se encuentran programas informativos, emisiones de radio, periódicos y revistas de investigación y datos.
>
> **Entretenimiento:** busca entretener, mutilar o reproducir personas utilizando recursos como el humor, la mente creativa, la música, la imaginación y datos sobre diversión, siendo así uno de los tipos de correspondencia más utilizados.
>
> **Análisis:** basan su actividad en acontecimientos y noticias recientes sin dejar de lado realidades auténticas; Su motivación es analizar, explorar, dar sentido y comprender lo que sucede principalmente en cuestiones políticas, monetarias y sociales.
>
> **Especializados:** este tipo de medios incorpora cuestiones sociales, lógicas y mecánicas que interesan a un área particular de la sociedad en general. No son temas notables, sino que su importancia radica en la forma en que se exploran ampliamente y se tratan con atención al dar cualquier dato.
>
> **Amarillismo:** conocido como "cobertura noticiosa en tinta roja" ya que detesta la buena reputación ya sea en los medios o en la sociedad en general ya que comunica datos corruptos donde busca contar o mostrar partes de un reportaje con sutilezas que tienen que ver con la cercanía. de los héroes y se utiliza constantemente en los medios. (Castro, 2022, p. 34)

2.3.7. Categorías Fundamentales

2.3.7.1. Red de Inclusiones Fundamentales

Gráfico 2. *Red de Inclusión de Variables*



Nota: Elaboración propia

2.4. Legal

Por lo tanto, para el presente estudio, se percibe en la Carta Magna, en la Ley del Plan de Libertades Fundamentales Públicas, en la Ley de Sencillez y Admisión a Datos Públicos del Ecuador, en la Muestra Americana de Libertades Comunes y en la Declaración General de Libertades Fundamentales. En la décima parte de Comunicación, Articulo. 81 de la Constitución Política de la República del Ecuador, se expresa que:

> El Estado garantizará la posibilidad de acceder a fuentes de información; buscar, captar, conocer y difundir datos imparciales, honestos, plurales, convenientes y sin restricciones previas en ocasiones de interés general, que salven las bondades del ámbito local, particularmente por parte de columnistas y comunicadores sociales... Los medios de comunicación La comunicación social debe participar de ciclos instructivos, de avance social y de protección de las cualidades morales. La Ley establecerá el grado y las limitaciones de su participación... (Constitucion, de la Republica del Ecuador 2008)

La Ley de Inmediatez y Acceso a los Datos Públicos del Ecuador, que entró en vigor el 10 de mayo de 2004, garantiza el derecho de los ciudadanos a acceder a los datos públicos. Este Reglamento depende de la Mano de Obra. 81 de la Constitución Política de la República del Ecuador, en cuanto a la forma en que el Estado debe garantizar la opción de acceder a fuentes de datos, con excepción de aquellas que se consideren ilícitas. naturaleza salvada que influyan en la seguridad pública, tal como expresamente se expresa en el Reglamento de seguridad pública.

Además, en la Ley Natural de Comunicación, dependen de la Obra. 72.- Admisión a los medios de comunicación de los aspirantes a puestos destacados. - Durante la misión discrecional, los medios dinamizarán infinitamente a los prometedores de cada desarrollo político y las reuniones participarán en condiciones equivalentes en las discusiones, reuniones y programas de evaluación que Tenemos toda la intención de hacer que los residentes sean conscientes de los perfiles políticos, los proyectos y las propuestas para lograr puestos famosos. La Reunión Pública Discrecional instará a los medios a adoptar todos los medios importantes por este motivo. Respecto a los medios de comunicación y su apoyo en misiones políticas.

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) de Ecuador, promulgada en 2013, establece un marco regulatorio para los medios de comunicación en general, incluidas las plataformas digitales.

La Ley de Comunicación tiene como objetivo garantizar el derecho a la comunicación, promover la diversidad y el pluralismo informativo, y regular las actividades relacionadas con los medios de comunicación en el país. Si bien la LOC no menciona específicamente las redes sociales como Facebook, sí establece disposiciones sobre la responsabilidad de los medios de comunicación y la protección de los derechos de los ciudadanos en línea.

A continuación, se mencionan algunos de los artículos relevantes de la LOC que podrían ser pertinentes para el contexto de las plataformas digitales:

Artículo 5: Establece el derecho a la comunicación como un derecho fundamental de las personas y garantiza el acceso a la información y a las tecnologías de la comunicación.

Artículo 11: Establece los principios de la comunicación, que incluyen la universalidad, la veracidad, la responsabilidad social, la igualdad, la equidad, la diversidad, la participación ciudadana y la interculturalidad.

Artículo 18: Establece la obligación de los medios de comunicación de proporcionar información veraz, oportuna, contextualizada y equilibrada.

Artículo 21: Establece que los medios de comunicación tienen la obligación de proteger los derechos de las personas y garantizar su integridad moral y psicológica.

Artículo 23: Establece la prohibición de la difusión de contenidos que promuevan la discriminación, la violencia, la intolerancia o cualquier forma de odio.

Artículo 24: Establece la protección de la privacidad de las personas y la confidencialidad de la información personal.

Es importante tener en cuenta que, aunque estos artículos no mencionan específicamente a las plataformas digitales, establecen principios y obligaciones generales que pueden aplicarse a la comunicación en línea, incluido el contenido que se difunde a través de las redes sociales.

2.5. Georreferencial

Guaranda, también llamada San Pedro de Guaranda, es una ciudad ecuatoriana; Capital cantonal del Cantón Guaranda y capital del Territorio de Bolívar, así como su ciudad más grande y poblada. Está situado en el centro de la zona interandina del Ecuador, en los flancos exteriores de la cordillera occidental de los Andes, dentro de la cuenca del Canal de Chimbo, entre los arroyos Culebrillas y Salinas, a una altura de 2668 m.s.n.m. nivel del océano. norte. metro. además, con un ambiente andino de 16 °C considerando todo.

Gráfico 3. *Cantón Guaranda*



Nota: (Google, maps 2024)

Es conocida como la "Ciudad de las Siete Cuestas", ya que está rodeada por las vertientes: San Jacinto, Loma de Guaranda, San Bartolo, Cruzloma, Tililag, Talalag y Calvario. También tiene el sobrenombre de "Ciudad de los parques de atracciones eternos", por celebrar la fiesta festiva más famosa del país, a la que asiste una gran cantidad de público y viajeros desconocidos. En las estadísticas de 2022 tenía una población de 30.755 ocupantes, lo que la convierte en la quincuagésima primera ciudad más poblada del país.

Sus inicios se remontan al siglo XVI, y desde entonces ha sido uno de los focos realmente metropolitanos de la zona por su giro y localización geológica. Es el principal foco gerencial, monetario, monetario y empresarial de la zona. Los principales ejercicios de la ciudad son la agricultura, los animales domesticados, la agroindustria y el comercio.

Situada en el valle de Chimbo, en el centro del Ecuador, Guaranda se encuentra al noroeste del Territorio de Bolívar. Está situado en el centro del país, al pie del nevado Chimborazo. Guaranda también se llama "Ciudad de las Siete Cuestas" y "Ciudad de las Fiestas Eternas". Es atravesado por los arroyos Salinas e Illangama (o Guaranda); desde su unión, la Hidrovía de Chimbo se estructura hacia el sur de la ciudad. A Guaranda también se la llama "la ciudad de las 7 Cuestas", ya que está rodeada por las colinas que la acompañan: Cruz loma, Loma de Guaranda, San Jacinto, San Bartolo, Talalac, Tililac y Calvario.

Regionalmente la ciudad de Guaranda se coordina en 3 distritos metropolitanos, mientras que existen 3 distritos rústicos con los que complementa toda la región del Cantón Guaranda. La expresión "área" se utiliza en Ecuador para aludir a regiones dentro de la división regulatoria metropolitana.

La ciudad y cantón de Guaranda, al igual que otras regiones ecuatorianas, está representado por un distrito según lo dispuesto en la Constitución de la República. La Legislatura Independiente Descentralizada Metropolitana de Guaranda es una entidad gubernamental seccional que supervisa el cantón independientemente del gobierno focal. La región está coordinada por una división de competencias de carácter principal dirigida por el presidente de la ciudad, y otra de carácter regulador compuesta por los miembros de la cámara cantonal.

La ciudad de Guaranda es la capital del territorio Bolívar, por lo que es sede del Poder Público y Prefectura de la zona. El Poder Público corre por un residente con el título de jefe Legislativo de Bolívar y es elegido por encargo del propio Líder de la República como exponente de la fuerza principal del estado. La Prefectura, denominada en ocasiones Gobierno Común, está dirigida por un residente con el título de Regente Común de Bolívar y es elegido por testimonio directo en una receta solitaria junto al prometedor cónsul de mala costumbre. Los elementos del Representante Titular son generalmente ilustrativos del Líder de la República, mientras que los elementos del Administrador están enfocados al mantenimiento y formación del sistema de calle, turístico y educativo, entre otros.

