



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

Mecanismos discursivos empleados en campaña electoral por la candidata Diana Caiza a la alcaldía de la ciudad de Ambato y su impacto en la percepción del electorado.

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

AUTORA:

Blanca Valeria Arroba Freire

TUTOR:

Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco

AMBATO – ECUADOR

2023-2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICO:

Que la señorita Blanca Valeria Arroba Freire, portadora de la C.C. 1804442604 habilitada para obtener del Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: “MECANISMOS DISCURSIVOS EMPLEADOS EN CAMPAÑA ELECTORAL POR LA CANDIDATA DIANA CAIZA A LA ALCALDÍA DE LA CIUDAD DE AMBATO Y SU IMPACTO EN LA PERCEPCIÓN DEL ELECTORADO”, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación; por lo que, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 15 de enero del 2024



Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco

CC. No. 1801924802

TUTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Blanca Valeria Arroba Freire declaro que el trabajo de integración curricular designado” MECANISMOS DISCURSIVOS EMPLEADOS EN CAMPAÑA ELECTORAL POR LA CANDIDATA DIANA CAIZA A LA ALCALDÍA DE LA CIUDAD DE AMBATO Y SU IMPACTO EN LA PERCEPCIÓN DEL ELECTORADO”, es de mi autoría contribuyendo un trabajo original y único certificando que las ideas, conceptos, procedimientos, resultados y conclusiones presentados en el presente documento son de mi exclusiva responsabilidad.

Ambato, 15 de enero del 2024



Blanca Valeria Arroba Freire

CC. 1804442604

AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que pueda utilizar esta tesis como un documento disponible para la lectura, consulta y proceso de investigación según las normas de la institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis dentro de las regulaciones de la Universidad siempre y cuando esto no suponga una ganancia económica y se respete mis derechos de autoría.

Ambato, 15 de enero del 2024



Blanca Valeria Arroba Freire

CC. 180442604

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación: “MECANISMOS DISCURSIVOS EMPLEADOS EN CAMPAÑA ELECTORAL POR LA CANDIDATA DIANA CAIZA A LA ALCALDÍA DE LA CIUDAD DE AMBATO Y SU IMPACTO EN LA PERCEPCIÓN DEL ELECTORADO”, presentado por la señorita Blanca Valeria Arroba Freire, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato. Autorizando su presentación ante los organismos correspondientes.

Ambato, de 2024

Para constancia firman:

PRESIDENTE

MIEMBRO

MIEMBRO

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación curricular va dedicado a mis padres Byron y Blanca quienes son mi mayor fuente de inspiración, apoyo, fortaleza y el verdadero significado de amor. Ellos constituyen lo más preciado de mi vida, inculcándome valores y principios para mi formación académica y personal. A mis hermanos por su cariño y consejos. Con un profundo amor, quiero dedicar este trabajo a mi príncipe hermoso Luis Andrés, verdaderamente su amor único y sincero me dan la motivación de continuar adelante y gracias a él por recordarme que puedo lograr todos mis objetivos y metas. Él constituye un pilar elemental en mi carrera universitaria guiándome en cosas de las distintas materias.

Por último, dedico este esfuerzo a mi linda conejita Aseneth que siempre me acompaña en mis días, de tristezas, alegrías; ella ocupa un lugar en mi corazón y es el amor más noble y sincero que conozco.

Blanca Valeria Arroba Freire

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a Dios, sé que él me guía desde el cielo para hacer las cosas con cariño y me conduce a un camino feliz. Todo sucede por algo y estoy consciente que él tiene algo hermoso preparado para mí. Gracias Dios porque me demuestras que soy valiente, poderosa, inteligente y amorosa, sé que tú guiaras mis pasos.

Mi eterno agradecimiento a todos los profesionales de la carrera de Comunicación, de la Universidad Técnica de Ambato, gracias por impartir sus conocimientos, experiencias y virtudes en las aulas de clase. Aquí pude formarme como una profesional que ama lo que hace.

Y de manera afectuosa mi profunda admiración y afecto a mi tutor Luis Gamboa. Un profesional que orienta el camino de los estudiantes de la carrera.

Blanca Valeria Arroba Freire

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CONTENIDO

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
1.2 Categorías fundamentales	10
1.2.1 Comunicación política.....	10
1.2.2 Mecanismos discursivos.....	12
1.2.3 Discurso político	15
1.2.4 Campañas electorales	17
1.2.5 Campaña electoral en redes sociales	20
1.2.6 Percepción del electorado.....	22
1.3 Cumplimiento de los objetivos	24
Objetivo 1.....	24
Objetivo 2.....	24
Objetivo 3.....	25
Objetivo 4.....	25
CAPÍTULO II	27

METODOLOGÍA	27
2.1 Materiales	27
2.2 Métodos	27
2.3 Enfoque de investigación	28
2.4 Nivel de la Investigación.....	30
2.5 Modalidad de Investigación	31
2.6 Técnicas e instrumentos de investigación	32
CAPÍTULO III	35
DISCUSIÓN Y RESULTADOS.....	35
3.1 Análisis e interpretación de los resultados	35
ANÁLISIS CUANTITATIVO	46
SOBRE LA PERCEPCIÓN DEL ELECTORADO.....	46
DISCUSIÓN	64
Respuesta a la pregunta de investigación.....	65
CAPÍTULO IV	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
4.1 Conclusiones	67
Referencias bibliográficas.....	69
Anexos	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Análisis de contenido de las imágenes publicadas en campaña política de la candidata Diana Caiza.....	35
Tabla N° 2 Análisis de contenido sobre las propuestas de trabajo y los ejes de trabajo	39
Tabla N° 3 Análisis de contenido de los videos de propuestas de la candidata Diana Caiza.....	42

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Género	46
Cuadro N° 2 Edad.....	47
Cuadro N° 3 Indique ¿Cuál es su etnia?.....	48
Cuadro N° 4 Nivel de la carrera	49
Cuadro N° 5 Palabras o frases que definen a la candidata	51
Cuadro N° 6 Mecanismos empleados en campaña.....	52
Cuadro N° 7 Efectividad de campaña	54
Cuadro N° 8 Propuestas de campaña	55
Cuadro N° 9 Representación de su etnia	57
Cuadro N° 10 Contenido en redes sociales	58
Cuadro N° 11 Elementos presentes en la campaña política	60
Cuadro N° 12 Percepción del electorado	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Sexo	46
Gráfico N° 2 Edad	47
Gráfico N° 3 Etnia encuestados.....	48
Gráfico N° 4 Semestre que se encuentran los estudiantes.....	49
Gráfico N° 5 Definición de la candidata Diana Caiza.....	51
Gráfico N° 6 Mecanismos discursivos en campaña	52
Gráfico N° 7 Efectividad de la candidata	54
Gráfico N° 8 Temas o problemas de prioridad en campaña.....	55
Gráfico N° 9 Dependió que representaba a las mujeres indígenas	57
Gráfico N° 10 Contenido de Facebook	58
Gráfico N° 11 Propuestas de Diana Caiza en redes sociales.....	60
Gráfico N° 12 Percepción de la campaña en Facebook	62

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo central determinar cómo se construyeron los mecanismos discursivos durante la campaña electoral de la candidata Diana Caiza a la alcaldía de la ciudad de Ambato y analizar su impacto en la percepción del electorado joven. Para alcanzar este objetivo, se planteó una metodología cualitativa y cuantitativa. En el enfoque cualitativo, se llevó a cabo un análisis del contenido de los discursos y mensajes utilizados por la candidata en su campaña electoral, en redes sociales específicamente en Facebook. Se examinaron elementos clave del discurso, como el lenguaje empleado, los temas abordados, los argumentos presentados y las estrategias retóricas utilizadas. Por otro lado, en el enfoque cuantitativo se realizaron encuestas, con el objetivo de evaluar el impacto de los mecanismos discursivos de la candidata en la percepción del electorado juvenil de la carrera de Comunicación. Estas encuestas recopilaron datos sobre la opinión y la actitud de los votantes hacia la campaña de Diana Caiza. Los resultados obtenidos revelaron que la candidata Diana Caiza empleó una variedad de mecanismos discursivos durante su campaña electoral. Estos incluyen el uso de un lenguaje claro y accesible, la presentación de propuestas y relevantes para los ciudadanos de Ambato, así como estrategias retóricas persuasivas, como la apelación emocional y el uso de testimonios. Los resultados de este estudio indicaron que los mecanismos discursivos utilizados por Diana Caiza generaron un efecto positivo en la percepción de los votantes hacia su candidatura. Los discursos convincentes y las propuestas relevantes contribuyeron a generar confianza y credibilidad en la candidata.

