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 LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA:

CONTENIDOS PUBLICADOS EN LA FAN PAGE DEL CANDIDATO ALCALDE INTI YUMBAY, PARAMETRIZANDO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL CANTÓN GUARANDA EN 2023

AUTOR:

GABRIEL RENÁN GARCÍA GALARZA

DIRECTORA:

MGS. DIANA VÁSQUEZ

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 LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA:

CONTENIDOS PUBLICADOS EN LA FAN PAGE DEL CANDIDATO ALCALDE INTI YUMBAY, PARAMETRIZANDO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL CANTÓN GUARANDA EN 2023

AUTOR:

GABRIEL RENÁN GARCÍA GALARZA

DIRECTORA:

MGS. DIANA VÁSQUEZ

PAR ACADÉMICO:

MGS. MARCELO BARRIGA

MGS. LISSETTE ZAMBRANO

GUARANDA – ECUADOR

2024

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CONTENIDOS PUBLICADOS EN LA FAN PAGE DEL CANDIDATO ALCALDE INTI YUMBAY, PARAMETRIZANDO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL CANTÓN GUARANDA EN 2023

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres, Ing. Raúl García Mera y Sra. Rosa Galarza Anzules.

Expreso mis profundos agradecimientos a ustedes que han sido una fuente inagotable del apoyo y amor incondicional, mamá y papá, su dedicación y sacrificio han sido mi guía a lo largo de mi trayectoria académica. Su paciencia y aliento constante han sido el motor que me impulsó a superar cada desafío.

Hoy, en la culminación de mi proyecto profesional, quiero rendir homenaje a quienes han sido mis pilares fundamentales. Mamá, tu amor incondicional y tu sabiduría han sido mi luz guía, siempre has estado ahí para consolarme en los momentos difíciles y celebrar los triunfos conmigo, su dedicación y sacrificio demuestran verdadera fuerza. Papá, tu firmeza y consejos han sido mi inspiración ya que cada vez que dudaba, tus palabras de aliento resonaban en mi mente, recordándome que soy capaz de lograr cualquier objetivo que me proponga.

Juntos formaron un equipo imparable, mostrándome lo que significa perseverar, creer en uno mismo y nunca renunciar a sus sueños. Este éxito no es sólo mío, sino también suyo porque cada página de mi proyecto está impregnada de su amor, dedicación y valores.

Con todo mi amor y gratitud,

Gabriel García Galarza

DEDICATORIA

A mis queridos profesores, a la querida Universidad Estatal de Bolívar,

Quisiera dedicar este logro a mis queridos profesores y a mi querida Universidad, quienes supieron guiarme por el camino correcto para culminar mis estudios de la mejor manera posible. A cada uno de ustedes que con paciencia y dedicación compartieron sus conocimientos, iluminando mi mente con nuevas perspectivas y desafiándome a alcanzar mi máximo potencial.

A mis amigos, compañeros guerreros y confidentes, que han sido testigos de las alegrías y desafíos de este viaje. Su amistad que fue el apoyo emocional que necesitaba para superar los momentos difíciles y celebrar juntos los éxitos, en cada etapa, su presencia hizo de este viaje una experiencia inolvidable. Gracias por ser mi fuente de risas, consuelo y motivación constante.

Cada uno de ustedes ha contribuido de manera única a mi viaje, dejando un impacto más allá de las palabras. Este logro es resultado de un esfuerzo colectivo y mi corazón rebosa de gratitud por tenerte a mi lado.

Con profunda gratitud,

Gabriel García Galarza

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS

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

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. DIANA CAROLINA VASQUEZ NIAMA, Mgs. MARCELO BARRIGA TAMAY, Mgs. MARTHA LISSETTE ZAMBRANO MOREIRA, en su orden: Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación CONTENIDOS PUBLICADOS EN LA FAN PAGE DEL CANDIDATO ALCALDE INTI YUMBAY, PARAMETRIZANDO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL CANTÓN GUARANDA EN 2023 desarrollado por el estudiante **GARCÍA GALARZA GABRIEL RENÁN.**

CERTIFICAN

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

Guaranda, septiembre 2024

Mgs. Diana Carolina Vasquez Niama
DIRECTOR/A

Mgs. Lissette Zambrano Moreira
Par Académico

Mgs. Marcelo Barriga Tamay
Par Académico

DERECHOS DE AUTOR

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo **Gabriel Renán García Galarza** portador de la cédula de identidad N° **1206646794** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:
CONTENIDOS PUBLICADOS EN LA FAN PAGE DEL CANDIDATO ALCALDE INTI YUMBAY, PARAMETRIZANDO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL CANTÓN GUARANDA EN 2023 modalidad presencial, 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.

Gabriel García

Gabriel Renán García Galarza.

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN I

AGRADECIMIENTOS II

DEDICATORIA III

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS IV

DERECHOS DE AUTOR V

Índice de tablas X

Índice de ILUSTRACIONES/GRÁFICOS/FIGURAS XI

ÍNDICE DE ANEXOS XII

INTRODUCCIÓN XIII

RESUMEN XVI

ABSTRACT XVII

CAPÍTULO I 1

1.1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 1

1.1.1. Descripción del problema 1

1.1.2. Formulación del problema 2

1.1.3. Preguntas de investigación 3

1.1.4. Justificación 3

1.1.5. Objetivos: 4

Objetivos específicos 4

1.1.6. Idea para defender 5

1.1.7. Variables 5

Variable dependiente 5

Variable independiente 5

1.1.8. Operacionalización de variables 6

CAPÍTULO II 7

2.1. MARCO TEÓRICO 7

2.1.1. Antecedentes 7

2.1.2. Científico 14

Modelos de comunicación 14

Teoría funcionalista 15

Modelo de la aguja hipodérmica de Lasswell 16

Teoría de los usos y gratificaciones 18

Corriente racionalista 18

Teoría del racionalismo de René Descartes 19

Pensamientos de Walter Lippmann 20

Comunicación por John Dewey 20

Reflexiones sobre la comunicación de Jürgen Habermas 21

Contribución de Thomas Hobbes 23

2.1.3. Conceptual 25

Comunicación 25

Procesos de Comunicación 25

Comunicación política 26

Estrategias de comunicación política 28

Estrategia política 28

Diagnóstico estratégico 29

Etapas de Campaña 30

Fases de la campaña 31

Contenido 38

Historia 38

2.1.4. Marco legal 39

2.1.5. Georeferencial 43

CAPÍTULO III 44

3.1. METODOLOGÍA 44

3.1.1. Tipo de investigación 44

Investigación exploratoria 44

Investigación descriptiva 45

Enfoque de la investigación 46

3.1.2. Métodos de investigación 46

3.1.3. Técnicas y herramientas de recogida de datos 47

3.1.4. Procesamiento de información 48

3.1.5. Metodología de software utilizada en el desarrollo de aplicaciones 48

CAPÍTULO IV 49

4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 49

4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de los resultados. 49

Frecuencia de hashtags 52

Tipo de contenido publicado en la fan page de Inti Yumbay 55

4.1.2. ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTAS 60

4.1.3. Discusión de los resultados 69

4.1.4. Matriz de análisis de datos de los contenidos publicados en la fan page del candidato alcalde Inti Yumbay, parametrizando estrategias de comunicación política en el cantón Guaranda en 2023. 70

CAPÍTULO V 113

5.1. Conclusiones 113

5.2. Recomendaciones 114

Bibliografía 115

Preguntas de entrevista 125

Ficha de observación (en blanco) 126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variable 6

Tabla 2 Número de publicaciones realizadas en la fan page de Inti Yumbay 49

Tabla 3 Tipos de publicaciones subidas a la fan page 51

Tabla 4 Frecuencia de hashtags 52

Tabla 5 Frecuencia de palabras utilizadas 53

Tabla 6 Tipos de contenido publicados 55

Tabla 7 Ejes discursivos utilizados 56

Tabla 8 Nivel de impacto de las publicaciones 57

Tabla 9 Engagement generado en la fan page 59

Tabla 10 Matriz de monitoreo de datos 70

Tabla 11 Ficha de observación 126

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES/GRÁFICOS/FIGURAS

Ilustración 1 .....

Ilustración 2 Metodología de investigación 46

Ilustración 3 Total de publicaciones.....50

Ilustración 4 Tipos de publicaciones subidas al perfil de Facebook.....51

Ilustración 5 Frecuencia de hashtags.....52

Ilustración 6 Frecuencia de palabras utilizadas 54

Ilustración 7 Tipos de contenidos publicados 55

Ilustración 8 Nivel de impacto de las publicaciones 58

Ilustración 9 Engagement.....59

Ilustración 10 Pantallas de programa.....126

Ilustración 11 Reuniones de zoom 127

Ilustración 12 Entrevista 01.....127

Ilustración 13 Entrevista 02.....127

Ilustración 14 Reuniones presenciales 128

Ilustración 15 Revisiones y sugerencias.....128

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO.....125

ANEXO.....126

ANEXO.....127

INTRODUCCIÓN

La comunicación política puede considerarse como un área de investigación, a lo largo de los años se ha propuesto analizar la variedad de contenidos y conversaciones existentes, tanto formales como informales, diversos profesionales han estudiado, llegando a afirmar que la comunicación debe ser entendido o comprendido entre dos partes, es decir, para obtener información correcta es necesario que ésta sea intercambiada entre dos o más personas.

Según numerosas encuestas de este tipo, la política y sus relaciones con los medios de comunicación han hecho que muchas personas se identifiquen con una figura política y su única tarea será que el ciudadano se identifique con él, logrando así convencer constantemente a este nicho, según afirman los medios. Puede interpretarse como el espacio en el que los actores políticos establecen comunicación con diversos segmentos de la sociedad y sus opositores, a través de relaciones de poder, transmiten mensajes a públicos específicos.

La base de la política es la comunicación, ya que la política no existe sin interacción, sin disputa sobre el significado público, sin canalización emocional y sin competencia por la visibilidad en la esfera pública. Esta competencia se desarrolla en el área de la comunicación, utilizando estrategias, mensajes, medios, eventos y otras formas creativas para conectarse con la comunidad. Por lo tanto, se podría argumentar que la comunicación propone y utiliza diversas formas creativas para llegar a una audiencia, canales y mensajes utilizados con el objetivo de influir en los comportamientos individuales, estableciendo relaciones interpersonales para lograr los objetivos comunicativos estratégicos necesarios para el desarrollo. político del candidato.

Los medios de comunicación sirven como canales para la transmisión de mensajes políticos con una determinada intención. Por lo tanto, la comunicación política no es la práctica de la política en sí, sino la forma en que la política se presenta a la comunidad y este es el resultado.

Este cambio radical también ha afectado las campañas de los candidatos que buscan ocupar cargos de elección popular. El objetivo de esta investigación es examinar y analizar el contenido y uso de la fan page de Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay en el contexto de la fijación de estrategias de comunicación política en el cantón Guaranda 2023, Ecuador.

Para lograr este objetivo, se utilizó una metodología cualitativa similar a otros temas de tesis para determinar el número de seguidores, publicaciones e interacciones en la fan page del candidato a la alcaldía Inti Yumbay. Se utilizará una ficha de observación para evaluar el análisis propuesto y se integrará el método de revisión bibliográfica y/o documental para analizar y sistematizar las fuentes de referencia utilizadas.

Dentro del proyecto de investigación se logró encontrar que las fans pages representan una oportunidad importante para la política y también para las instituciones. Brindando así la oportunidad de conectar directamente con muchas personas, también es una gran oportunidad para establecer y mantener relaciones con una comunidad específica.

Por consiguiente en el primer capítulo se abordaron temas como el enfoque que tiene nuestro problema d investigación, el cual se centra en el análisis de los contenidos publicados durante la campaña electoral del candidato a la alcaldía Inti Yumbay, para llegar a comprender los temas políticos abordados en dichos contenidos, la frecuencia y programación de las publicaciones, las preguntas de investigación, justificación,

objetivos, la idea a defender, las variables, conduciendo así a la operacionalización de las variables que tendrán el tarea de especificar los conceptos más claramente, dimensiones, indicadores, técnicas y herramientas así como elementos de variables independientes y dependientes.

El segundo capítulo incluye el contexto (artículos académicos y de investigación), el marco científico (bases teóricas en las que se sustenta la investigación), conceptual, jurídico, georeferencial. Mientras tanto el tercer capítulo incluye todos los tipos de investigación ya conocidos como el enfoque, métodos, técnicas y herramientas que usamos para la recolección de datos, el procesamiento de la información y la metodología del software utilizado en el desarrollo de aplicaciones. Finalmente, el cuarto capítulo, incluye todo el análisis realizado durante el tiempo de realización del proyecto, interpretación y discusión de los resultados.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal identificar los contenidos que se han ido publicando en el perfil de Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay, con el fin de parametrizar estrategias de comunicación política en el cantón Guaranda. Para ello, se utilizó una metodología cualitativa basada en una matriz de monitoreo en el perfil de Facebook de Inti Yumbay. En este sentido podemos revelar que las líneas tradicionales entre actores políticos, medios de comunicación y ciudadanos se están desvaneciendo, esto ha hecho que el público no solo consuma información, sino también tenga la oportunidad de crear y distribuir su propio contenido.

Durante el periodo de campaña que inició el 02 de enero del 2023 hasta 02 de febrero del 2023, se recolectó 119 publicaciones en la fan page de Inti Yumbay, los cuales en base a la revisión bibliográfica se escogió los modelos de estudio planteando así las variables en un enfoque cualitativo y en virtud de esto conocer el tipo de contenidos, frecuencia, hashtags, tipos, palabra o frases y el nivel alcanzado de engagement generado a través de un análisis descriptivo.

Los temas de mayor interés fueron desarrollo local, iniciativas comunitarias y transparencia donde se observaron patrones de publicación constantes con mayor actividad en fines de semana en el cual el feedback fue significativo, pero con áreas de mejora en rapidez y profundidad de respuestas.

Palabras claves: Estrategias, comunicación política, fan page, Desarrollo local, elecciones electorales.

ABSTRACT

The main objective of this research work is to identify the content that has been published on the Facebook profile of the mayoral candidate Inti Yumbay, in order to parameterize political communication strategies in the Guaranda canton. To do this, a qualitative methodology was used based on a monitoring matrix on Inti Yumbay's Facebook profile. In this sense we can reveal that the traditional lines between political actors, media and citizens are fading, this has meant that the public not only consumes information, but also has the opportunity to create and distribute their own content.

During the campaign period that began on January 2, 2023 until February 2, 2023, 119 publications were collected on the Inti Yumbay fan page, which based on the bibliographic review, the study models were chosen, thus proposing the variables in a qualitative approach and by virtue of this know the type of content, frequency, hashtags, types, word or phrases and the achieved level of engagement generated through a descriptive analysis.

The topics of greatest interest were local development, community initiatives and transparency where constant publication patterns were observed with greater activity on weekends in which the feedback was significant, but with areas of improvement in speed and depth of responses.

Keywords: Strategies, political communication, fan page, local development, electoral elections.

CAPÍTULO I

1.1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1.1. Descripción del problema

El objetivo de este estudio es analizar el contenido ya publicado en la fan page del candidato a la alcaldía Inti Yumbay, de igual manera, comprender cómo en el contexto actual estas campañas a través de redes sociales juegan un papel importante para la política, cómo generan este contenido positivo y crean un impacto en la opinión pública a través de la intención de voto de los ciudadanos, porque esto es crucial a la hora de examinar en detalle el contenido publicado por el candidato.

Es claro que es necesario comenzar a comprender los temas políticos abordados en dichos contenidos, la frecuencia y oportunidad de las publicaciones, el grado de participación e interacción de los seguidores, esto ayudará a resolver la duda de muchos investigadores sobre la influencia que tienen. estos nuevos medios digitales. El objetivo es examinar todos los formatos de contenido utilizados, incluida su relación con el nivel de participación y lealtad generado en la página de fans.

Es necesario ver hasta qué punto los contenidos publicados tienen éxito y se han difundido, como influyen en la percepción de los seguidores y comunidad en general. Este enfoque evidencia los bajos rendimientos de los miembros del equipo de comunicación, la dificultad de dar importancia a las noticias y cambiar la perspectiva desde la cual se informa podemos observar que en última instancia el personal de comunicación no se ve afectado por reglas claras. Cuando se trata de actitudes o públicos objetivo concretos, las publicaciones muestran falta de creatividad y finalmente el trabajo en equipo no está consolidado.

El impacto del contenido de la página de fans de Inti Yumbay durante las campañas políticas en el cantón Guaranda en 2023 puede tener poco impacto, lo que dificulta evaluar su influencia en los votantes. La saturación de internet también se puede ignorar, desde un punto de vista general, en la exageración de publicaciones en las redes sociales puede ser inútil que una sola página sea más llamativa y atractiva la participación del votante. Quizá mejor no hacer esto con nuestra actual desconfianza general hacia las empresas políticas en línea y el grado que ya hemos alcanzado en el que casi perdemos la fe ante. Debido a esto es que los votantes suelen dudar de los mensajes políticos en línea de ninguna manera media. redes sociales, mermancia su disposición a ser convencido.

Si bien las estrategias de comunicación política pueden enfocarse en públicos específicos, los algoritmos de las redes sociales pueden limitar el alcance orgánico de las publicaciones, dificultando llegar a audiencias más amplias. El bajo impacto observado en la página de fans de Inti Yumbay durante las campañas políticas del cantón Guaranda en 2023 ejemplifica este desafío.

La gran cantidad de información en las redes sociales, así como la desconfianza de los ciudadanos hacia los mensajes políticos difundidos en estas plataformas, dificultan medir con precisión el impacto real de las campañas políticas en este medio.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo influyeron los contenidos publicados en la fan page del candidato alcalde Inti Yumbay, a través de las estrategias de comunicación política en el cantón Guaranda 2023?

1.1.3. Preguntas de investigación

¿Cuáles son los temas políticos más recurrentes en las publicaciones de la fan page de Inti Yumbay?

¿Cuál es el nivel de interacción de los seguidores en términos de comentarios, compartidos y reacciones sobre el contenido publicado en la fan page de Inti Yumbay?

¿Cuáles son los formatos de contenidos más utilizados en las publicaciones de la fan page de Inti Yumbay y cuáles generan mayor impacto en la audiencia?

¿Qué estrategias de comunicación política utiliza Inti Yumbay en su fan page y cómo se alinean con los objetivos de su campaña electoral?

¿Cuál es el impacto del contenido publicado en la fan page de Inti Yumbay en la intención de voto de los candidatos y en la opinión pública en el cantón Guaranda?

1.1.4. Justificación

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad examinar de manera exhaustiva el uso de la red social Facebook como una herramienta de comunicación estratégica durante la campaña política de Inti Yumbay, sin embargo, este trabajo permitirá obtener un aporte teórico contribuyendo así al análisis de contenidos que fueron utilizados en la fan page del candidato.

Las redes o los nuevos medios ofrecen la oportunidad de examinar de cerca la forma en que se presenta la información sobre las acciones y decisiones de los actores políticos. Estas plataformas permiten a los alcaldes compartir medidas, proyectos en curso y políticas implementadas directamente con los ciudadanos, al momento de estudiar el contenido de estas páginas, podemos obtener una visión clara de los objetivos del candidato, así como evaluar su nivel de transparencia y responsabilidad.

Además de ser una herramienta de comunicación sumamente importante, las redes sociales ofrecen un canal de participación ciudadana directa. Al identificar patrones de interacción y opiniones expresadas en estas plataformas, los alcaldes pueden adaptar sus políticas y proyectos para garantizar una mayor satisfacción y bienestar de los ciudadanos.

Otro aspecto relevante del análisis de la fan page del alcalde Inti Yumbay es su impacto en la intención de voto de los ciudadanos del cantón Guaranda. Estas plataformas permiten a los ciudadanos tener acceso directo a información relacionada con las actividades, proyectos y convenios que pueden realizar en su gestión, de esta manera la interacción se da sin intermediarios ni filtros.

El enfoque metodológico se basa en análisis de casos y entrevistas exhaustivas. Los resultados indican que la Web 2.0 presenta una serie de oportunidades para el activismo político, aunque también impone algunos límites a su efectividad.

1.1.5. Objetivos:

Objetivo general

Identificar los contenidos publicados en la fan page del candidato alcalde Inti Yumbay, parametrizando estrategias de comunicación política en el cantón Guaranda 2023.

Objetivos específicos

- Analizar los temas que generaron mayor interés y participación en la ciudadanía guarandeña.
- Determinar la frecuencia, distribución horaria y patrones de publicación en la fan page de Inti Yumbay durante el período de análisis.

- Evaluar el rendimiento efectivo de la fan page mediante la constatación del feedback entre el candidato Inti Yumbay y la ciudadanía.

1.1.6. Idea para defender

El candidato a la alcaldía Inti Yumbay utilizó la fan page para generar impacto en los ciudadanos con intención de votar a través de contenidos publicados en la red social Facebook durante la campaña electoral.

1.1.7. Variables

Variable dependiente

Contenidos publicados

Variable independiente

Comunicación política

1.1.8. Operacionalización de variables

Tabla 1 *Operacionalización de variable*

Categorías	Dimensiones	Indicadores	Técnicas y herramientas	Elementos
Variable dependiente: **Contenidos publicados**	Comunicación Apuesta La eficacia de la propagación del mensaje y su contenido.	Información Interacción Excelencia en el contenido Nivel de influencia del mensaje.	Hoja de observación vía software como ATLAS.IA y MAXQDA	¿Qué enfoque ideológico se utilizó en las declaraciones emitidas por Inti Yumbay? ¿Qué tipo de contenido es más interesante en la fan page del candidato?
Variable independiente: **Comunicación política**	Temas relevantes para la comunidad. Percepción pública Apoyo popular	Partidos políticos Ideologías Impacto social	Entrevistas: Politólogos y analistas.	¿Qué cambios propone para mejorar la fan page del candidato a la alcaldía Inti Yumbay? ¿Ha cambiado de opinión sobre el candidato a la alcaldía Inti Yumbay después de seguir su página de fans durante la campaña electoral?

Fuente: *Pelegrin Entenza* (2024), *Vinueza* (2022), *Abello Barron* (2020).

Elaborado por: *Gabriel García Galarza.*

CAPÍTULO II

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes

En la actualidad, la era digital, junto con las plataformas de redes sociales y sitios web, ha tomado un papel fundamental en la interacción y comunicación entre los gobiernos locales y los ciudadanos. En este contexto, la fan page de Facebook y la página oficial del Dr. Inti Yumbay se han consolidado como canales clave para la difusión de información, la promoción de actividades y la interacción con la comunidad del cantón Guaranda.

El presente análisis tiene como objetivo examinar detalladamente los contenidos publicados en estas dos plataformas durante el año 2023, así como su posible influencia en la opinión pública local. Este estudio resulta relevante dada la creciente importancia de entender cómo la comunicación digital gubernamental afecta la percepción y participación de los ciudadanos en asuntos locales.

Revisando el repositorio de la Universidad Central del Ecuador, de la Facultad de Comunicación Social FACSO, para obtener el título de maestría en comunicación sobre “EL USO POLÍTICO DE LAS REDES SOCIALES: ESTRATEGIAS Y CONTENIDOS UTILIZADOS POR LOS CANDIDATOS CÉSAR MONTÚFAR Y JORGE YUNDA EN LAS ELECCIONES A LA ALCALDÍA DE QUITO, PERÍODO DEL 5 DE FEBRERO AL 20 DE MARZO DE 2019” se obtuvo el análisis donde se concluye que, en países europeos y también en América Latina, se está probando el concepto 2.0 que conocemos gracias a los sitios web, dando lugar a impactar de nuevas formas de seguridad esencial que tienen estas herramientas de comunicación, es decir

que vemos que la mayoría, si no todos, los medios que ya conocemos y que son tradicionales han migrado a las redes sociales (Revelo Benalcázar , 2021).

Del mismo modo coincido con el proyecto de investigación publicado por la revista Dígitos de Comunicación Digital para la Universidad de Valencia titulado "BLOGS, FACEBOOK Y TWITTER EN LAS ELECCIONES GENERALES DE 2011. ESTUDIO CUANTITATIVO DEL USO DE LA WEB 2.0 POR PARTE DE LOS CABEZAS DE LISTA DEL PP Y DEL PSOE", se llega a la conclusión que sus afirmaciones demostraron que la gran mayoría de partidos y candidatos utilizan la web 2.0 para catapultarse, donde no sólo se suben contenidos a Internet, sino que se pueden mezclar con otros medios para lograr mejoras en el campo idioma (Gamir Ríos, 2016).

Según Casero Ripollés (2015) en su artículo publicado en la revista científica para la Universidad Complutense de Madrid titulado "ESTRATEGIAS Y PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DEL ACTIVISMO POLÍTICO EN LAS REDES SOCIALES EN ESPAÑA" la misma que presenta la siguiente conclusión: Queda claro que las plataformas de redes sociales introducen importantes innovaciones en las ideologías sociales, para ello, se estudian tres procesos específicos: la autogestión de la información, la vigilancia de las instituciones de poder y el derrocamiento de la agenda establecida.

Según Félix Tezanos y Díaz (2016), en su artículo académico publicado en la revista científica Temas para el debate para la Universidad Nacional de Educación a distancia y la Universidad Complutense de Madrid denominado "LAS REDES SOCIALES EN INTERNET Y SU USO E INFLUENCIA EN LA VIDA POLÍTICA UN APROXIMACIÓN EMPÍRICA" la misma que tiene por conclusión: Tanto la opinión como los radiodifusores están sujetos a las decisiones que la población toma

respecto de la política actual, esto permite comprender si existen disparidades en términos de terminología sociológica que existen en los países europeos donde se ven obligados a considerar simultáneamente modelos diferentes y segmentados aspectos del comportamiento político.