El Distrito de Guaranda se administra básicamente con base en lo especificado en los artículos 253 y 264 de la Constitución Política de la República y en el

Reglamento del Sistema Civil en sus artículos 1 y 16, que establece independencia práctica, financiera y administrativa. Del elemento.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

La investigación descriptiva alude la planificación del examen, la recopilación de datos y la investigación sobre el tema se realizará a través de un enfoque observacional. Esta técnica se denomina 'examen observacional', ya que los factores esenciales para la evaluación no son alterados ni influenciados. En este contexto, se hace referencia al uso de Facebook como una herramienta clave de comunicación, que permite observar y analizar interacciones y comportamientos sin intervenir directamente en ellos." (Sampieri, 2021, p. 56 - 60)

La investigación descriptiva es una estrategia utilizada para recopilar datos cuantitativos que permiten un análisis detallado de la población objetivo. Este enfoque emplea herramientas estadísticas, como encuestas, que facilitan la recolección de información y la representación de las opiniones de un segmento específico. En relación Con el uso de Facebook para la comunicación, este método permite analizar cómo los usuarios interactúan y se expresan dentro de la plataforma, ofreciendo una visión clara de sus comportamientos y preferencias. (ZORRILLA, 2020, p. 30-40)

La investigación comparativa examina componentes contrastantes para identificar similitudes y diferencias de manera más precisa, utilizando estrategias exhaustivas para analizar los resultados y extraer conclusiones significativas. Este enfoque genera información valiosa y proporciona una base sólida para tomar decisiones informadas. Aplicada al uso de Facebook en la comunicación, permite comparar cómo distintos grupos utilizan la plataforma, analizando sus interacciones y comportamientos para comprender mejor su impacto en la difusión de mensajes." (Sampieri, 2021, p. 56 - 60)

El presente estudio combina características de investigación comparativa y descriptiva, ya que permite identificar las percepciones de los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo en relación con los contenidos publicados en la red social Facebook por los candidatos a la alcaldía del cantón Guaranda. La La investigación comparativa permitió analizar y contrastar los porcentajes obtenidos

en las encuestas, proporcionando una visión clara de las diferencias y similitudes en la recepción de los mensajes.

Al aplicar tanto la descriptiva como la comparativa, el estudio mide y compara el uso de Facebook como herramienta de comunicación política por parte de los candidatos con mayor representatividad, evaluando su impacto en la intención de voto en la parroquia Guanujo y su relación con los resultados oficiales de las elecciones secciona

3.2. Enfoque de la Investigación

La investigación basa en el paradigma mixto, utilizó tantos datos cuantitativos como cualitativos para el análisis de los resultados sobre el uso de Facebook como herramienta de comunicación política. Las medidas cuantitativas recopilo sondeos de opinión realizados en las encuestas de los perfiles y páginas de los candidatos mientras que la información subjetiva obtuvo a través de las deducciones de las encuestas.

3.3 Métodos de Investigación

El método inductivo es una técnica lógica que obtiene fines generales a partir de premisas individuales. Para hacer esto, se recopila información particular a través de la percepción y prueba y error, y luego se analiza y se buscan ejemplos o patrones en esa información. (ZORRILLA, 2020, p. 30-40)

La estrategia inductiva es un ciclo de pensamiento que depende de la percepción y del ensayo y error para llegar a una resolución global a la vista de casos explícitos. A partir de estos ejemplos o patrones, se llega a un fin o hipótesis general que se considera legítimo para cada caso comparable.

Es fundamental recordar que el fin general al que se llega mediante la estrategia inductiva es especulativo y puede modificarse en vista de percepciones y exámenes novedosos.

El método descriptivo, como su nombre lo indica, intenta representar el estado y comportamiento de los factores que son objeto de estudio. (ZORRILLA, 2020, p. 30-40)

El método analítico es una de las principales técnicas tanto en el ámbito escolar como en la investigación científica, ya que permite unir la fuerza de la estrategia

lógica con el uso de ciclos formales para abordar cualquier tipo de problema que enfrenta una asociación. (ZORRILLA, 2020, p. 30-40)

El método sintético es un ciclo de pensamiento que generalmente recreará un todo, a partir de los componentes reconocidos por el examen; Se trata pues de hacer una explosión calculada y breve, en definitiva. (Sampieri, 2021, p. 56 - 60)

3.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

En la presente investigación se aplicarán las siguientes técnicas:

- Se realizó una encuesta a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo, con preguntas específicas de tipo cerrada para recopilar información sobre su percepción del uso de Facebook como herramienta de comunicación política.
- Los datos recopilados fueron analizados con software estadístico, que permite el estudio de opiniones y percepciones

3.5. Universo, Población y Muestra

La población objeto de estudio, se obtuvo mediante el CNE donde se revisaron los votantes de la parroquia Guanujo. Donde se muestra que la población corresponde a 21.737 habitantes. (Consejo, Nacional Electoral 2024)

Para dicha totalidad se calculó la muestra, utilizando la siguiente fórmula:

$$\boldsymbol{n} = \frac{Z^2 N \times p \times q}{\mathrm{e}^2 \times (N-1) + \mathrm{Z}^2 \times pxq}$$

Dónde:

- n = Muestra
- Z = 95% de nivel de confianza = 1.96
- N = población total (21.737 habitantes)
- p = probabilidad de éxito = 0.5
- q = proporción de fracaso = 0.5
- E = error estimado 5% = 0.05

En primer lugar, se reemplazan los valores en la fórmula utilizada:

$$\boldsymbol{n} = \frac{(1.96)^2 \times (21.737) \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (21.737 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5x0.5}$$

Posterior se realiza el cálculo de cada valor que se encuentra entre paréntesis:

$$\boldsymbol{n} = \frac{(3.84)\ (21.737) \times 0.5 \times 0.5}{(0.0025) \times (21{,}736) + 3.84 \times 0.5 \times 0.5}$$

Se calculan todas las operaciones del numerador y denominador:

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{20867.52}}{\mathbf{55.3}}$$

Por último, se divide el resultado del paso anterior para la obtención de la muestra:

$$\boldsymbol{n = 378}$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra necesario para este estudio sería aproximadamente 378. Esto significa que, para obtener resultados representativos de la población de 21,737 habitantes con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, se deberá encuestar a alrededor de 378 individuos.

3.6. Procesamiento de la Información

Todos los datos se procesarán con el software Microsoft Excel y Windows.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÒN

4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

4.1.1. Análisis de Encuesta

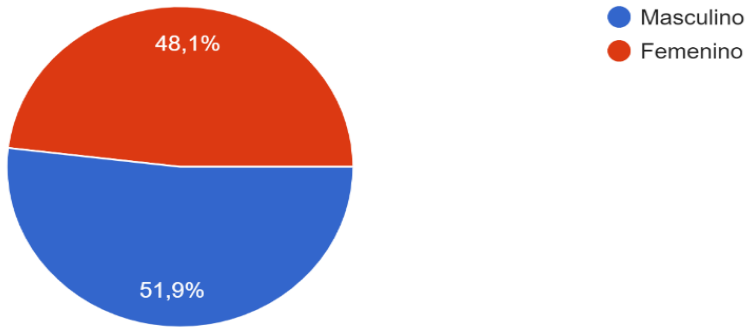
1.- Datos Informativos

Tabla 1. *Género Masculino y Femenino*

Género	Porcentaje	Frecuencia
Femenino	48.1%	182
Masculino	51.9%	196
Total	100%	378

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 4. *Género Masculino y Femenino*



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

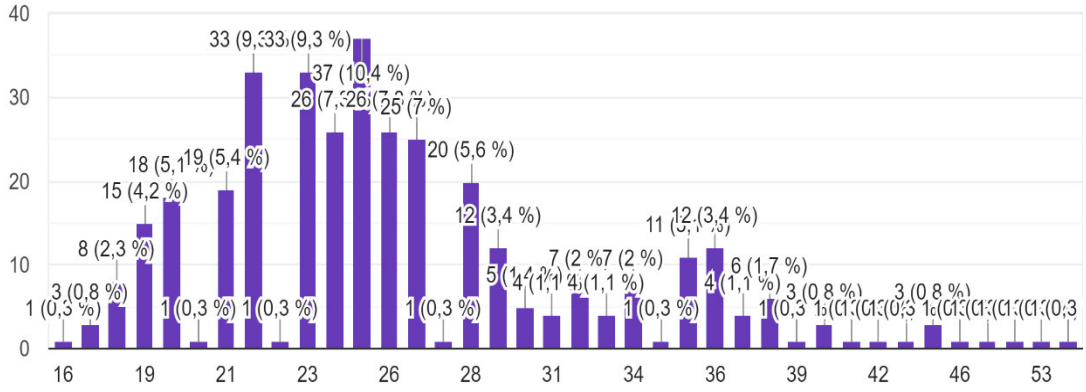
Análisis e interpretación

El gráfico muestra la distribución de género entre 378 respuestas, con un 48.1% de las respuestas identificadas como femeninas y un 51.9% como masculinas. Esta distribución sugiere que hay una ligera mayoría de respuestas identificadas como masculinas en comparación con las femeninas. En el tema de la tesis de incidencia en la intención de voto se establece que la preferencia en los candidatos en este estudio es mayoritaria en los hombres.