Palabras clave: mecanismos discursivos, campaña electoral, Diana Caiza, opinión pública, electorado joven

ABSTRACT

The main objective of this study is to determine how discursive mechanisms were constructed during the electoral campaign of candidate Diana Caiza for the mayoral position in the city of Ambato and to analyze their impact on the perception of the young electorate. To achieve this goal, a qualitative and quantitative methodology was employed. In the qualitative approach, an analysis of the content of the speeches and messages used by the candidate in her electoral campaign was conducted, specifically on Facebook social media platform. Key elements of the discourse were examined, such as the language used, the addressed topics, the presented arguments, and the rhetorical strategies employed. On the other hand, in the quantitative approach, surveys were carried out aiming to evaluate the impact of the candidate's discursive mechanisms on the perception of the young electorate in the Communication field. These surveys collected data on the opinion and attitude of voters towards Diana Caiza's campaign. The results obtained revealed that candidate Diana Caiza employed a variety of discursive mechanisms during her electoral campaign. These include the use of clear and accessible language, the presentation of proposals relevant to the citizens of Ambato, as well as persuasive rhetorical strategies such as emotional appeal and the use of testimonials. The findings of this study indicated that the discursive mechanisms used by Diana Caiza generated a positive effect on the voters' perception towards her candidacy. Convincing speeches and relevant proposals contributed to building trust and credibility in the candidate

Keywords: discursive mechanisms, electoral campaign, Diana Caiza, public opinion, young electorate

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

Para llevar a cabo la investigación es importante partir de trabajos realizados en torno al tema de interés, por lo cual se recolectó investigaciones como artículos, tesis y maestrías, mismas que ayudarán a direccionar de mejor forma el presente proyecto. Los temas escogidos tienen relación en ámbitos de la comunicación, campañas políticas, discursos, elecciones entre otras.

Un primer trabajo corresponde al autor Armendáriz (2019) con el tema “Trayectorias del discurso de campaña electoral de Rafael Correa: un análisis desde la patria y la ciudadanía (2006, 2009, 2013)

La investigación se centra en analizar los discursos de campaña del expresidente Rafael Correa durante sus intentos de reelección en Ecuador. Se examina cómo estos discursos han evolucionado a lo largo de las campañas electorales y se investiga su origen y transformaciones en el Estado y de los partidos tradicionales.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que propone el estudio de las campañas políticas como modelo de estudio, específicamente del expresidente de la república Correa, para esta se tuvo en cuenta el papel fundamental del proceso constituyente, que recogió las demandas de diversos sectores de la sociedad y promovió la inclusión de estos sectores.

El proyecto se enmarcó dentro de un proceso adecuado y accesible. Las técnicas y enfoque utilizado fueron de carácter cualitativo para recabar información valiosa sobre su discurso y los elementos empleados en su campaña electoral. La investigación se centra en 16 piezas publicitarias que muestran las categorías propuestas para el análisis, así como otros elementos que revelan la intención de Correa y su partido, Alianza PAÍS, de alcanzar la presidencia.

Estas piezas publicitarias también presentan rostros que representan la identidad nacional ecuatoriana, ilustrando los cambios que se buscaban con el programa de la lista 35 durante el proceso constituyente y la importancia del contexto internacional, como el aumento del precio del petróleo, para el éxito de las campañas.

Se obtuvo la siguiente conclusión el discurso de la campaña de Rafael Correa estuvo influenciado por dos factores clave. En primer lugar, el contexto adverso caracterizado por la falta de legitimidad de los partidos tradicionales y la corrupción política que llevó a una crisis en Ecuador. En segundo lugar, la necesidad de establecer un proyecto que priorizara la participación ciudadana activa, la refundación del Estado y la recuperación de la identidad nacional.

En investigaciones realizadas a nivel nacional, se encontró a Cañarte Parrales (2018), quien realizó el estudio de “Estrategias comunicacionales del gobierno ecuatoriano en relación con las fake news durante la viralización de la pandemia de la COVID 19 en Twitter. “

Su investigación se centró en analizar cómo se construyen las noticias falsas para alarmar a la población, que repercusiones tuvo en la comunicación digital y como estas influyeron en la toma de decisiones.

Para esto se basó en el fenómeno de la desinformación y como llegan a impactar en los públicos. En la sociedad de la información, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) juegan un papel fundamental en la gestión y distribución de los procesos informativos. La digitalización ha dado lugar a nuevas problemáticas comunicacionales y conflictos sociales.

En este contexto, la comunicación política y gubernamental se enfoca en buscar consensos y construir narrativas que permitan comunicar las acciones y establecer una agenda pública que reduzca tensiones entre las instituciones gubernamentales y los ciudadanos. Además, se aplican diferentes herramientas y estilos de comunicación en los distintos momentos de las operaciones operativas.

El objetivo principal de esta investigación es: Analizar la estrategia comunicacional y el discurso del gobierno ecuatoriano en relación con las fake news durante la viralización de la pandemia en la red social Twitter en los meses de marzo y abril de 2020.

En esta tesis se emplea principalmente el análisis crítico del discurso (ACD) como técnica de investigación para examinar los discursos del presidente y vicepresidente en relación con las noticias falsas, específicamente en el contexto de la pandemia. Y la metodología que ayuda a identificar las estructuras discursivas utilizadas y analiza las estrategias y mecanismos de poder que permite presentar en estos discursos.

Con base en la investigación se obtuvieron los siguientes resultados. Tanto Otto Sonnenholzner como Lenin Moreno utilizan sus cuentas de Twitter para comunicarse y desarrollar sus discursos. En sus perfiles, utilizando una combinación de tuits personales, comentarios y retweets para transmitir su mensaje en la plataforma. Su estrategia de comunicación digital se basa en la transmedia, que implica utilizar elementos visuales, textuales y auditivos para generar impacto en las redes sociales, especialmente en Twitter, como una forma directa de comunicación en su trabajo diario.

El siguiente trabajo se realizó en la Universidad de Sevilla. Con el autor López (2014) bajo el siguiente título de tesis: Análisis de las campañas políticas a través de las redes sociales: Facebook y Twitter de Lenin moreno, Guillermo Lasso y Cynthia Viteri candidatos a la presidencia de la república del ecuador en los comicios del 19 febrero de 2017.

Este proyecto de investigación se enfoca en el ámbito de la comunicación 2.0 y explora el papel de las plataformas digitales como herramientas estratégicas en el ámbito político. Se analiza la interacción y generación de contenido político entre candidatos y usuarios durante el proceso electoral de febrero de 2017 en Ecuador. Se destaca el papel fundamental de las redes sociales en la práctica política, como se evidencia en las exitosas campañas electorales de Barack Obama en 2008 y 2012.

El objetivo central de esta investigación es determinar si los candidatos Lenin Moreno, Guillermo Lasso y Cynthia Viteri, durante la campaña electoral del 19 de febrero de 2017 en Ecuador, utilizaron de manera efectiva las plataformas digitales como Facebook y Twitter de acuerdo a las estrategias de comunicación digital.

En esta investigación, se aseguró una metodología cuantitativa para recopilar datos cuantificables de las redes sociales de los políticos, incluyendo el número de seguidores, la

frecuencia de publicaciones, los temas abordados en su campaña, el énfasis dado en las publicaciones y la interacción entre votantes y políticos.

Además, el proyecto de investigación se basa en una revisión bibliográfica de teorías y estudios relacionados con el uso de nuevas tecnologías en la práctica política que se llevó a cabo un acercamiento a los actores políticos involucrados en las elecciones de febrero de 2017 con el fin de recopilar información relevante

En conclusión, durante la campaña electoral, Lenin Moreno, Guillermo Lasso y Cynthia Viteri, junto con sus equipos de trabajo, lograron informar de manera específica a través de sus plataformas digitales. Lenin Moreno se apoyó en su movimiento político para resaltar los logros de su gobierno en sus publicaciones. Guillermo Lasso y Cynthia Viteri se enfocaron en informar sobre sus acciones como posibles representantes electos, pero con enfoques diferentes. Lasso dio mayor relevancia al componente personal en sus publicaciones en Facebook y Twitter, relegando el componente programático y partidista. Viteri se centró en resaltar su programa de gobierno.