Según Vire Riascos (2018) expresa en su tesis publicada en los repositorios de la Universidad del Azuay en conjunto con la Universidad de VIC Universidad Central de Catalunya "COMUNICACIÓN POLÍTICA EN ECUADOR, ANÁLISIS DE LA PRESENCIA EN MEDIOS SOCIALES DE LOS ASAMBLEÍSTAS ECUATORIANOS", la misma que tiene por conclusión: Que la comunicación ha evolucionado a lo largo de la historia hasta convertirse en algo todopoderoso, considerado intrínseco en la sociedad actual. La única tarea que corresponderá a estos medios será la de ofrecer la verdad a sus oyentes, sin olvidar que la comunicación es el mejor vehículo para lanzar las peticiones, movilizaciones y manifestaciones que la gente organiza. Sin embargo, buscamos fuertemente aplicar un modelo de personas tradicional (remitente, canal, receptor) que genere bajo impacto.

Desde el punto de vista de Ruiz Paz (2020) en su artículo publicado en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí denominado "PLATAFORMAS DIGITALES EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA", da a conocer su conclusión donde menciona que el aumento del uso de plataformas digitales en el ámbito de la comunicación política ha generado una alteración de la percepción política general. Actualmente, es imperativo incluir estrategias digitales en redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, entre otras, en toda campaña electoral.

Esto ha presentado nuevos desafíos para los partidos políticos y los políticos individuales, quienes se han visto obligados a adoptar nuevos enfoques de

comunicación para comunicarse directamente con los votantes. Este auge de los medios digitales ha reconfigurado lo que antes se consideraba consolidado, dando lugar a una comunicación híbrida que combina elementos de lo público y lo privado, caracterizada por su espontaneidad.

Según Silvia Marcos García (2018) en su tesis doctoral publicada en la Universidad Jaume I sobre "EL DISCURSO POLÍTICO, Y LA CLASE POLÍTICA EN GENERAL, HA TENIDO QUE ADAPTARSE PAULATINAMENTE A LA LÓGICA NARRATIVA Y A LOS INTERESES ESTRATÉGICOS DE LOS MEDIOS EN ESTE CONTEXTO", llega a la conclusión que este tipo de estudio propone un modelo metodológico para examinar el uso de la red social Facebook por parte de candidatos políticos y sus seguidores durante la campaña electoral mexicana de 2018. Por lo tanto, esta investigación pretende contribuir al avance del conocimiento sobre el diálogo político presente en conversaciones en redes sociales, como Facebook.

> En las últimas décadas, el campo de la comunicación política ha experimentado una importante redefinición influenciada por los avances tecnológicos. La aparición de Internet, y en particular de las redes sociales, ha generado un nuevo panorama comunicacional en el que el control ejercido por las élites políticas y periodísticas se debilita, otorgando a los ciudadanos un papel protagónico en el proceso comunicativo. Como resultado, las fronteras tradicionales entre los actores políticos, los medios y los ciudadanos se están desdibujando, lo que permite al público no sólo consumir información, sino también tener la oportunidad de crear y distribuir su propio contenido (p. 28).

Aunque han integrado estas plataformas en su estrategia de comunicación, siguen utilizándolas de forma unidireccional, considerándolas

como un medio convencional adicional. Esto implica que partidos y políticos sigan utilizando estos espacios de la misma forma conservadora que en los primeros años de aparición de las redes sociales, limitándolos a simples folletos informativos sin ofrecer la posibilidad de diálogo interactivo entre los usuarios (p. 32).

Se podría decir que actualmente los actores políticos, las élites y el periodismo influyen en el pensamiento crítico de las personas a través de las redes sociales, persuadiéndolas, generando cambios en la expresión, las ideas y los conocimientos competitivos. El hecho de que las redes sean capaces de posicionarse en los canales de deliberación de cuestiones políticas, influyendo así en la sociedad, ha llevado al surgimiento de nuevas formas de participación dentro de los procesos comunitarios o democráticos (Marcos García, 2018).

Según Moguer Terol (2015) expresa a través de su tesis doctoral para la Universidad de Sevilla sobre la "COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LAS REDES SOCIALES: ANÁLISIS DEL DISCURSO POLÍTICO DE ÁMBITO LOCAL EN MEDIOS TRADICIONALES Y REDES SOCIALES" la misma que tiene por conclusión: en lugar de una sola persona o comunidad local, pues con el advenimiento de la televisión, la radio y el cine, el espacio físico y el tiempo ya no era un problema.

El objetivo de este artículo es examinar las tácticas y acciones comunicativas utilizadas por los activistas políticos en las redes sociales en el contexto español, aportando así los resultados de la autogestión de la información, las ideologías, la vigilancia, el poder, entre otros factores que empujan a las redes al siguiente nivel, controlando así a las masas. Las

plataformas de redes sociales ejercen una influencia significativa en el aspecto comunicativo del activismo político (p. 2).

Es importante aclarar entonces que el análisis de los discursos políticos de ciertos referentes se repite localmente en los medios tradicionales y en redes sociales como Facebook, esto ayuda y es un punto positivo para nuestra investigación, así podemos redirigir nuestro proyecto hacia como los políticos y partidos electorales reconocen el abanico de usuarios a los que pueden acceder y por tanto crean perfiles en estas plataformas.

Al utilizarlas, sin embargo, les dan importancia a estas redes como herramienta de comunicación electoral, lo que se traduce en un aumento del número de seguidores interesados en sus publicaciones, porque la propia herramienta, es decir, el medio, se convierte en mensaje, valor añadido significativo.

La comunicación política ha evolucionado desde el encuentro personal del político con los votantes durante las primeras "reuniones" hasta el uso de la prensa, la radio y más tarde la televisión como medio de comunicación entre los políticos y el público. Los partidos políticos envían un mensaje estándar a un gran número de personas que se reúnen frente a los medios de comunicación. La televisión, la radio y la prensa son suficientes para transmitir a todos lo necesario de forma rápida y eficaz.

Se ha realizado la selección del texto publicado por la Universidad Autónoma de Querétaro, México sobre “LA POLÍTICA EN INTERNET, ¿DE LA MEDIATIZACIÓN A LA CONVERGENCIA DIGITAL?” la misma que tiene por conclusión: ¿Importa Internet? Barack Obama, expresidente de Estados Unidos entre 2008 y 2016, fue el primer candidato en décadas que prefirió visitar Google antes que el consejo editorial del New York Times. Históricamente, en Estados Unidos, cualquier

candidato a la Casa Blanca necesitaba la aprobación del consejo editorial del periódico de Nueva York, porque se creía que, si estos medios se oponían, poco se podía hacer en una campaña hasta que Obama cambiara. esta perspectiva.

Citando a Costa i Badía (2009) catedrático de Comunicación Política a través de su artículo para la Universidad Autónoma de Barcelona sobre "LA UTILIZACIÓN DE INTERNET POR PARTE DE BARACK OBAMA TRANSFORMA LA COMUNICACIÓN POLÍTICA" misma que presenta la siguiente conclusión: Se concluye que, para hacer un buen análisis de las causas que determinan la victoria hay que hablar de la personalidad del candidato, la situación política inicial, la financiación, los contrincantes y el mensaje que transmite a los votantes la campaña ganadora, el tipo de discurso utilizado y los medios que se utilizaron para comunicar y movilizar a los votantes a favor de su candidatura.

Este artículo, publicado en diciembre de 2009, se centra en todas estas innovaciones tecnológicas utilizadas por Barack Obama, ex presidente de los Estados Unidos, nuestro análisis va dirigido al funcionamiento durante las elecciones y en su comunicación con los votantes. El texto menciona el orden en que aparecieron las páginas web. de Obama en Internet, la creación de su propia plataforma social, su presencia en otras redes sociales y el uso activo de YouTube en particular.

Finalmente, un análisis inicial sugiere que el uso de Internet por parte de Obama probablemente conducirá a un cambio significativo en la comunicación política en el futuro cercano.

2.1.2. Científico

Modelos de comunicación

Los modelos de comunicación son estructuras teóricas que describen cómo se transmite la información entre emisor y receptor, enfatizando los elementos y el proceso involucrado. Entre los autores que han trabajado en estos modelos destacan Wilbur Schramm, quien introdujo la noción de retroalimentación; Claude Shannon y Warren Weaver, con su modelo matemático de la comunicación; y Jesús Timoteo Álvarez, quien ha explorado la evolución histórica de estos modelos en el contexto hispano.

Wilbur Schramm: Considerado uno de los pioneros en la teoría de la comunicación, Schramm introdujo la idea de la retroalimentación, haciendo hincapié en el proceso bidireccional de la comunicación y la importancia del contexto y los campos de experiencia compartidos entre emisor y receptor. Su modelo es conocido por enfocarse en la interacción continua, destacando la participación activa de ambas partes en el intercambio de mensajes (Schramm & Guasch, 1988).

Claude Shannon y Warren Weaver: Desarrollaron el modelo matemático de la comunicación, que describe el proceso como una transmisión lineal de información desde un emisor a un receptor a través de un canal, con la consideración de posibles ruidos que distorsionan el mensaje. Este modelo es fundamental para las ciencias de la información y la teoría de la comunicación moderna (Shannon & Weaver, 1949).

Jesús Timoteo Álvarez: En su obra "Historia y Modelos de la Comunicación en el siglo XX", Álvarez examina la evolución de los modelos de comunicación, destacando cómo se han adaptado a los cambios sociales y tecnológicos. Jesús Timoteo Álvarez ha optado por no abordar una historia exhaustiva de la información. Su obra, basada en exposiciones académicas, busca sintetizar un proceso complejo y en

constante cambio, enfrentando desafíos en la organización jerárquica de los contenidos. Esta labor pionera es valiosa y apreciada tanto por estudiantes como por colegas del campo. Su enfoque abarca desde los modelos clásicos hasta los más recientes, con un énfasis en el contexto hispano (Guasch, 1987, pág. 197).

Teoría funcionalista

La división del trabajo como cuestión ética analiza las representaciones y las normas morales en relación con las diversas formas jurídicas, solidaridades y tipos sociales. Considera cómo la división del trabajo puede inducir condiciones anómicas, explora la relación entre el suicidio y los imperativos morales, y examina la construcción social del Estado y del individuo.

Según StudySmarter (2024) la teoría funcionalista es una teoría estructural, lo que implica que las estructuras sociales moldean a los individuos. Según esta perspectiva, los individuos son el resultado de las estructuras sociales y el proceso de socialización. Se conoce también como teoría "descendente".

El funcionalismo fue establecido por el sociólogo francés Émile Durkheim. Otros teóricos prominentes en esta perspectiva incluyen a Talcott Parsons y Robert Merton, quienes aplicaron el enfoque funcionalista en áreas como la educación, la estructura familiar y la desigualdad social.

Funcionalismo: Talcott Parsons amplió la teoría de Émile Durkheim, profundizando en la concepción de la sociedad como un sistema estructurado en funcionamiento.

Analogía orgánica: Parsons argumentaba que la sociedad funciona de manera análoga al cuerpo humano; ambos sistemas tienen componentes que colaboran para

lograr un objetivo común, lo que él denominó analogía orgánica. En esta perspectiva, cada componente social actúa como un "órgano" con funciones específicas, esenciales para la cohesión social. Así como los órganos del cuerpo trabajan en conjunto para mantener la vida, las instituciones sociales interdependientes colaboran para asegurar el equilibrio y la estabilidad de la sociedad.

Modelo de la aguja hipodérmica de Lasswell

Según Guzmán Martínez (2018), el modelo de Lasswell proporcionó un marco útil para examinar la comunicación de masas y sus elementos, así como su impacto en diferentes audiencias. Inicialmente se propuso como una herramienta para categorizar los estudios de comunicación masiva y analizar las variables que influyen en la transmisión de un mensaje.

Sin embargo, este modelo ha generado conceptos valiosos que pueden aplicarse al análisis de la comunicación en general, no limitados sólo a la comunicación de masas. “La teoría de la aguja hipodérmica es obra de Harold Dwight Lasswell, basada en el análisis de la propaganda y sus efectos en la formación de la opinión pública (proyectoambulante, 2020). La teoría de la aguja hipodérmica se originó durante la Segunda Guerra Mundial, cuando Joseph Goebbels, Ministro de Propaganda del Tercer Reich, difundió las ideas del Partido Nazi a través de los medios de comunicación.

Esta teoría se basa en el concepto de que los medios "inyectan" información filtrada y manipulada, haciendo que el contenido presentado sea aceptado como verdadero por el público. Como resultado, las personas tienden a percibir la información transmitida por los medios como veraz, sin sentir la necesidad de verificarla o cuestionarla.

Según Lasswell (1948) asegura que a “través de qué canal, a quién y con qué efecto su enfoque se centra en los elementos clave: quién transmite el mensaje, qué se dice, cómo se transmite y cuál es su impacto”. Piense en la comunicación como un proceso en el que se comparten significados a través de símbolos. Destaca la importancia del destinatario en la interpretación del mensaje.

Como señalan Shannon & Weaver (1949), la información se considera un producto relacionado con la cantidad de datos presentes en un mensaje. Esta teoría nos permite examinar la cantidad de información contenida en un mensaje según la capacidad del medio utilizado. Esta capacidad se evalúa en términos de bits binarios (0,1), los cuales están asociados con la velocidad de transmisión del mensaje, la cual puede verse afectada por interferencias.

El principio clave de la teoría de la información es que la transmisión de información requiere un canal (como una línea telefónica u ondas de radio). Se analiza tanto la propia información como las características de los canales, así como la relación entre la información a transmitir y el canal utilizado, con el objetivo de optimizar su uso.

Como lo expresa el licenciado en Comunicación Social Melgarejo (2020), la teoría de la aguja hipodérmica, también conocida como teoría de la hipodérmica, teoría de la bala, teoría de la transmisión en cadena o teoría de la propaganda, es un modelo de comunicación lineal desarrollado en la década de 1920 que propone que los mensajes transmitidos por los medios penetren directamente. mentes de las personas, como una aguja inyectada en la sangre.

Este enfoque teórico aborda la influencia de los medios sobre el público y sostiene que los medios controlan lo que la gente percibe, teniendo efectos inmediatos

y directos sobre ellos. Se basa en la idea de que las personas son receptores pasivos que no pueden evitar ser influenciados por ideas, ideologías y mensajes transmitidos por los medios de comunicación.

Teoría de los usos y gratificaciones

La Teoría de los Usos y Gratificaciones, formulada por Katz, Blumler y Gurevitch (1973), sostiene que los individuos seleccionan y utilizan los medios de comunicación para satisfacer necesidades específicas y obtener gratificaciones individuales. Este enfoque destaca el papel activo del receptor en la elección y el uso de los medios según sus objetivos personales, en lugar de ser simplemente influenciado pasivamente por los contenidos mediáticos (págs. 509-523).

La teoría de los usos y gratificaciones sugiere que las personas emplean los medios de comunicación y consumen contenidos audiovisuales para satisfacer necesidades y deseos particulares. A diferencia de otras teorías sobre los medios, esta perspectiva considera a los usuarios como agentes activos con control sobre su consumo de medios, en lugar de meros receptores pasivos de mensajes y contenidos.

Corriente racionalista

En su influyente obra “Teoría de la acción comunicativa”, publicada en 1981, Habermas revisita de manera innovadora el tema de la racionalidad moderna planteado por Max Weber. Según Weber, la modernidad se distingue por una racionalización fundamental de sus visiones del mundo, entendiendo esta racionalización como un proceso de desencanto o desencanto (Grondin, 1990).

Este tribunal de la racionalidad nos lleva al dominio de la acción comunicativa. El lector puede legítimamente esperar que un resumen de 1.175 páginas como "Teoría de la acción comunicativa" aclarará completamente el significado de la expresión

"acción comunicativa". Sin embargo, esto no sucede deploramos la ausencia de una presentación concisa de esta noción en una obra que parece prestar más atención a los comentarios críticos de otros filósofos o sociólogos que a sus propias herramientas teóricas. En todo el texto sólo existe una definición de acciones comunicativas, un denso pasaje que se reproduce a continuación

> Más bien me refiero a acciones comunicativas cuando los planes de acción de los agentes involucrados no están dirigidos por consideraciones egoístas de éxito, sino por actos de comprensión mutua. En la acción comunicativa, los participantes no se centran inicialmente en su propio éxito; más bien, buscan lograr sus objetivos individuales con la capacidad de comprender los planes de acción de cada uno, basándose en definiciones comunes de la situación. Desde el principio, la negociación de estas definiciones situacionales es un componente crucial de los esfuerzos interpretativos necesarios para lograr la acción comunicativa (p. 4).

Teoría del racionalismo de René Descartes

Otra contribución fundamental de Descartes a la filosofía es el racionalismo, un movimiento que postula que la razón es la única fuente confiable de conocimiento. Descartes sostuvo que la mente humana tiene la capacidad de alcanzar la verdad a través de la razón y que esta verdad es universal y necesaria. Esta concepción ha tenido un gran impacto en la filosofía y generó numerosos debates sobre la naturaleza del conocimiento y la verdad (Inforpractico, 2023).

Según Malena (2010), "el racionalismo propone la razón como única fuente de verdad, contrariamente a lo que afirma el dogma de la fe, y a lo que nos revelan los sentidos o la imaginación, que puede ser dudoso".

El racionalismo postula que los seres humanos tienen habilidades innatas que les permiten encontrar explicaciones a todos los fenómenos. Esta idea se basa en la creencia de que la mente humana contiene la totalidad de la existencia y no distingue entre el ser y el acto de pensar. Esta aproximación a la realidad es similar al principio hermético, según el cual todo está contenido en el todo y que el ser humano es una manifestación del cosmos. Sin embargo, esta noción plantea la pregunta de por qué existe la ignorancia si toda la verdad reside en la mente.

Descartes responde a esta pregunta afirmando que para llegar a la verdad se necesita un método que elimine toda duda, ya que la capacidad de la mente es limitada. Las matemáticas pueden servir como método, utilizando el proceso deductivo basado en axiomas, ya que el método matemático garantiza resultados precisos y libres de errores. La perspectiva mecanicista del racionalismo concibe la realidad como compuesta de partes y cree que basta descubrir sus principios mecánicos para comprenderla.

Pensamientos de Walter Lippmann

Las interpretaciones visuales también pueden estar sujetas a errores importantes, particularmente en la identificación, el reconocimiento, el juicio de distancia y las estimaciones numéricas como el tamaño de la multitud. Para quienes no tienen una formación específica, la percepción del tiempo puede variar considerablemente. Estas debilidades fundamentales se ven exacerbadas por los efectos de la memoria y la constante capacidad creativa de la imaginación. (Lippman, 1922).

Comunicación por John Dewey

De acuerdo con Parada (2013) existe una conexión más profunda que el simple vínculo lingüístico entre las palabras común, comunidad y comunicación. Para muchos

individuos, la vida comunitaria se basa en lo que tienen en común, y la comunicación es el medio por el cual se establecen estos puntos de acuerdo.

La educación es fundamental para la sociedad, porque a través de ella se transmiten valores y conocimientos de generación en generación. Sin esta transferencia de ideales, normas y opiniones de los miembros mayores a los más jóvenes, la vida social no podría durar. Partiendo de esta premisa, el autor sostiene que existe un vínculo fundamental entre los conceptos de "común", "comunidad" y "comunicación". Lo que distingue a una comunidad de una simple asociación física es el hecho de compartir creencias y valores, que es posible gracias a la comunicación (Geneyro, 1994).

Dewey interroga las creencias y prácticas de una sociedad con democracia limitada y residual, y las características que esto implica en una moral fragmentada y reticente. En resumen, se considera que la democracia es limitada cuando se limita a la expresión pública formal y no está plenamente integrada, tanto en su sustancia como en sus procedimientos, en muchas otras instituciones y ámbitos sociales, especialmente en el ámbito económico, pero también en el campo científico a nivel interno e incluso en el propio sistema educativo. También se considera residual porque se satisface mediante ciertas prácticas ritualizadas (p. 84).

Reflexiones sobre la comunicación de Jürgen Habermas

A diferencia de Marx, Habermas sostiene que el cambio social debe ocurrir no sólo en términos materiales, sino también en el ámbito simbólico de la comunicación y el entendimiento entre las personas. En este sentido, Habermas reexamina la distinción entre trabajo, racionalmente centrado en un objetivo específico, e interacción, como dos aspectos fundamentales e irreductibles de la acción. Intenta integrar elementos de interacción comunicativa en el proceso de producción (trabajo).

Esta perspectiva marca una ruptura con las ideas de Theodor Adorno y Max Horkheimer, aún arraigadas en el paradigma de la filosofía de la conciencia. Habermas desarrolla un concepto de razón basado en las estructuras de la intersubjetividad que se manifiesta a través del lenguaje. Desde este enfoque, Habermas se propone construir una teoría de la racionalidad humana a través del análisis de las condiciones universales de comunicación.

Este esfuerzo culmina en la teoría de la acción comunicativa, basada en las teorías sociales de Weber y Parsons, así como en la filosofía del lenguaje. Su objetivo no es imponer una ley, sino proponer una teoría de enunciados universales.

El movimiento filosófico de Jürgen Habermas, conocido como acción comunicativa, se centra en comprender cómo las personas interactúan y se comunican para construir significados compartidos y lograr un entendimiento mutuo dentro de la sociedad. Según Habermas, la comunicación es fundamental para la interacción humana y para la construcción de la realidad social. En esta teoría emergen dos conceptos clave: el mundo de la vida y el sistema.

El mundo de la vida representa el ámbito de la vida diaria en el que las personas interactúan, expresan sus intenciones y construyen un entendimiento mutuo a través de auténticas acciones comunicativas basadas en la cooperación y el respeto mutuo. Por otro lado, sistema se refiere a estructuras institucionales como la economía y la política, que tienden a orientarse hacia la eficiencia y la maximización de los beneficios individuales.

Habermas propone que la acción comunicativa ideal se desarrolla en un diálogo abierto y auténtico, sustentado en argumentos racionales y la búsqueda del consenso.

Para ello distinguimos tres tipos de validez: comprensión, verdad y normatividad, que garantizan una comunicación efectiva y un entendimiento mutuo.

Este movimiento filosófico busca promover el papel central de la comunicación auténtica y el diálogo abierto en la toma de decisiones y en la construcción de una sociedad justa y cooperativa. En resumen, la teoría de la acción comunicativa ofrece una perspectiva profunda sobre cómo la comunicación influye en la construcción de la realidad social y la creación de una sociedad más equitativa y participativa.

En este estudio se exploran varias teorías que brindan un marco teórico sólido para analizar el contenido de las publicaciones en la plataforma Facebook desde la perspectiva del análisis de contenido.

Contribución de Thomas Hobbes

Como señala Briceño (2023), sus aportaciones se centran en el estudio del ser humano, la sociedad y el impacto que esta puede tener en la vida humana. Sus ideas tuvieron gran impacto en todo el mundo y sostuvo que el estado natural del ser humano es de violencia constante, motivada por la necesidad de preservar la vida, y que alcanzar la paz sería posible una vez superado este estado. Además, afirmó que la falta de conocimientos adecuados hundía al individuo en la ignorancia y la mediocridad, y que el nivel de educación de una persona era inversamente proporcional a su nivel de analfabetismo. Uno de sus aportes más importantes fue el concepto de contrato social, teoría que aún hoy sigue vigente y que plantea que todos somos parte de una sociedad regida por un conjunto de reglas y estatutos que rigen nuestro comportamiento.

Obras más relevantes:

Thomas Hobbes basó su trabajo en el materialismo mecanicista, sosteniendo que todo lo que existe es físico y que los seres sobrenaturales no existen. Sus principales obras incluyen:

Leviatán: Considerada su obra más importante, sostiene que el universo es una máquina material con extensión. Aunque reconoce la existencia de espíritus en la naturaleza, imperceptibles para el hombre. En esta obra, Hobbes desarrolla su teoría de los gobiernos legítimos y del Estado, en busca de un fundamento moral adecuado.

De Cive o Del ciudadano: es una trilogía que explora el conocimiento de Hobbes. El segundo libro, De Corpore, y el tercero, De Homine, componen esta obra en tres partes diferenciadas. La primera parte, conocida como Libertas, aborda la libertad como condición natural del hombre.

La segunda parte, referida al Imperio, aspira a la construcción de gobiernos capaces de garantizar la paz y la seguridad a los ciudadanos que viven en constante estado de guerra. Finalmente, la parte titulada Religio defiende el poder absoluto del Estado y subraya la sumisión que la Iglesia debe tener hacia él.

Sobre la libertad y la necesidad: En esta carta, Hobbes explora su concepto de libertad, abordando aspectos como la libertad, la ley y la obligación de obedecerla, el poder absoluto del soberano y la rebelión política (p. 4).Para lograr una comprensión sobre el marco conceptual en el cual se desarrolla el presente proyecto de investigación, es de mencionar que algunas definiciones las podemos encontrar de forma básica, pero no ha permitido enlazarnos de manera comprehensiva a nuestro objeto de estudio.

2.1.3. Conceptual

Comunicación

Según Farías (2024) en su publicación sobre la *Comunicación* para la Universidad Central de Venezuela menciona que, la comunicación consiste en el intercambio de información entre dos o más seres. Aunque todos los seres vivos cuentan con algún tipo de comunicación, ya sea mediante señales químicas, sonidos o movimientos, lo que diferencia a los humanos es su capacidad de transmitir ideas complejas mediante el lenguaje.

Dado que es un fenómeno universal entre los seres vivos, la comunicación también es estudiada desde las ciencias biológicas. En este ámbito, se reconoce como una función clave para el desarrollo de la vida en diferentes niveles, desde lo celular hasta los individuos, poblaciones y comunidades biológicas.