Gráfico 5.

Edad

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*



Análisis e interpretación

Entre los 16 a 53 años, donde se determina que la edad de 37 años es la de mayor numero de encuestados con 10.4%, seguido de la de 33 años con un 9.3%, las demás edades tienen rangos de porcentaje menor. Se establece que la mediana edad de adultez joven y rangos de madurez en actividades sociales y acciones de vida es la más demandada en la encuesta y establece sus preferencias a determinados candidatos.

Tabla 2.

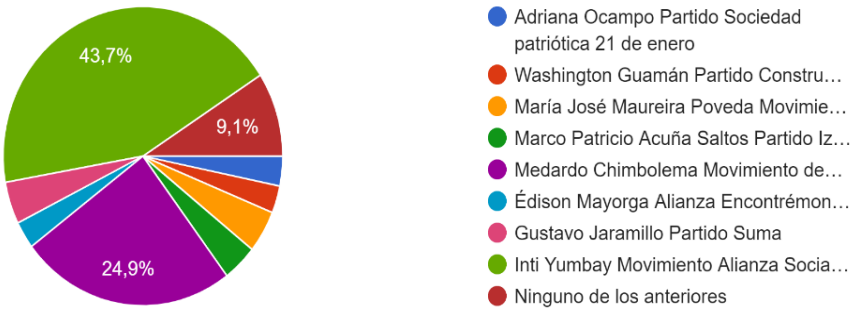
Preferencia de Candidatos

Candidato	Partido Político	Porcentaje	Frecuencia
Adriana Ocampo	Sociedad Patriótica 21 de enero	3,2%	12
Washington Guamán	Construyendo Esperanza en Bolívar	2,9%	11
María José Maureira Poveda	Movimiento Político Revolución Ciudadana	4,6%	18
Marco Patricio Acuña Saltos	Izquierda Democrática	4%	15
Medardo Chimbolema	Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik	24, 9%	94
Édison Mayorga	Alianza Encontrémonos por Bolívar	2,9%	11
Gustavo Jaramillo	Suma	4,6%	18
Inti Yumbay	Alianza Social MAS	43,7%	165
Ninguno de los anteriores	N/A	9,1%	34
TOTAL		**100%**	**378**

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 6.

Preferencia Numero de Encuestados



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Análisis e interpretación

En esta tabla, cada candidato a la alcaldía del cantón Guaranda está listado junto con su partido político correspondiente. Además, se muestra el número de 378 encuestados que expresaron tener preferencia por cada candidato, así como una categoría para aquellos que indicaron que no tenían preferencia por ninguno de los candidatos listados.

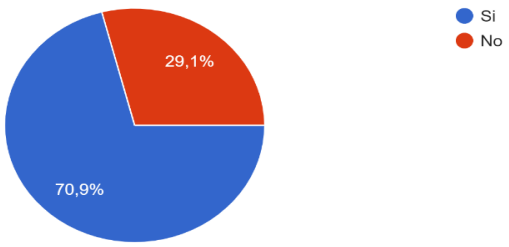
Tabla 3.
Leer el plan de trabajo en temas de economía, educación, seguridad

Respuesta	Porcentaje	Frecuencia
SI	70, 9%	268
NO	29,1%	110
Total	100%	378

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 7.

Leer el plan de trabajo en temas de economía, educación, seguridad



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Análisis e interpretación

La pregunta realizada a los 378 encuestados buscaba determinar si habían tenido la oportunidad de leer el plan de trabajo y/o propuesta planteada por el candidato de preferencia en los temas de salud, economía, educación y seguridad. De los encuestados, el 70.9% (261 encuestados) respondieron afirmativamente ("Sí"), mientras que el 29.1% (107 encuestados) respondieron negativamente ("No").

Este análisis sugiere que la mayoría de los encuestados tuvieron la oportunidad de leer el plan de trabajo y/o propuesta del candidato de su preferencia en los temas mencionados. Sin embargo, aún queda un porcentaje significativo de encuestados que no tuvieron esta oportunidad. Esto podría indicar una brecha en la información proporcionada por los candidatos o en la disponibilidad de acceso a dicha información por parte de los encuestados.

Tabla 4.

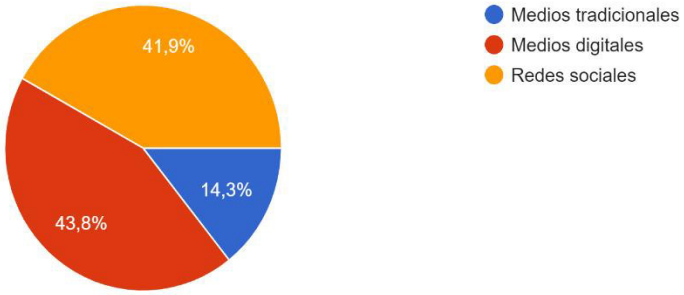
Medio que se informaba respecto de las actividades que desarrollaba su candidato

Medio de Comunicación	Porcentaje	Frecuencia
Medios Tradicionales	14,3%	54
Medios Digitales	43, 8 %	166
Redes Sociales	41,9%	158
Total	100%	378

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 8.

Medio que se informaba respecto de las actividades que desarrollaba su candidato



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Análisis e interpretación

El análisis de las respuestas revela cómo los encuestados preferían obtener información sobre las actividades de los candidatos durante la campaña electoral. Un pequeño porcentaje de encuestados (14.3%) indicaron que se informaban a través de medios tradicionales como periódicos, revistas, televisión o radio. Esto sugiere que este grupo confiaba en fuentes de información más establecidas y de larga data. El mayor porcentaje de encuestados (43.8%) prefirió obtener información a través de medios digitales, como sitios web de noticias, blogs o aplicaciones de noticias. Esto refleja la creciente influencia de la tecnología en la forma en que las personas consumen información.

Tabla 5.

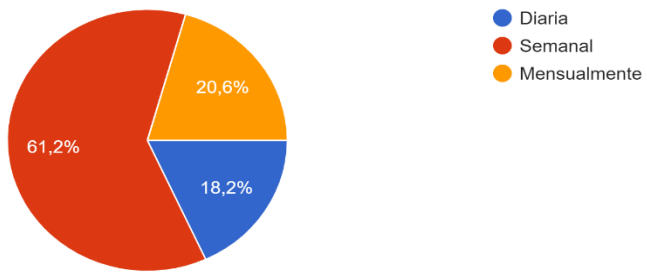
Información en el perfil del candidato fue actualizada

Frecuencia de información actualizada	Porcentaje	Frecuencia
Diaria	18,2%	69
Semanal	61,2%	231
Mensualmente	20,6%	78
Total	100%	378

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 9.

Información en el perfil del candidato fue actualizada



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Análisis e interpretación

La pregunta buscaba determinar con qué frecuencia los encuestados percibían que la información en el perfil del candidato había sido actualizada durante la campaña electoral. Un pequeño porcentaje de encuestados (18.2%) indicaron que percibían que la información en el perfil del candidato se actualizaba diariamente. Esto sugiere que un segmento minoritario de los encuestados estaba al tanto de actualizaciones frecuentes en los perfiles de los candidatos. La mayoría de los encuestados (61.2%) percibieron que la información en el perfil del candidato se actualizaba semanalmente. Esto indica que la mayoría de los encuestados creían que los candidatos actualizaban sus perfiles al menos una vez a la semana. Un porcentaje significativo de encuestados (20.6%) indicaron que percibían actualizaciones mensuales en el perfil del candidato. Esto sugiere que algunos encuestados creían que la información en los perfiles de los candidatos se actualizaba con menos frecuencia, posiblemente cada mes.

Tabla 6.

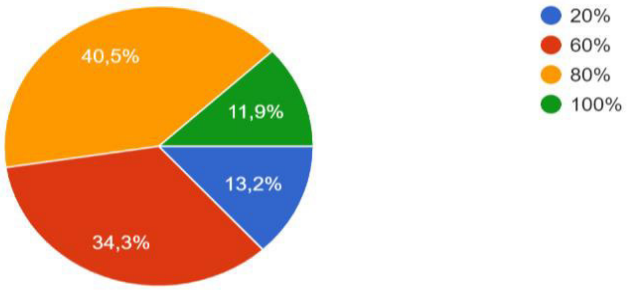
Interacción con la página de Facebook del candidato

Interacción con ciudadanos %	Porcentaje	Frecuencia
20%	13,2%	50
60%	34,3%	130
80%	40,5%	153
100%	11,9%	45
Total	100%	378

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 10.

Interacción con la página de Facebook del Candidato



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Análisis e interpretación

La pregunta buscaba determinar la percepción de los encuestados sobre el nivel de interacción de la página de Facebook del candidato con los ciudadanos, expresada en diferentes porcentajes. Un pequeño porcentaje de encuestados (13.2%) percibió que la página del candidato tenía una baja interacción con los ciudadanos, posiblemente indicando una falta de actividad o respuesta por parte del equipo de campaña con el 20%. Una proporción significativa de encuestados (34.3%) consideró que la página del candidato mantenía una interacción moderada con los ciudadanos en Facebook. Esto sugiere que el candidato y su equipo estaban activos en la plataforma y participaban en conversaciones con los usuarios.