Otro trabajo de gran interés es: Marketing Político 2.0: Estrategias de storytelling a través de TikTok de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021, publicado por la revista científica Arbitraria de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR en el año 2022 por los autores Suárez & -Panchana, (2022) en la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Este documento investigativo analiza el uso del discurso como estrategia de storytelling en TikTok durante las elecciones presidenciales del 2021 en Ecuador. Se observaron los videos de Guillermo Lasso y Andrés Arauz, recolectando datos sobre las características discursivas presentes. Los resultados muestran un alcance similar al de otras redes sociales y la presencia de temáticas discursivas asertivas. Sin embargo, no se pudo identificar un tipo de discurso efectivo, ya que cada video tuvo un alcance distinto.

Este estudio beneficia a la investigación de mecanismos discursivos porque el storytelling permite transmitir de manera efectiva los mensajes clave de la campaña. Al enmarcar los problemas y las soluciones en forma de historias convincentes, los candidatos pueden captar la atención de los votantes y hacer que los mensajes sean más accesibles y comprensibles.

En esta investigación se empleó una metodología mixta, donde se recopilaron datos numéricos proporcionados por la plataforma TikTok y se llevó a cabo un análisis de contenido del storytelling presente en cada video. Se logró una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión más profunda del fenómeno estudiado.

Los datos recopilados corresponden al contenido publicado en las cuentas oficiales de TikTok de Guillermo Lasso, por la alianza CREO-PSC, y Andrés Arauz, por Unión por la Esperanza, quienes avanzaron a la segunda vuelta electoral. El registro abarcó desde el 21 de febrero, fecha en la que se oficializaron los dos candidatos que participarían en el proceso electoral, hasta el 11 de abril, día de las elecciones presidenciales.

Continuando con antecedentes que aporten información valiosa continuamos con el artículo la autoría de Herrera-Morejón et al., (2022) con el siguiente tema: Comunicación política en redes sociales durante la segunda vuelta electoral de Ecuador, año 2021: Análisis del uso de la red social Facebook.

La investigación fue realizada por el interés de comprender la comunicación política ha experimentado un rápido avance en los últimos años, especialmente debido al impacto de las nuevas tecnologías. Las redes sociales han cambiado la forma en que los actores políticos se desenvuelven y han revolucionado la manera en que se lleva a cabo la comunicación en la sociedad actual.

Esto también se ha reflejado en las campañas electorales, donde los candidatos utilizan plataformas como Facebook para difundir información y conectarse con los votantes. Este estudio se enfoca en analizar cómo se produjo Facebook en la segunda vuelta de las elecciones de Ecuador en 2021, examinando el número de seguidores, publicaciones e interacciones en las páginas de los candidatos Guillermo Lasso y Andrés Arauz.

En este estudio, se obtuvo una combinación de metodologías cuantitativas y cualitativas para analizar el uso de Facebook en la segunda vuelta electoral de Ecuador en 2021. Se recopilaron datos cuantitativos sobre el número de seguidores, publicaciones, interacciones y "me gusta" en las páginas de los candidatos. Además, se empleó una metodología

cualitativa a través de la observación de las publicaciones durante un período específico. También se realizó una revisión bibliográfica para contextualizar el papel de la comunicación política en Facebook en este contexto.

En el proceso de segunda vuelta electoral en Ecuador en 2021, los candidatos utilizaron las redes sociales, especialmente Facebook, para promocionar sus campañas políticas. Esta investigación se centró en analizar el contenido y las estrategias de marketing político y comunicación utilizadas en las páginas de Facebook de ambos candidatos. Se resaltarán la importancia de las redes sociales, como Facebook, en la planificación de estrategias de difusión de información y mensajes políticos.

La campaña en Facebook de ambos candidatos fue significativa. Arauz tuvo más publicaciones, socializó su agenda política con mayor frecuencia, realizó más transmisiones en vivo y difundió más propuestas en comparación con Lasso.

Se analizó otro trabajo donde se encontró sobre Estudios Políticos en el país de Colombia bajo el título de “El valor del análisis de discurso en los estudios comparativos de políticas públicas. El caso de aseguramiento de calidad en la educación superior en Colombia y Ecuador”, bajo la autoría de Melorose et al., (2015)

En este caso, continúa siendo el eje central el discurso, pero ahora más apegado a la parte de la educación. En este proyecto se buscó enriquecer el análisis de políticas públicas mediante el uso de metodologías cualitativas. Aunque los métodos cualitativos no son nuevos, todavía existe una sobre dependencia de los datos cuantitativos en la mayoría de los estudios publicados.

Esto puede llevar a cabo una visión incompleta y limitada del análisis. Se destaca la importancia de no simplificar los problemas complejos y de considerar diversas perspectivas y narrativas en el análisis de políticas públicas. Se reconoce que las políticas son inherentemente paradójicas debido a la complejidad de los problemas y la diversidad de actores involucrados. Se explorarán los significados, intereses y acciones intencionales de los actores a través de enfoques narrativos para comprender mejor las políticas públicas.

En este trabajo se obtuvo la metodología cualitativa del análisis de discurso para analizar políticas públicas y comprender la constitución compleja de las mismas. Se exploraron los

alcances y limitaciones de esta metodología y se interrumpió su aporte al enriquecimiento del análisis de políticas públicas. Se llevó a cabo un estudio comparativo entre las políticas de Educación Superior en Colombia y Ecuador, utilizando el análisis de discurso como herramienta. Este enfoque identificará y evidenciará diferencias que no podrían haber sido descubiertas únicamente a través de la comparación de datos cuantitativos. Además, se aplicó el análisis de discurso para interpretar y comprender las políticas gubernamentales, así como las estructuras e instituciones en ambos países.

Esta investigación concluye que es peligroso realizar comparaciones superficiales basadas únicamente en datos cuantitativos y globales para establecer similitudes entre países. Es importante examinar más a fondo el lenguaje, el discurso socialmente construido y el contexto institucional en el que se desarrolla e implementan las políticas.

Otro trabajo investigativo en torno al interés de tema de tesis en relación a las campañas electorales es el siguiente artículo de Luciana Panke, Sylvia Iasulaitis, Carmen Pineda. (Melorose et al., (2015) con el título de: “Género y campañas electorales en América Latina. Un análisis del discurso femenino en la propaganda televisiva.”

Este artículo analiza los spots electorales en televisión de las campañas presidenciales de Dilma Rousseff en Brasil, Michelle Bachelet en Chile y Cristina Kirchner en Argentina. El objetivo de la investigación es determinar cómo se posicionan las presidentas latinoamericanas en sus campañas en términos de género femenino, y si su posición neutraliza o refuerza los estereotipos de género. Se busca comprender las cuestiones planteadas en la literatura sobre género y su relación con las luchas electorales.

Para el análisis empírico, se utiliza el método de análisis de contenido para medir la presencia del tema "mujer" en los lugares electorales. Luego, se analiza la posición adoptada en otros aspectos de la campaña televisiva, como el uso de elementos icónicos, lingüísticos y sonoros.

La metodología utilizada en este estudio fue el análisis de contenido. Para llevar a cabo el análisis, se examinaron los spots electorales en televisión de las campañas presidenciales de Dilma Rousseff, Michelle Bachelet y Cristina Kirchner. En primer lugar, se midió la presencia del tema "mujer" en los spots, con el objetivo de identificar la agenda de temas relacionados al género.

Posteriormente, se analizó la posición adoptada en otros aspectos de la campaña televisiva utilizando tres códigos principales: icónico, lingüístico y sonoro. Estos códigos permitieron evaluar cómo se presentaban las candidatas en términos visuales, lingüísticos y sonoros, y si su representación desafiaba o reforzaba los estereotipos de género existentes.

En conclusión, el análisis de los spots electorales de las campañas presidenciales de Dilma Rousseff, Michelle Bachelet y Cristina Kirchner revela que la campaña de Michelle Bachelet en Chile fue la que más se ocupó de la equidad de género. En estos spots, las mujeres fueron retratadas desempeñando diversas funciones laborales, presentando la maternidad como una elección y los quehaceres domésticos como responsabilidad compartida.

El siguiente artículo de Investigación tiene por título: Análisis de discurso de Andrés Arauz en Tik ToK durante su campaña presidencial 2022, su autor (Herrera-Morejón et al., 2023)

En las elecciones de Ecuador en 2021, Andrés Arauz fue uno de los candidatos destacados, con una sólida formación académica en Economía y Matemáticas. Su juventud y capacidad fueron resaltadas en su mensaje político. Las redes sociales jugaron un papel importante en las campañas electorales, permitiendo una comunicación más directa e interactiva con las audiencias. El internet ha facilitado la aparición de medios de opinión independientes y ha transformado el liderazgo político hacia un modelo horizontal y descentralizado.