Procesos de Comunicación

Como mencionan Yang Yang, Saladrigas Medina, & Torres Ponjuán (2016) en su revista que, es a través de la interacción humana que se encuentra sintetizada la posibilidad de que un sujeto pueda activar su capacidad para enfocarse en un objeto, percibirlo, experimentarlo, valorarlo, razonarlo, manipularlo, imaginarlo y representarlo, llegando así a sus elementos:

- **Fuente:** Lugar en el aparece todo tipo de información o el contenido enviado.
- **Emisor:** Es de donde parte o se elige la información que será enviada de una forma entendible para el receptor (persona u organización).
- **Receptor:** Es de donde se recibe cualquier tipo de mensaje, es un proceso opuesto al trabajo del emisor interpretando así la información, existen solo dos

tipos, el pasivo y el activo, este se encarga de codificar y realizar una retroalimentación.

- **Código:** El aquel grupo de reglas que tiene cada sistema en el que el emisor utiliza para la transmisión de su mensaje.
- **Mensaje:** Es la información, ideas recopiladas transmitidas por un emisor para que sean captadas por el receptor.
- **Canal:** A través de este se logra transmitir una información completa y establece un enlace entre el emisor y receptor, conocido como aquel material transitorio.
- **Referente:** Descripción del mensaje realizado.

Comunicación política

El concepto de comunicación es algo complejo en la comprensión que una persona puede percibir porque provoca muchos efectos informativos en los medios y las relaciones interpersonales. En el contexto político esto implica, entre otras cosas, examinar los medios de comunicación, analizar el discurso político y aquellos que intentan influir en el proceso político, así como conversaciones formales e informales entre miembros del público (Crespo, Garrido, Carletta , & Riorda, 2011).

Según Cohen (1963), "la prensa no te dice qué pensar, pero sí qué pensar". McCombs (2006, p. 170), el término “establecimiento de agenda” se refiere a la influencia ejercida sobre cuestiones consideradas particularmente importantes.

Entre los riesgos que plantea la tecnología en la sociedad de la información está la posibilidad de buscar fuentes alternativas de información y proporcionar pistas que puedan fomentar el periodismo de investigación. Establecimiento de la agenda: los editores y los grandes conglomerados de medios seleccionan ciertas noticias todos los

días para captar la atención del público e influir consistentemente en los temas que consideran más relevantes (Pelaz López, 1998).

Para Narváez (2022), la comunicación política es un campo especializado que se encuentra en la intersección de la comunicación y la ciencia política, centrado en examinar cómo se distribuye la información y su impacto en la esfera política, así como en el intercambio de mensajes. entre los políticos, los medios de comunicación y el público en general.

La comunicación es esencial en el ámbito político contemporáneo, permitiendo el diálogo entre los discursos políticos, las acciones de los políticos, la información de los periodistas y la comunicación de la opinión pública. Facilita el manejo de cuestiones políticamente relevantes y la gestión de la información, proporcionando así flexibilidad al sistema político. Además, influye en la formación de la opinión pública, ya que los medios difunden información que luego es debatida y evaluada por el público. Para el gobierno, esta comunicación es un estímulo para la acción y la formulación de políticas, como la mediación comunitaria, facilitadas a través de encuestas electorales (p. 2).

Estrategos (2023) sostiene que la comunicación política busca persuadir, informar e influir en las actitudes y comportamientos políticos de los ciudadanos. Candidatos, partidos políticos y gobiernos utilizan estrategias de comunicación para crear una imagen pública, transmitir sus propuestas, ganar apoyo y lograr resultados en las elecciones.

La comunicación política tiene como objetivo persuadir, informar e influir en las actitudes y acciones políticas del público en general. Los candidatos, los partidos políticos y las administraciones gubernamentales utilizan estrategias de comunicación para construir una imagen pública, comunicar propuestas de políticas, obtener apoyo y

lograr resultados en las elecciones. Este tipo de comunicación implica la creación de mensajes eficaces y persuasivos para captar la atención de la audiencia, transmitir un mensaje claro y convincente y movilizar a la audiencia hacia una posición política específica (Crespo, Garrido, Carletta , & Riorda, 2011).

Este tipo de comunicación implica la creación de mensajes eficaces y persuasivos para atraer la atención del público, transmitir un mensaje claro y convincente y movilizar a los ciudadanos hacia una posición política específica. Los profesionales de este campo, como los consultores de Estrategos, utilizan técnicas de investigación de mercado, análisis de datos y estrategias de relaciones públicas para desarrollar campañas que lleguen efectivamente a sus públicos objetivos.

Estrategias de comunicación política

La comunicación política tiene sus raíces en la antigüedad, con importantes contribuciones de Platón y Aristóteles al desarrollo de la retórica. A lo largo de la historia, desde la República Romana hasta nuestros días, ha evolucionado y adquirido nuevas dimensiones. Sin embargo, en el siglo XX, la asociación de la comunicación política con la propaganda de regímenes como el comunismo y el nazismo generó críticas y desconfianza hacia la práctica. Hoy en día, el término comunicación política se utiliza para describir el intercambio de discurso político, aunque en algunos contextos persisten connotaciones negativas (Reyes Montes, O' Quínn Parrales, Morales y Gómez, & Rodríguez Manzanares, 2011, pág. 5).

Estrategia política

Si analizamos juntas las dos definiciones anteriores, podemos entender que la comunicación política no se limita a los medios y sus contenidos, sino que representa una cultura que debe ser estudiada, desarrollada y comprendida. Implica la discusión,

negociación y creación de convenios colectivos en relación con el uso de diversos recursos (económicos, materiales, tecnológicos, mediáticos, culturales y ecológicos) tanto a nivel nacional como en las sociedades. Además, abarca la definición, diseño, implementación y evaluación de proyectos, acciones, normativas y políticas públicas (Dávalos López & Pérez, 2013).

Los partidos políticos tienen muchas debilidades y fracasos, muchos de los cuales son resultado de un amplio fenómeno de desconfianza en la política como instrumento de acción social. Las estrategias encaminadas a modernizar y democratizar los partidos, así como a fortalecer los sistemas que garantizan la gobernabilidad, no pueden ser sencillas; más bien, deben ser innovadores y diversos.

Lo que se necesita es una combinación de cambios en las reglas que rigen la actividad política, la formación de nuevos líderes, la facilitación del intercambio de experiencias y, sobre todo, la promoción de nuevas ideas que permitan a los partidos abandonar el inmovilismo y la actitud defensiva ante de una creciente oposición a la política (Schröder, 2004).

Diagnóstico estratégico

Según Serna (2006), el diagnóstico estratégico se describe como “la evaluación de las capacidades internas positivas y negativas de la entidad, así como de los riesgos externos y oportunidades favorables que enfrenta la organización”.

> Puede entenderse, por tanto, como una práctica común en todas las empresas, cuyo objetivo es evaluar la situación general de la organización mediante un análisis exhaustivo de sus aspectos internos y externos. El éxito de una organización depende en gran medida de la implementación de estrategias

adecuadas, que eviten perder tiempo y recursos en estrategias irrelevantes para su sector de mercado (p. 36).

Este diagnóstico tiene como objetivo identificar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de la organización. Para llevar a cabo este proceso es fundamental tener en cuenta una serie de aspectos importantes y utilizar una metodología que incluya investigaciones de diferentes fuentes relevantes. Esto permitirá al equipo sacar conclusiones sobre la importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones (Arrieta Jiménez, Cervantes Borrero, López Cadena, & De la Cruz Lara, 2021).

Etapas de Campaña

Según Candela Jiménez (2009) expresa en su artículo que, existen tres etapas de campañas que son las más conocidas dentro de los procesos políticos, la primera es considerada como la "Primera candidatura", esta será marcada por la aparición que tiene de manera formal y por los trabajos que se realizan dentro de cada campaña, por otro lado, la segunda la llama "Alerta en la Madre Patria", esta recoge los hechos esenciales de la guerra ocurrida en España, esto influye de manera directa e importante en todos los discursos que nos brindan los candidatos.

Finalmente, la tercera y última etapa la nombró "El Apra abre otra puerta", es la más pequeña de las tres etapas de campañas porque su único objetivo es detallar la nueva estrategia que se planteó con el aprismo que tuvo que apoyar de manera sotera a Luis Antonio Eguiguren, quien pudo ver los principales hechos políticos, sus decisiones y discursos, se trata más bien de analizar con más profundidad las características o el contexto anterior (págs. 142, 143).

Fases de la campaña

Según Andrea Pino, (2023) “las principales fases de una campaña publicitaria o electoral pueden variar según la idea que se desea plantear y para eso se debe planificar con anticipación todo lo que involucra una campaña electoral”.

Fase 1: Planificación

Durante la fase de planificación inicial se definen los objetivos de la campaña, se identifica el público objetivo y se lleva a cabo un análisis de mercado en profundidad. A partir de esta información, se desarrolla una estrategia detallada y se eligen los canales de marketing más adecuados para llegar eficazmente al público objetivo (Pino, 2023).

Fase 2: Fabricación

Una vez establecida la estrategia, pasamos a la fase de producción, donde se crean materiales de marketing, como anuncios, imágenes y contenido de redes sociales. Es fundamental que estos materiales sean atractivos y relevantes para el público objetivo, de acuerdo con la estrategia previamente definida durante la fase de planificación (pág. 1).

Fase 3: Publicación

Una vez que los materiales de marketing están listos, se lleva a cabo la fase de publicación en canales seleccionados, que pueden incluir anuncios en línea, anuncios impresos, correo directo, redes sociales, entre otros. El rendimiento de la campaña en cada canal se monitorea cuidadosamente para identificar cuáles son más efectivos y realizar los ajustes necesarios (págs. 1, 2).

Fase 4: Análisis

La fase de análisis es fundamental para evaluar el éxito de la campaña. Se revisan los resultados obtenidos en cada canal y se realizan cambios en la estrategia, contenidos o canales utilizados, si es necesario. Es importante seguir midiendo resultados y haciendo ajustes a lo largo del tiempo para asegurar una campaña publicitaria efectiva y rentable (pág. 3).

Escenarios políticos

De acuerdo con Svampa (2010) donde afirma que, el avance de las autonomías locales han ido revelándose de manera progresiva tanto en un modelos de poder, como en aquella contraposición al estatalizar todo. También destaca que se buscar dispersar el poder que tienen algunos pueblos indígenas provocando así una descentralización de las propuestas que hace cada año el Banco Mundial.

Mapa Político

Según Pérez & Oyarzún (2024) los mapas son aquella herramienta de suma importancia dentro de cualquier estudio de historia, geografía y ciencias sociales, los mapas políticos pueden llegar a mostrar límites en su naturales en países o unidades administrativas. Dichos límites se establecen con certeza por personas, pueden variar mostrando así países, regiones, capitales, etc.

Amabas personas recomiendan identificar primero las características de los territorios, ir de lo general a lo particular, para así llegar a tener una visión global del área representada y luego reconocer de manera eficaz algunos elementos que tienen un significado dentro de la zona.

Análisis de Voto

De acuerdo con Aldo Isuani & Cervini (2022) sostienen que, las variaciones que existen en los votos, como expresiones, comportamientos al sistema político es otra forma de manifestación de los efectos diferenciales, con la finalidad de diferenciar estructuras específicas, ambos logran diseñar una tipología a un nivel socioeconómico donde surgen variables relevantes para la obtención de ideas precisas en una estructura ecológica.

Estrategias de Medios

Empleando las palabras de Sánchez Serrano & Rodríguez (2023) en donde dan a conocer que, el branded content es una de las disciplinas que tienen mayor extensión, debido a los buenos resultados que se obtiene. Por todos es conocido como el que les brinda éxitos a las campañas publicitarias radica, en gran parte en la coordinación de las fases abordadas en la producción de las mismas, desde el concepto que es realizado hasta su difusión dentro de los medios publicitarios.

Citando a Molano (2024), menciona en su publicación para Hubspot un conocido blogs colombiano que, una estrategia de medios es un documento que especifica los medios de comunicación que se utilizarán, así como los lugares y métodos para realizar publicaciones con el fin de captar y convertir a la audiencia. Algunos de estos planes se integran con campañas o iniciativas empresariales más amplias, siguiendo directrices y contenidos previamente aprobados.

Coaching

Con base en Whitmore (2024) analiza que, el verdadero propósito que tiene el coaching es desarrollar la conciencia, no pone a pruebas a nadie, y son pocas las veces

que existen respuestas correctas a las preguntas que se realizan, es decir, son sinceras. Este por otro lado es persistente al negar que toma conciencia o asume las responsabilidades, seguro se piensa que obliga a salir al sujeto de su zona de confort.

El coaching es un proceso de acompañamiento creativo y reflexivo, en el cual un profesional capacitado guía a sus clientes para alcanzar sus metas. En los últimos años, el coaching ha experimentado un crecimiento notable. Es cada vez más común escuchar sobre esta disciplina, y el número de personas interesadas en los cursos presenciales y en línea de coaching ha aumentado considerablemente. Tanto en los medios de comunicación como en las empresas e incluso en conversaciones cotidianas, el tema del coaching y su oferta se han vuelto más frecuentes (García Ricondo, 2024).

Tipos de votos

"La votación debe estar libre de cualquier forma de presión, amenaza o coerción. Asimismo, el elector debe tener plena capacidad de decisión, lo que implica tener opciones políticas reales, resultantes de un sistema competitivo entre diferentes candidatos" (Derecho electoral mexicano, 2011).

Los tipos de votos en una elección reflejan diferentes niveles de lealtad y decisión por parte de los electores. Estos pueden incluir el voto duro, el voto indeciso, y el voto imposible, entre otros, cada uno con características específicas que afectan las estrategias de campaña (Blais, 2021).

Voto Duro

Según Mora Heredia & Rodríguez Guillén (2009) afirman que, la severa recesión que existe económicamente, es acompañada de un incremento en el desempleo y la pobreza, incrementando así a la pobreza, delincuencia e inseguridad, el malestar

que tiene la población en su gran mayoría es hacia partidos políticos, tanto que son los principales promotores del voto nulo.

El voto duro se refiere a aquellos electores que son fieles a un partido o candidato y rara vez cambian su preferencia, sin importar los eventos o escándalos que puedan surgir durante una campaña (Mayer, 2020).

Voto Indeciso

Como expresan Alaminos & Penalva (1998) que, se considera voto indeciso aquel que no vota sistemáticamente al mismo político o partido, tomando ese sentido podemos entender que es un voto no militante. Sin embargo, las frecuencias ya demostradas arrojan que la indecisión va de la mano con la participación nula, es decir, una persona indecisa necesita resolver sus propios conflictos y luego las frecuencias simultáneas que son ir a votar y elegir por quien hacerlo.

El voto indeciso se caracteriza por la falta de una preferencia clara hacia un partido o candidato hasta las últimas etapas de una campaña. Estos electores suelen ser influidos por los debates, los medios de comunicación y los eventos recientes (Martínez, 2019).

Voto Imposible

Citando a Pécaut (2000) donde afirma que, el populismo en sí ha permanecido oculto durante muchos años, pero no ausentes en la política corriente, en dos ocasiones se han producidos estos fenómenos populistas a nivel nacional. El neopopulismo también considerado como la corriente alterna, manifiesta de manera reciente en diversos países de Latinoamérica, tampoco ha logrado afirmarse mejor hasta ahora, por

lo tanto, se puede afirmar que el nacimiento del voto de opinión no está implicado en la aparición de un neopopulismo.

El voto imposible es aquel emitido por los ciudadanos que consideran que su voto no tendrá impacto alguno en el resultado final, ya sea por la percepción de falta de representatividad o por la creencia de que el sistema electoral está viciado (Dalton, 2014).

Redes Sociales Verticales

Según Gómez García, Ferrer García, & De la Herrán Gascón (2016) señalan que, este tipos de redes sociales ofrecen posibilidades de gestión y seguridad adaptables a los requerimientos de la mayoría de docentes, es también conocida como red propia, este formato es muy conocido en la actualidad por la forma fácil y rápida de registrar el uso de los alumnos y su impacto en la actividad académica.

Las redes sociales verticales están diseñadas para conectar a usuarios con intereses o nichos específicos, lo que permite una interacción más enfocada y personalizada entre sus miembros, y suelen ser útiles para campañas dirigidas a audiencias segmentadas (Boyd, 2020).

Me Gustas

Como lo hace notar Parra , Gordo, & S.A (2014), al igual como ocurren en las demás redes sociales y las primeras tecnologías estas presentan mayores tasas de tiempo por usuario dedicado a las diferentes actividades en la red, Facebook es uno de los más grandes exponentes de esto, al mantener 18 millones de usuarios solo en España mensualmente el 87% recurre a usarla diariamente desde el ordenador y el móvil.

Los “me gusta” forman parte de procesos que operan como una marca que definen la parte socioeconómica y cultural de esta sociedad hoy en día, esto se ha quedado durante los últimos años atrás en el ámbito de lo que queremos expresar como un sentimiento o el mismo dominio público discursivo de la esfera pública. Los “me gusta” son hoy por hoy acciones en lugar de sentimientos, acciones sociales y materiales. Los "me gustas" en redes sociales sirven como una forma de validación social y de interacción entre usuarios, reflejando el nivel de aceptación de un contenido y su potencial de viralización (Tufekci, 2021).

Comentarios

Según Moya Sánchez & Majó Fernández (2016), cuando se habla de comentarios en línea, es necesario tener en cuenta la mejor web de viajes en el mundo, que a noviembre de 2015 contaba con más de 320 millones de opiniones sobre más de 6,2 millones entre esos restaurantes y parques. El manejo de las redes sociales, en las que diariamente se manifiestan opiniones de varios individuos con un gran peso a la hora de reservar un último viaje.

Los comentarios en redes sociales permiten la creación de diálogos y debates entre los usuarios, contribuyendo a la formación de comunidades virtuales y afectando la percepción del contenido publicado (Herring, 2019).

Intención de voto

Según Nelly Ocampo (2016), los estudios de opinión pública juegan un papel crucial en la formulación de estrategias de campaña, ya que facilitan la identificación de diferentes segmentos dentro de las preferencias públicas en una región específica. Es fundamental que un candidato sepa comunicarse con cada uno de estos segmentos, tanto los que ya están a favor como los aún indecisos, para adaptar eficazmente su

mensaje a cada situación. Asimismo, es necesario que el candidato determine los canales más adecuados para llegar a cada segmento y abordar temas relevantes al puesto al que aspira.

La intención de voto refleja el apoyo que un candidato o partido político tiene entre los electores, basándose en encuestas realizadas antes de una elección, lo que puede servir como indicador del comportamiento electoral futuro (Gelman & King, 1993).

Contenido

Según Immanuel (2002), afirma que un concepto se define como una idea amplia que existe en el pensamiento y puede aplicarse a diferentes elementos. Estos conceptos están moldeados por el poder de comprensión, que es la capacidad racional que estructura y da significado a todas las experiencias.

"Lo que es un concepto es una idea o forma universal que existe independientemente de los objetos particulares que lo representan. Las ideas son perfectas e inalterables, mientras que los objetos particulares son imperfectos y cambiantes" (Platón, 1995).

Historia

El Movimiento 63 Acción y Servicio, comúnmente conocido como 63 Más, es un partido político ecuatoriano de centro derecha fundado en 2016. El partido tiene su sede en la provincia de Bolívar en el centro de Ecuador, pero tiene presencia en todo el país. El partido fue fundado por un grupo de empresarios y profesionales de Bolívar, que buscaban una alternativa política al gobierno de Rafael Correa. El partido se define a sí mismo como un movimiento "liberal, democrático y social" y su programa se basa en los principios de libertad económica, democracia y justicia social.

En las elecciones presidenciales de 2017, el candidato de Más63, Guillermo Lasso, quedó segundo con el 32% de los votos. En las elecciones legislativas de 2017, el partido obtuvo 14 escaños en la Asamblea Nacional. En las elecciones municipales de 2022, el partido ganó la alcaldía de Guaranda, capital de Bolívar. El alcalde electo, Inti Yumbay, es agrónomo y ex miembro del Movimiento Revolución Ciudadana.

2.1.4. Marco legal

El proyecto de investigación se sustenta bajo varias normas jurídicas con el objetivo de identificar las leyes, reglamentos y normas relevantes que proponen la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica Electoral, la Ley Orgánica de Comunicación, para el análisis de contenidos publicados en la fan page del candidato a la alcaldía Inti Yumbay, parametrizando estrategias de comunicación política en el cantón Guaranda 2023, se considerarán relevantes las siguientes leyes y normas:

La Constitución de la República del Ecuador: Establece los derechos y garantías fundamentales de los ciudadanos, incluido el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información.

Art. 16.- Citando la Constitución de la República del Ecuador (2008), toda persona, individual o colectivamente, tiene derecho a:

- Comunicación libre, intercultural, inclusiva, diversa y participativa, en todos los ámbitos de interacción social, con cualquier apoyo y cualquier forma, en su propio lenguaje y con sus propios símbolos.
- Acceso universal a las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- La creación de redes sociales y acceso equitativo al uso de frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones públicas, privadas y comunitarias, y redes gratuitas para la operación de redes inalámbricas.

- Acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y de otro tipo que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- Integrar los espacios de participación previstos por la Constitución en el ámbito de la comunicación.

Art. 17: "La información es un derecho fundamental de las personas. El Estado garantiza su respeto y difusión. La información pública es un bien público" (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

La ley orgánica de la comunicación: La Ley Orgánica de Comunicación establece las reglas y principios para el ejercicio del derecho a la comunicación en el Ecuador.

Art. 13: "Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de la ciudadanía en los procesos de comunicación" Ley Orgánica de Comunicación (2019).

Art 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado, a través de las instituciones, autoridades y agentes públicos competentes en materia de derechos de comunicación, promoverá medidas de política pública encaminadas a garantizar la relación intercultural entre comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; para que produzcan y difundan contenidos que reflejen su visión del mundo, su cultura, sus tradiciones y sus conocimientos en su propia lengua, con el objetivo de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano. Ley Orgánica de Comunicación (2019).

Art. 33: Derecho a crear redes sociales. - Todas las personas, en igualdad de condiciones y oportunidades, tienen derecho a establecer medios de comunicación, con

las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y comerciales, sus representantes legales, los miembros de sus consejos de administración y sus accionistas. Ley Orgánica de Comunicación (2019).

Ley Orgánica electoral: Establece las reglas para la organización y funcionamiento de los procesos electorales en el Ecuador.

Art. 52.- Establece que las embajadas y consulados del Ecuador, en coordinación con el Consejo Nacional Electoral, tendrán la responsabilidad de difundir y promover los procesos electorales y el cambio de domicilio electoral para fomentar la participación de los ecuatorianos en el exterior. También serán responsables de velar por la legitimidad de los procesos electorales conforme a la ley y deberán denunciar cualquier violación constitucional o legal que se produzca durante estos procesos a través del órgano competente en materia de movilidad humana.

En materia de difusión y promoción en circulaciones extraterrestres especiales, se da prioridad a los medios comunitarios como la televisión, la radio, la escritura o los medios digitales para proporcionar a los ciudadanos europeos alojamiento, experiencia, conocimiento y acceso garantizados a una parte de la población ecuatoriana. Ley Orgánica Electoral del Ecuador (2020).

El análisis debe tener en cuenta, en particular, las siguientes disposiciones reglamentarias, la Organización de Naciones Unidas (ONU) afirma que la libertad de expresión es un derecho humano, tal como lo establece el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos. Este artículo garantiza que toda persona tiene derecho a expresar libremente sus opiniones, así como a buscar, recibir y difundir informaciones y opiniones, sin fronteras y utilizando todos los medios de expresión (Quintero, 2022).

Requisitos y cumplimiento: El análisis del contenido publicado en la página oficial de la plataforma Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay se realizará cumpliendo con las leyes y reglamentos antes mencionados. Garantizará que:

Respeto a los derechos humanos: El contenido publicado en la página oficial de la plataforma Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay debe respetar los derechos humanos de todos los ciudadanos, incluido el derecho a la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho a la igualdad.

Veracidad y transparencia: El contenido publicado en la página oficial de la plataforma Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay deberá ser veraz y transparente.

Neutralidad y equidad: El contenido publicado en la página oficial de la plataforma Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay debe ser neutral y justo.

Responsabilidades legales: Las responsabilidades legales relacionadas con el análisis del contenido publicado en la página oficial de la plataforma Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay son las siguientes:

El contenido de los mensajes: Los mensajes publicados en la página oficial de la plataforma Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay deben ser analizados en función de su contenido, incluyendo el mensaje en sí, imágenes, videos y enlaces.

El público: Las publicaciones publicadas en la página oficial de la plataforma Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay deben analizarse en función de su audiencia, incluido el público objetivo, el alcance y la interacción del usuario.

Ley de Propiedad

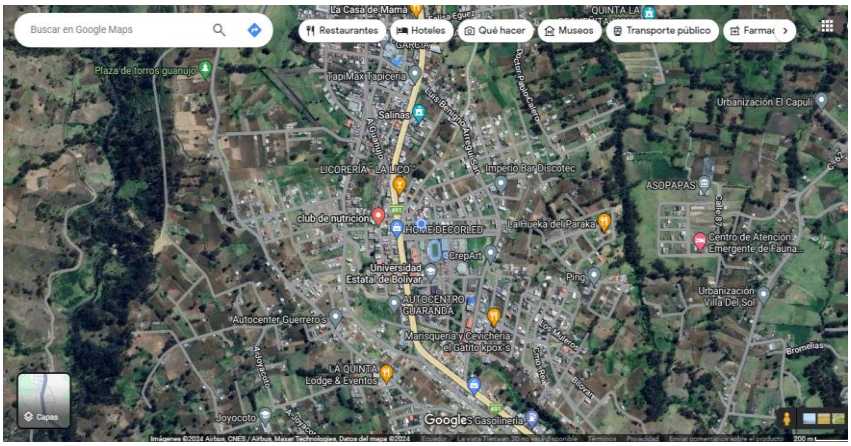
Los derechos de propiedad intelectual relacionados con el contenido publicado en la página oficial de la plataforma Facebook del candidato a la alcaldía Inti Yumbay se gestionarán de la siguiente manera:

Un mensaje que contenga información falsa o engañosa sobre un candidato rival podría violar el derecho de los ciudadanos a la información. Un mensaje que fomente la violencia o la discriminación podría violar los derechos humanos de los ciudadanos. Un mensaje utilizando imágenes o vídeos sin el consentimiento de los interesados podría vulnerar el derecho a la privacidad de los ciudadanos.