Tabla 7.

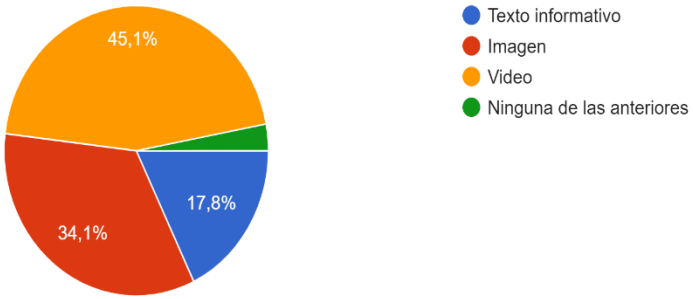
Por medio de qué elementos interactuó el candidato en Facebook

Elemento de interacción en Facebook	Porcentaje	Frecuencia
Texto Informativo	17, 8%	67
Imagen	34, 1%	129
Video	45,1%	171
Ninguna de las anteriores	3.0%	11
Total	100%	378

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 11.

Por medio de qué elementos interactuó el candidato en Facebook



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Análisis e interpretación

La pregunta buscaba determinar los elementos utilizados por el candidato para interactuar con sus seguidores en su perfil o página de Facebook, arrojando un porcentaje significativo de encuestados indicando que el candidato interactuaba con sus seguidores a través de video con el porcentaje mayor de 45%. Esto puede incluir publicaciones de texto que proporcionan información sobre sus propuestas, eventos o actividades de campaña. La mayoría de los encuestados señaló que el candidato utilizaba imágenes en un segundo porcentaje alto de 34.1 % para interactuar con sus seguidores en Facebook. Las imágenes son una forma efectiva de captar la atención y transmitir mensajes de manera visual, lo que puede haber contribuido a una mayor participación de los seguidores.

Tabla 8.

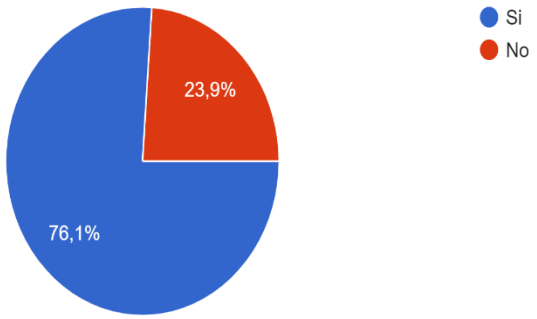
Utilizó Facebook en vivo o videos pregrabados para realizar su campaña política

El candidato utilizo Facebook en vivo o videos pregrabados para realizar su campaña política	Porcentajes	Frecuencia
Si	76,1 %	288
No	23,9 %	90
TOTAL	100%	378

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 12.

Utilizó Facebook en vivo o videos pregrabados para realizar su campaña política



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Análisis e interpretación

Análisis de la pregunta sobre si el candidato utilizó Facebook en vivo o videos pregrabados para realizar su campaña política. De los 378 encuestados: El 76.1% (288 encuestados) indicaron que el candidato utilizó Facebook en vivo o videos pregrabados para su campaña política. El 23.9% (90 encuestados) indicaron que el candidato no utilizó Facebook en vivo ni videos pregrabados para su campaña política. Este análisis muestra que la mayoría de los encuestados afirmaron que el candidato utilizó Facebook en vivo o videos pregrabados para su campaña política, mientras que una minoría indicó lo contrario.

Tabla 9.

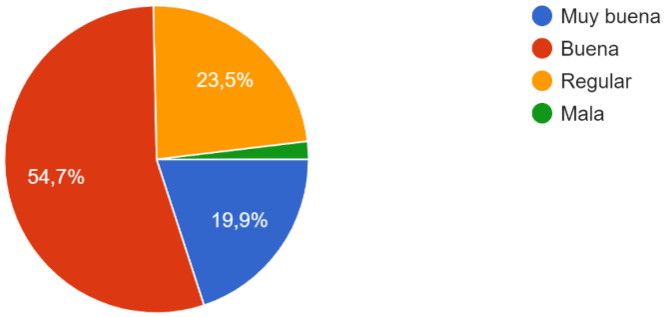
Cómo calificaría usted la imagen del candidato de su preferencia

Imagen del candidato de su preferencia	Porcentaje	Frecuencia
Muy Buena	19, 9 %	75
Buena	54,7%	207
Regular	23, 5%	89
Mala	1, 9%	7
Total	100%	378

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 13.

Cómo calificaría usted la imagen del candidato de su preferencia



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Análisis e interpretación

De los 378 encuestados El 19.9% (75 encuestados) calificaron la imagen del candidato de su preferencia como "Muy buena". El 54.7% (207 encuestados) la calificaron como "Buena". El 23.5% (89 encuestados) la calificaron como "Regular". Solo el 1.9% (7 encuestados) la calificaron como "Mala". Este análisis muestra que la mayoría de los encuestados calificaron la imagen del candidato de su preferencia como "Buena", seguido de un porcentaje significativo que la calificó como "Regular". Solo una pequeña proporción de encuestados la calificó como "Mala". Esto sugiere que, en general, la imagen del candidato en Facebook fue percibida positivamente por la mayoría de los encuestados.

Tabla 10.

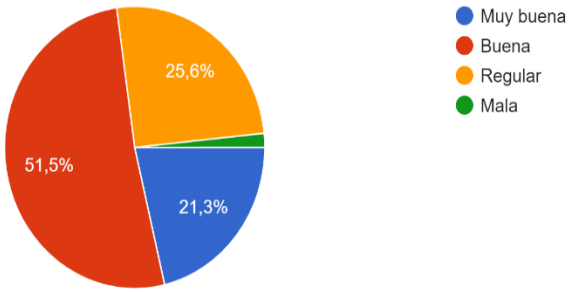
Calificación de la campaña política de su candidato en la red social Facebook

Calificación	Porcentaje	Frecuencia
Muy buena	21, 3%	80
Buena	51, 5%	195
Regular	25,6%	97
Mala	1, 6, %	6
Total	**100%**	**378**

***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Gráfico 14.

Calificación de la campaña política de su candidato en la red social Facebook



***Nota*:** encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la parroquia Guanujo/ abril 2024
Elaboración: *Investigadores*

Análisis e interpretación

La pregunta

solicita a los encuestados que califiquen la campaña política de su candidato en la red social Facebook durante las elecciones seccionales de 2023. Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados calificaron la campaña como buena o muy buena, con un 51.5% calificándola como buena y un 21.3% calificándola como muy buena. Solo un pequeño porcentaje, el 1.6%, la calificó como mala. Además, el 25.6% de los encuestados la calificó como regular. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados tuvieron una percepción positiva de la campaña política de su candidato en Facebook, lo que podría indicar una efectividad en la estrategia de comunicación en redes sociales durante las elecciones seccionales de 2023.

4.1.2. Análisis de entrevista a MSc Doris Mori presidenta de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador

PREGUNTA 1	ANÁLISIS		
¿Cómo definiría la importancia de Facebook en la comunicación política actual?	**Análisis Subjetivo**	**Amplitud de Usuarios**:	**Atractivo Visual**
La red social con mayor número de usuarios se convierte en un gran atractivo para todos porque realmente pues lo ven jóvenes, adultos, niños en su mayoría, Facebook esta visualizado por prácticamente todo el mundo, sobre todo en Latinoamérica, pues realmente es atractivo sobre todo para difundir lo que son planes, proyectos políticos por la diversidad más que nada de los segmentos que se realizan dentro de Facebook y sobre todo llegar pues a un público objetivo que es lo que la gente quiere.	La pregunta sobre la importancia de Facebook en la comunicación política actual resalta la relevancia de esta red social debido a su amplio alcance y popularidad. Aquí está el análisis subjetivo de la respuesta proporcionada:	La respuesta destaca que Facebook es la red social con mayor número de usuarios, subrayando su capacidad para llegar a una amplia audiencia, incluyendo jóvenes, adultos y niños. Esto sugiere que la plataforma es inclusiva y accesible para diversas edades y demografías, lo que la hace muy atractiva para la comunicación política.	Se menciona que Facebook es atractivo visualmente y es visualizado por prácticamente todo el mundo, especialmente en Latinoamérica. Este aspecto resalta la importancia del componente visual y la familiaridad que los usuarios tienen con la plataforma, lo que facilita la difusión de información política

Elaboración: *Investigadores*

PREGUNTA 2	ANÁLISIS		
¿Cómo cree que Facebook ha cambiado la forma en que los ciudadanos interactúan con los políticos y participan en el debate político?	**Análisis Subjetivo**	**Interacción en Tiempo Real:**	**Transparencia y Rendición de Cuentas:**
Bueno, realmente el tema del Facebook live es lo que más se está dando y es lo que más interactúan, revisan las publicaciones, empiezan a opinar, cuestionan una acción o tal que ha realizado el político, la persona en que si está publicando, el funcionario que este en este caso publicando, su proyecto político, entonces es la mejor manera en que pueden interactuar y por eso es que hoy en día es lo que más se utiliza pues este tipo de red social y sobre todo el Facebook live que es lo que más le gente está visualizando.	La respuesta destaca la importancia y el impacto del Facebook Live en la interacción entre los ciudadanos y los políticos. Esto refleja una tendencia moderna en la comunicación política, donde la inmediatez y la accesibilidad juegan un papel crucial.	Facebook Live permite a los ciudadanos interactuar en tiempo real con los políticos. Esto no solo humaniza a los líderes políticos, sino que también brinda a los ciudadanos una plataforma para expresar sus opiniones, hacer preguntas y recibir respuestas instantáneas. Este tipo de interacción en vivo fomenta un sentimiento de participación directa y puede aumentar el compromiso ciudadano.	El uso de Facebook Live y otras publicaciones en redes sociales puede aumentar la transparencia. Los ciudadanos pueden cuestionar acciones, decisiones y proyectos políticos directamente, lo que puede obligar a los políticos a ser más responsables y claros en sus comunicaciones. Este escrutinio público puede ser un doble filo, ya que, si bien promueve la transparencia, también puede llevar a confrontaciones y malentendidos si no se maneja adecuadamente.