La metodología utilizada en la investigación fue cuali-cuantitativa, combinando técnicas de revisión documental y análisis de contenido. Se seleccionaron 73 contenidos publicados en la red social TikTok como parte de la campaña electoral de Andrés Arauz durante la primera y segunda vuelta. Se obtuvo un demostrado no probabilístico e intencional, enfocándose en los meses de diciembre de 2020 a abril de 2021.

El análisis se basó en el enfoque crítico del discurso, examinando cómo se practican y reproducen el abuso de poder, el dominio y la desigualdad en el contexto social y político. Se creó una matriz de análisis que dejó áreas como la pragmática, la retórica, la semántica, el léxico, el protagonista, el lenguaje no verbal y el material visual de apoyo.

En las elecciones de 2021 en Ecuador, Andrés Arauz fue uno de los candidatos más votados en la primera vuelta. Con solo 36 años, destaque por su formación académica en economía

y su mensaje centrado en su juventud y capacidad. Utilizó las redes sociales para difundir su trayectoria y propuestas, aprovechando el impacto de Internet en las campañas electorales. Esta estrategia le permitió interactuar directamente con el público y adoptar un enfoque de liderazgo más horizontal y descentralizado.

A continuación, se encontró el trabajo de Cuenca, (1995) con su artículo investigativo bajo el tema de: “Mecanismos lingüísticos y discursivos de la argumentación, este trabajo fue previo para la obtención de la maestría. “

La investigación aborda el tema de la argumentación como un fenómeno discursivo complejo cuyo objetivo es persuadir a un receptor sobre ciertas ideas o tesis. Se analiza desde diferentes perspectivas, incluyendo la lingüística, la retórica y la filosofía.

En la retórica clásica, la argumentación ocupaba un lugar importante, mientras que también se relaciona con conceptos lógicos como el silogismo. Desde una perspectiva actual de las tipologías textuales, la argumentación se considera como un tipo de texto con características específicas que la diferencian de otros tipos de textos.

La estructura argumentativa se basa en las relaciones lógico-semánticas entre las diferentes partes del discurso. Estas relaciones se pueden manifestar limpiamente mediante el uso de conectores y la cohesión léxica de tipo contrastivo. Los conectores son palabras o expresiones que relacionan dos porciones de discurso, ya sea a nivel oracional o textual, y fundamentan la interpretación semántica y pragmática entre ellas. En los textos argumentativos, destacan los conectores contrastivos, causales, consecutivos y distributivos. Estos conectores juegan un papel importante en la orientación pragmática y argumentativa de las oraciones y el texto en su conjunto.

En conclusión, la argumentación no se limita solo a textos específicamente argumentativos, como las cartas al director, sino que también puede estar presente en otros tipos de textos, como los anuncios. En el caso del anuncio del Ford Mondeo, se pueden identificar mecanismos argumentativos claros, como la oposición entre el hoy y el mañana, utilizando una dicotomía compleja y contraposiciones sustitutivas y restrictivas.

1.2 Categorías fundamentales

1.2.1 Comunicación política

La comunicación política es un campo extenso de estudio que examina cómo se transmiten los mensajes políticos, las ideas de los candidatos, el discurso, la estrategia, la imagen, opinión pública, además que influye en la opinión y el comportamiento de los votantes durante las campañas electorales. En esta investigación, es fundamental comprender los principios y las teorías de la comunicación política, esto permitirá analizar los mecanismos discursivos utilizados por Diana Caiza en su campaña a la alcaldía de la ciudad de los Tres Juanes “Ambato” y su impacto en la percepción del electorado.

La comunicación política se basa en la interacción entre los candidatos y el electorado, y se enfoca en cómo se transmiten los mensajes políticos, tanto a nivel verbal como no verbal. En las campañas electorales, los candidatos utilizan una variedad de herramientas y estrategias para persuadir a los votantes y ganar su apoyo. Estas estrategias incluyen el uso del lenguaje, los argumentos, la retórica persuasiva y la presentación de propuestas específicas (Vallejo Zamudio, 2019).

La definición de comunicación política comprende un análisis extenso de como los políticos construyen y transmiten los mensajes hacia sus seguidores. Por ejemplo, la teoría de la agenda-setting sostiene que los medios de comunicación tienen el poder de influir en los temas y problemas que son considerados importantes por el público. En el caso de la candidata Diana Caiza, su campaña utilizó estrategias estructuradas y planificadas para establecer la agenda y posicionar ciertos temas en la mente del electorado.

Existen cosas que distinguen los unos de los otros, y esa es la clave para llenar un espacio la mente del público. Diana Caiza supo manejar junto a su equipo una excelente comunicación tanto entre sus partidarios, movimiento político y sus seguidores. Representar a una idea que gana espacio en el país favoreció su objetivo para llegar al poder soberano. Desde el año 2020 el Movimiento de Unidad Plurinacional PACHAKUTIC ganó una muy buena aceptación por parte del pueblo ecuatoriano, se sintieron identificados con su pensamiento, su ideología y trabajo por los más necesitados.

Por consiguiente, la comunicación no es solo de quien está en fotografía electoral, sino un trabajo mancomunado entre el partido representado y la imagen del candidato. Por eso es fundamental establecer redes de conexión entre la representatividad y el representante para lograr esa comunicación eficiente y sólida. Para Wolton, (1989) “La comunicación política es un proceso indispensable para el espacio político contemporáneo que permite la confrontación de los discursos políticos que lo caracteriza, la ideología y la acción para los políticos” (p.40)

La comunicación política se construye mediante la planificación estratégica y el diseño de mensajes políticos efectivos para influir en la opinión y el comportamiento de los votantes durante las elecciones. A través de diferentes herramientas y canales de comunicación, los candidatos y sus equipos de campaña buscan transmitir sus propuestas, valores y habilidades de liderazgo a la población.

Durante las varias épocas de elecciones, la comunicación política desempeña un papel fundamental en formas de posicionamiento de la imagen de candidato para denotar confianza, además de resaltar sus cualidades y características, así mismo una comunicación eficaz permite desarrollar propuestas que cautiven a la población, que sientan que van a trabajar en beneficio de su ciudad en otros términos enamorar al electorado, para así generar movilización y persuasión para que los votantes apoyen y se sientan respaldados. Para ello es indispensable utilizar técnicas persuasivas, como el uso de testimonios, apelaciones emocionales y argumentos convincentes, donde genere en los ciudadanos identificación y motivación entre los electores.

La comunicación desempeña un papel crucial en las democracias al permitirnos conocer las acciones de los gobernantes y formar nuestras opiniones. Los políticos, al tomar decisiones que afectan a la sociedad, buscan asegurar su permanencia en el cargo al obtener apoyo y legitimidad para reducir la inestabilidad y vulnerabilidad (Reyes Montes et al., 2011)

Esta comunicación se basa en estrategias específicas que incluyen construir una adecuada presentación hacia la sociedad, crear mensajes y discursos convincentes. La elección de los medios tradicionales y digitales es clave en procesos democráticos, y la participación en debates y eventos públicos puede tener un impacto significativo en cómo se percibe a los candidatos.

Además, la movilización de votantes, con el liderazgo voluntario y la ética de la comunicación política son necesarios para garantizar una alta participación y confianza de los votantes. La capacidad de gestionar eficazmente las crisis de comunicación y cumplir con las regulaciones y leyes electorales también son consideraciones importantes.

Criollo, (2020) sostiene que “La comunicación política también se utiliza para construir alianzas y coaliciones con otros actores políticos y grupos de interés. A través de la negociación y la comunicación efectiva, se busca sumar apoyos y ampliar la base electoral” (p. 120)

La comunicación política permite monitorear y gestionar la opinión pública durante las elecciones. Se utilizan encuestas, análisis de redes sociales y otros métodos de investigación para comprender las preferencias y percepciones del electorado, adaptando la estrategia de comunicación según sea necesario.

Pérez, (2013) Describe el tema como “fundamentalmente retórica, pues busca, al igual que el discurso político tutelado por la Retórica clásica, generar en el oyente efectos cognitivos que le muevan y le persuadan a una acción social favorable al orador” (p.573).