2.1.5. Georeferencial

Ubicada en la cuenca de Chimbo en el corazón de Ecuador, Guaranda se encuentra en el noroeste de la provincia de Bolívar. Es el centro geográfico del país, al pie del imponente Chimborazo con sus picos nevados, la “Ciudad de los eternos carnavales”. Es atravesada por los ríos Salinas e Illangama (o Guaranda), que forman el río Chimbo al sur de la ciudad.

Ilustración 1 *Ciudad de Guaranda*



Fuente: *Captura de pantalla de google maps, pueblo de Guaranda.*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

CAPÍTULO III

3.1. METODOLOGÍA

Este trabajo académico tiene un enfoque cualitativo, es no experimental porque no se va a manipular las variables de esta investigación, en este apartado se desarrollan técnicas y enfoques de investigación con el objetivo de obtener resultados que validen este proyecto de investigación.

3.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es exploratoria, descriptiva y bibliográfica. Según Hernández Sampieri, Méndez Valencia y Mendoza Torres (2014), "El método cualitativo también se basa en importantes áreas o temas de investigación. Sin embargo, a diferencia del enfoque cuantitativo, no es necesario tener claras las preguntas e hipótesis de la investigación antes de recopilar y analizar los datos.

Investigación exploratoria

Comprender mejor el fenómeno estudiado, en este caso las estrategias de comunicación política. La investigación exploratoria es un tipo de investigación preliminar que sirve para incrementar el conocimiento sobre un tema poco conocido o poco estudiado. Generalmente como parte de un proyecto de investigación más profundo (Investigadores, 2020).

La investigación exploratoria se utiliza en las primeras etapas de un estudio para obtener una comprensión inicial del problema o fenómeno en cuestión. Este tipo de investigación es flexible y no estructurada, lo que permite al investigador identificar patrones, hipótesis o ideas para estudios más detallados y específicos en el futuro (Stebbins, 2019).

Luego del análisis podemos decir que esta metodología ayuda mucho a este proyecto de investigación ya que proporciona un marco flexible para comenzar a entender fenómenos que aún no están bien definidos o que son novedosos dentro de las redes sociales con las fans page de Facebook, así que, la investigación exploratoria sería el primer paso para conocer la dinámica que existe dentro de las redes sociales, permitiéndote crear una base sólida para estudios más estructurados y cuantitativos en etapas posteriores.

Investigación descriptiva

Utilice análisis y descripción detallada del contenido publicado y su impacto en la audiencia. La investigación descriptiva es un tipo de investigación responsable de describir la población, situación o fenómeno en torno al cual se centra su estudio. El objetivo es proporcionar información sobre qué, cómo, cuándo y dónde en relación con el problema de investigación, sin priorizar la respuesta al "por qué" surge este problema. Como sugiere el nombre, esta forma de investigación “describe”, no explica (Lidefer, 2020).

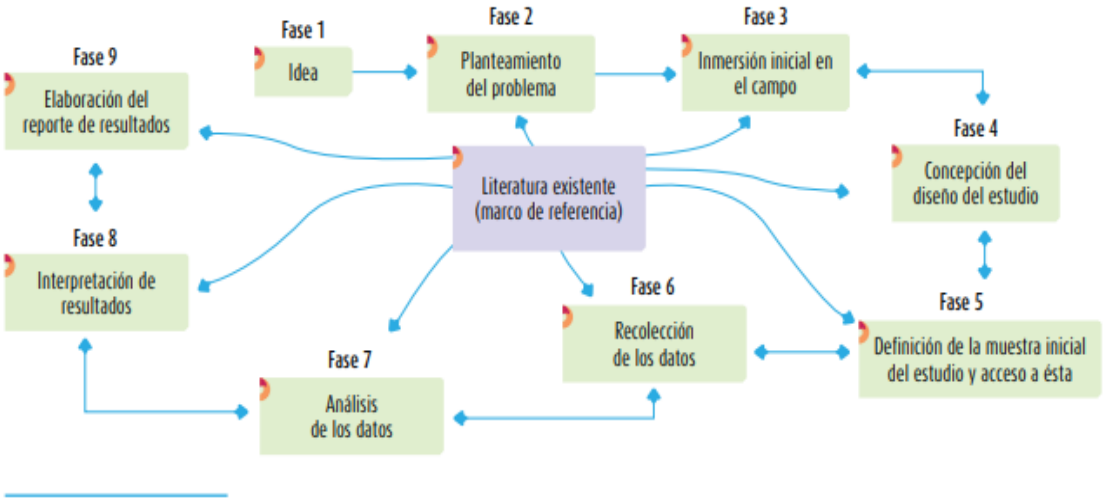
Para este estudio se utilizará un enfoque cualitativo. Esto nos permitirá obtener un conocimiento integral del contenido publicado en la fan page del candidato a la alcaldía Inti Yumbay, así como de las estrategias de comunicación política utilizadas. Se utilizarán técnicas cuantitativas para analizar la frecuencia y el tipo de publicaciones, mientras que se utilizarán métodos cualitativos para profundizar el análisis de contenido y comprender mejor el impacto de estas estrategias en las percepciones de los suscriptores.

Enfoque de la investigación

Se obtendrá el consentimiento informado de los participantes en el formulario de observación y entrevista. Se garantizará la confidencialidad y el carácter privado de los datos recogidos y se protegerá la identidad de los participantes durante cualquier publicación o presentación de los resultados.

"El objetivo final de los estudios cualitativos generalmente es comprender un fenómeno complejo. El énfasis no está en medir las variables del fenómeno, sino en comprenderlo" Hernández Sampieri, Méndez Valencia y Mendoza Torres (2014).

Ilustración 2 *Metodología de investigación*



Fuente: *Metodología de Hernández Sampieri, Méndez Valencia y Mendoza Torres* (2014)
Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

3.1.2. Métodos de investigación

El procedimiento de recogida de datos se iniciará con la recopilación de todas las publicaciones realizadas en la fan page del candidato durante el periodo de campaña electoral. Posteriormente se elaborará una ficha de observación y luego se formalizarán entrevistas con especialistas y politólogos. La información recogida será analizada en

profundidad según los métodos establecidos en el apartado de análisis de datos (Aguilera Hintelholher, 2013).

> Se utilizarán diferentes métodos de recolección de datos, como análisis de contenido de publicaciones en la fan page y entrevistas con especialistas y politólogos. Estos métodos proporcionarán una amplia gama de datos que permitirán una comprensión profunda de las estrategias de comunicación política utilizadas (pág. 28).

3.1.3. Técnicas y herramientas de recogida de datos

Se elaboró una guía preliminar compuesta por 8 preguntas sobre el ámbito político y social dirigida a especialistas en comunicación política del Ecuador y 4 preguntas que sirvieron de base para entrevistas a politólogos y comunicadores especializados en política. Para mejorar la credibilidad y confiabilidad de la información contenida en este proyecto, utilicé varias estrategias de investigación. Estas incluyeron entrevistas con expertos en comunicación y política, como el Dr.

Eduardo Albán, periodista, asesor de comunicación política de FLACSO, así como el politólogo Erick Álvarez y el señor Cristian Gabriel Borja, periodista guarandeño. También utilicé una ficha de observación con indicadores relacionados al contenido y mensaje en la cuenta de Facebook (fan page) del candidato a la alcaldía Inti Yumbay. Además, realicé análisis de nubes de palabras utilizando software como ATLAS.TI y MAXQDA para codificar palabras, códigos y frecuencias.

3.1.4. Procesamiento de información

Los datos recopilados se analizarán utilizando técnicas de análisis de contenido para identificar patrones y temas en las publicaciones de las páginas de fans, análisis estadístico para evaluar las respuestas de los encuestados y análisis cualitativo para interpretar las respuestas de las entrevistas.

Una vez recopilados, los datos serán procesados y analizados, para datos cuantitativos, se utilizarán técnicas estadísticas para analizar la frecuencia de las publicaciones y cualquier patrón identificable. Para datos cualitativos, se utilizarán métodos de análisis de contenido y análisis temático para identificar temas y tendencias recurrentes en el contenido publicado y las percepciones de los suscriptores (Aguilera Hintelholher, 2013).

3.1.5. Metodología de software utilizada en el desarrollo de aplicaciones

Se establecerá un programa detallado que incluirá las fechas de recogida de datos, análisis y redacción de los resultados, así como la presentación final de la tesis. A cada paso del proceso se le asignarán tareas específicas y se establecerán plazos realistas para su finalización (Schwartz, 2019).

CAPÍTULO IV

4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de los resultados.

Tabla 2

Número de publicaciones realizadas en la fan page de Inti Yumbay

Fecha	*Tipo de mensaje*				*Publicaciones totales*
	Foto	**Vídeo**	**Comentarios**	**Capturas de pantalla**	
2 de enero de 2023	2	0	1	0	3
3 de enero de 2023	5	0	1	0	6
4 de enero de 2023	0	0	1	0	1
5 de enero de 2023	0	2	0	0	2
6 de enero de 2023	7	1	0	0	8
7 de enero de 2023	10	2	0	0	12
8 de enero de 2023	7	0	0	0	7
9 de enero de 2023	15	0	0	1	16
10 de enero de 2023	5	0	1	0	6
11 de enero de 2023	7	2	0	0	9
12 de enero de 2023	11	0	0	0	11
13 de enero de 2023	8	1	0	1	10
14 de enero de 2023	8	1	0	0	9
15 de enero de 2023	12	0	3	0	15
16 de enero de 2023	11	0	3	0	14
17 de enero de 2023	4	2	3	1	10
18 de enero de 2023	4	5	1	0	10
19 de enero de 2023	1	2	0	0	3
20 de enero de 2023	7	1	1	0	9
21 de enero de 2023	0	4	1	0	5
22 de enero de 2023	4	1	0	0	5
23 de enero de 2023	7	0	1	0	8
24 de enero de 2023	8	2	0	0	10
25 de enero de 2023	4	2	0	0	6
26 de enero de 2023	4	2	0	0	6
27 de enero de 2023	9	3	0	0	12
28 de enero de 2023	9	0	0	0	9
29 de enero de 2023	11	0	0	0	11

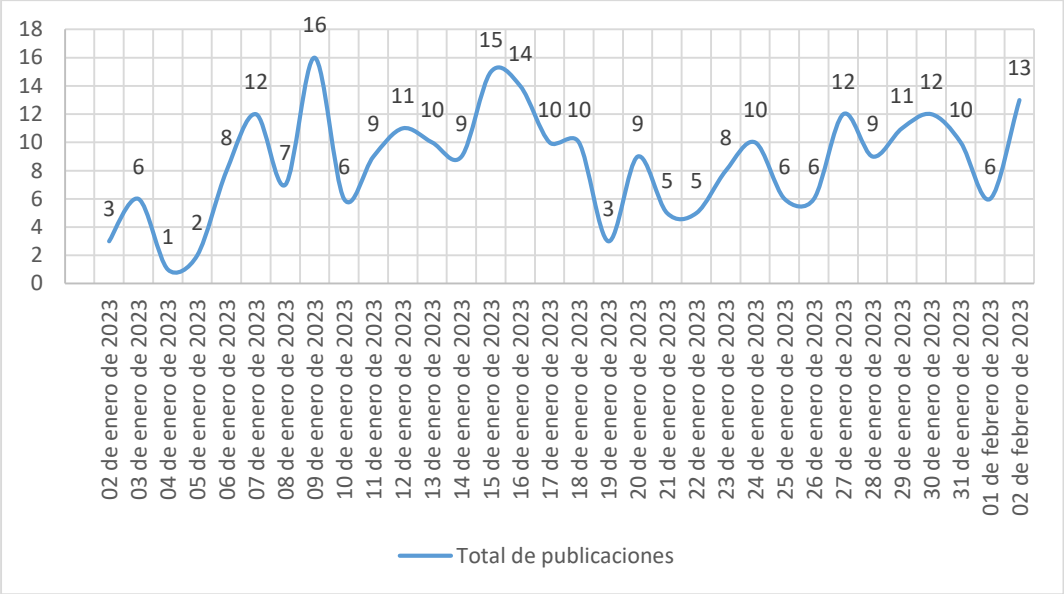
30 de enero de 2023	10	2	0	0	12
31 de enero de 2023	6	1	3	0	10
1 de febrero de 2023	5	0	1	0	6
2 de febrero de 2023	10	3	0	0	13
TOTAL	211	39	21	3	274

Fuente: *Perfil del candidato alcalde Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Ilustración 3

Total de publicaciones



Fuente: *Perfil de Facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Análisis e interpretación: El número total de post publicados en la fan page del candidato alcalde Dr. Inti Yumbay entre el periodo de tiempo del 02 de enero de 2023 al 02 de febrero de 2023 es de 274, los cuales evidencian un total de 211 fotografías, 21 afiches y 39 videos con 3 capturas.

Tipos de publicaciones subidas al perfil de Facebook del 2 de enero al 2 de febrero

Tabla 3

Tipos de publicaciones subidas a la fan page

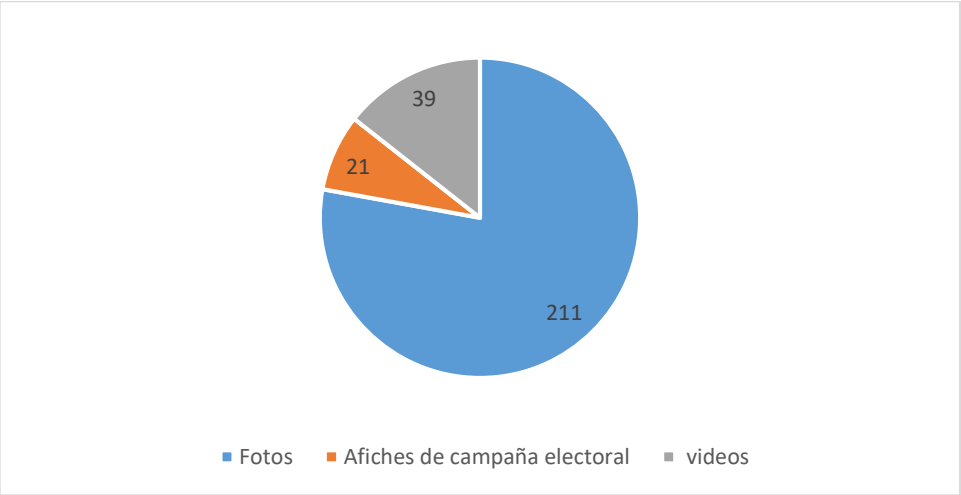
Fotos	*Afiches de campaña*	*video*
211	21	39

Fuente: *Perfil de Facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Ilustración 4

Tipos de publicaciones subidas al perfil de Facebook



Fuente: *Perfil de Facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Análisis e interpretación: Los tipos de publicaciones más usados en el perfil de Inti Yumbay fueron las fotografías tomadas que en total eran 211, seguido de los videos con un total de 39 y con 21 afiches publicados. Las fotografías dominaron el perfil, mostrando una clara preferencia por este tipo de contenido visual y, por lo tanto, es evidente que este formato es clave en su estrategia de comunicación. El uso más limitado de videos y afiches sugiere una combinación de formatos, pero con un enfoque centrado en las imágenes.

Frecuencia de hashtags

Tabla 4

Frecuencia de hashtags

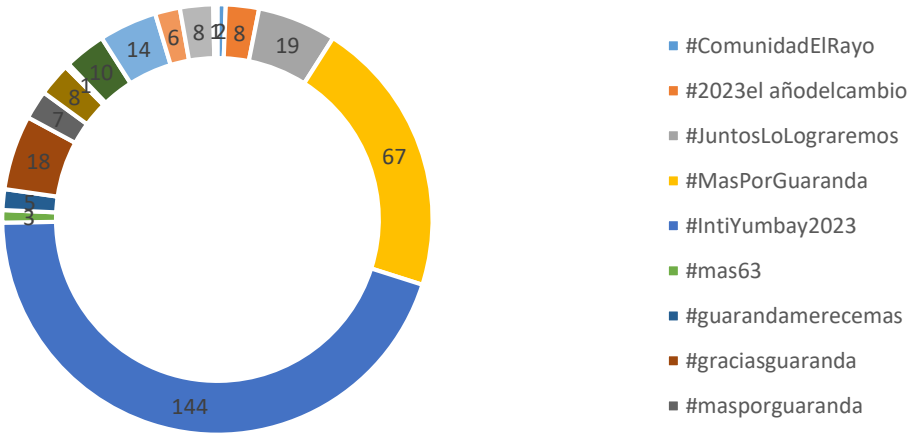
Palabras clave	*Número de menciones*
#ComunidadElRayo	2
# 2023 el año del cambio	8
#Juntos lo lograremos	19
#MasPorGuaranda	67
#IntiYumbay2023	144
#mas63	3
#guarandamerecemas	5
#graciaguaranda	18
#masporguaranda	7
#la lucha continúa	8
#campañanoestructurada	1
#masporlajuventud	10
#más lejos	14
#Juntos podemos hacer más	6
#votado63	8
# gente nueva	1

Fuente: *Perfil de Facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Ilustración 5

Frecuencia de hashtags



Fuente: *Perfil de facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Análisis e interpretación: La suma total de hashtags que se usaron en los post de la fan page del Dr. Inti Yumbay es de 321, en donde 3 fueron los más mencionados: #IntiYumbay2023 con 144 menciones, #MasPorGuaranda con 67 menciones y #JuntosloLograremos con 19 menciones.

Frecuencia de palabras utilizadas en las publicaciones de la fan page de Inti Yumbay

Tabla 5

Frecuencia de palabras utilizadas

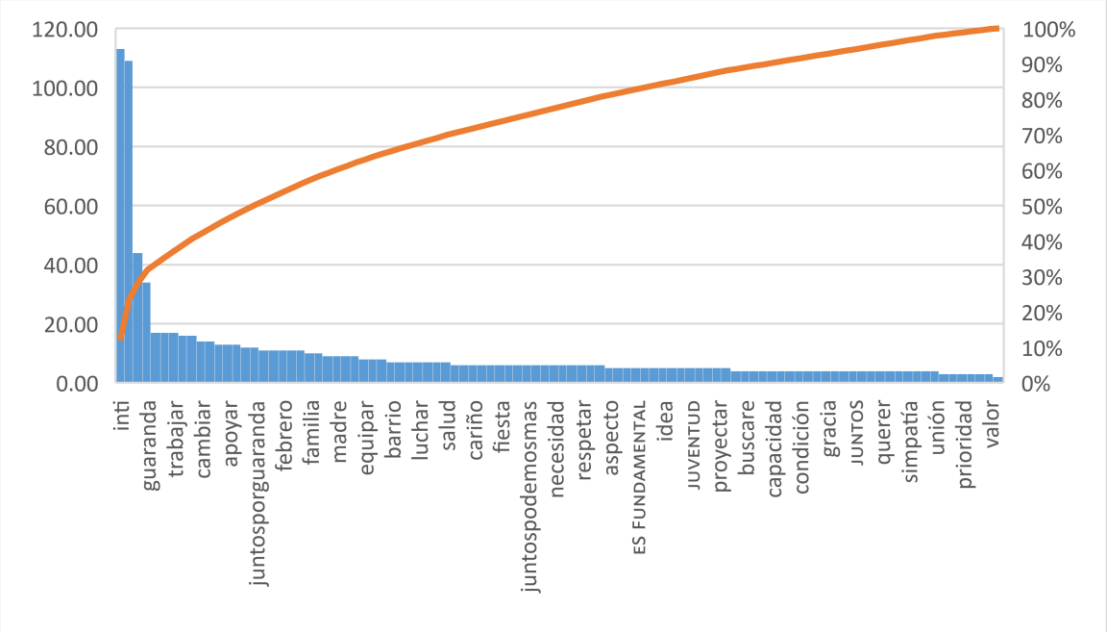
Concepto	*Frecuencia*
inti	226.00
delicioso	218.00
día	88.00
garantizar	68,00
cantón	34,00
Comunidad	34,00
Trabajar	34,00
joven	32,00
la pelea continúa	32,00
Editar	28,00
garantizado	28,00
ayuntamiento	26,00
apoyo	26,00
Campana	26,00
desarrollar	24,00
puesto en garantía	24,00
Alcalde	44,00
FEBRERO	10,00
Gracias	10,00
apartamento	10,00
familia	8,00
gente	8,00
deporte	6,00
madre	6,00
Comenzar	6,00
vida	6,00
equipar	16,00
Forzar	16,00
progreso	16,00
habitación	2,00
democracia	2,00
lucha	2,00
apuesta	2,00
Salud	12,00
actor	6,00
defraudar	12,00

Fuente: *Perfil de Facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Ilustración 6

Frecuencia de palabras utilizadas



Fuente: *Perfil de Facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Análisis e interpretación: El análisis de las palabras más usadas en la fan page de Facebook del Dr. Inti Yumbay arrojó un total de 1316 menciones. Las palabras con mayor frecuencia fueron "Inti" con 226 menciones y "Yumbay" con 218, seguido de términos como "Guaranda" (68 menciones), "alcalde" (44 menciones), y "cantón", "comunidad" y "trabajo", cada una con 34 menciones. Estas palabras reflejan un enfoque en temas locales y relacionados con el liderazgo del Dr. Yumbay en su comunidad.

Otras palabras significativas incluyen "joven" y "La Lucha Continua", ambas con 32 menciones, y "cambio", con 28 menciones. Términos como "alcaldía", "apoyo", y "campaña" sumaron 26 menciones cada uno, mientras que "desarrollo" y "juntos por Guaranda" aparecieron 24 veces. En general, la mayoría de las palabras utilizadas tienen una connotación positiva, enfocadas en el progreso, el trabajo comunitario, y la esperanza, mostrando un discurso alentador y de pertenencia.

Tipo de contenido publicado en la fan page de Inti Yumbay

Tabla 6

Tipos de contenido publicados

Contenido de la publicación (monto y porcentaje)

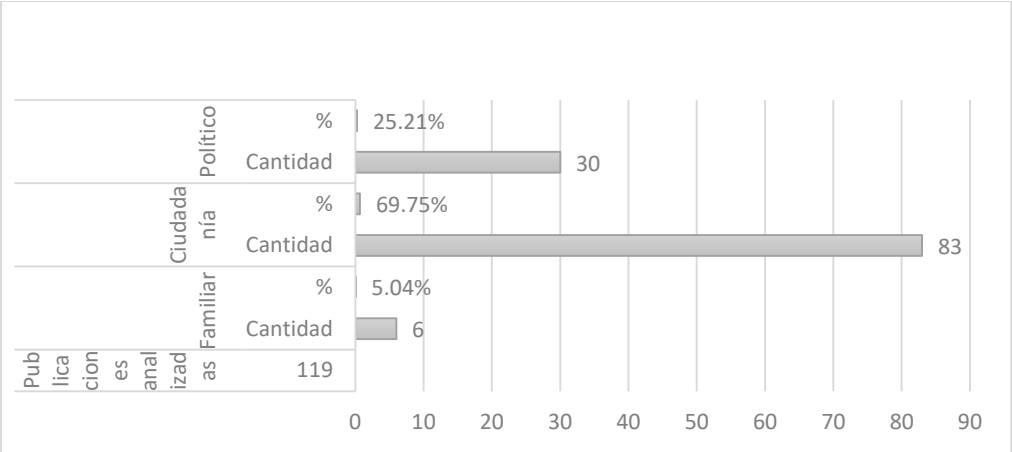
	Publicaciones analizadas	Familiar		Ciudadanía		Diplomático	
Perfil de Inti Yumbay	**119**	**Cantidad**	**%**	**Cantidad**	**%**	**Cantidad**	**%**
		6	**5,04%**	**83**	**69,75%**	**30**	**25,21%**

Fuente: *Perfil de Facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Ilustración 7

Tipos de contenidos publicados



Fuente: *Perfil de Facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Análisis e interpretación: De las 119 publicaciones que se lograron analizar en la fan page del Dr. Inti Yumbay se distribuyen de la siguiente manera, el 25.21% fueron de contenido político, es decir, propuestas de campaña, propaganda a través de videos, y afiches de campaña en el que se invitaba a eventos políticos, el 69.75% hace partícipe a la ciudadanía Guarandeña y el 5.04% fue contenido en el que involucra directamente a familiares.

Ejes discursivos utilizados en cada post de Inti Yumbay durante la campaña electoral elaborado por la fan page de la red social Facebook.

Tabla 7

Ejes discursivos utilizados

Ejes discursivos	*Las proposiciones*
Comunidad	Los valores y el amor que deben existir en una familia.
	El trabajo en equipo como habilidad fundamental para la sociedad
	Espacios públicos como instalaciones deportivas y su impacto social.
Política	La democracia como elemento fundamental de su gobierno
	La participación juvenil en la política como eje vertical de construcción
	Política cantonal con incentivos a la participación en proyectos políticos
	Participación en los sectores sanitario, educativo y deportivo de jóvenes profesionales
	Aporte a la juventud como base, vital para el empoderamiento político
Salud	Mejora de los centros de salud rurales
	Mejora de la calidad de vida de los residentes
	Limpieza de basura dentro y alrededor de las calles principales.
	Contratar personal joven en el sector salud.
Seguridad	Prevención y seguridad durante eventos públicos
	Elevar estándares de seguridad en todo el cantón
	Prohibir el hackeo de cuentas bancarias, rastreo o manipulación de redes sociales
	Priorizar la seguridad ciudadana, proteger a los niños, a las personas mayores y a los ciudadanos en general
Democracia	Mejoras viales en la comunidad de El Rayo
	Mejoras en agua potable y aguas residuales en zonas rurales
	Mejora de las instituciones políticas
	Construir el régimen y fortalecer la democracia

Fuente: *Perfil de Facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Análisis e interpretación: Los ejes discursivos más mencionados dentro de las 119 publicaciones en la fan page de Inti Yumbay fueron de comunidad, política, salud, seguridad y democracia, en donde se reflejan sus futuros actos que también incluía el contenido que era publicado dando así varios mensajes dentro de estos mismos (vídeos, afiches de campaña y fotos).