Elaboración: *Investigadores*

PREGUNTA 3	ANÁLISIS		
¿Qué tipo de contenido entre vídeos imágenes y textos es más efectivo en Facebook para captar la atención del público y por qué?	**Análisis Subjetivo**	**Brevedad y Directo al Punto:**	**Mayor Visibilidad y Engagement**
Bueno en los vídeos cortos sobre todo no tipo reel los reel que son los que más están usando en los vídeos cortos y asimismo con un mensaje corto que llegue directo al usuario esos son los que muchas veces es muchas veces lo que más se ve o sea realmente si ustedes se dan cuenta ustedes ponen una publicación normal y ponen asimismo un rilo ponen una historia tipo vídeo corto y es lo que la gente más observa tienen muchas más visualizaciones que una publicación normal y más aún si llega con un mensaje pues corto un mensaje que no es tanto el tema de que pongas el mega discurso en un texto sino que llegues con algo y un contexto simple pero que es que llegue no que llegue al usuario que la persona pues lo pueda comprender entonces en este sentido pues creo que los que más se puede visualizar son estos vídeos muy cortos para que la gente los pueda ver de esa manera pues lo pueden digerir mucho mejor los usuarios esta sería una buena estrategia no en el sector político.	La respuesta subraya la efectividad de los videos cortos, especialmente los reels, como la forma más impactante de contenido en Facebook. Esto refleja una tendencia clara en el consumo de medios, donde la brevedad y la inmediatez son clave para captar y mantener la atención del público.	Los videos cortos son efectivos porque responden a la tendencia de consumo rápido de contenido. En una era donde la atención del usuario es limitada, un mensaje corto y directo es más probable que sea visto en su totalidad y que resuene con el espectador. La brevedad obliga a los creadores de contenido a ser concisos y claros, eliminando cualquier relleno innecesario y enfocándose en el mensaje principal	El algoritmo de Facebook favorece el contenido que mantiene a los usuarios en la plataforma. Los reels y videos cortos, por su naturaleza dinámica y atractiva, tienden a generar más interacciones y a ser compartidos con mayor frecuencia que las publicaciones de texto o imágenes estáticas. Esto no solo aumenta la visibilidad del contenido, sino que también fomenta una mayor interacción del público

Elaboración: *Investigadores*

PREGUNTA 4	ANÁLISIS		
¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la comunicación política en Facebook especialmente en términos de desinformación y noticias falsas?	**Análisis Subjetivo**	**Desinformación y Noticias Falsas**	**Trolls y Ataques Coordinados**
Cuando realmente los Facebook ustedes saben son los más difíciles de contrarrestar hoy en día pues que todo el mundo te abre trolls la gente para el político sobre todo en este caso que se empiezan a trabajar justamente con esta red social al querer poner pues una noticia de pronto trascendental algo que sea llamativo para el usuario que pasa que tienes troll y hoy en día es muy fácil hacerlo entonces contrarrestar esos troll es lo realmente lo más difícil que tenemos hoy en día porque es lo que la gente más lo hace ese es un trabajo sucio que realmente se lo realiza a nivel de política sobre todo en esta era política es lo que más está utilizando y muchos confunden porque te abren a veces Facebook con toda tu historia con toda tu vida y la gente dice no si son Facebook reales y realmente son troll entonces realmente esto yo creo que es lo que es mucho más difícil de contrarrestar la mala información	La respuesta destaca dos desafíos principales en la comunicación política en Facebook: la desinformación y la actividad de los trolls. Estos problemas son especialmente preocupantes en el ámbito político, donde la credibilidad y la percepción pública son cruciales.	La facilidad con la que se puede difundir información falsa en Facebook es un desafío significativo. Las noticias falsas pueden ser creadas y compartidas rápidamente, alcanzando a un gran número de personas antes de que se puedan verificar los hechos. Esto puede distorsionar la percepción pública y afectar negativamente la reputación de los políticos. La propagación de desinformación puede ser deliberada, con el objetivo de manipular la opinión pública, lo que es especialmente dañino en el contexto político.	Los trolls representan un problema particular, ya que pueden crear múltiples cuentas falsas para inundar las publicaciones de un político con comentarios negativos, desinformación y ataques personales. Estos ataques coordinados pueden ser difíciles de contrarrestar porque los trolls pueden aparecer bajo múltiples identidades y a través de diferentes cuentas. Esto no solo afecta la imagen del político, sino que también puede desalentar a los seguidores genuinos de participar en las discusiones en línea debido a la toxicidad del ambiente.

Elaboración: *Investigadores*

4.1.3. Análisis y Discusión de Resultados

En las elecciones seccionales del 2023 para la alcaldía del cantón Guaranda, los encuestados mostraron una clara preferencia por candidatos específicos, influenciada en gran parte por su capacidad de informar y actualizar a los votantes a través de Facebook. La mayoría de los ciudadanos tuvo la oportunidad de leer los planes de trabajo de sus candidatos preferidos, especialmente en temas cruciales como salud, economía, educación y seguridad. Facebook emergió como la principal plataforma de información, destacándose por su capacidad de mantener actualizados los perfiles de los candidatos y facilitar la interacción con los ciudadanos. Aproximadamente el 70% de los encuestados señaló que las páginas de Facebook de los candidatos mantuvieron una interacción constante mediante comentarios, respuestas directas y encuestas en vivo. Además, se observó que los candidatos utilizaron tanto videos en vivo como pregrabados para comunicarse de manera efectiva durante sus campañas. En términos de efectividad, el contenido visual, especialmente los videos, fue considerado el más impactante para captar la atención del público debido a su dinamismo y capacidad de transmitir mensajes claros. Sin embargo, uno de los desafíos más destacados en la comunicación política a través de Facebook fue la desinformación y la proliferación de noticias falsas, lo que subraya la necesidad de estrategias robustas para asegurar la veracidad de la información difundida. En general, los encuestados calificaron positivamente la imagen y la campaña política de sus candidatos preferidos en Facebook, destacando la importancia de esta plataforma en la comunicación política moderna. El análisis de las respuestas revela cómo los encuestados preferían obtener información sobre las actividades de los candidatos durante la campaña electoral. Un pequeño porcentaje de encuestados (14.3%) indicaron que se informaban a través de medios tradicionales como periódicos, revistas, televisión o radio. Esto sugiere que este grupo confiaba en fuentes de información más establecidas y de larga data. El mayor porcentaje de encuestados (43.8%) prefirió obtener información a través de medios digitales, como sitios web de noticias, blogs o aplicaciones de noticias. Esto refleja la creciente influencia de la tecnología en la forma en que las personas consumen información.

La pregunta buscaba determinar los elementos utilizados por el candidato para interactuar con sus seguidores en su perfil o página de Facebook, arrojando un porcentaje significativo de encuestados indicando que el candidato interactuaba con sus seguidores a través de video con el porcentaje mayor de 45%. Esto puede incluir publicaciones de texto que proporcionan información sobre sus propuestas, eventos o actividades de campaña. La mayoría de los encuestados señaló que el candidato utilizaba imágenes en un segundo porcentaje alto de 34.1 % para interactuar con sus seguidores en Facebook. Las imágenes son una forma efectiva de captar la atención y transmitir mensajes de manera visual, lo que puede haber contribuido a una mayor participación de los seguidores.