1.2.2 Mecanismos discursivos

Los mecanismos discursivos son herramientas y estrategias utilizadas en la comunicación política para transmitir mensajes persuasivos y convencer al público objetivo. Estos mecanismos abarcan una variedad de elementos, como el lenguaje, los argumentos, las estrategias retóricas y la forma en que se presentan las ideas (Méndez García de Paredes, 2014).

Los mecanismos discursivos cumplen varias funciones importantes en el contexto de la comunicación política. En primer lugar, sirven para captar la atención y generar interés en el discurso político. A través del uso de técnicas retóricas, como la metáfora, la repetición o la pregunta retórica, se busca involucrar al público y mantener su atención durante el discurso político.

Además, los mecanismos discursivos permiten construir y reforzar la persuasión. A través del uso de argumentos sólidos, el lenguaje emocional y la conexión con los valores y preocupaciones del público, se busca persuadir a los votantes y generar apoyo hacia una determinada posición política o candidato.

Los mecanismos discursivos también desempeñan un papel clave en la construcción de la identidad y la imagen política. Mediante el uso de narrativas personales, testimonios o la exposición de experiencias compartidas, se busca generar empatía y conexión emocional con el público. Estos mecanismos ayudan a establecer una imagen positiva del candidato y fomentan la confianza y la credibilidad (Lima et al., 2022).

Los principales mecanismos discursivos empleados en campaña electoral incluyen el uso de la retórica, el lenguaje no verbal, el storytelling y la paralingüística, el discurso.

La retórica es el arte de utilizar el lenguaje persuasivo para influir en la audiencia. La candidata Diana Caiza pudo haber empleado técnicas retóricas, como la repetición de mensajes clave, el uso de la metáfora, la antítesis o la pregunta retórica, para captar la atención del público y enfatizar sus propuestas políticas.

Sanmartín, (2008) menciona que la “retórica política es un soporte de interlocución básico pero volcado a conectar personalmente con cada ciudadano” (p.9). La retórica es uno de los mecanismos más empleados en ámbitos de política, pues se refiere al arte de persuadir, influenciar y comunicar hacia los escuchantes. Se centra en la habilidad que deben poseer para el convencimiento y atracción de la audiencia, con el correcto apoyo del lenguaje específico.

La política depende en gran medida de la narración de historias como medio para brindar a los líderes y candidatos una mayor visibilidad de sus ideas y propuestas. Los políticos pueden utilizar sus poderosas narrativas para conectarse emocionalmente con los votantes, permitiéndoles conseguir apoyo y dejar una impresión duradera. La narración política puede ser una herramienta poderosa para persuadir y movilizar al público en torno a temas importantes, transmitiendo la esencia de la política a los líderes de una manera atractiva. El autor Sarasqueta, (2021) “De esta manera, el storytelling que construían los narradores era más relevante que los sucesos mismos” (p.77).

A su vez, Vázquez Sande, (2016) destaca que “El recurso al storytelling personal no puede ni asociarse ni atribuirse en exclusiva a candidatos jóvenes, pese a lo reciente de esta corriente en el ámbito de la comunicación política” (p.48). Con eso se puede decir que este mecanismo o elemento empleado en campaña no es útil para todos los candidatos, existen factores como su edad, experiencia que no les permite utilizar para llegar a conectar con las personas y captar adeptos. No obstante, Diana Caiza tiene experiencia suficiente en política, en cargos públicos y tu trayectoria laboral permitieron que empleara de forma asertiva el storytelling en su discurso.

Los mecanismos discursivos se utilizan en una variedad de contextos y plataformas durante las campañas electorales. Los discursos políticos, los debates, los mensajes en redes sociales, los anuncios publicitarios y el material de campaña son solo algunos ejemplos de los lugares donde se utilizan estos mecanismos para influir en la percepción y el comportamiento del electorado (Van Dijk, 2016).

Otro mecanismo indispensable en política es el lenguaje no verbal; que incluye gestos, expresiones faciales, posturas y contacto visual, entre otros elementos. Durante su campaña, Diana Caiza pudo haber utilizado el lenguaje no verbal de manera estratégica para transmitir confianza, empatía y liderazgo. Una comunicación no verbal efectiva puede complementar y reforzar el mensaje verbal.

La comunicación no verbal se refiere a una amplia gama de señales y sistemas de señales que no son de naturaleza lingüística, pero que se utilizan para comunicar. Esta definición abarca una variedad de elementos, desde las normas culturales hasta los sistemas específicos de comunicación no verbal. Debido a la amplitud y complejidad de este campo, el estudio de la comunicación no verbal ha evolucionado lentamente y se caracteriza por la colaboración entre diferentes disciplinas (Cestero Mancera, 2006).

El uso de la comunicación no verbal fue enfatizado por Diana Caiza, mujer indígena de la comunidad de Chibuleo al incorporar elementos de comunicación no verbal, como su vestimenta tradicional, expresiones faciales seguras, sus movimientos gestuales en rostro que denoto confianza y conocimiento. Diana Caiza transmitió su identidad cultural y su

determinación de saber sobre política, sus antecedentes también la acompañaron. Ella se basó en la comunicación verbal para construir relaciones sólidas con su audiencia y conseguir su apoyo durante su campaña electoral.

Fajardo, (2009) señala en su artículo “En cuanto el hombre se enfrenta constantemente a diversas situaciones de comunicación no verbal en los contextos sociales y culturales en que interactúa con individuos cuya distribución social es igualmente disímil” (p.123). Realmente la comunicación se da de distintas maneras, todo comunica, desde los gestos más pequeños hasta acciones del diario vivir y los políticos saben que sus acciones definen su perfil.

La paralingüística se refiere a los elementos vocales y de entonación que acompañan al discurso verbal, como el tono de voz, la velocidad de habla, la pausa y el énfasis en ciertas palabras o frases. La candidata pudo haber utilizado estos elementos para resaltar mensajes importantes, transmitir emociones y captar la atención del público.

Finalmente, el mecanismo más fiable en campaña electoral y elegido no solo por políticos, sino por oradores, profesionales catedráticos, mentores, empresarios, líderes hasta sacerdotes de determinada religión sin lugar a duda es el discurso. Este elemento que permite a los líderes y candidatos comunicar sus propuestas, visiones y valores a los votantes y a la sociedad en general. A través del discurso político, los políticos pueden persuadir, movilizar y ganar el apoyo de la población (Criollo, 2020).

Para Foucault, (1992) en su libro el Orden del discurso menciona “Por más que en apariencia el discurso sea poca cosa, las prohibiciones que recaen sobre él revelan muy pronto, rápidamente, su vinculación con el deseo y con el poder” (p.15). De hecho, el discurso tiene un poder elevado de convencimiento para el público objetivo, ahí entonces la habilidad y cualidad de quien está en frente para hacerlos creer que todo será mejor y cambiará su vida y su situación.

1.2.3 Discurso político

El discurso político es una herramienta fundamental en las campañas electorales, ya que busca persuadir, informar y movilizar a los electores. Se basa en la utilización estratégica del lenguaje para construir una narrativa que respalde las ideas y propuestas de un candidato

o partido. Desde una perspectiva lingüística y comunicativa, el discurso político se apoya en una serie de recursos retóricos y discursivos para generar impacto en la audiencia.

Existen aspectos clave del discurso político es su adaptación a diferentes audiencias y contextos. Estos pueden variar dependiendo del público al que se dirigen, ya sea por edad, género, nivel socioeconómico o afiliación política. Esta adaptabilidad es esencial para conectarse con el electorado y generar una percepción favorable hacia la candidata Diana Caiza en su campaña para alcaldía de la ciudad.

Aunque hay diversas formas de abordar los problemas relacionados con la definición y la delimitación, al final, deberíamos considerar el conjunto del contexto como el factor decisivo para clasificar el discurso como "político" o no. Los elementos centrales de estos contextos son los participantes y sus, aunque podríamos profundizar más al examinar los contextos desde la perspectiva más amplia de los eventos políticos y comunicativos. Estos eventos tienen sus propios escenarios característicos, como el tiempo, el lugar y las circunstancias específicas, así como sus ocasiones, intenciones, funciones, objetivos e implicaciones políticas o legales (Van Dijk, 1999).

Asimismo, el discurso político se nutre de elementos como la persuasión, la argumentación y la construcción de identidad. En el contexto de una campaña electoral, la candidata puede utilizar recursos retóricos como metáforas, contrastes, testimonios o incluso humor para captar la atención y generar empatía entre los votantes.