Tabla 8

Nivel de impacto de las publicaciones

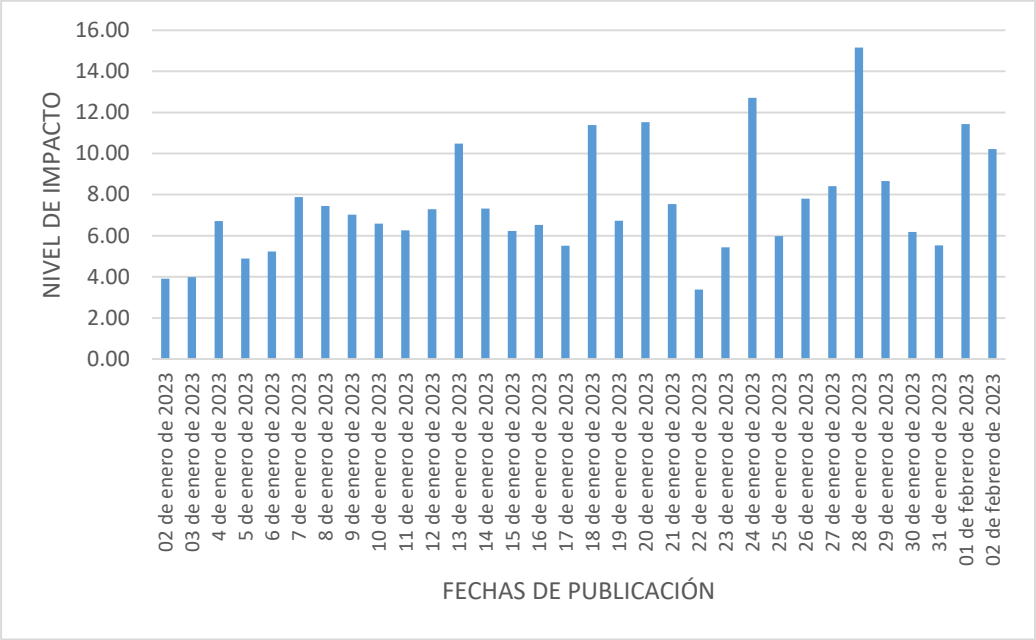
Fecha de publicación	*Comentarios totales*	*Reacciones totales*	*Compartidos*	*Total*
2 de enero de 2023	**10**	**357**	**94**	**3.90**
3 de enero de 2023	**59**	**748**	**202**	**16.00.**
4 de enero de 2023	**8**	**267**	**41**	**6.71**
5 de enero de 2023	**70**	**956**	**210**	**4,89**
6 de enero de 2023	**74**	**800**	**167**	**5.23**
7 de enero de 2023	**147**	**1681**	**232**	**7,88**
8 de enero de 2023	**71**	**987**	**142**	**7.45**
9 de enero de 2023	**50**	**1207**	**179**	**7.02**
10 de enero de 2023	**45**	**839**	**134**	**6.60**
11 de enero de 2023	**110**	**2020**	**340**	**6.26**
12 de enero de 2023	**21**	**664**	**94**	**7.29**
13 de enero de 2023	**262**	**3609**	**369**	**10.49**
14 de enero de 2023	**20**	**940**	**131**	**7.33**
15 de enero de 2023	**38**	**1052**	**175**	**6.23**
16 de enero de 2023	**40**	**1056**	**168**	**6.52**
17 de enero de 2023	**213**	**2377**	**469**	**5.52**
18 de enero de 2023	**386**	**3690**	**358**	**11.39**
19 de enero de 2023	**151**	**2223**	**353**	**6.73**
20 de enero de 2023	**125**	**1028**	**100**	**11.53**
21 de enero de 2023	**345**	**2591**	**389**	**7.55**
22 de enero de 2023	**309**	**2324**	**780**	**3.38**
23 de enero de 2023	**76**	**931**	**185**	**5.44**
24 de enero de 2023	**186**	**2534**	**214**	**12.71**
25 de enero de 2023	**75**	**1613**	**282**	**5,99**
26 de enero de 2023	**98**	**2174**	**291**	**7,81**
27 de enero de 2023	**102**	**1707**	**215**	**8.41**
28 de enero de 2023	**48**	**1119**	**77**	**15.16**
29 de enero de 2023	**61**	**1117**	**136**	**8.66**
30 de enero de 2023	**295**	**3131**	**554**	**6.18**
31 de enero de 2023	**66**	**1232**	**235**	**5.52**
1 de febrero de 2023	**254**	**3209**	**303**	**11.43**
2 de febrero de 2023	**924**	**6064**	**684**	**10.22**

Fuente: *Perfil de facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Ilustración 8

Nivel de impacto de las publicaciones



Fuente: *Perfil de facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Análisis e interpretación: Durante los primeros 30 días de campaña electoral en Guaranda en el año 2023, el nivel de impacto de los post publicados en la fan page del candidato a la alcaldía Dr. Inti Yumbay, fue de un engagement positivo, a pesar de no tener una cantidad exagerada de seguidores en la plataforma de manera indirecta o directa.

Estos resultados arrojan un nivel más alto de alcance de las estrategias publicadas (videos, fotos, afiches y capturas) como los del día 29 de enero del 2023 con un 15.16%, el 24 de enero con 12.71%, el 20 de enero 11.53%, mientras que los días con menos impacto fueron el 22 de enero del 2023 con 3.38%, el 02 de enero con el 3.90% y el día posterior 03 de enero con el 4%.

Engagement generado en la fan page de Inti Yumbay

Tabla 9

Engagement generado en la fan page

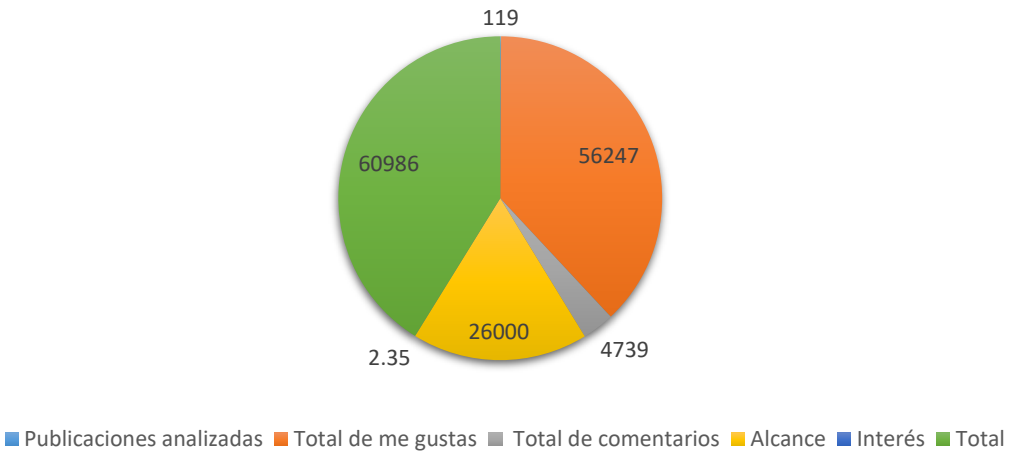
Publicaciones analizadas	*Me gusta en general*	*Comentarios totales*	*Alcance*	*Interés*	*Total*
119	**56247**	**4739**	**26000**	**2.35**	**60986**

Fuente: *Perfil de facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Ilustración 9

Engagement



Fuente: *Perfil de facebook de Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

Análisis e interpretación: El total de me gustas y comentarios de las 119 publicaciones realizadas en la fan page que fueron analizadas entre el periodo de campaña electoral es de 56,247 me gustas, mientras que por otro lado los comentarios realizados en todos los post es de 4,739, obteniendo así el resultado de interacción con los usuarios en la plataforma tomando como referente al Dr. Inti Yumbay con un total de 26,000 seguidores hasta la presente fecha, personas que se mantienen interesadas en los post publicados en la fan page.

4.1.2. ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTAS

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA N° 1 APLICADA AL DR. EDUARDO ALBÁN, COMUNICADOR SOCIAL, DOCENTE E INVESTIGADOR (consultor en comunicación política)

P1: Según su experiencia como analista político, ¿cree que las redes sociales han influido en la intención de voto durante las campañas electorales para alcaldes?

No solo en la campaña electoral, sino que creo que la mayoría de las campañas políticas se dan por el lado de las redes sociales, de hecho, se han convertido en una herramienta importante para realizar campañas políticas, los asesores políticos utilizan este tipo de recursos no solo para publicidad televisiva vídeos, pero se centran en campañas políticas.

P2: Desde su punto de vista, ¿qué papel juega el uso de las redes sociales, en este caso Facebook, como estrategia de campaña electoral?

Un papel importante, las redes sociales como Facebook evidentemente tienen un papel importante pero no lo descarto. Hay tipos de plataformas que tienen mucho mayor peso, en el sentido de que el electorado no sólo está enfocado al público adulto. No, pero también en público y en general en redes sociales como Facebook. Se ha convertido en una red social que representa a un público adulto, adolescente y joven.

P3: ¿Cree que el contenido que los candidatos publican en sus redes sociales como la fan page responde a una estrategia de comunicación política?

Evidentemente, todo tipo de recursos y sus formas mediáticas son un recurso importante para los consultores políticos, todo lo que sucede durante la campaña y cualquier recurso de comunicación destinado a captar el voto.

P4: Desde su punto de vista, ¿a qué público estuvo dirigida la campaña política de los candidatos a la alcaldía de Ecuador en estas plataformas?

Lo creas o no, mucho dependerá del censo de población, en el caso ecuatoriano tenemos una población joven bastante alta, por lo que ya no hablamos solo del uso de Instagram, por ejemplo, tiktok, ni solo para fines internos. usar. comunicaciones, donde la información ya está ahí, pero utilizamos el archivo. Posibilidad de. Recursos, como divisores. Que se pongan a trabajar. Ya entrevistas sobre comunicación.

P5: ¿Cree que abandonar los medios tradicionales en favor de los digitales durante la campaña electoral para la alcaldía del país fue una estrategia positiva de comunicación política?

Esto me pareció una buena estrategia, pero quizás muchas personas que no lo saben o no lo ven así no han dejado de lado los programas de nutrición. Tener las tradiciones que aún están presentes, por ejemplo, 20 visualizaciones en televisión, entrevistas que te interesaron sobre mi vida. Sí, entonces usar impresiones para carteles, folletos, etc. La comunicación regional prefiere creer que se utiliza en ambas direcciones, una se refuerza en las redes sociales y la otra promueve o completa la comunicación.

P6: ¿Cree que la gestión de las redes sociales como estrategia de campaña política influye en la intención de voto de los ciudadanos?

Absolutamente sí, el último ejemplo es la votación a la Presidencia de la República, no porque hayamos visto claramente que el debate transmitido por un medio tradicional fue reproducido en los medios tradicionales. ¿Quiénes son los consumidores de medios digitales? ¿Quién lo verá a través de los medios tradicionales? Por tanto, esto tendrá un impacto en las intenciones de voto.

P7: Si este es el caso, ¿qué pasa con los analfabetos digitales? ¿Cómo podemos orientar la estrategia política y no perder la atención captada por las redes y plataformas digitales?

No perdamos esta tensión captada por las formas digitales, tal vez las estrategias de los comunicadores políticos sean claras, no es así en absoluto, es decir que en el mercado, apoyándose en los medios tradicionales nacionales, créanlo o no, el comunicadores políticos de esta audiencia a la que no se puede llegar desde el ámbito político, es como vender un producto, en fin era un producto, vendo un producto, o tengo que pensar en el público que no tiene acceso a los medios digitales, entonces no puedo dar por perdido su poder sin asumir que tal vez estén un poco debilitados, pero de alguna manera utilizan cualquier tipo de red para poder comunicarse con los medios digitales.

P8: Como comunicador y analista político, ¿qué estrategias pueden resultar más atractivas para un electorado que no ve las propuestas electorales sino la conexión emocional con los candidatos, es decir por afinidad, amistad o familiaridad?

Espera un momento, el candidato se convierte en un producto comercial, ¿cuándo quieres vender publicidad? Cuando tienes un producto, ¿qué tipos de mecanismos tienes? Bueno, efectivamente hay cierto tipo de estrategias que no hacen más que vender ese producto, ese es mi objetivo como comunicador, aunque parezca un poco cruel. El electorado sabe lo que hará en el ejercicio de sus funciones públicas, etc. Al final, el resultado siempre será NO utilizar signos verdaderamente emocionales y, en cierta medida, como yo recomendaría que se utilicen, también es necesario difundirlos entre los ciudadanos y tener la posibilidad de elegirlos, por eso en realidad es ideal, pero lamentablemente este país vive en otro tipo de realidades.

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA N° 2 APLICADA AL LIC. CHRISTIAN BORJA, COMUNICADOR SOCIAL Y PERIODISTA.

P1: Según su experiencia como analista político, ¿cree que las redes sociales han influido en la intención de voto durante las campañas electorales para alcaldes?

Buenas noches Gabriel, muchas gracias por la entrevista y de antemano siempre es un placer colaborar con la querida Universidad Estatal de Bolívar. Claro que sí, vengo de Guaranda. Quiero empezar con una frase: "Una ciudad está en peligro cuando su alcalde habla todos los días y se cree la persona más importante de su ciudad". Respecto a tu pregunta, creo que es necesario que haya una combinación de medios tradicionales y medios digitales.

P2: Desde su punto de vista, ¿qué papel juega el uso de las redes sociales, en este caso Facebook, como estrategia de campaña electoral?

Si hacemos un análisis, ¿qué porcentaje de ciudadanos tiene conexión a Internet? Es por esto que no es necesario contar con equipos digitales en campo. No todos tienen Internet, es necesario contar con equipos digitales que influyan significativamente el tema digital en la decisión de votación. Pero los me gusta en las redes sociales no son votos.

P3: ¿Cree que el contenido que los candidatos publican en sus redes sociales como la fan page responde a una estrategia de comunicación política?

A ver, por lo que analizamos y seguimos la campaña del actual alcalde, el Dr. Inti Yumbay nunca tuvo una estrategia, pero cuando llegó al poder no pudo controlar la crisis en lo que llamamos comunicación política, la cual se basa en cinco pilares fundamentales. ejes: planificación de contingencias, identificación de riesgos, respuesta

rápida, restablecimiento de la confianza y recurso a medidas correctoras. Respecto a la comunicación que pudo haber implementado el alcalde cuando hacía campaña para ser alcalde de Guaranda.

P4: Desde su punto de vista, ¿a qué público estuvo dirigida la campaña política de los candidatos a la alcaldía de Ecuador en estas plataformas?

¿Qué puedo decir? No todo se gana, no todas las elecciones se ganan gracias a las redes sociales. Debe haber una estrategia de comunicación política. Está la parte terrestre y la parte digital. Hablamos de televisión, radio y redes sociales. Además de que podemos entenderlo un poco, ya estamos en un año político, por supuesto.

P5: ¿Cree que abandonar los medios tradicionales en favor de los digitales durante la campaña electoral para la alcaldía del país fue una estrategia positiva de comunicación política?

El año 2025 será decisivo en términos de cómo las campañas políticas y las comunicaciones captarán la atención del mercado de las empresas de entretenimiento. Si te das cuenta, vivimos en una sociedad del espectáculo. El discurso del alcalde Inti Yumbay no fue efectivo para nombrarlo alcalde de Guaranda, sino que fueron las presiones y acuerdos que tuvieron con algunos actores políticos las que lo llevaron a convertirse en alcalde de Guaranda.

P6: ¿Cree que la gestión de las redes sociales como estrategia de campaña política influye en la intención de voto de los ciudadanos?

No, las campañas del futuro deben ser digitales, hacia allá nos llevan y ahora más con la inteligencia artificial. ¿Cuál es el error del alcalde de Guaranda? En el momento en que podemos analizarlo, está peleando, ganándose enemigos con actores o partidarios

políticos y con los medios de comunicación. No hay una gestión adecuada de la comunicación de crisis, de la comunicación política en tiempos de crisis, que se podría hacer de otra manera.

P7: Si este es el caso, ¿qué pasa con los analfabetos digitales? ¿Cómo podemos orientar la estrategia política y no perder la atención captada por las redes y plataformas digitales?

Una cosa es ganar elecciones, tanto en las redes sociales como en el territorio, y otra gobernar.

Sea claro: para planificar una campaña política, el candidato debe tener un objetivo claro. Lo que dijiste es que tiene que ser un objetivo alcanzable, segmentado, porque si lo recuerdas en Facebook ¿cuál será? ¿Estarán en Facebook? ¿Quién está en TikTok? ¿Quién está en Instagram ahora? Si Tiktok hace que el candidato sea más reconocible, podrá darse a conocer rápidamente porque es publicidad orgánica.

P8: Como comunicador y analista político, ¿qué estrategias pueden resultar más atractivas para un electorado que no ve las propuestas electorales sino la conexión emocional con los candidatos, es decir por afinidad, amistad o familiaridad?

A ver, primero hay que entender los algoritmos digitales, la nueva era de la comunicación política está en los algoritmos digitales, en este caso el público al que ha llegado el actual alcalde es el de los millennials, pero la generación también podría haber llegado a este segmento, para ello el nicho de votantes si esta vez son elegidos por los jóvenes. Por supuesto, las redes sociales influyen, como dije antes, influyen, pero los “me gusta”, los “bots”, las “granjas” no son votos. Insisto: debe haber una estrategia de comunicación para las campañas políticas basada en la atención a los marcos políticos y una estrategia basada en la investigación.

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA N° 3 APLICADA AL MGS. ERICK ÁLVAREZ DOCENTE, ESPECIALISTA EN CONSULTORÍA POLÍTICA Y GESTIÓN GUBERNAMENTAL, COMUNICADOR SOCIAL.

P1: Según su experiencia como analista político, ¿cree que las redes sociales han influido en la intención de voto durante las campañas electorales para alcaldes?

La comunicación política juega un papel crucial en la gestión de los alcaldes; Un claro ejemplo se observó en Guaranda. A través de él, los alcaldes pueden informar a los ciudadanos sobre sus acciones, proyectos y resultados, así como establecer una conexión emocional con los ciudadanos para ganar su apoyo y confianza.

P2: Desde su punto de vista, ¿qué papel juega el uso de las redes sociales, en este caso Facebook, como estrategia de campaña electoral?

Entre las estrategias más comunes se encuentran la creación de contenidos visuales atractivos, la interacción directa con la ciudadanía a través de comentarios y mensajes, la promoción de eventos y actividades locales y la difusión de resultados y proyectos de gestión.

P3: ¿Cree que el contenido que los candidatos publican en sus redes sociales como la fan page responde a una estrategia de comunicación política?

Los alcaldes suelen adaptar sus mensajes y contenidos a diferentes segmentos de la población mediante el uso de un lenguaje inclusivo, la promoción de eventos y actividades adaptados a cada grupo demográfico y la colaboración con líderes comunitarios y organizaciones locales.

P4: Desde su punto de vista, ¿a qué público estuvo dirigida la campaña política de los candidatos a la alcaldía de Ecuador en estas plataformas?

La transparencia es fundamental en la comunicación política de los alcaldes en las redes sociales, porque ayuda a generar confianza y credibilidad entre los ciudadanos. Los alcaldes suelen compartir información detallada sobre sus acciones y decisiones y responden abierta y honestamente a las preguntas y críticas.

P5: ¿Cree que abandonar los medios tradicionales en favor de los digitales durante la campaña electoral para la alcaldía del país fue una estrategia positiva de comunicación política?

Los alcaldes suelen utilizar diversas métricas para evaluar el impacto de sus comunicaciones en las redes sociales, como el número de seguidores, la interacción con las publicaciones, el alcance de las publicaciones y el nivel de participación en eventos y actividades locales promovidos a través de estas plataformas. .

P6: ¿Cree que la gestión de las redes sociales como estrategia de campaña política influye en la intención de voto de los ciudadanos?

Algunos de los desafíos incluyen lidiar con críticas y comentarios negativos, administrar la privacidad y seguridad de los datos, adaptarse a los cambios en los algoritmos y políticas de la plataforma y garantizar la veracidad y legitimidad de la información compartida.

P7: Si este es el caso, ¿qué pasa con los analfabetos digitales? ¿Cómo podemos orientar la estrategia política y no perder la atención captada por las redes y plataformas digitales?

Los alcaldes pueden mejorar su comunicación política en las redes sociales creando contenido relevante y atractivo, promoviendo la participación ciudadana, escuchando

activamente las necesidades e inquietudes de la comunidad y construyendo relaciones de confianza con los ciudadanos.

P8: Como comunicador y analista político, ¿qué estrategias pueden resultar más atractivas para un electorado que no ve las propuestas electorales sino la conexión emocional con los candidatos, es decir por afinidad, amistad o familiaridad?

Algunas tendencias emergentes incluyen el uso de inteligencia artificial y análisis de datos para personalizar el contenido y mejorar la segmentación de la audiencia, aumentar la colaboración con personas influyentes y figuras públicas para amplificar el mensaje y el desarrollo de estrategias de comunicación multiplataforma para llegar a una audiencia más amplia y diversa.

4.1.3. Discusión de los resultados

Durante el análisis se pudo observar la efectividad que tiene la red social Facebook, como herramienta de campaña política se han recogido opiniones en las que se menciona principalmente una percepción mixta sobre la fiabilidad de las redes sociales con las predicciones electorales.

Dos de los tres entrevistados mencionaron que tienen dudas sobre las fans pages ya que hoy en día se cultivan bots que tienen la capacidad de crear publicaciones, dar likes, comentar, incluso compartirlas, Facebook no es una plataforma digital del todo segura y no viene a ser una fuente confiable para llegar a determinar con exactitud si un alcalde puede ganar las elecciones, mientras que uno de ellos si menciona que puede ser posible obtener un rango mayor de visibilidad.

Estas opiniones vienen a ser un poco disparejas tanto que llegan a alinearse con la literatura de Aldo Isuani & Cervini (2022) en el que se presentan argumentos tanto a favor como en contra del uso de las redes sociales para hacer campañas políticas. Este argumenta que las redes sociales facilitan mucho la difusión de contenidos, mientras que Dávalos López & Pérez (2013) enfatiza las capacidades que tienen estas plataformas para lograr la fomentación de la participación y la retroalimentación de todos los votantes.

Por otro lado, la ficha de observación utilizada en este estudio arrojó un resultado positivo, indicando que la fan page de Inti Yumbay generó una cantidad significativa de interacción y engagement que viene a ser esa fidelidad de usuarios, este hallazgo sugiere que, aunque los individuos vean todo de una manera diferente llega a tener un impacto sobre ellos de manera tangible.

4.1.4. Matriz de análisis de datos de los contenidos publicados en la fan page del candidato alcalde Inti Yumbay, parametrizando estrategias de comunicación política en el cantón Guaranda en 2023.