Bueno en los vídeos cortos sobre todo no tipo real los real que son los que más están usando en los vídeos cortos y asimismo con un mensaje corto que llegue directo al usuario esos son los que muchas veces es muchas veces lo que más se ve o sea realmente si ustedes se dan cuenta ustedes ponen una publicación normal y ponen asimismo un rilo ponen una historia tipo vídeo corto y es lo que la gente más observa tienen muchas más visualizaciones que una publicación normal y más aún si llega con un mensaje pues corto un mensaje que no es tanto el tema de que pongas el mega discurso en un texto sino que llegues con algo y un contexto simple pero que es que llegue no que llegue al usuario que la persona pues lo pueda comprender entonces en este sentido pues creo que los que más se puede visualizar son estos vídeos muy cortos para que la gente los pueda ver de esa manera pues lo pueden digerir mucho mejor los usuarios esta sería una buena estrategia no en el sector político

La respuesta subraya la efectividad de los videos cortos, especialmente los reels, como la forma más impactante de contenido en Facebook. Esto refleja una tendencia clara en el consumo de medios, donde la brevedad y la inmediatez son clave para captar y mantener la atención del público.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

El análisis del uso de Facebook en la parroquia Guanujo muestra su influencia significativa en la intención de voto durante las elecciones seccionales de Guaranda (noviembre 2022 - febrero 2023). Los resultados confirman que Facebook fue decisivo en la campaña, destacando la creciente relevancia de las redes sociales en la política actual. Esto subraya la necesidad de asegurar un entorno informativo transparente y equitativo para fortalecer la democracia.

Se evidenció que los candidatos políticos de Guanujo usaron Facebook de forma estratégica para influir en la intención de voto. Los videos cortos y transmisiones en vivo (Facebook Live) fueron los formatos más efectivos, permitiendo a los candidatos transmitir mensajes claros y cercanos, logrando una conexión más directa con los votantes.

El estudio mostró que Facebook fue una herramienta clave en el proceso electoral de Guanujo, influyendo directamente en la intención de voto. Las publicaciones, videos y transmisiones en vivo de los candidatos impactaron la percepción de los votantes y permitieron una interacción más cercana y directa con ellos.

5.2. RECOMENDACIONES

Implementar políticas y procedimientos robustos para verificar la veracidad de la información compartida en redes sociales como Facebook. Esto puede incluir la promoción de fuentes confiables y la desincentivación de la propagación de noticias falsas mediante campañas educativas dirigidas tanto a candidatos como a votantes. Ofrecer capacitación continua a los equipos de campaña sobre el uso ético y responsable de plataformas como Facebook.

Continuar utilizando videos cortos y transmisiones en vivo como herramientas principales, pero también explorar la diversificación del contenido. Incorporar elementos visuales como infografías, memes políticos y testimonios de apoyo que puedan resonar con diferentes segmentos de la población de manera efectiva. Promover una mayor interacción entre los candidatos y los votantes mediante la respuesta activa a los comentarios, preguntas y preocupaciones expresadas en Facebook.

Establecer políticas claras y prácticas para garantizar la veracidad y transparencia de la información compartida en Facebook durante las campañas políticas. Esto incluye la verificación rigurosa de fuentes de información y la rápida corrección de cualquier desinformación que pueda surgir. Ofrecer capacitación regular a los candidatos y sus equipos sobre el uso ético y efectivo de Facebook como herramienta de comunicación política.

BIBLIOGRAFÍA

ADELL. (J Y BELLVER C. 2021 p 3- 5). *La internet como telaraña: el world wide web.* Jaume: Universidad de Jaume Recuperado el 21 de julio de 2021 de: https://www.uv.es/~biblios/mei3/Web022.html.

Antonio. (Rodrguez Ruibal y Patricia Santamaria Cristino 2019, p. 228- 235). *Analisis del uso de las redes sociales en Internet Facebook y Twitter en las Universidades españolas.* Madrid: Revista ICONO 14 10 No 2.

Arnaud. (Mercier 2020, p. 56- 60). *La comunicacion politica* . Buenos Aires : Editorial La Crujia .

Arora. (and Harold Lasswell 2020, p. 45-50). *El lenguaje publico de la politica* . New York : Prisma Ediciones .

Arora. (N y Zinolabedini 2019, p. 10). *Arora, N., y Zinolabedini, D. (2019). Las implicaciones éticas de la Facebook-Cambridge 2018.* New york : New York Time Editor .

Berlanga. (y Estrella Martinez 2018, p. 76- 81). *Ciberlenguaje y principios de retorica clasica.* Mexico: Universidad Autonoma Metropolitana.

Berrocal. (2018. p. 54- 60). *Comunicacion Politica en television y nuevos medios.* España: Editorial Ariel.

Blanca. (Briones Martin 2020 78- 82). *el uso de las redes sociales para las campañas politicas* . Madrid : Revista Enfoques .

Bode. (2018. p. 15). *En noticias relacionadas, eso estaba mal la correccion de desinformacion a traves de la funcionalidad de historias relacioandad en las rede sociales en noticias relacionadas.* Madrid: Revista de comunicacion Universidad Autonoma de Madrid.

Boyd. (2018, p. 15). *Es complicado: la vida social de los adolescentes en red. New Haven,.* Estados Unidos: Diario Prensa de la Universidad de Yale.

Caprioti. (2020. p. 34-40). *De la imagen a la reputacion Analisis de simiitudes y diferencias* . Mexico : Editorial Razon y Palabra .

Cardenas. (Vaca Antoni 2023 p. 24- 73). *Nuevas Tecnicas de Campaña en la era digital* . Riobamba : Revista Enfoques de Comunicacion Numero 10 Noviembre 2023.

Castells. (2019, p. 473-533). *Comunicacion y poder.* Madrid: Alianza Editorial.

Castro. (2022, p. 34). *Manual de Marketing Politico* . Barcelona : Paidos .

Corredoira. (y Cotino Hueso 2019, p. 26-27). *Libertad de expresion e informacion en internet.* Salamanca: Textos Universidad de Salamanca.

Cortina. (2021, p. 34- 40). *Identidad Identificacion imagen.* Mexico: Ediciones ZIMAT.

Crespo. (2020 p. 45-50). *Manual de comunicacion politiva y estrategias de campaña candidatos medios y electores en una nueva era.* Buenos Aires: Editoral Biblos.

Cuenca. (y Ulloa 2021, p. 55). *Redes Sociales durante las campañas electorales Cuan importantes son en el Ecuador* . Quito : Revista del Grupo Faro .

Cuenca. (2021, p. 6). *Redes sociales durante las campañas electorales ¿Cuán importantes son en el Ecuador* . Quito : Revista Grupo Faro .

D. (Robey 2020, p. 45- 50). *Robey Introducccion al estructuralismo* . Madrid : Editorial Alianza .

Dadamo. (Y Garcia 2019. p. 90- 95). *Medios de comunicacion y opinion publica.* España: Editoral Mc Graw Hill.

Gilardi. (2022, p.45). *Social media and political agenda setting. Political communication.* Chicago: Libros Indezados de la Universidad de Chicago .

Google. (maps 2024). *Canton Guaranda* . Guaranda : www. googlemaps.com .

Granville. (2018, p. 5). *Facebook y Cambridge Analytics lo que necesitas sabemos a medida que las consecuencias se amplian* . New York : New York Times Editor 13 de febrero de 2018.

Habermas. (2021 p. 50- 55). *Teoria de la accion comunicativa : complementos y estudios previos* . Madrid : Editorial Jimenez Redondo .

Herrero. (2019, p. 25). *Manual de Marketing Politico* . España: Editorial Almuzara.

Herrero. (2019, p. 45). *Manual de Marketing Politico* . España : Almuzara .

Hidalgo. (Chica, A. Y Cedeño Moreira C. 2022, p.104- 105). *Comunicacion Politica en redes sociales durante la segunda vuelta electoral de Ecuador, año 2021.* Quito: Revista Rehuso.

INEC. (2022, p. 3). *Tecnologias de la Informacion y Comunicacion Estadisticas Sociales Quito.* Quito: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/.

Javier. (del Rey Morato 2018,p. 34- 45). *Comunicacion politica internet y campañas electorales De la teledemocracia a la ciberdemocracia.* Madrid: Editorial Grupo Anaya S. A .

Jose. (Rivera Costales 2020, p. 116- 123). *Rafael Correa y las elecciones 2006 Inicios del marketing y Comunicacion politica digital en Ecuador.* Quito: Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicacion No126.

Landow. (2018, p. 269). *Teoria del hipertexto.* Buenos Aires: Editorial Paidos.

LLAMUCA. (2019, p. 3). *LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS POR JHON VINUEZA EN LAS ELECCIONES SECCIONALES, SEPTIEMBRE 2018- MARZO 2019. TESIS.* Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo .

Lopez. (y Ciuffoli 2020, p. 45- 56). *Facebook es el mensaje Oralidad, escritura y despues* . Madrid : Editorial Prisma .

Loreto. (2020, p. 75). *Libertad de expresion e informacion en internet* . Madrid : Centro de Estudios Politicos y Constitucionales .

Lozada. (2019, p. 5). *"Redes sociales una herramienta de marketing politico en elecciones seccionales en ecuador Tesis.* Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.

Lozares. (Colina 2018,p. 103-26). *La teoria de redes sociales Papers revista de Sociologia Numero 48.* Madrid: Editorial Prisma.

Martinez. (2018, p. 45). *Interner y Lucha Politica Los movimientos sociales en la red* . Buenos Aires : Editorial Paidos .