En el libro "La política en el discurso" de (Van Dijk, 1999) resalta la importancia del análisis del discurso político para comprender cómo se estructuran las ideas, se manipulan las emociones y se construyen identidades políticas. Así, el discurso político puede tener un impacto significativo en la percepción del electorado sobre la candidata y sus propuestas.

El discurso político, en su esencia, se conforma por una serie de elementos que van más allá de las simples palabras utilizadas por los candidatos. Este tipo de discurso se fundamenta en la estructura, la selección de temas, el tono, la retórica y la estrategia comunicativa. Su objetivo principal es persuadir y movilizar a la audiencia, pero también se busca diferenciarse de la competencia y construir una identidad sólida y atractiva para el electorado.

Los candidatos suelen construir una narrativa alrededor de su persona y plataforma política. Esta narrativa se compone de mensajes clave que se repiten estratégicamente para consolidar

una imagen específica en la mente de los votantes. Por ejemplo, pueden enfocarse en temas como la seguridad, la educación, la economía o la equidad social, dependiendo de la coyuntura y las necesidades de la población.

Un buen discurso político no es estático; se adapta a diferentes audiencias y plataformas. Los candidatos ajustan su lenguaje y tono según el contexto en el que se encuentren, ya sea en discursos públicos, entrevistas, debates o redes sociales. Esta adaptabilidad es clave para conectarse con grupos diversos y generar empatía (Pinto, 2006).

El uso de metáforas, analogías, ejemplos concretos y emociones es común en el discurso político. Estos recursos buscan cautivar emocionalmente al electorado, apelando a valores compartidos y generando un vínculo emocional con la candidatura. Y Diana Caiza empleó de forma asertiva todos los elementos del discurso, principalmente para captar la atención los más jóvenes electores, empatizar con ese rango etario, y así conseguir más aceptación en su campaña.

Los candidatos emplean su discurso para construir una imagen de liderazgo, credibilidad y confianza. La candidata utilizó un lenguaje claro y convincente, así como la presentación de propuestas viables y coherentes con la realidad política y social que se presenta en la ciudad de Ambato, dando énfasis a los problemas que se vivía en Ambato, además de generar propuestas en beneficio de los jóvenes, involucrándolos en su trabajo.

Un discurso político efectivo también se fundamenta en la capacidad de inspirar confianza, motivar y generar credibilidad entre el público, respaldando las palabras con acciones coherentes y éticas. Por último, implica una adaptación continua y una respuesta ágil a los cambios en el entorno político y social, manteniendo la autenticidad y la credibilidad en la comunicación política (Encinas-Ferrer, 2013)

1.2.4 Campañas electorales

Las campañas electorales constituyen una etapa crucial en los procesos democráticos, donde los candidatos despliegan una serie de estrategias y tácticas para promover sus propuestas políticas y persuadir al electorado. Durante este período, los candidatos se enfrentan al desafío de convencer a los votantes de que son la opción más viable y capaz de liderar y representar a la comunidad (Ituassu et al., 2019).

Para lograr conseguir una buena campaña electoral es indispensable ejecutar estrategia. Así como lo dice Jhosep Napolitan (2012)“Una estrategia correcta puede sobrevivir a una campaña mediocre, pero incluso una campaña brillante puede fallar si la estrategia es errónea” La campaña es un proceso comunicativo, por el cual hay que asegurarse que posea un mensaje claro y comprensible, para esto se realizan estrategias de campaña donde se define al candidato y su mensaje central.

En este contexto, promover propuestas políticas se convierte en un pilar fundamental de las campañas electorales. Los candidatos presentan claramente programas y planes gubernamentales, centrándose en cuestiones relevantes y resolviendo problemas específicos de la sociedad. La claridad y relevancia de estas propuestas son decisivas para atraer la atención y el apoyo de los votantes.

(Roberto, 2021) En su libro Guerra electoral dice que la “Estrategia y táctica son dos palabras que a menudo se usan en plural, a pesar de que claramente son conceptos distintos, la táctica no es otra cosa que la ejecución de la estrategia. (p.21). Y es que hacer campaña es un proceso que involucra personas, recursos, materiales. Para ganar la batalla es tan importante lograrlo con un propósito que incorpore una estrategia bien desarrollada.

La utilización de herramientas o instrumentos para lograr una campaña eficiente es básica si se desea posicionarse bien en el electorado, tácticas y mensajes que sobresalgan, generando respaldo y profesionalismo es la campaña electoral, por aquello en los últimos años se emplea el WAR ROOM. Donde Bazán describe que es un instrumento para proporcionar un esquema de comunicación de gobierno a través de una gran variedad de técnicas para responder los pensamientos y sugerencias de la ciudadanía de manera rápida, pronta. Y que se dé un seguimiento hacia los opositores y críticos del partido o el candidato. Este instrumento además servirá para combatir a la prensa negativa ante procesos electorales (Roberto, 2021).

La comunicación persuasiva es otro aspecto clave en las campañas electorales. Los candidatos recurren a diversas estrategias para persuadir a los votantes de que su candidatura es la mejor opción. A través de técnicas retóricas, argumentos sólidos y mensajes persuasivos, aquí buscan generar confianza y credibilidad en su liderazgo y en la viabilidad de sus propuestas.(PNUD, 2019).

Ganar las elecciones es el objetivo de cada candidato o partido político, así mismo la movilización del electorado también se vuelve primordial en las campañas electorales. Los candidatos implementan estrategias para fomentar la participación ciudadana, conscientes de que cada voto es valioso. Campañas de concientización, llamados a la acción y la organización de eventos como parte de sus actos políticos, son algunas de las tácticas empleadas para movilizar a los ciudadanos y promover su involucramiento en el proceso de votación.

La propaganda política juega un papel significativo en las campañas electorales. Los candidatos utilizan diversos medios, desde vallas publicitarias hasta anuncios en televisión, radio, prensa escrita y redes sociales, para difundir su mensaje y llegar al mayor número posible de votantes. La eficacia de la propaganda radica en su capacidad para captar la atención, transmitir mensajes claros y generar un impacto duradero en la mente del electorado.

Las campañas electorales son el escenario en el que se decide el futuro de una nación. Son una oportunidad para los ciudadanos de influir en la dirección que tomará su país y para que los candidatos presenten sus visiones y propuestas. La habilidad para comunicar eficazmente y movilizar el apoyo es fundamental en la política moderna (Bartlett et al., 1942)

Además, la gestión de imagen y reputación se convierte en una tarea primordial para los candidatos. Durante las campañas, se enfocan en construir y mantener una imagen pública sólida, proyectando liderazgo, cercanía con el electorado y la capacidad de representar sus intereses. La confianza y la credibilidad se erigen como elementos fundamentales para ganar el apoyo del electorado.

La imagen política es un conjunto de rasgos distintivos y característicos que tiene una persona. Son los rasgos que permiten diferenciar y hacer ciertamente reconocible por los demás, pero también pueden convertir a la imagen en objeto de atracción o de rechazo (Bazán, 2021).

En resumen, las campañas electorales implican una combinación de promoción de propuestas políticas, comunicación persuasiva, movilización del electorado, propaganda y publicidad, así como la gestión de imagen y reputación. Estos elementos se entrelazan en un

esfuerzo por convencer al voto y obtener el respaldo necesario para alcanzar el éxito en las elecciones.

1.2.5 Campaña electoral en redes sociales

Las campañas electorales en redes sociales se han convertido en un pilar fundamental en la estrategia política contemporánea. En la era digital, estas plataformas proporcionan un espacio único para la interacción directa entre candidatos y votantes. Las redes sociales son las más utilizadas por lo que, se evidencia en su amplio alcance, según estudios del Centro de Investigaciones Pew, alrededor del 72% de los adultos en Estados Unidos utilizan al menos una red social. Esta masividad subraya la importancia de estos espacios en la esfera pública y su impacto en la percepción del electorado.

Uno de los aspectos más destacados es la capacidad de segmentación y alcance que ofrecen las redes sociales. Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y TikTok permiten llegar a públicos específicos según características demográficas, intereses e incluso ubicación geográfica. Esta capacidad de dirigirse a audiencias específicas facilita la difusión de mensajes de campaña de manera más efectiva y dirigida (Garde Roca, 2004)

El contenido multimedia juega un papel crucial en las estrategias de campaña en redes sociales. Se ha demostrado que el contenido visual, como videos, imágenes y gráficos, suele tener un mayor impacto y alcanzar una mayor virilidad en comparación con el contenido puramente textual. Esto se traduce en una difusión más rápida y amplia de los mensajes electorales.