Tabla 10

Matriz de monitoreo de datos

Nombre	Fecha de Publicación	Mensaje	Post Url	(Recursos)	Comentarios	Reacciones	Compartidos	Hashtags
INTI Yumbay	2/1/2023 09:00	| La unión y la fortaleza del trabajo en equipo es TRABAJAR JUNTOS hacia una visión común. La capacidad de dirigir los logros individuales hacia los objetivos enfocados en la comunidad de el Rayo que están contemplados en nuestro plan de trabajo es nuestro compromiso. ¡Juntos lo haremos posible!	https://www.facebook.com/71236107025529 5	view post	1	148	18	#ComunidadElRayo

INTI Yumbay	3/1/2023 08:00	| Damos inicio a este proceso electoral, les invito a hacer una campaña transparente, donde lleguemos con propuestas y no comentarios de odio. Les invito mis amigos a reflexionar sobre el voto que es lo más preciado. Es la herramienta sin violencia más poderosa que tenemos en una sociedad democrática y debemos usarla.	https://www.facebook.com/71236107025529 5	view post	23	347	110	#2023el añodelcambio
INTI Yumbay	4/1/2023 14:00	Agenda de medios.#MasPorGuaranda	https://www.facebook.com/71236107025529 5	view post	8	226	41	#JuntosLoLograremos

INTI Yumbay	5/1/2023	Recorrido Guaranda Merece MAS | Sus voces están escuchándose y están demostrándole a nuestros ancestros que sus luchas no fueron en vano. Ahora nos queda una cosa más que debemos hacer: caminar hacia nuestro verdadero poder, que es el voto y puesto en nuestra propuesta política no les vamos a defraudar. Juntos lo vamos a lograr - Gracias GUARANDA Inti Yumbay Alcalde 2023	https://www.facebook.com/71236107025529 5	view post	10	312	76	#MasPorGuaranda
INTI Yumbay	6/1/2023	**MAS63** | Ningún individuo puede ganar un partido por sí mismo. Sabernos rodear de un equipo competente nos ayudará a poder alcanzar el éxito.	https://www.facebook.com/71236107025529 5	view post	15	339	53	#IntiYumbay2023

INTI Yumbay	7/1/2023	No los defraudaré llegaré a la alcaldía con su apoyo y luchare día a día por mejorar la situación actual de Guaranda y sus comunidades. GRACIAS por su confianza	https://www.facebook.com/71236107025529 5	view post	20	448	59	#mas63
INTI Yumbay	7/1/2023 21:00	Ustedes son nuestra mayor fortaleza - El lazo más fuerte de simpatía humana y trabajo consolidado debería ser unir a las personas de todas las comunidades y trabajar en conjunto para mejores días para todos los Guarandeños. Con la ayuda de ustedes llegaremos a la Alcaldía y no les defraudaremos. #LaAlcaldiaSeraDeTodos #MasPorGuaranda #IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/71236107025529 5	view post	9	233	29	#guarandamerecemas
INTI Yumbay	8/1/2023 22:00	| La familia proporciona unos valores que quedan para toda tu vida. Una familia unida y llena de amor es el lujo más difícil de conseguir. Gracias por ser mi soporte, mi apoyo y mi motivación incondicional, por ustedes, por Guaranda, por sus Comunidades y por San Luis de Pambil que siempre nos recibe cálidamente y no está en sus mejores condiciones, lucharé incansablemente por días mejores.	https://www.facebook.com/71236107025529 5	view post	35	573	54	#graciasguaranda

INTI Yumbay	9/1/2023 00:48	👪👪👪👪| La familia proporciona unos valores que quedan para toda tu vida. Una familia unida y llena de amor es el lujo más difícil de conseguir. Gracias por ser mi soporte, mi apoyo y mi motivación incondicional, por ustedes, por Guaranda, por sus Comunidades y por San Luis de Pambil que siempre nos recibe cálidamente y no está en sus mejores condiciones, lucharé incansablemente por días mejores. ♥•••Lo que nos hace hermanos unidos no es la sangre, sino el corazón. El Apoyo de la familia: la unión, comunicación, confianza, convivencia y soporte que existe entre los miembros de la familia, me dan la fortaleza para enfrentar este proceso electoral.•••#MasPorGuaranda #IntiYumbay2023 #JuntosLoLograremos	https://www.facebook.com/71236107025529 5	view post	35	575	54	#masporguaranda
INTI Yumbay	9/1/2023 13:00	Fake❌⊘| Apelamos rotundamente a la campaña maliciosa, al hackeó de cuentas, GRACIAS a nuestro equipo de redes que trabajan 24/7 hemos podido poner nuestra cuenta bajo todos los estándares de seguridad, tenemos las ubicaciones donde intentan abrir nuestras cuentas. #NOALACAMPAÑAMALESTRUCTURADA. #Laluchacontinúa #IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/71269640355095	view post	8	160	35	#laluchacontinúa

INTI Yumbay	9/1/2023 15:02	PUBLICIDAD GUARANDA SEGURA 🚨| La seguridad ciudadana preventiva es nuestra prioridad, queremos que nuestros niños, jóvenes, adultos mayores y ciudadanía en general transiten por las calles de nuestro hermoso cantón, sin miedo ni preocupaciones queremos MAS SEGURIDAD, que Guaranda no sea destruida por gente no identificada, que exista MAS crecimiento, desarrollo urbano y rural y tranquilidad para todos los Guarandeños y juntos lo vamos a lograr, vota todo 63 MAS. •••*Inti Andrés Yumbay Taris*•••CANDIDATO ALCALDE DE GUARANDA#JuntosLogramosMás #MAS63	https://www.facebook.com/71277525021387 7	view post	5	213	16	#noalacampañaestructurada

INTI Yumbay	9/1/2023 22:08	EL APORTE DE LA JUVENTUD ES FUNDAMENTAL - La participación de los jóvenes en la política se ha convertido en el eje vertical de la construcción de regímenes y el fortalecimiento de la democracia, donde la juventud juega un papel importante y significativo en la búsqueda de soluciones a los problemas que se presentan en el entorno social. En nuestro proyecto político, es vital que la participación de los jóvenes fortalezca la política cantonal. Su eje principal es incentivarlos a involucrarse en aspectos sociales y abrir campos para que sus ideas puedan ser difundidas, aplicadas, interesadas y encaminadas hacia el mejoramiento de las instituciones políticas y la democracia. ✊ □□#IntiYumbay2023 #LaLuchaContinúa #MasPorLaJuventud #MAS	https://www.facebook.com/71297936686013 2	view post	2	259	74	#masporlajuventud
INTI Yumbay	10/1/2023 01:50	✸Madre de mi vida ✸Siempre has sido mi apoyo incondicional, mi soporte y mi fuerza, hoy estamos nuevamente caminando con el objetivo de construir la ciudad que tanto soñamos, tus enseñanzas y empuje es muy importante para poder llegar al objetivo.#GraciasMami#intiyumbay2023#LaLuchaContinúa	https://www.facebook.com/71305978685209 0	view post	38	568	83	#mas

INTI Yumbay	10/1/2023 17:50	#GuarandaMereceMas □✓| La unión y la fortaleza del trabajo en equipo es TRABAJAR JUNTOS hacia una visión común. La capacidad de dirigir los logros individuales hacia los objetivos enfocados en Guaranda están contemplados en nuestro plan de trabajo es nuestro compromiso. ¡Juntos lo haremos posible! ●○◍ #JuntosLoLograremos#MasPorGuaranda#IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/71349890014151 2	view post	7	271	51	#juntospodemosmas
INTI Yumbay	11/1/2023 02:58	Agenda de medios.#MasPorGuaranda	https://www.facebook.com/71370810678725 8	view post	2	288	25	#votatodo63
INTI Yumbay	11/1/2023 12:30	#MASPorGuaranda □ #IntiYumbay2023 § El trabajo en equipo es la habilidad para trabajar juntos hacia una visión común; Poseer el mismo objetivo colectivo hará que nuestros compañeros, nos den la oportunidad de sumar nuestros esfuerzos para poder alcanzarlo. No los defraudaré llegaré a la alcaldía con su apoyo y luchare día a día por mejorar la situación actual de Guaranda y sus comunidades. GRACIAS por su confianza □✓👪. #MasPorGuaranda #JuntosPodemosMas	https://www.facebook.com/71393695676437 3	view post	76	751	213	#gentenueva

INTI Yumbay	11/1/2023 19:02	Gracias compañeros por su esfuerzo y perseverancia, su voluntad vale más que cientos de dólares.Dios le pague por ser parte fundamental de nuestra campaña, nunca voy a defraudarles ustedes como artesanos y trabajadores son la mano de obra que mueve una sociedad.#MasPorGuaranda#intiyumbay2023	https://www.facebook.com/71413989674407 9	view post	10	380	21	#ComunidadElRayo
INTI Yumbay	11/1/2023 20:44	🕸🕸| La juventud está con Inti Yumbay.Los jóvenes cumplen un rol importante en este proceso electoral, tu voto es importante es tu súper, poder por eso no te olvides este 05 de febrero votar todo 63 ⛴ #GenteNueva #MasOportunidadesParaTodos	https://www.facebook.com/71417925007347 7	view post	9	223	16	#2023el añodelcambio
INTI Yumbay	11/1/2023 23:30	#QuindiguaAlto □•••✓ Cada una de sus necesidades son escuchadas y están contempladas en nuestro plan de trabajo porque conocemos la realidad de nuestro cantón. ¡Es hora de un verdadero cambio y juntos lo haremos posible!#GuarandaMereceMAS#Inti Yumbay2023	https://www.facebook.com/71423799673426 9	view post	13	378	65	#JuntosLoLograremos

INTI Yumbay	12/1/2023 13:00	#GuarandaMereceMas Avancemos a la velocidad que sea posible, pero avancemos juntos, enfocándonos en el diálogo y el acuerdo. •••No ofrezco una alcaldía contra todos, sino un periodo progresista y aliado con todos los que desean el cambio. Juntos podemos lograrlo ••• #LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda	https://www.facebook.com/71466075335866 0	view post	13	320	59	#MasPorGuaranda
INTI Yumbay	12/1/2023 18:00	#Laluchacontinúa § El trabajo en equipo es la habilidad para trabajar juntos hacia una visión común; Poseer el mismo objetivo colectivo hará que nuestros compañeros, nos den la oportunidad de sumar nuestros esfuerzos para poder alcanzarlo. No los defraudaré llegaré a la alcaldía con su apoyo y luchare día a día por mejorar la situación actual de Guaranda y sus comunidades. GRACIAS por su confianza ✓. #MasPorGuaranda #laalcaldiaseradetodos #JuntosPorGuaranda #JuntosPodemosMas #intiyumbay2023	https://www.facebook.com/71483222000818 0	view post	8	344	35	#IntiYumbay2023

INTI Yumbay	13/1/2023 00:00	#GuarandaMereceMAS ✓Gracias a nuestros grandes amigos del sector Urbano de Guaranda que siempre se encuentran prestos al diálogo, pudimos conversar sobre las necesidades que presentan en la actualidad y nos comprometimos a articular acciones para juntos poder mejorar. #UnidosSomosMasFuertes•••#LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda #SomosMas	https://www.facebook.com/71498938665913 0	view post	10	312	39	#mas63
INTI Yumbay	13/1/2023 13:00	#MasCalidadDeVida - Los animalitos callejeros son aquellos que no tienen un hogar, o que perteneciendo a uno, pasan la totalidad o parte del día fuera de su casa, ya sea por la falta de los debidos cuidados de sus propietarios, abandono o por haber nacido en la calle. Por eso nosotros garantizaremos condiciones dignas de vida para los animalitos de la calle y brindaremos servicios médicos a las mascotas más necesitadas. #MasPorLosAnimales #GuarandaMereceMas #JuntosVamosALograrlo	https://www.facebook.com/71531808995959 3	view post	66	895	49	#guarandamerecemas

INTI Yumbay	13/1/2023 18:00	**MAS63** 𝕊 | Ningún individuo puede ganar un partido por sí mismo. Sabernos rodear de un equipo competente nos ayudará a poder alcanzar el éxito. La juventud ya decidió el cambio y no les vamos a defraudar. □▒🖙#GraciasGuaranda#guarandamerecemas#Elecciones2023	https://www.facebook.com/71548372327636 3	view post	7	196	9	#graciasguaranda
INTI Yumbay	13/1/2023 18:33	Soy Inti Andrés Yumbay Taris un Guarandeño comprometido con ustedes, quien no les defraudara, llegaré a la alcaldía con su apoyo y luchare día a día por mejorar la situación actual de nuestros hermanos de Guaranda y sus comunidades □ Este 5 de Febrero vamos todos a votar por la lista del cambio la lista 63. **•••MAS DESARROLLO**, **MAS OBRAS**, **MAS SALUD**, **MAS EDUCACIÓN**, **MAS SANIAMIENTO AMBIENTAL**, **MAS AGUA POTABLE**, **MAS VIVIENDA**, **MAS RECREACIÓN Y MAS DEPORTE**. **MAS POR GUARANDA** ✊•••✓👥. #MasPorGuaranda #laalcaldiaseradetodos #JuntosPorGuaranda #JuntosPodemosMas #intiyumbay2023	https://www.facebook.com/71549924994147 7	view post	66	791	244	#masporguaranda

INTI Yumbay	13/1/2023 23:35	Mi princesa 😇 nos ha tocado enfrentar tu desarrollo en medio de una campaña política, pero jamás vamos a poner en riesgo tu bienestar, te esperamos con muchas ansias para darte cariño y mucho amor.#princesa	https://www.facebook.com/71561309659675 9	view post	103	1125	3	#laluchacontinúa
INTI Yumbay	13/1/2023 23:49	#GuarandaMereceMas □✓| La unión y la fortaleza del trabajo en equipo es TRABAJAR JUNTOS hacia una visión común. La capacidad de dirigir los logros individuales hacia los objetivos enfocados en Guaranda y sus comunidades que están contemplados en nuestro plan de trabajo es nuestro compromiso. ¡Juntos lo haremos posible! ●○◍ #JuntosLoLograremos#MasPorGuaranda#IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/71561795326294 0	view post	10	290	25	#noalacampañaestructurada
INTI Yumbay	14/1/2023 12:58	#GuarandaMereceMas 🔗✊▩✓ Llegar juntos es el principio, mantenerse juntos, es el progreso y trabajar juntos es el éxito.•••Gracias por todo el apoyo que nos brindan en cada lugar que visitamos, no los defraudaré llegaremos a la alcaldía y lucharemos por días mejores para todos.✓Guaranda y sus comunidades merecen MAS•••#LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda	https://www.facebook.com/71598916655915 2	view post	6	256	32	#masporlajuventud

INTI Yumbay	14/1/2023 18:00	EL APORTE DE LA JUVENTUD ES FUNDAMENTAL -. En nuestro proyecto político, es vital que la participación de los jóvenes fortalezca la política cantonal. Su eje principal es incentivarlos a involucrarse en aspectos sociales y abrir campos para que sus ideas puedan ser difundidas, aplicadas, interesadas y encaminadas hacia el mejoramiento de las instituciones políticas y la democracia. ✊□□#IntiYumbay2023 #LaLuchaContinúa #MasPorLaJuventud #MAS	https://www.facebook.com/71615841320889 4	view post	3	300	40	#mas
INTI Yumbay	14/1/2023 21:00	#GuarandaYaDecidioPorMASCambio 👪 Gracias por todo el apoyo que nos brindan en cada lugar que visitamos, no los defraudaré llegaremos a la alcaldía y lucharemos por días mejores para todos.✓JUNTOS lo lograremos ✊•••#LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda #IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/71623215986818 6	view post	11	384	59	#juntospodemosmas
INTI Yumbay	15/1/2023 13:00	#GuarandaMereceMas ❤️↴•••Ustedes son nuestra mayor fortaleza ✊▩- El lazo más fuerte de simpatía humana y trabajo consolidado debería ser unir a todos y trabajar en conjunto para mejores días para todos los Guarandeños. Con la ayuda de ustedes llegaremos a la Alcaldía y no les defraudaremos. ❤️	https://www.facebook.com/71668680315605 5	view post	19	378	36	#gentenueva

		#LaAlcaldiaSeraDeTodos #MasPorGuaranda ✋▒ #IntiYumbay2023 ••• #JuntosPodemosMas #LoLograremos						
INTI Yumbay	15/1/2023 18:15	Más cerca de los jóvenes ✓Más cerca de la salud ✓Más cerca del deporte ✓Más cerca de los niños Más cerca de las madres✓#GuarandaEsMas63💙💙💙	https://www.facebook.com/716854656472603	view post	7	272	31	#ComunidadElRayo
INTI Yumbay	15/1/2023 23:00	EJES DE TRABAJO | Componente Biofísico - Medio Ambiente ♻✅Componente Económico Productivo 💰📉Componente Socio Cultural y Deportivo 🚴▒♀□▒♀Asentamientos Humanos, Movilidad, y Tecnología🏛⚖Político Institucional y Participación Ciudadana 🙏💡🙏🙏🙏🗳Con su apoyo depositado en las urnas este 5 de Febrero lo vamos a lograr, Guaranda ya decidió el cambio vota todo 63. Inti Yumbay Alcalde 2023.#MAS63 #GuarandaMereceMAS #LaLuchaContinúa	https://www.facebook.com/716989103125825	view post	12	402	108	#2023el añodelcambio

INTI Yumbay	16/1/2023 13:30	**Juntos lo lograremos | Con la fuerza de los Guarandeños** 👊▒Campañas de esterilización gratuitas 🐶🐱Alcantarillado 〰 Recolección y recolectores de basura □♻Mejoramiento del sistema vial y la conectividad en el sector urbano ✅🌳Implementación y mejoramiento de espacios deportivos □♂🏀🏒🏀Plan habitacional municipal 🏗🏠#IntiYumbay2023 #LaLuchaContinúa	https://www.facebook.com/717493989742003	view post	12	214	26	#JuntosLoLograremos
INTI Yumbay	16/1/2023 18:00	#MASDeporte 🍿🎾□⚽.Impulsaremos el deporte para el bienestar de toda la Juventud estamos convencidos lo importante que son las actividades deportivas en el desarrollo juvenil y crearemos diferentes espacios para que puedan practicar diferentes actividades deportivas. Felicidades campeones 🎉 ✚63🚣 #JuntosPorGuaranda #LaLuchaContinúa #UnidosSomosMasFuertes	https://www.facebook.com/717636546394414	view post	13	285	40	#MasPorGuaranda
INTI Yumbay	16/1/2023 19:26	MAS VALOR A NUESTRA GASTRONOMIA - □□🍇🍾La gastronomía local tendrá un espacio fundamental en nuestra administración estará presente en todas nuestras actividades y serán anfitriones principales de nuestras fiestas culturales; VIVA NUESTRA TRADICIÓN Y NUESTRA	https://www.facebook.com/717672869724115	view post	11	299	60	#IntiYumbay2023

		CULTURA.#intiyumbay2023 #LaLuchaContinúa #JuntosLoLograremos						
INTI Yumbay	16/1/2023 23:00	#JuntosLoLograremos □•••✓ Cada una de sus necesidades son escuchadas y están contempladas en nuestro plan de trabajo porque conocemos la realidad de nuestro cantón. ¡Es hora de un verdadero cambio y juntos lo haremos posible!✓✊▩#GuarandaMereceMAS#IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/71776721304801 4	view post	4	258	42	#mas63
INTI Yumbay	17/1/2023 13:01	**MAS iluminación con Inti Yumbay en la alcaldía 2023** 🥊| Los espacios Públicos como escenarios deportivos tienen un impacto social sumamente amplio en las comunidades, parroquias, barrios y ciudadelas; pues disponer de estos espacios en buenas condiciones mejora la calidad de vida de muchas personas: brindan trabajo, fomentan la buena salud, el compañerismo y el sentido de pertenencia. ➰✊▩🥊Es por eso que en nuestra Administración iluminaremos a todos los espacios públicos y para muestra de nuestro trabajo aportamos y mejoramos la iluminación de la	https://www.facebook.com/71810131301460 4	view post	12	208	16	#guarandamerecemas

		cancha deportiva de Joyocoto.#IntiYumbayAlcalde2023 #LaLuchaContinúa						
INTI Yumbay	17/1/2023 15:20	***Gracias* 21K** □| Cada vez son MÁS las razones para seguir soñando con mejores días para nuestro querido Cantón, para estar Más cerca de los jóvenes; Más cerca de la salud; Más cerca del deporte; Más cerca de los niños; Más cerca de las madres. 🔗✋▒✓ Llegar juntos es el principio, mantenerse juntos, es el progreso y trabajar juntos es el éxito.***Gracias Guaranda ya somos*** 21 ***mil seguidores***🖤🖤🖤 #LaLuchaContinúa #IntiYumbayAlcalde	https://www.facebook.com/71817811300692 4	view post	32	553	61	#graciasguaranda

INTI Yumbay	17/1/2023 17:00	**MAS VALOR A LOS PROFESIONALES GUARANDEÑOS** - 🤝🤝♂🤝♂□🔧🔬⚕Los profesionales locales serán nuestra prioridad valorizaremos a nuestra gente, a nuestros jóvenes, Guaranda está llena de gente capaz, trabajadora, honesta, que está dispuesta a aportar por el desarrollo urbano y rural; el municipio será de todos los Guarandeños.#IntiYumbay2023#LaLuchaContinúa	https://www.facebook.com/718231806334888	view post	15	196	32	#masporguaranda
INTI Yumbay	17/1/2023 17:57	No a la campaña con comunicación errónea | ✊▒🔊✓ #LaLuchaContinúa #SegumimosFirmes	https://www.facebook.com/718258569665545	view post	47	454	112	#laluchacontinúa
INTI Yumbay	17/1/2023 18:56	🔊✓ | No a la campaña sucia, rechazamos la difusión de medios de comunicación sobre actos FALSOS, Nuestro caminar a sido transparente y seguimos firmes y enfocados en conseguir el cantón que tanto anhelamos, les invito a vivir una fiesta democrática sin inventos, la gente no necesita cuentos necesita PROPUESTAS y ACCIONES. Un abrazo Guarandeños La Lucha Continúa ✊▒🍲□ #LaLuchaContinúa #SegumimosFirmes	https://www.facebook.com/718290699662332	view post	55	465	189	#noalacampañaestructurada

INTI Yumbay	17/1/2023 23:00	**MAS Prioridad para los profesionales locales** - En las Obras que realicemos, todos los profesionales locales serán nuestra prioridad tendrán las mismas oportunidades de trabajar, valorizaremos a nuestra gente, Guaranda está llena de gente capaz, trabajadora, honesta y el municipio será de todos los guarandeños. Aplicaremos el principio de igualdad en los procedimientos precontractuales establecidos en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública. El principio de igualdad, uno de los más importantes en el ámbito de la contratación pública, permitirá que todos quienes se hallen aptos para concurrir a un proceso de contratación reciban igual trato sin discriminación alguna, estableceremos las condiciones que permitan una participación igualitaria, sin incluir requisitos que limiten o sitúen a determinados oferentes en una posición de superioridad o de preferencia. #ElMunicipioDeTodosConIntiYumbay #UnCambioSiEsPosible #LaLuchaContinúa	https://www.facebook.com/71837946632012 2	view post	9	180	38	#masporlajuventud

INTI Yumbay	17/1/2023 23:40	Caravana de la alegría.#IntiYumbayAlcalde#GuaradaMereceMAS	https://www.facebook.com/1797783457256216	view post	43	321	21	#mas
INTI Yumbay	18/1/2023 00:06	Feliz cumpleaños amor de mi vida.Son días de mucho esfuerzo pero tu acompañamiento y de mi princesa es mi mayor impulso y fortaleza.#Teamo	https://www.facebook.com/718402126317856	view post	262	1301	12	#juntospodemosmas
INTI Yumbay	18/1/2023 00:23	Este 5 de febrero vota todo Lista 63 porque#GuarandaMereceMAS	https://www.facebook.com/860992478515499	view post	24	338	35	#votatodo63
INTI Yumbay	18/1/2023 13:03	**FALTAN 18 DÍAS PARA EL VERDADERO CAMBIO** | ✓✊▒La unidad es la fuerza. Cuando hay trabajo en equipo y colaboración, pueden conseguirse cosas maravillosas. Gracias Guaranda, este 5 de febrero vamos a votar todo lista 63. ✊▒□🔗**Inti Yumbay Alcalde 2023**#LaLuchaContinúa	https://www.facebook.com/718711546286914	view post	6	306	85	#gentenueva

INTI Yumbay	18/1/2023 18:01	#GuarandaMereceMas □✓| La unión y la fortaleza del trabajo en equipo es TRABAJAR JUNTOS hacia una visión común. La capacidad de dirigir los logros individuales hacia los objetivos enfocados en Guaranda están contemplados en nuestro plan de trabajo es nuestro compromiso. ¡Juntos lo haremos posible! ●○◍ #JuntosLoLograremos#MasPorGuaranda#IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/71886706960469 5	view post	6	307	34	#ComunidadElRayo
INTI Yumbay	18/1/2023 21:38	**AGENDA DE MEDIOS 📻 📣 LA LUCHA CONTINÚA** ✊▒Te invito a escucharme por:Radio Turbo 93.9 FM🗓Día: Jueves 19 de Enero □Hora: 7:00 AMRadio Spazio 104.7 FM □Hora: 18:30 PM**•••Por una campaña limpia y de respeto somos MAS 63•••**#MasPropuestas #IntiYumbayAlcalde #CampañaTransparente	https://www.facebook.com/71895040959636 1	view post	9	220	32	#2023elañodelcambio
INTI Yumbay	18/1/2023 23:00	Este 5 de febrero vota por el cambio que Guaranda merece.#IntiYumbayAlcalde#GuaradaMereceMAS	https://www.facebook.com/42051824356098 1	view post	17	239	13	#JuntosLoLograremos

INTI Yumbay	18/1/2023 23:15	#GuarandaYaDecidioPorMASCambio 👥 Gracias por todo el apoyo que nos brindan Guaranda, por recibirnos siempre dispuestos a escucharnos, no los defraudaré llegaremos a la alcaldía y lucharemos por días mejores para todos.✓JUNTOS lo lograremos 👊•••#LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda #IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/718984012926334	view post	31	575	116	#MasPorGuaranda
INTI Yumbay	18/1/2023 23:34	Este 5 de febrero votar por el desarrollo, a votar por Guaranda.A votar por la 63.Somos el Movimiento Alianza Social.#IntiYumbayAlcalde#GuaradaMereceMAS	https://www.facebook.com/903221124043616	view post	31	404	31	#IntiYumbay2023
INTI Yumbay	19/1/2023 00:19	Vota Todo Lista 63.#IntiYumbayAlcalde#GuaradaMereceMAS	https://www.facebook.com/121885173873033 4	view post	27	204	11	#mas63

INTI Yumbay	19/1/2023 16:34	**LOS ARTISTAS, ARTESANOS MERECEN MÁS OPORTUNIDADES** 🎨🎸🎨🎹| Cuando se impulsa actividades artesanales y artísticas se genera ingresos a miles de familias y para que esto suceda necesitan apoyo y planes de acción de las autoridades. Con nosotros lo tendrán, no les vamos a defraudar.. GRACIAS a mis grandes amigos de la asociación de artistas profesionales de Bolivar, por estar siempre dispuestos al diálogo para juntos contribuir la ciudad que anhelamos. #IntiYumbayAlcalde #LaLuchaContinúa #MAS63	https://www.facebook.com/719449379546464	view post	17	344	40	#guarandamerecemas
INTI Yumbay	19/1/2023 16:49	**MEDIOS** 📻🔊 | **LA LUCHA CONTINÚA** 🎙▓Radio Turbo 93.9 FM•••**Por una campaña limpia y de respeto somos MAS 63**•••#MasPropuestas #IntiYumbayAlcalde #CampañaTransparente	https://www.facebook.com/719456479545754	view post	56	533	79	#graciasguaranda
INTI Yumbay	19/1/2023 22:01	□🕵🕵 | El amor incondicional, la bondad, el afecto, la honestidad, la justicia, la solidaridad, el respeto, la tolerancia... son valores necesarios para realizarnos correctamente, para crecer y ser felices.**Gracias papá, continuaré con tu legado de ver desarrollarse a Guaranda con Obras. AHORA JUNTOS EN ESTE PROPOSITO** 🕊 ***No te defraudaré, No les defraudaré.. LA LUCHA***	https://www.facebook.com/719587572865978	view post	51	1142	223	#masporguaranda