Martinez. (2019, p. 257). *Derechos y Redes Sociales.* Pamplona: Editorial Aranzadi.

Martinez. (2019, p. 65). *Internet y lucha politiva Los Movimientos sociales en la red.* Buenos Aires: Editorial Capital Intelectual.

Mentinno. (2022). *Ecuador Digital.* Quito Ecuador: Mentinno Innovation & Lifetime Value Partners.: https://www.mentinno.com/estado-digital-ecuador-octubre-2022/.

Mentinno. (2022, p. 5-10). *Ecuador Estado Digital Octubre 22.* Quito: https://www.mentinno.com/estado-digital-ecuador-octubre-2022/.

Miller. (2019, p. 76-85). *Podemos deconstruyendo a Pablo Iglesias* . Madrid: Ediorial Paidos .

Perez. (2020. p. 56-60). *Guia para usuarios identidad digital y reputacion online* . Mexico : Universidad Autonoma de Mexico .

Pew. (Research Center 2022, p.5). *Hoja informativa sobre redes sociales y noticias.* New York: Revista Proyecto de Periodismo.

Ramonet. (2019, p. 56- 60). *La Politica del Caos* . Paris : Editorial Galiee .

Reyes. (2019, p.43- 50). *Comunicacion politica y medios en Mexico.* Toluca: Revista de Ciencias Sociales año 14, numero 43.

Robles. (Morales 2019, p. 56). *Participacion Poltica Digital* . Suiza : Cham Suiza .

Rosalia. (Winocur 2020 p. 56- 65). *La conexion como espacio de controal de la incertidumbre* . Mexico : Universidad Autonoma de Mexico .

Ruth. (Wodak y Michael Meyer 2018, p. 69-99). *Metodos de analisis critico del discurso.* Barcelona: Editorial Gedisa .

sanchez, D. p. (2023, (p. 2-11)). *Analisis de estrategias comunicacionales y marketing politico en redes sociales para elecciones 2023 en Guaranda.* Guaranda: Revista Cientifica Arbitrada de Investigacion en Comunicacion Marketing REICOMUNICAR.

Sartori. (2020, p. 60- 70). *Teoria de la democracia Los problemas clasicos.* Mexico: Alianza Universidad.

Sunstein. (2019, p. 27). *Ir a los extremos como las mentes similares se unen y dividen.* Nueva York: Estados Unidos de America Oxford University Press.

Tang. (G y Lee F 2020, p. 31). *Uso de Facebook y participacion politica : el impacto de la exposicion a informacion politica compartida, conexiones con actores politicos y redes heterogeneidad estructural.* Barcelona: Revista informatica de ciencias sociales Universidad de Barcelona.

Thompson. (2018, p. 90- 95). *Los media y la modernidad Una teoria de los medios de comunicacion* . España : Editorial Paidos .

Touraine. (2018. p. 56-60). *Que es la democracia* . Argentina : Editorial Fondo de Cultura Economica .

Trent. (y Friedenberg 2021, p. 50- 60). *Ciencia Politica Una Introduccion España.* Madrid: Alianza Editores.

Tuñez. (Sixto 2020, p. 45-55). *Redes Sociales politica y Compromiso 2.0: La comunicacion de los diputados españoles en facebook* . Madrid : Alianza Editores .

Veron. (2020, p. 11-26). *La palabra adversativa Observaciones sobre la enunciacion poltica El discurso politico Lenguaje y acontecimientos en la palabra adversativa.* Madrid: Editorial Paidos.

Veron. (2020. p. 11-26). *La palabra adversativa Observaciones sobre la enunciacion politica El discurso politico Lenguajes y acontecimientos en la palabra adversativa.* Madrid: Ediciones Andaluz.

Vinueza. (2018 p. 2). *tesis El uso de redes sociales (Facebook y YouTube) en la campaña electoral para la alcaldia del canton morona en el año 2014.* Quito: Universidad Andina Simon Bolivar.

Wahl. (2019. p. 34- 40). *Que es el estructuralismo* . Buenos Aires : Editorial Lozada .

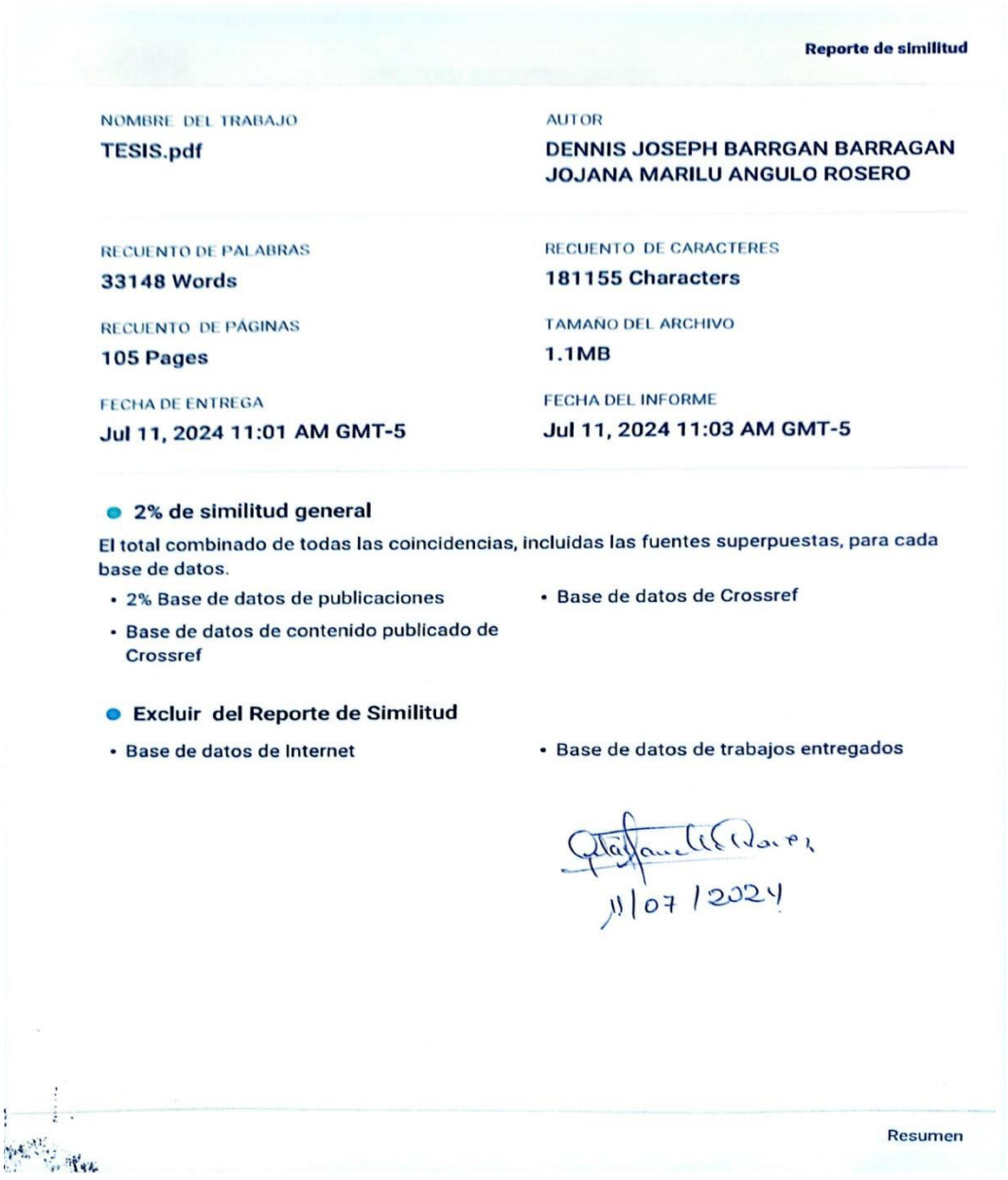
Wodak. (y Meyer 2018 ,p.45-65). *Metodos de analisis critico del discurso* . Barcelona : Editorial Gedisa .

Wolton. (2020, p. 35-121). *Internet y despues que* . Barcelona : Editorial Gedisa .

Wooley. (2018, p. 38). *Propaganda computacional partidos politicos y manipulacion politica en redes sociales* . Londres Inglaterra: Oxford Revista Prensa Universitaria .