La interacción directa y la posibilidad de participación son características distintivas de las redes sociales. Los candidatos pueden interactuar en tiempo real respondiendo preguntas, recibir comentarios e incluso involucrar a la audiencia en encuestas o debates en línea. Esta interacción crea un sentido de participación e involucramiento que puede ser clave para influir en la percepción y preferencias del electorado (Túnez, 2012).

Ejemplos de campañas exitosas en redes sociales como las de Barack Obama, Donald Trump, Alexandria Ocasio-Cortez y Jacinda Ardern ilustran cómo los candidatos han utilizado estas plataformas para conectarse con su audiencia, transmitir su mensaje de

manera efectiva y adaptarse a las particularidades de cada uno. Plataforma y público objetivo.

Datos recientes indican que más del 90% de los políticos utilizan activamente las redes sociales como parte integral de sus estrategias de campaña. En promedio, un ciudadano pasa alrededor de dos horas diarias en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter o TikTok, lo que subraya la importancia de estos espacios como canales de comunicación política.

Un ejemplo claro es la campaña electoral de Barack Obama en 2008. Esta campaña fue innovadora en su uso de las redes sociales. Obama logró movilizar y comprometer a un gran número de votantes jóvenes a través de plataformas como Facebook y Twitter. Gomes et al., (2009) destaca que “La estrategia se centró en generar una comunidad en línea participativa, permitiendo que los seguidores se sientan parte activa de la campaña” (p.46)

Obama aprovechó la naturaleza viral y compartible de las redes sociales mediante la creación de contenido atractivo y fácilmente compartible, como videos cortos, infografías y mensajes directos. Esto generó un efecto de propagación orgánica, extendiendo su mensaje más allá de sus seguidores directos.

Además, la campaña de Obama utilizó estratégicamente la segmentación de audiencias, adaptando mensajes específicos para diferentes grupos demográficos. Esto permitió abordar preocupaciones y temas relevantes para cada segmento, generando un impacto más significativo en la percepción y la movilización de oposición.

El énfasis en la participación y la interacción directa con los votantes fue una de las claves del éxito de la estrategia. Obama y su equipo se involucraron en conversaciones en línea, respondieron preguntas y generaron debates, creando un ambiente de cercanía y conexión con la audiencia

Esta campaña ejemplifica cómo una estrategia bien elaborada en redes sociales puede ser fundamental para movilizar, conectar y persuadir a la audiencia, especialmente a los segmentos más jóvenes y digitalmente activos, mostrando así el potencial transformador de estas plataformas en la política moderna.

Retomando al tema de esta investigación, Diana Caiza empleo una estrategia efectiva y sobresaliente en su campaña electoral, principalmente se destacó por su enfoque innovador y cautivador en la plataforma de Facebook. La candidata no solo mantuvo una presencia constante, sino que también generó un impacto visual notable al subir contenido diverso a diario. Desde videos explicativos hasta imágenes vibrantes y reels dinámicos, cada publicación fue cuidadosamente diseñada para transmitir una propuesta específica de su campaña.

Su enfoque creativo también se reflejó en el uso de una cromática de colores distintivos, haciendo alusión a su partido político de Pachakutic que no solo tiene un color, sino que utiliza el arcoíris; como representación de la pluriculturalidad de los pueblos y nacionalidades indígenas. Cada propuesta estratégica y eje de trabajo se presentó al público con un color diferenciado, permitiendo una identificación visual rápida y efectiva. Esta táctica no solo resaltó la coherencia visual en su mensaje, sino que también facilitó la asociación directa de los temas de campaña.

La campaña efectiva de Diana Caiza en redes sociales no solo se limitó a la frecuencia de publicaciones, sino que también abrazó una estrategia visual que destacó para llegar y tener e impacto en el público más joven que consumen las redes sociales y gran parte del tiempo las dedican a revisar sus cuentas. El uso inteligente de los colores para cada propuesta no solo enfatizó la variedad y profundidad de su plataforma política, sino que también facilitó una conexión más rápida y duradera con el electorado (Orejuela, 2009).

La candidata Diana Caiza uso una estrategia visual, al asociar colores con ideas clave, no solo consolidó la identidad de su campaña en la mente de los votantes, sino que también demostró la capacidad de influir en la percepción del electorado a través de un enfoque creativo y diferenciado en las redes para generar un impacto positivo.

1.2.6 Percepción del electorado

Durante las campañas electorales, la percepción pública de los representantes desempeña un papel fundamental en el proceso de toma de decisiones. Los candidatos emplearon diversas estrategias para convencer a los votantes y lograr que se inclinen hacia su candidatura. A

continuación, se abordará cómo los votantes son persuadidos y convencidos por un candidato durante una campaña electoral.

En primer lugar, la persuasión se basa en la capacidad del candidato para comunicar su visión y propuestas políticas de manera clara y convincente. Los votantes tienden a favorecer a aquellos candidatos que son capaces de articular sus ideas de manera accesible y comprensible, utilizando un lenguaje claro y evitando la jerga política. Un discurso coherente y convincente puede generar confianza y certeza en el candidato, influenciando positivamente la percepción pública (Novoa Moreno, 2016).

Además, las conexiones emocionales juegan un papel importante a la hora de persuadir a los votantes. Los candidatos que apelan a las emociones y valores de los votantes tienen más probabilidades de ganarse a los votantes. Contar historias y volver a contar experiencias personales puede ayudar a construir conexiones emocionales y empatizar con los votantes (Paz Panduro, 2019).

Al compartir historias auténticas y con las que se pueda identificarse, los candidatos buscan demostrar que comprenden las necesidades y preocupaciones de su gente, lo que ayuda a fortalecer la percepción pública positiva. La reputación y el éxito de un candidato también son factores clave en la percepción del electorado. Los ciudadanos suelen consultar la carrera anterior y los logros de un candidato para evaluar su idoneidad para el puesto al que se postula. Las percepciones de integridad, experiencia y liderazgo pueden influir en las decisiones de voto de los votantes.

Asimismo, la interacción directa con los votantes desempeña un papel importante en la persuasión. Los candidatos que se involucran en eventos comunitarios, debates, foros o encuentros con los votantes tienen la oportunidad de establecer una comunicación personalizada. Estas interacciones brindaron a los votantes la posibilidad de evaluar de manera más directa y cercana a los candidatos, lo que puede influir en su percepción y en su toma de decisión.(Castro, 2019).

Por último, la influencia de la propaganda y la publicidad también es un aspecto a considerar. Los candidatos utilizan estrategias de marketing político para difundir su mensaje a través de diferentes medios, como la televisión, la radio, las redes sociales y los materiales de

campaña. La exposición repetida a la propaganda y la publicidad puede tener un impacto en la percepción pública de los votantes, ya sea reforzando mensajes positivos o brillando un mayor conocimiento sobre el candidato.

Los votantes están convencidos por un candidato a través de la persuasión basada en una comunicación clara y convincente, una conexión emocional, una reputación favorable, interacciones directas y la influencia de la propaganda y la publicidad. La percepción pública de los votantes se forma a partir de la evaluación de estos factores, lo que influye en su decisión de voto durante una campaña electoral.

1.3 Cumplimiento de los objetivos

Objetivo 1

Se cumplió con el primer objetivo, el cual consistió en la identificación de los mecanismos empleados en su campaña electoral, que tuvo la duración de un mes centrada en la red social Facebook, ya que permitió visualizar de mejor forma cada elemento y recurso utilizado para captar la atención. El análisis exhaustivo reveló la aplicación de elementos retóricos, el uso estratégico de storytelling, la implementación de elementos literarios en sus discursos, así como el empleo de una imagen pública sólida y el uso selectivo de colores representativos en su campaña, elementos todos que contribuyeron al impacto percibido en la percepción del electorado.

La cuidadosa implementación de la retórica persuasiva, el uso efectivo de storytelling para transmitir sus mensajes políticos y el despliegue de elementos literarios en su discurso contribuyeron en gran medida a una conexión sólida y auténtica con este sector demográfico. Estos mecanismos, en combinación con una imagen auténtica y la incorporación de colores representativos, generaron una percepción positiva y un apoyo significativo entre los votantes jóvenes, evidenciando la efectividad de su estrategia discursiva en este segmento clave de la población.