		CONTINÚA. #IntiYumbayAlcalde2023						
INTI Yumbay	20/1/2023 12:47	#LaLuchaContinúa 🔗✊▒✓ Llegar juntos es el principio, mantenerse juntos, es el progreso y trabajar juntos es el éxito.•••Gracias por todo el apoyo que nos brindan en cada lugar que visitamos, no los defraudaré llegaremos a la alcaldía y lucharemos por días mejores para todos.✓Guaranda y sus comunidades merecen MAS•••#LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda	https://www.facebook.com/71993373949802 8	view post	32	396	52	#laluchacontinúa
INTI Yumbay	20/1/2023 18:34	#MasPorGuaranda💝↴•••Ustedes son nuestra mayor fortaleza ✊▒- El lazo más fuerte de simpatía humana y trabajo consolidado debería ser unir a todos y trabajar en conjunto para mejores días para todos los Guarandeños. Con la ayuda de ustedes llegaremos a la Alcaldía y no les defraudaremos. 💝 #LaAlcaldiaSeraDeTodos #MasPorGuaranda✊▒	https://www.facebook.com/72011546947985 5	view post	12	250	16	#noalacampañaestructurada

		#IntiYumbay2023 ••• #JuntosPodemosMas #LoLograremos						
INTI Yumbay	20/1/2023 21:54	#LaLuchaContinúa INTI YUMBAY ALCALDE !!SHULALACACHISAGUAQUESERASHERAPAMBAINTI CHURI	https://www.facebook.com/89544122481834 6	view post	81	382	32	#masporlajuventud
INTI Yumbay	21/1/2023 00:45	Más cerca de los jóvenes ✓Más cerca de la salud ✓Más cerca del deporte ✓Más cerca de los niños Más cerca de las madres✓#GuarandaEsMas63❤❤❤	https://www.facebook.com/72026407946499 4	view post	14	258	29	#mas
INTI Yumbay	21/1/2023 03:42	Acompañanos y se parte del cambio que Guaranda merece.#GuarandaMereceMAS	https://www.facebook.com/72034443279029 2	view post	14	289	72	#juntospodemosmas

INTI Yumbay	21/1/2023 13:00	**Vota Todo 63** | Soy Inti Yumbay candidato Alcalde de Guaranda Buscare un mejor convivir entre los Guarandeños y sus visitantes. Planificaremos conjuntamente con los actores sociales en cada comunidad y barrio del cantón Guaranda para llegar a su desarrollo integral, Ubícanos en el último casillero, por el Cambio, Guaranda merece MAS vota 63. 🕹#IntiYumbayAlcalde #VotaTodo63	https://www.facebook.com/72057558610051 0	view post	27	374	88	#votatodo63
INTI Yumbay	21/1/2023 13:32	Transmisión en vivo.Radio Canela.	https://www.facebook.com/86226665211089 79	view post	155	682	50	#gentenueva
INTI Yumbay	21/1/2023 15:54	#LaLuchaContinúa INTI YUMBAY ALCALDE !!Recorrido por la principales calles de la cuidad!!	https://www.facebook.com/55969253270291 5	view post	125	699	75	#2023el añodelcambio
INTI Yumbay	21/1/2023 17:00	#GuarandaMereceMas 🖇✊▨✓ Llegar juntos es el principio, mantenerse juntos, es el progreso y trabajar juntos es el éxito.No les defraudaré luchare día a día por el progreso de Guaranda y sus comunidades. Juntos somos MAS fuertes. **Inti Yumbay Alcalde**	https://www.facebook.com/72071308275342 7	view post	10	289	75	#JuntosLoLograremos

		2023#LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda						
INTI Yumbay	22/1/2023 13:03	#GuarandaMereceMas 🔗✋▒✓No les defraudaré luchare día a día por el progreso de Guaranda y sus comunidades. Juntos somos MAS fuertes. **Inti Yumbay Alcalde 2023**#LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda	https://www.facebook.com/72127637269709 8	view post	34	567	92	#IntiYumbay2023
INTI Yumbay	22/1/2023 17:35	***Cierre de campaña*** 02 ***de Febrero*** | Te invitó a ser parte de nuestro cierre de campaña el día Jueves 02 de Febrero, donde viviremos una fiesta democrática del cambio. Buscare un mejor convivir entre los Guarandeños y sus visitantes. Planificaremos conjuntamente con los actores sociales en cada comunidad y barrio del cantón Guaranda para llegar a su desarrollo integral. 🗳#IntiYumbayAlcalde #VotaTodo63	https://www.facebook.com/72143207601486 1	view post	275	1757	688	#mas63

INTI Yumbay	23/1/2023 15:22	***Gracias*** □| Cada vez son MÁS las razones para seguir soñando con mejores días para nuestro querido Cantón, para estar Más cerca de los jóvenes; Más cerca de la salud; Más cerca del deporte; Más cerca de los niños; Más cerca de las madres. 🔗✋▩✓ Llegar juntos es el principio, mantenerse juntos, es el progreso y trabajar juntos es el éxito.***Gracias Guaranda***.❤❤❤ #LaLuchaContinúa #IntiYumbayAlcalde	https://www.facebook.com/72199538262519 7	view post	32	418	32	#guarandamerecemas
INTI Yumbay	23/1/2023 17:00	Les hago la cordial invitación al gran cierre de campaña. Sumate a los últimos días de campaña.#IntiYumbayAlcalde #GuarandaMereceMAS	https://www.facebook.com/72204918928648 3	view post	44	513	153	#graciasguaranda
INTI Yumbay	24/1/2023 02:07	EL APORTE DE LA JUVENTUD ES FUNDAMENTAL -. En nuestro proyecto político, es vital que la participación de los jóvenes fortalezca la política cantonal. Su eje principal es incentivarlos a involucrarse en aspectos sociales y abrir campos para que sus ideas puedan ser difundidas, aplicadas, interesadas y encaminadas hacia el mejoramiento de las instituciones políticas y la democracia. ✋□□#IntiYumbay2023 #LaLuchaContinúa #MasPorLaJuventud #MAS	https://www.facebook.com/72225117259961 8	view post	74	891	53	#masporguaranda

INTI Yumbay	24/1/2023 12:04	👪👪👪👪| La familia proporciona unos valores que quedan para toda tu vida. Una familia unida y llena de amor es el lujo más difícil de conseguir. Gracias por ser mi soporte, mi apoyo y mi motivación incondicional, no nos olvidemos que atrás de Inti hay una madre, hay unos hermanos, hay unos sobrinos, hay una familia que se está formando. Lleguemos a la gente con propuestas, con obras, no dañando al prójimo. Seguimos más fuertes que nunca, no claudicaremos. Por ti Guaranda La Lucha Continúa ✊🏾Con cariño y respeto Inti Andrés Yumbay Taris ❤️•••#MasPorGuaranda #IntiYumbay2023 #JuntosLoLograremos	https://www.facebook.com/72248158257657 7	view post	63	883	93	#laluchacontinúa
INTI Yumbay	24/1/2023 17:15	#JuntosLoLograremos □•••✓ Cada una de sus necesidades son escuchadas y están contempladas en nuestro plan de trabajo porque conocemos la realidad de nuestro cantón. ¡Es hora de un verdadero cambio y juntos lo haremos posible!✓✊🏾#GuarandaMereceMAS#IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/72264590256014 5	view post	27	513	58	#noalacampañaestructurada
INTI Yumbay	24/1/2023 22:00	#JuntosLoLograremos □•••¡Es hora de un verdadero cambio y juntos lo haremos posible!✓✊🏾#GuarandaMereceMAS#IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/9179180	view post	22	247	10	#masporlajuventud

			42862843					
INTI Yumbay	25/1/2023 01:18	**Más cerca de los jóvenes ✓Más cerca de la salud ✓Más cerca del deporte ✓Más cerca de los niños Más cerca de las madres✓#GuarandaEsMas63**💙💙💙 Inti Yumbay Alcalde 🍲	https://www.facebook.com/72282669254206 6	view post	18	295	52	#mas
INTI Yumbay	25/1/2023 13:00	**NO A LA CAMPAÑA SUCIA ❌**| No nos olvidemos que atrás de INTI YUMBAY hay una madre, unos hermanos, unos sobrinos, una familia que se está formando. Lleguemos a la gente con propuestas, con obras, no dañando al prójimo. 🤛▓ Nuestro movimiento rechaza totalmente a la campaña de odio, nosotros le dejamos a Dios. No caeremos en la campaña sucia. Un abrazo y gracias mis queridos Guarandeños por darme fuerza día a día para seguir luchando por mejores días para todos NO LOS DEFRAUDARÉ ❤️ Con cariño y respeto Inti Andrés Yumbay Taris.•••#MasPorGuaranda #IntiYumbay2023 #JuntosLoLograremos	https://www.facebook.com/72312090584597 8	view post	35	496	133	#juntospodemosmas

INTI Yumbay	25/1/2023 17:00	***La lucha continú**a* | Su cariño, su respeto, su bondad, sus aspiraciones por vivir mejor, son lo que me da fuerzas cada día para seguir luchando. No les voy a defraudar, sus necesidades son escuchadas y están contempladas en nuestro plan de trabajo. *llegamos a la gente con propuestas, no dañando al prójimo.Porque ustedes merecen mas, este* 5 *de febrero vamos a votar por la lista del cambio la lista* 63.#IntiYumbayAlcalde ✊✓	https://www.facebook.com/72326209249852 6	view post	11	368	30	#votatodo63
INTI Yumbay	25/1/2023 20:21	**Hoy te invito a hacer una campaña de propuestas y no de odio, por tu bien, por el mío, por el bien de tu familia, por el bien de mi familia. No a la campaña sucia la gente no necesita cuentos, necesita propuestas**.*Inti Yumbay AlcaldeLa lucha continúa*✊	https://www.facebook.com/72335730582233 8	view post	11	454	67	#gentenueva
INTI Yumbay	26/1/2023 00:01	**Vota Todo 63** | Buscare un mejor convivir entre los Guarandeños y sus visitantes. Planificaremos conjuntamente con los actores sociales en cada comunidad y barrio del cantón Guaranda para llegar a su desarrollo integral, Ubícanos en el último casillero, por el Cambio, Guaranda merece MAS vota 63.	https://www.facebook.com/72343529581453 9	view post	26	343	46	#2023el añodelcambio

		🕹#IntiYumbayAlcalde #VotaTodo63						
INTI Yumbay	26/1/2023 12:15	***LOS JÓVENES SON NUESTRA PRIORIDAD*** - Los jóvenes no sólo deben ser amados en tiempo de elecciones, sino que deben notar que se les ama luego de ello; como lo demostramos? .. escuchándoles, incluyéndoles, incentivándolos a involucrarse en aspectos sociales para abrir campos en los cuales sus ideas puedan ser difundidas, aplicadas, interesadas y encaminadas hacia el mejoramiento de las instituciones políticas y la democracia. ✊ □□#IntiYumbay2023 #LaLuchaContinúa #MasPorLaJuventud #MAS	https://www.facebook.com/7237735157807177	view post	13	458	27	#JuntosLoLograremos
INTI Yumbay	26/1/2023 15:37	**Más cerca de los jóvenes ✓Más cerca de la salud ✓Más cerca del deporte ✓Más cerca de los niños Más cerca de las madres✓#GuarandaEsMas63💙💙** 💙 Inti Yumbay Alcalde 🕹□	https://www.facebook.com/7238919757688771	view post	27	572	79	#MasPorGuaranda

INTI Yumbay	26/1/2023 22:08	***LOS JÓVENES SON NUESTRA PRIORIDAD*** - ✊□□ Por la salud, por la educación, por el deporte, por priorizar a nuestros jóvenes profesionales, por los deportes extremos, por puntos gratuitos de wifi, por la inclusión de los jóvenes en la política, por un verdadero cambio para Guaranda. Inti Yumbay el Alcalde de los Jóvenes. Vota todo 63.#IntiYumbay2023 #LaLuchaContinúa #MasPorLaJuventud #MAS	https://www.facebook.com/72406362908503 9	view post	17	458	99	#IntiYumbay2023
INTI Yumbay	26/1/2023 23:31	***Gracias*** □| Cada vez son MÁS las razones para seguir soñando con mejores días para nuestro querido Cantón, para estar Más cerca de los jóvenes; Más cerca de la salud; Más cerca del deporte; Más cerca de los niños; Más cerca de las madres. 🔗✊▒***✓Gracias Guaranda***.💙💙💙 #LaLuchaContinúa #IntiYumbayAlcalde	https://www.facebook.com/72409316574875 2	view post	15	343	40	#mas63
INTI Yumbay	27/1/2023 13:00	#GuarandaYSusComunidadesYaDecidieronElCambio 👨‍👩‍👧‍👦 Gracias por todo el apoyo que nos brindan, por recibirnos siempre dispuestos a escucharnos, no los defraudaré llegaremos a la alcaldía y lucharemos por días mejores para todos.✓JUNTOS lo lograremos ✊•••#LaLuchaContinúa	https://www.facebook.com/72442924904847 7	view post	14	294	49	#guarandamerecemas

		#JuntosPorGuaranda #IntiYumbay2023						
INTI Yumbay	27/1/2023 16:00	***LOS JÓVENES SON NUESTRA PRIORIDAD*** - ✊□□ Por el deporte. Inti Yumbay el Alcalde de los Jóvenes. Vota todo 63.#IntiYumbay2023 #LaLuchaContinúa #MasPorLaJuventud #MAS	https://www.facebook.com/72452968903843 3	view post	11	195	25	#graciasguaranda
INTI Yumbay	27/1/2023 17:02	***La lucha continúa*** | Su cariño, su respeto, su bondad, sus aspiraciones por vivir mejor, son lo que me da fuerzas cada día para seguir luchando. La juventud lo merece, MÁS para ustedes. No les defraudaré. Inti Yumbay el Alcalde de los jóvenes 🔗□✓*Porque ustedes merecen mas, este* 5 *de febrero vamos a votar por la lista del cambio la lista* 63.#IntiYumbayAlcalde ✊▒✓	https://www.facebook.com/72456181236855 4	view post	27	278	25	#masporguaranda
INTI Yumbay	27/1/2023 19:19	***Gracias*** □| Cada vez son MÁS las razones para seguir soñando con mejores días para nuestro querido Cantón, por ustedes, por Guaranda La Lucha Continúa. 🔗✊▒✓***Gracias Guaranda***.❤❤❤	https://www.facebook.com/72462337236239 8	view post	36	459	73	#laluchacontinúa

		#LaLuchaContinúa #IntiYumbayAlcalde						
INTI Yumbay	27/1/2023 22:00	#***LoEstamosLogrando Las personas y el trabajo en equipo son las fuerzas impulsoras detrás de cada propósito exitoso***.Los jóvenes son incluidos en nuestros planes de trabajo porque estamos convencidos en la capacidad y confiamos en la juventud. Inti Yumbay el Alcalde de los Jóvenes. Vota todo 63 ✊▒🍲□#MasPorGuaranda	https://www.facebook.com/72468477568959 1	view post	7	235	21	#noalacampañaestructurada
INTI Yumbay	27/1/2023 23:03	**Vota Todo 63** | Ubícanos en el último casillero, por el Cambio, Guaranda merece MAS vota 63. 🍲 Buscare un mejor convivir entre los Guarandeños y sus visitantes. Planificaremos conjuntamente con los actores sociales en cada comunidad y barrio del cantón Guaranda para llegar a su desarrollo integral.#IntiYumbayAlcalde #VotaTodo63	https://www.facebook.com/72470605902079 6	view post	7	246	22	#masporlajuventud
INTI Yumbay	28/1/2023 13:00	#MasPorLaEducación🔗✊▒✓Lo mejor que podemos hacer por los jóvenes es garantizarles condiciones de vida dignas para que puedan educarse. No les defraudaré luchare día a día por el progreso de	https://www.facebook.com/72505559565250 9	view post	15	371	44	#mas

		Guaranda. Juntos somos MAS fuertes. **Inti Yumbay Alcalde 2023**#LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda						
INTI Yumbay	28/1/2023 17:00	#MASDeporte 🍿🎾□⚽.Impulsaremos el deporte para el bienestar de toda la Juventud estamos convencidos lo importante que son las actividades deportivas en el desarrollo juvenil y crearemos diferentes espacios para que puedan practicar diferentes actividades deportivas. Éxitos campeones 🎉 ✚63 🚣Club Deportivo Buchelococo#JuntosPorGuaranda #LaLuchaContinúa #UnidosSomosMasFuertes	https://www.facebook.com/725184338972968	view post	23	509	28	#juntospodemosmas
INTI Yumbay	28/1/2023 21:00	EL APORTE DE LA JUVENTUD ES FUNDAMENTAL -. En nuestro proyecto político, es vital que la participación de los jóvenes fortalezca la política cantonal. Su eje principal es incentivarlos a involucrarse en aspectos sociales y abrir campos para que sus ideas puedan ser difundidas, aplicadas, interesadas y encaminadas hacia el mejoramiento de las instituciones políticas y la democracia. ✋□□#IntiYumbay2023 #LaLuchaContinúa #MasPorLaJuventud #MAS	https://www.facebook.com/725293168962085	view post	10	239	5	#votatodo63

INTI Yumbay	29/1/2023 12:35	#GraciasPorLaConfianzaYPreferencia💙⤵Ustedes son nuestra mayor fortaleza 👋▒- El lazo más fuerte de simpatía humana y trabajo consolidado debería ser unir a todos y trabajar en conjunto para mejores días para todos los Guarandeños y sus Cominidades. Con la ayuda de ustedes llegaremos a la Alcaldía y no les defraudaremos. 💙 #LaAlcaldiaSeraDeTodos #IntiYumbay2023 #JuntosPodemosMas #LoLograremos	https://www.facebook.com/72568312558975 6	view post	31	547	74	#gentenueva
INTI Yumbay	29/1/2023 19:07	#GuanujoYaDecidioElCambio👥 Gracias por todo el apoyo que nos brindan, por recibirnos siempre dispuestos a escucharnos, no los defraudaré llegaremos a la alcaldía y lucharemos por días mejores para todos.✓JUNTOS lo lograremos 👋•••#LaLuchaContinúa #JuntosPorGuaranda #IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/72590598556747 0	view post	20	323	34	#2023el añodelcambio
INTI Yumbay	29/1/2023 21:58	#JuntosLoLograremos □•••✓ Cada una de sus necesidades son escuchadas y están contempladas en nuestro plan de trabajo porque conocemos la realidad de nuestro cantón. ¡Es hora de un verdadero cambio y juntos lo haremos posible!✓👋▒#GuarandaMereceMAS#IntiYumbay2023	https://www.facebook.com/72597389556067 9	view post	10	247	28	#JuntosLoLograremos

INTI Yumbay	30/1/2023 12:48	***Guaranda una ciudad que respeta nuestra identidad*** - Compañeros, un solo pensamiento, un solo corazón un solo puño, juntos por el Dr. Inti Yumbay Alcalde del cantón Guaranda lista 63; Para cuidar nuestra naturaleza, el agua y la vida. Para capacitar a nuestros jóvenes emprendedores y mejorar nuestra calidad de vida todos. □✓🤝#JuntosLoLograremos #JuntosPorGuaranda #LaLuchaContinúa	https://www.facebook.com/72634494885690 7	view post	59	701	101	#MasPorGuaranda
INTI Yumbay	30/1/2023 13:40	EL APORTE DE LA JUVENTUD ES FUNDAMENTAL -. En nuestro proyecto político, los jóvenes son importantes y valiosos, son quienes formarán parte para transformar Guaranda. GRACIAS ✊□□#IntiYumbay2023 #LaLuchaContinúa #MasPorLaJuventud #MAS	https://www.facebook.com/72637396885400 5	view post	6	230	27	#IntiYumbay2023
INTI Yumbay	30/1/2023 16:30	**Hoy te invito a hacer una campaña de propuestas y no de odio, por tu bien, por el mío, por el bien de tu familia, por el bien de mi familia. No a la campaña sucia la gente no necesita cuentos, necesita propuestas.***Inti Yumbay AlcaldeLa lucha continúa*👂✊▒□	https://www.facebook.com/72646984884441 7	view post	31	414	79	#mas63

INTI Yumbay	30/1/2023 18:09	**NO A LA CAMPAÑA SUCIA ❌**| No nos olvidemos que atrás de INTI YUMBAY hay una madre, unos hermanos, unos sobrinos, una familia que se está formando. Lleguemos a la gente con propuestas, con obras, no dañando al prójimo. ✊🏻 Nuestro movimiento rechaza totalmente a la campaña de odio, nosotros le dejamos a Dios. No caeremos en la campaña sucia. Un abrazo y gracias mis queridos Guarandeños por darme fuerza día a día para seguir luchando por mejores días para todos NO LOS DEFRAUDARÉ ❤ Con cariño y respeto Inti Andrés Yumbay Taris.•••#MasPorGuaranda #IntiYumbay2023 #JuntosLoLograremos	https://www.facebook.com/72651941550612 7	view post	187	1496	320	#guarandamerecemas
INTI Yumbay	30/1/2023 23:16	#GraciasPorElCariño 💝↝Ustedes son nuestra mayor fortaleza ✊🏻- El lazo más fuerte de simpatía humana y trabajo consolidado debería ser unir a todos y trabajar en conjunto para mejores días para todos los Guarandeños y sus Comunidades. #LaAlcaldiaSeraDeTodos #IntiYumbay2023 #JuntosPodemosMas #LoLograremos	https://www.facebook.com/726632035494865	view post	12	290	27	#graciasguaranda

INTI Yumbay	31/1/2023 11:53	GRACIAS USTEDES ME MOTIVAN DÍA A DÍA | ✊🏾▩Seamos los líderes que hubiéramos deseado tener.Los buenos equipos incorporan el trabajo en grupo a la cultura, creando así los pilares del éxito. Juntos transformaremos Guaranda. #LaLuchaContinúa #LoLograremos #IntiYumbayAlcalde	https://www.facebook.com/726933902131345	view post	14	393	59	#masporguaranda
INTI Yumbay	31/1/2023 12:40	**RECORRIDO *Cierre de campaña*** 02 ***de Febrero*** | Te invito a ser parte de nuestro cierre de campaña el día Jueves 02 de Febrero, donde viviremos una fiesta democrática del cambio. Este será el recorrido que realizaremos.🚣#IntiYumbayAlcalde #VotaTodo63	https://www.facebook.com/726955808795821	view post	22	241	77	#laluchacontinúa
INTI Yumbay	31/1/2023 20:20	**Jueves 2 de febrero 📣 LA LUCHA CONTINÚA** ✊🏾▩Te invito a ser parte de la fiesta democrática delCambio. 🗓Día: Jueves 2 de Febrero 🕐Hora de concentración 10:00 AM•••VIVAMOS JUNTOS LA DEMOCRACIA•••#MasPropuestas #IntiYumbayAlcalde #CampañaTransparente	https://www.facebook.com/727182418773160	view post	18	367	83	#noalacampañaestructurada
INTI Yumbay	31/1/2023 23:22	#**PorQueMerecenMas** Vamos a diseñar para nuestras personas adultas mayores la oportunidad en compartir con sus familiares, amigos en escenarios dignos para disfrutar su intercambio	https://www.facebook.com/727246772100058	view post	12	231	16	#masporlajuventud

		generacional.#IntiYumbayAlcalde#MasPropuestas#VotaTODO63						
INTI Yumbay	1/2/2023 00:20	***Cierre de campaña*** 02 ***de Febrero*** | Te invitó a ser parte de nuestro cierre de campaña el día Jueves 02 de Febrero, donde viviremos una fiesta democrática del cambio. Buscare un mejor convivir entre los Guarandeños y sus visitantes. Planificaremos conjuntamente con los actores sociales en cada comunidad y barrio del cantón Guaranda para llegar a su desarrollo integral. 🍲#IntiYumbayAlcalde #VotaTodo63	https://www.facebook.com/727267128764689	view post	34	608	106	#mas
INTI Yumbay	1/2/2023 02:36	**AGENDA DE MEDIOS 📻 🔊 LA LUCHA CONTINÚA** 🖐🗓Te invito a escucharme por:RTU EL CANAL DE LAS NOTICIAS ℹ Día: Miércoles 01 de Febrero□Hora: 9:20 AM•••**Por una campaña limpia y de respeto somos MAS 63**•••#MasPropuestas #IntiYumbayAlcalde #CampañaTransparente	https://www.facebook.com/727323225425746	view post	26	351	42	#juntospodemosmas

INTI Yumbay	1/2/2023 12:41	**Vota Todo 63** | Ubícanos en el último casillero, por el Cambio, Guaranda merece MAS vota 63. 🚤 Buscare un mejor convivir entre los Guarandeños y sus visitantes. Planificaremos conjuntamente con los actores sociales en cada comunidad y barrio del cantón Guaranda	https://www.facebook.com/72760481206425 4	view post	26	378	46	#votatodo63
INTI Yumbay	1/2/2023 15:17	Mi princesa adorada eres mi mayor fortaleza frente a esta ola de maldad, gracias por sonreír y darme fuerzas necesarias para seguir y ayudar a la gente que más necesita de nosotros.#LaLuchaContinúa#GuarandaMereceMas	https://www.facebook.com/72769681538838 7	view post	125	1384	23	#gentenueva
INTI Yumbay	1/2/2023 23:26	#TeEsperamos✓ CAMINA A FESTEJAR LA DEMOCRACIA JUNTO A NOSOTROS TE ESPERAMOS ✊▩□ Jueves 2 de Febrero 10:30 AMSaldremos desde Guanujo Sector Parada de Buses	https://www.facebook.com/72791634536643 4	view post	43	488	86	#guarandamerecemas
INTI Yumbay	2/2/2023 17:00	EL APORTE DE LA JUVENTUD ES FUNDAMENTAL -. En nuestro proyecto político, los jóvenes son importantes y valiosos, son quienes formarán parte para transformar Guaranda. GRACIAS	https://www.facebook.com/72791634536643 4	view post	924	6064	684	#IntiYumbay2023
				TOTAL	**4300**	**50451**	**7215**	

Fuente: *Perfil de la fan page del candidato alcalde Inti Yumbay*

Elaborado por: *Gabriel García Galarza*

CAPÍTULO V

5.1. CONCLUSIONES

Los temas que generaron mayor interés y participación entre la ciudadanía guarandeña fueron aquellos relacionados con propuestas de comunidad, política, salud, seguridad y democracia. Estos temas lograron un mayor número de interacciones (me gusta, comentarios y compartidos), indicando una preocupación y un deseo de los ciudadanos por involucrarse en la toma de decisiones que afectan su comunidad.