ANEXOS

Anexo 1 Certificado turniting



Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO
TESIS.pdf

AUTOR
DENNIS JOSEPH BARRGAN BARRAGAN
JOJANA MARILU ANGULO ROSERO

RECUENTO DE PALABRAS
33148 Words

RECUENTO DE CARACTERES
181155 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS
105 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO
1.1MB

FECHA DE ENTREGA
Jul 11, 2024 11:01 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME
Jul 11, 2024 11:03 AM GMT-5

● 2% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

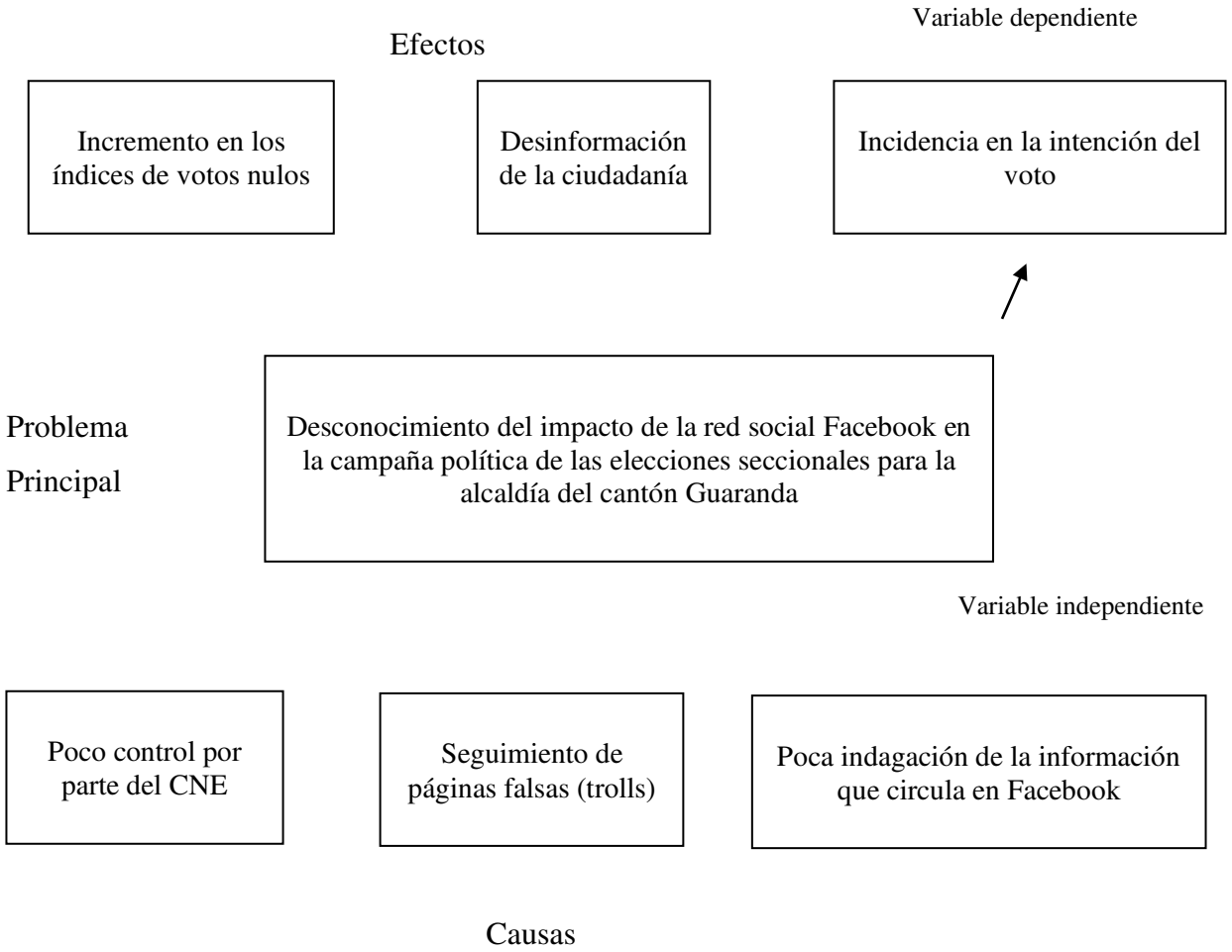
● Excluir del Reporte de Similitud

- Base de datos de Internet
- Base de datos de trabajos entregados

11/07/2024

Resumen

Anexo 2 Árbol de problemas



Anexo 3 Modelo de Encuesta

Encuesta aplicada a la población urbana de la parroquia Guanujo

Objetivo: Elaborar un diagnóstico del uso de la red social Facebook en la población del casco urbano de la parroquia Guanujo.

Datos informativos

Genero

Masculino	
Femenino	
Otro	

1.- Edad …….

CUESTIONARIO

2.- ¿Con cuál de los siguientes candidatos a la alcaldía del cantón Guaranda, tuvo usted preferencia en las elecciones seccionales del 2023? Señale uno.

Adriana Ocampo Partido Sociedad patriótica 21 de enero	
Washington Guamán Partido Construyendo esperanza en Bolívar	
María José Maureira Poveda Movimiento Político Revolución Ciudadana	
Marco Patricio Acuña Saltos Partido Izquierda Democrática	
Medardo Chimbolema Movimiento de unidad plurinacional pachakutik	
Édison Mayorga Alianza Encontrémonos por Bolívar	
Gustavo Jaramillo Partido Suma	
Inti Yumbay Movimiento Alianza Social Mas	
Ninguno de los anteriores	

Por qué _____

3.- tuvo la oportunidad de leer el plan de trabajo y/o propuesta planteada por el candidato de preferencia en los temas de salud, economía, educación, seguridad

Si	
No	

4.- A través de que medio se informaba respecto de las actividades que desarrollaba su candidato.

Medios tradicionales	
Medios digitales	
Redes sociales	

5.- ¿La información en el perfil del candidato fue actualizada?

Diaria	
Semanal	
Mensualmente	

6.- ¿La página de Facebook del candidato mantuvo interacción con los ciudadanos, en qué porcentaje?

20%	
60%	
80%	
100%	

7.- ¿El candidato interactúo con sus seguidores en su perfil página de Facebook por medio de qué elementos?

Texto informativo	
Imagen	
Video	
Ninguna de las anteriores	

8.- ¿El candidato utilizo Facebook en vivo o videos pregrabados para realizar su campaña política?

Si	
No	

9- ¿De la información que se proporcionó en las elecciones seccionales para alcaldes del cantón Guaranda de 2023 por el perfil de su candidato en Facebook cómo calificaría usted la imagen del candidato de su preferencia?

Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

Por qué……..

10, ¿Califique la campaña política de su candidato en la red social Facebook en las elecciones seccionales de 2023?

Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

Por que

…….

Gracias por su participación

Anexo 4 Guía de entrevistas

Entrevista a Msc Doris Mori presidenta de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador.

Pregunta uno

¿Cómo definiría la importancia de Facebook en la comunicación política actual?

Pregunta dos

¿Cómo cree que Facebook ha cambiado la forma en que los ciudadanos interactúan con los políticos y participan en el debate político?

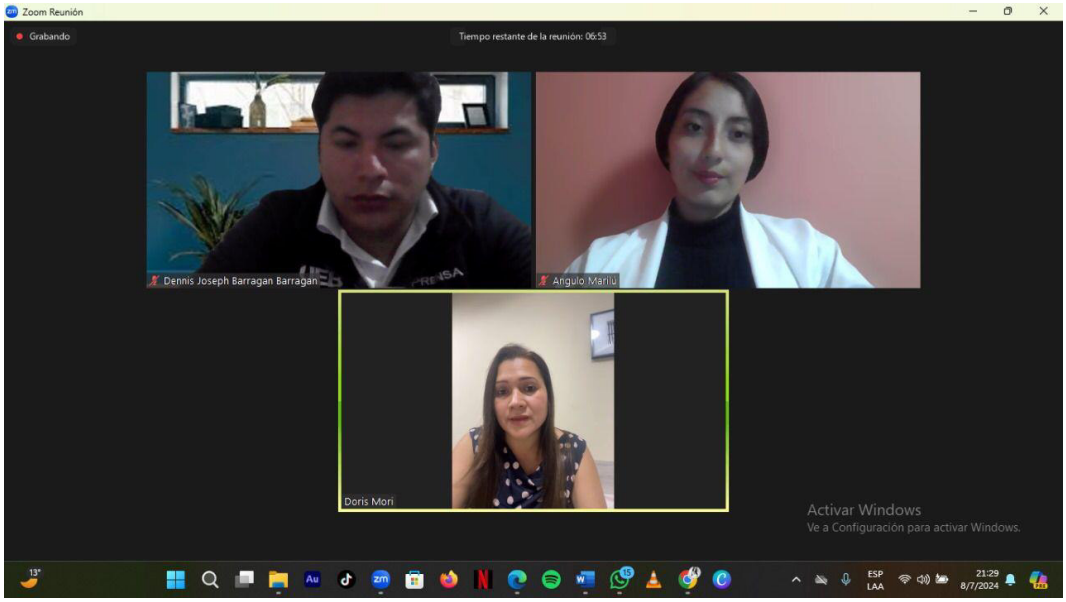
Pregunta tres

¿Qué tipo de contenido entre vídeos imágenes y textos es más efectivo en Facebook para captar la atención del público y por qué?

Pregunta cuatro

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la comunicación política en Facebook especialmente en términos de desinformación y noticias falsas?

Anexo 5 Fotografías








LOS RICOS CEVICHOCHOS
UEB
PRENSA


UEB
PRENSA


PRENSA




UEB
PRENSA


UEB
PRENSA


UEB


LOS RICOS
CEVICHOCHOS
DE POLLO CUERO Y CAMARON


CAFE
MINERVA
COPIAS




DOBLE VIA