La frecuencia de publicaciones en la fan page de Inti Yumbay mostró picos durante eventos claves de la campaña, como debates y presentaciones de propuestas. Sin embargo, se observó una falta de consistencia en la distribución temporal, lo que podría haber afectado el alcance y la efectividad de las publicaciones. Un patrón notable fue la mayor actividad durante los fines de semana y días festivos, momentos en los que la audiencia tiende a estar más disponible para interactuar en redes sociales.

La evaluación del rendimiento efectivo de la fan page, a través de la matriz de monitoreo, indicó que hubo un nivel significativo de feedback entre Inti Yumbay y la ciudadanía. Las respuestas a comentarios y mensajes directos fueron constantes, aunque en algunos casos, la rapidez y la profundidad de las respuestas podrían mejorarse para fomentar una mayor interacción y compromiso.

5.2. RECOMENDACIONES

Mantener una frecuencia de publicación constante y establecer un calendario editorial que contemple publicaciones regulares durante toda la semana, especialmente en fines de semana y días festivos cuando la audiencia es más activa, puede ser beneficioso. La planificación y programación de publicaciones con antelación también ayudarán a mantener esta consistencia.

Identificar y aprovechar eventos clave de la campaña, como debates y presentaciones de propuestas, para incrementar la actividad en la fan page. Durante estos momentos, se deberían planificar publicaciones adicionales y en tiempo real para mantener el interés y la interacción del público.

Mejorar la rapidez y la profundidad de las respuestas a comentarios y mensajes directos en la fan page. Esto puede lograrse asignando un equipo dedicado a la gestión de redes sociales que pueda responder de manera más ágil y detallada. También se podría considerar la implementación de sesiones en vivo (como Q&A) donde el candidato pueda interactuar directamente con los ciudadanos y responder a sus preguntas en tiempo real.

Bibliografía

Abello Barron, D. (2020, mayo 14). *La comunicación política en los gobiernos*.

Academia Lab. (2024, febrero 14). Diferencia entre teoría social y teoría sociológica. *Teoría sociológica*. Enciclopedia.

Aguilera Hintelholher, R. (2013, abril). Estudios Políticos. *Identidad y diferenciación entre Método y Metodología*. Ciudad de México, México.

Alaminos, A., & Penalva , C. (1998, febrero). *Estudio cualitativo sobre actitudes, motivaciones y predisposiciones del voto indeciso en el país Valenciano*. Alicante, España.

Aldo Isuani, E., & Cervini, R. (2022, octubre 24). *Análisis del voto de izquierda en Santiago de Chile: Un modelo causal*. Cambridge, Inglaterra.

Anderson, R., & Taylor, D. (2019). *Public Opinion and Voting Behavior*. Chicago, Estados Unidos: Pollster Press.

Arrieta Jiménez, V., Cervantes Borrero, Y., López Cadena, D., & De la Cruz Lara, L. (2021, febrero 18). La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones. *The importance of the strategic diagnostic in organizations*. Barranquilla, Colombia: Económicas CUC, 42(2), 243–254.

Ayala, M. (2020, noviembre 13). ¿Qué son las teorías sociológicas? Caracas, Venezuela: © Lifeder 2024 | All Rights reserved.

Blais, A. (2021). *The classification of electoral behavior: Voter types and their impact on democratic processes.* Election Studies Journal.

Briceño, G. (2023, diciembre 15). *Thomas Hobbes.* From Euston96: https://www.euston96.com/thomas-hobbes/

Candela Jiménez, E. (2009). *Polarización e ideologización en un escenario político: etapas y desarrollo de la campaña electoral de 1936*. Lima, Perú.

Casero Ripollés, A. (2015, noviembre 07). *Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España*. Castellón de la Plana, España: Historia y Comunicación Social Vol. 20, Núm. 2 (2015) 535-550.

Clark, A. (2020). *Geopolitical Strategies*. Boston, Estados Unidos: Map Publications.

Cohen. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton, Nueva Jersey, United States of America.

Constitución de la República del Ecuador. (2008, octubre 20). Registro Oficial Nro. 449, el 20 de octubre de 2008. Quito, Pichincha, Ecuador.

Costa i Badía, P. O. (2009, diciembre). La utilización de internet por parte de Barack Obama transforma la comunicación política . Barcelona, España: QUADERNS DEL CAC ISSN: 1138-9761.

Crespo, I., Garrido, A., Carletta , I., & Riorda, M. (2011). Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña . *Comunicación política* . Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

Dávalos López, A., & Pérez, A. (2013, noviembre). Comunicación Política Estratégica. Quito, Ecuador: El Telégrafo .

Davies , R. (2021). *Political Contexts and Campaigns*. Londres, Inglaterra: Campaign Masters.

Derecho electoral mexicano. (2011, abril). Derechos políticos. *Derecho electoral*. Ciudad de México, México.

Díaz Montiel , Z. (2006, enero). La racionalidad comunicativa como episteme liberadora y crítica. Maracaibo, Venezuela: ISSN 1315-5216.

Estrategos. (2023, mayo 23). Comunicación política ¿Qué es? Importancia, procesos. Madrid, España.

Farías, G. (2024, agosto 23). Comunicación. *¿Qué es la comunicación?* Venezuela: Editorial Etecé.

Félix Tezanos, J., & Díaz, V. (2016, abril). *Las redes sociales en internet y su uso e influencia en la vida política. Un aproximación empírica.*

Gamir Ríos, J. (2016, febrero 22). *Blogs, Facebook y Twitter en las Elecciones Generales de 2011. Estudio cuantitativo del uso de la web 2.0 por parte de los cabezas de lista del PP y del PSOE*. Valencia, España: Revista DÍGITOS • 2 • 2016 • ISSN: 2444-0132101.

García Ricondo, B. (2024, mayo 26). *¿Qué es Coaching, para qué sirve y cómo funciona?* Lixington, Kentucky, Estados Unidos.

García, E. (2018). *Electoral Mapping and Strategy*. Barcelona, España: Political Geography.

Geneyro, J. C. (1994). *EDUCACIÓN Y DEMOCRACIA: APORTES DE JOHN DEWEY*. ITAM Derechos Reservados.

Gómez García, M., Ferrer García, R., & De la Herrán Gascón, A. (2016). *Las redes sociales verticales en los sistemas formales de formación incial de docentes.* Madrid, España.

Grondin, J. (1990, diciembre). RACIONALIDAD Y ACCIÓN COMUNICATIVA. *IDEAS y VAlORES*. Bogotá, Colombia.

Guasch, J. M. (1987, Enero). Comunicación & Sociedad. *Historia y Modelos de la Comunicación en el siglo XX*. Barcelona, España.

Guzmán Martínez, G. (2018, julio 24). *Modelo de Lasswell: los elementos de la comunicación*. Barcelona, España.

Hernández Sampieri, R., Méndez Valencia, S., & Mendoza Torres, C. P. (2014, abril). ¿Qué características posee el enfoque cualitativo de investigación? *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Inforpractico. (2023, abril 25). Descubre las Aportaciones de René Descartes a la Filosofía.

Investigadores. (2020, febrero 27). ¿Qué es una investigación exploratoria? *¿Qué es una investigación exploratoria y sus características?* Técnicas de Investigación.

Johnson, L., & Lee, P. (2019). *Political Campaign Management*. Los Angeles, Estados Unidos: Election Insights.

Katz, E, B., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and gratifications research*. Reino Unido: The Public Opinion Quarterly, 37(4).

Keller , P. (2021). *Political Branding*. Las Angeles, Estados Unidos: Campaign Image.

Lasswell, H. (1948). La comunicación. *The Structure and Function of Communication in Society. "The Communication of Ideas, edited by Lyman Bryson*. Harper & Brothers.

Ley Orgánica de Comunicación. (2019, febrero 20). LEY ORGANICA DE COMUNICACION, Ley 0, Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.-2013. Quito, Pichincha, Quito.

Ley Orgánica Electoral del Ecuador. (2020, febrero 3). *LEY ORGÁNICA ELECTORAL, CÓDIGO DE LA DEMOCRACIA*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Lidefer. (2020, agosto 27). *I}nvestigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*.

Lippman, W. (1922). Public Opinion. Nueva York, Estados Unidos: ©2003, Cuadernos de Langre, S.L.

Malena. (2010, noviembre 25). *El Racionalismo de Descartes*.

Marcos García, S. (2018, julio). Las redes sociales como herramienta de la comunicación política. Usos políticos y ciudadanos de Twitter e Instagram. Castellón de la Plana, Provincia de Castellón, España.

Martínez, J. (2019). *Strategic Planning in Political Campaigns*. Madrid, España: Electoral Studies.

Martínez, J. (2019). *The undecided voter: Dynamics and implications in modern elections.* Electoral Behavior Review.

Mayer, W. G. (2020). *The Hard-Core Voter: Understanding Loyal Electorates in American Politics*. Political Science Quarterly.

McCombs. (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona, España: Paidós.

Melgarejo, R. (2020, agosto 30). Teoría de la Aguja Hipodérmica.

Miller, T. (2020). *Voting Patterns and Analysis*. New York, Estados Unidos: Voter Insights.

Moguer Terol, M. (2015). Comunicación política en las redes sociales. *Comunicación política en las redes sociales: Análisis del discurso político de ámbito local en medios tradicionales y redes sociales*. Sevilla , Provincia de Andalucía, España.

Moguer Terol, M. (2015). Comunicación política en las redes sociales. *Análisis del discurso político de ámbito local en medios tradicionales y redes sociales*. Sevilla, España.

Molano, J. (2024, junio 25). *Cómo hacer un plan de medios (con ejemplos)*.

Mora Heredia, J., & Rodríguez Guillén , R. (2009). *Elecciones 2009: entre el voto duro y el voto nulo*. Azcapotzalco, México.

Moya Sánchez, D. H., & Majó Fernández, J. (2016, octubre 29). *análisis de comentarios en redes sociales para mejorar la reputación online hotelería*. Girona, España.

Muñoz Maya, C. M, & Díaz Villamizar, O. L. (2014). El Coaching y la transformación organizacional: una oportunidad para las Empresas y los Coaches. Suma de Negocios,.

Narvaez, M. (2022, agosto 26). *Comunicación política: Qué es, importancia y herramientas*. Yucatán, México: QuestionPro.

Ocampo, N. (2016, septiembre 2). La intención de voto frente a la decisión del ciudadano. Elecciones para la alcaldía de Manizales - 2005. Manizales, Colombia: Ambiente Jurídico N° 21.

Parada, L. (2013, octubre 30). *EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN PARA JOHN DEWEY*.

Parra , P., Gordo, A., & S.A, D. (2014). *La investigación social aplicada en redes sociales. Una innovación metodol+ogica para el análisis de los "Me gusta" en Facebook*. Madrid, España: RLCS-2014-1008.

Pécaut , D. (2000). *Populismo imposible y violencia: el caso colombiano*. Medellín, Colombia: Estudios Políticos.

Pelaz López, J. (1998). *Prensa, poder y sociedad en Palencia (1808-1941)*. Valladolid, España.

Pelegrin Entenza, N. (2024, febrero 8). Contenidos publicados en la fanpage de las campañas electorales realizadas por los políticos y alcaldes. Portoviejo, Manabí, Ecuador.

Pérez , X., & Oyarzún, M. (2024). *Lectura y análisis de mapas políticos* . Ecuador: Recuperado.

Pino, A. (2023, mayo 9). *Las 4 fases de una campaña publicitaria*. LiveBeep - Chat en Vivo.

proyectoambulante. (2020, marzo 9). La teoría de la aguja hipodérmica: características y ejemplos.

Quintero, D. (2022, enero 17). *La libertad de expresión, un derecho fundamental del ser humano*. Colombia.

Revelo Benalcázar , K. (2021, junio 19). Uso político de las redes sociales: estrategias y contenidos utilizados por los candidatos César Montúfar y Jorge Yunda en las elecciones a la Alcaldía de Quito, período del 5 de febrero al 20 de marzo de 2019. *Maestría en Comunicación*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Reyes Montes, M., O' Quínn Parrales, Morales y Gómez, J., & Rodríguez Manzanares. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*.

Ruiz Paz, Y. (2020). Plataformas digitales en el campo de la comunicación política. *Uso político y diálogo digital generado entre los ciudadanos a través de la red social de facebook. Estudio de caso de la campaña electoral por la presidencia de México en 2018*. Salamanca, Salamanca, España.

Sánchez Serrano, D., & Rodríguez , A. (2023, agosto 26). *Transformación de la estrategia de medios desde la irrupción del Branded Content*.

Schramm, W., & Guasch, J. M. (1988, Enero). Jesús TIMOTEO ÁLVAREZ. Historia y Modelos de la Comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo. *omunicación & Sociedad*. Barcelona, España.

Schröder, P. (2004, septiembre 3). Estrategias políticas. ISBN 0-8270-4733-9.

Schwartz, L. (2019). *Positioning in Political Campaigns*. New York, Estados Unidos: Branding Poltics.

Shannon, C., & Weaver, W. (1949, enero 1). The Mathematical Theory of Communication. *Transmission of Information*. New York, Estados Unidos: Hartley, R. V. L.

Smith, J. (2020). *Campaign Strategies: Analyzing Political Campaigns*. New York, Estados Unidos: Political Press.

Sotelo, I. (2005, septiembre 3). *Pensar por sí mismo*. Madrid , España: Ediciones El País S.L.

Stebbins, R. A. (2019). *Exploratory research in the social sciences.* SAGE Publications.

StudySmarter. (2024, septiembre 5). Definición de funcionalismo en sociología. *Funcionalismo*. Ecuador: Equipo editorial StudySmarter.

Svampa, M. (2010). *Movimientos sociales, matrices sociopolíticas y nuevos escenarios políticos en América Latina*. Alemania: OneWorld Perspectives .

Vinueza , B. (2022, septiembre 5). *LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM DEL*. Guaranda, Bolívar, Ecuador.

Vire Riascos, J. (2018, septiembre 3). *Comunicación política en Ecuador. Análisis de la presencia en medios sociales de los asambleístas ecuatorianos*. Málaga, España: ORCID: 0000-0002-0847-9322.

Whitmore, J. (2024). *El coaching*. España: Recuperado.

Yang Yang, Saladrigas Medina, H., & Torres Ponjuán, D. (2016, junio). *Proceso de comunicación en la gestión del conocimiento. Análisis teórico del comportamiento a partir de modelos típicos*. La Habana, Cuba.

ANEXOS

Certificado de Turnitin

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

CONTENIDOS PUBLICADOS EN LA FAN PAGE DEL CANDIDATO ALCALDE INTI Y UMBAY, PARAMETRIZANDO ESTRATEGI AS D

AUTOR

GABRIEL RENÁN GARCÍA GALARZA

RECUENTO DE PALABRAS

28097 Words

RECUENTO DE CARACTERES

160778 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

135 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.6MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 12, 2024 11:34 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 12, 2024 11:36 AM GMT-5

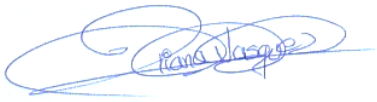
● 2% de similitud general

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 contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

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



Resumen

Guaranda alcaldía

COMUNICACIÓN

MEMORANDO
N.º 138 DC-GADCG

DE: Ing. María Alejandra Solano
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN DEL GAD-CG
PARA: Mgs. Cristhian Castillo Solano
DIRECTOR DE TALENTO HUMANO DEL GADCG
FECHA: 31 de mayo de 2024
ASUNTO: En el texto

Saludo cordial, en referencia al memorando No. 198-DTH-GADCG-2024, de fecha 15 de febrero de 2024, suscrito por su persona en su calidad de Director de Talento Humano, pongo a su conocimiento que, **si existe la viabilidad** para el Sr. estudiante Gabriel Renán García Galarza, con CI: 120664679-4, estudiante de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar realice la investigación de "CONTENIDOS PUBLICADOS EN LA FAN PAGE DEL CANDIDATO ALCALDE INTI YUMBAY AÑO 2023"

Cordialmente,

Ing. María Alejandra Solano
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN DEL GAD-CG
/MAS/ss

Dirección de Comunicación Guaranda

TALENTO HUMANO
RECIBIDO
Fecha: 31-05-2024
Hora: 12h06
Firma:

A ANEXO

Preguntas de entrevista

P1: Según su experiencia como analista político, ¿cree que las redes sociales han influido en la intención de voto durante las campañas electorales para alcaldes?

P2: Desde su punto de vista, ¿qué papel juega el uso de las redes sociales, en este caso Facebook, como estrategia de campaña electoral?

P3: ¿Cree que el contenido que los candidatos publican en sus redes sociales como la fan page responde a una estrategia de comunicación política?

P4: Desde su punto de vista, ¿a qué público estuvo dirigida la campaña política de los candidatos a la alcaldía de Ecuador en estas plataformas?

P5: ¿Cree que abandonar los medios tradicionales en favor de los digitales durante la campaña electoral para la alcaldía del país fue una estrategia positiva de comunicación política?

P6: ¿Cree que la gestión de las redes sociales como estrategia de campaña política influye en la intención de voto de los ciudadanos?

P7: Si este es el caso, ¿qué pasa con los analfabetos digitales? ¿Cómo podemos orientar la estrategia política y no perder la atención captada por las redes y plataformas digitales?

P8: Como comunicador y analista político, ¿qué estrategias pueden resultar más atractivas para un electorado que no ve las propuestas electorales sino la conexión emocional con los candidatos, es decir por afinidad, amistad o familiaridad?

B ANEXO

Ficha de observación (en blanco)

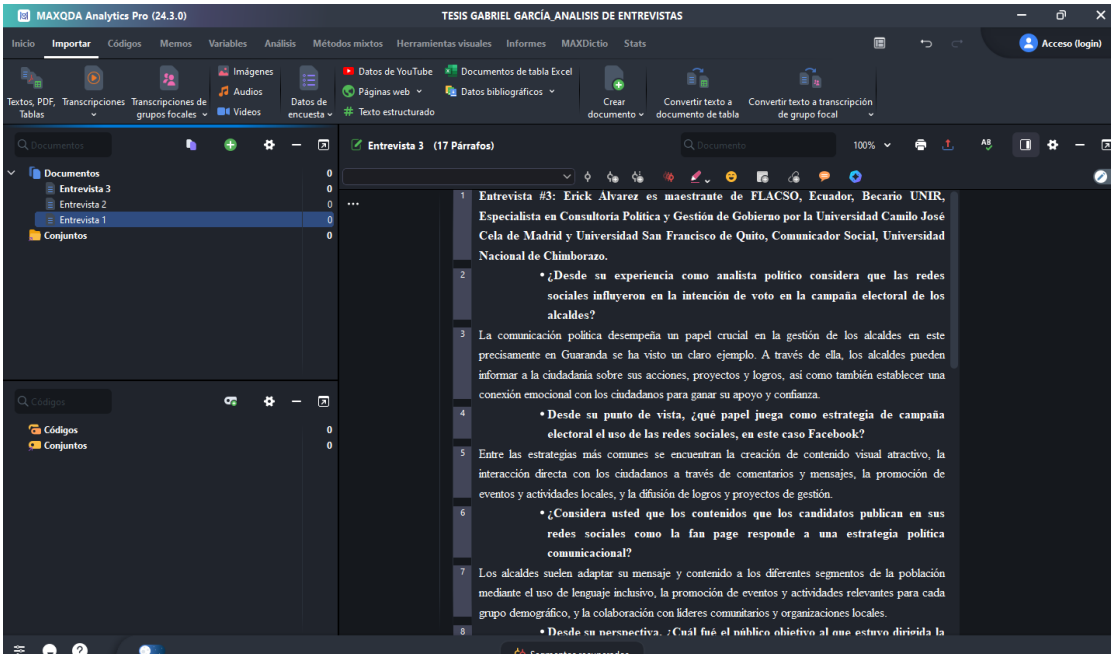
Tabla 11

Ficha de observación

Name	Publication Date	Message	Post Url	(view source)	Comments Count	Reactions Count	Shares Count	Hashtags

Ilustración 10

Pantallas de programa

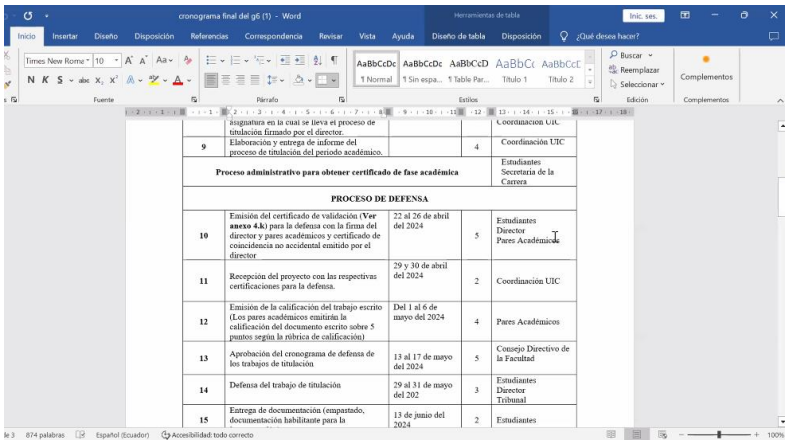


Programa MAXQDA24 usado para el análisis de datos cualitativos

C ANEXO Otros

Ilustración 11

Reuniones de zoom



		asignatura en la cual se lleva el proceso de titulación firmado por el director.		Coordinación UIC
9	Elaboración y entrega de informe del proceso de titulación del periodo académico.		4	Coordinación UIC
Proceso administrativo para obtener certificado de fase académica				Estudiantes Secretaria de la Carrera
PROCESO DE DEFENSA				
10	Emisión del certificado de validación (**Ver anexo 4.k**) para la defensa con la firma del director y pares académicos y certificado de coincidencia no accidental emitido por el director	22 al 26 de abril del 2024	5	Estudiantes Director Pares Académicos
11	Recepción del proyecto con las respectivas certificaciones para la defensa.	29 y 30 de abril del 2024	2	Coordinación UIC
12	Emisión de la calificación del trabajo escrito (Los pares académicos emitirán la calificación del documento escrito sobre 5 puntos según la rúbrica de calificación)	Del 1 al 6 de mayo del 2024	4	Pares Académicos
13	Aprobación del cronograma de defensa de los trabajos de titulación	13 al 17 de mayo del 2024	5	Consejo Directivo de la Facultad
14	Defensa del trabajo de titulación	29 al 31 de mayo del 202	3	Estudiantes Director Tribunal
15	Entrega de documentación (empastado, documentación habilitante para la	13 de junio del 2024	2	Estudiantes

Reuniones mediante la plataforma Zoom con la Mgs. Diana Vásquez

Ilustración 12

Entrevista 01



Entrevista al periodista Christian Borja mediante la plataforma Zoom

Ilustración 13

Entrevista 02



Entrevista al periodista y catedrático Eduardo Albán mediante la plataforma Zoom

Ilustración 14

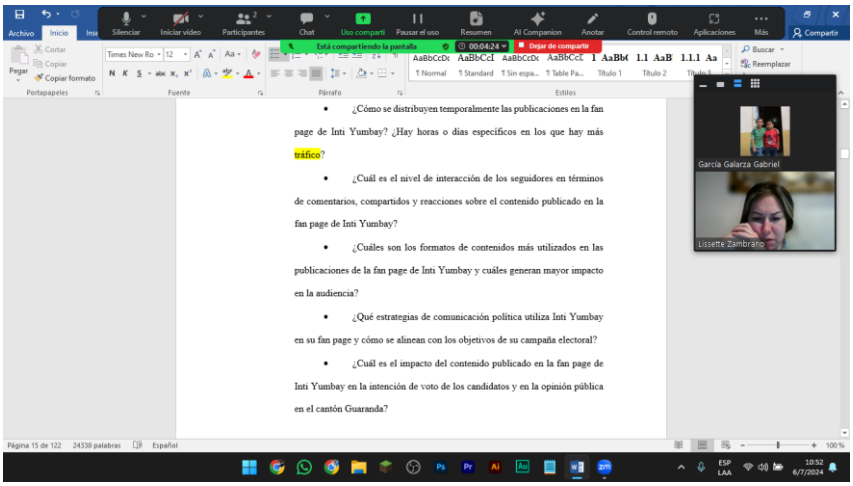
Reuniones presenciales



Revisiones y sugerencias con el Mgs. Marcelo Barriga

Ilustración 15

Revisiones y sugerencias



Revisiones y sugerencias con la Mgs. Lissette Zambrano

Link de biblioteca