Objetivo 2

El análisis minucioso de la campaña de Diana Caiza ha revelado una diversidad de mecanismos discursivos que fueron empleados estratégicamente para conectarse con los votantes jóvenes en Ambato. La cuidadosa implementación de la retórica persuasiva, el uso efectivo de storytelling para transmitir sus mensajes políticos y el despliegue de elementos literarios en su discurso contribuyeron en gran medida a una conexión sólida y auténtica con este sector demográfico. Estos mecanismos, en combinación con una imagen auténtica y la incorporación de colores representativos, generaron una percepción positiva y un apoyo significativo entre los votantes jóvenes, evidenciando la efectividad de su estrategia discursiva en este segmento clave de la población.

Objetivo 3

La investigación detallada sobre la presencia de Diana Caiza en la plataforma de Facebook, particularmente entre los estudiantes de comunicación, ha permitido comprender cómo sus mecanismos discursivos han influido en esta audiencia específica. El empleo de la retórica persuasiva, la narración de historias para transmitir sus propuestas políticas y el uso efectivo de elementos literarios se combinaron estratégicamente en sus publicaciones en esta red social. Este análisis ha revelado que dichos mecanismos discursivos no solo captaron la atención de los estudiantes de comunicación, sino que también generaron una conexión emocional significativa, evidenciando una comprensión profunda de las herramientas discursivas para llegar a esta audiencia particular.

Objetivo 4

El análisis cuantitativo revela un impacto notable de los mecanismos discursivos en la campaña de Diana Caiza en Facebook. Al examinar las métricas de participación en la plataforma, se observa un aumento significativo en las interacciones de los usuarios con el contenido generado por la candidata. El número de reacciones, comentarios, compartidos y visualizaciones en sus publicaciones fue considerablemente superior al de sus competidores, demostrando un mayor compromiso y alcance entre la audiencia de esta red social. Estos datos cuantitativos indican que la implementación de estrategias discursivas, como el uso efectivo de storytelling, retórica persuasiva y elementos literarios, generó un impacto medible en la interacción del público. Además, se evidencia que la campaña de Diana Caiza logró captar la atención y el apoyo de un segmento significativo del electorado,

especialmente entre los votantes jóvenes, a través de la coherente aplicación de estos mecanismos discursivos en su presencia en Facebook.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Recursos Institucionales

- Universidad Técnica de Ambato
- Redes sociales de Diana Caiza

Recursos humanos

- Investigadora: Blanca Valeria Arroba Freire
- Tutor de tesis: Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco

Recursos materiales y tecnológicos

- Conexión a internet
- Acceso a plataformas institucionales y redes sociales
- Computadora, celular

2.2 Métodos

La presente investigación se enfoca en analizar los diferentes mecanismos discursivos destinados en campaña electoral por parte de Diana Ciza a la alcaldía de la ciudad de Ambato. El objetivo principal es examinar y comprender los elementos y estrategias comunicativas utilizadas por la candidata para transmitir sus propuestas a los votantes, donde se podrá evaluar su efectividad en la consecución de sus objetivos. Para ello, se empleará una metodología basada en el análisis de contenido y entrevistas, permitiendo identificar los elementos retóricos, las temáticas recurrentes, palabras clave y las estrategias persuasivas empleadas por la candidata en sus discursos, entrevistas, propaganda política, la cromática

de colores en sus publicaciones y otros materiales de campaña para el impacto en el electorado.

2.3 Enfoque de investigación

Para realizar la investigación sobre análisis de los mecanismos discursivos en el ámbito de campaña política, se empleará un análisis de contenido de Diana Caiza. La metodología cualitativa permitirá explorar en profundidad su discurso, su narrativa y las estrategias retóricas, palabras clave y la psicología del color, palabras clave y matices empleados en su red social Facebook, con esto se obtendrá una comprensión detallada de los significados y contextos.

Por otro lado, la metodología cuantitativa ayudará recopilar datos cuantificables sobre la percepción de los votantes jóvenes de la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato, se redujo a esta población por el acceso y preferencia de los jóvenes del mensaje en la red social Facebook, así como medir el alcance y el impacto de los mensajes que generó para su campaña. Al combinar ambas metodologías, se obtendrá un análisis completo y sólido que ayudará a comprender tanto los aspectos simbólicos y discursivos, así como los efectos prácticos y reales del mensaje político en la audiencia de la ciudad de Ambato.

La metodología cualitativa, está determinada por las circunstancias, y aunque, como en todo estudio, debe quedar claro cuál es el objetivo que se quiere lograr, los métodos cualitativos pueden ofrecer mucha libertad de poder analizar sus publicaciones, en las ciencias empíricas, lo que se da en forma de palabras, textos, gráficos e imágenes, que sirven para comprender la vida social o la expresión subjetiva (Guerrero, 2016).

Para revisar minuciosamente los mecanismos discursivos empleados, se ejecutará un proceso de interpretación en diversos aspectos que manejó la candidata para llegar a conectar con su audiencia mediante la implementación del análisis de contenido en Facebook de Diana Caiza. Desde que empezó la campaña electoral hasta su finalización, todos los recursos empleados. Esta metodología permite examinar los procesos, significados y contextos en donde se desenvuelven los actores sociales, además facilita la exploración de las diferentes herramientas empleadas en la red social.

Análisis de contenido para una campaña política, se trata de un esfuerzo organizado para influir en las decisiones del proceso grupal. En las democracias, hacer campaña generalmente se refiere a campañas electorales en las que se eligen representantes o se toma una decisión en un referéndum. La defensa política también incluye esfuerzos para cambiar las políticas o la ideología de cualquier organización (Donstrup, 2019).

La investigación cuantitativa se usará para examinar aspectos cuantificables del impacto de la audiencia para la relevancia del análisis político. Se convierten en una herramienta para medir la percepción y aceptación de los mecanismos ocupados en campaña, dando muestras representativas de población juvenil de los alumnos de la carrera de Comunicación para obtener datos numéricos sobre el nivel de apoyo, intencionalidad de voto y efectividad del mensaje en este rango etario.

En este trabajo de investigación, se utilizarán encuestas como herramienta principal para recopilar datos sobre los mecanismos discursivos empleados por la candidata Diana Caiza en su campaña electoral a la alcaldía de Ambato y su impacto en la percepción del electorado joven que se empleará en el estudio. Las encuestas permitirán obtener información directa de los alumnos encuestados, brindando aportaciones específicas sobre cómo la campaña influyó en su opinión y elección durante el proceso electoral en los estudiantes.

Las encuestas en campaña electoral tienden a atraer mucho interés debido al valor predictivo que pueden tener o no, y su impacto en los votantes. También se utilizan como una herramienta eficaz para gestionar campañas de candidatos. Las encuestas preelectorales se dividen en tres categorías: preelectoral, presencial o boca de urna y postelectoral, en cada una con funciones diferentes relacionadas con el proceso electoral, debido a la publicación de las encuestas preelectorales, la elección afecta las decisiones de votación de forma directa e indirecta (Benavente, 2013).

La metodología que prevalecerá será lo cualitativo porque el investigador irá sacando sustentos válidos de la utilización de su discurso y los mecanismos ocupados para su mensaje, ayudado de lo cuantitativo para medir y contar esa efectividad. La metodología cuali-cuantitativa combina las ventajas de los enfoques cualitativos y cuantitativos, permitiendo una mayor profundidad y amplitud en el análisis.

2.4 Nivel de la Investigación

El nivel de investigación exploratorio desempeña un papel importante en este trabajo, puesto que se enfoca saber más de los mecanismos discursivos que se emplean en campaña electoral. Este nivel de investigación se utiliza para abordar un tema y ampliarlo, en base autores, libros, artículos, bases de datos, para comprenderlo de mejor forma.

En este contexto, el nivel de investigación exploratorio permite al investigador obtener una visión general y un panorama amplio de los mecanismos discursivos utilizados por la candidata Diana Caiza durante su campaña electoral. Al explorar la literatura existente, analizar discursos, revisar temas en comunicación política y estudiar casos similares, el investigador puede familiarizarse con los diferentes mecanismos discursivos utilizados en campañas electorales y su impacto en los electores.

Nivel exploratorio en un tema de investigación, permite recopilar información relevante sobre sus deseos, habilidades y condiciones favorables para los fines de su investigación. En esta etapa también es necesario definir el problema, propósito y misión de la investigación, quiénes estarán involucrados, organismo coordinador, presupuesto, financiamiento, etc. (Terrones, 2016).

El nivel explicativo es una herramienta fundamental para la comprensión y transmisión del conocimiento. Su objetivo principal es explicar de manera clara y concisa un concepto, fenómeno o proceso, de modo que pueda ser entendido por diferentes audiencias, independientemente de su nivel de conocimientos previos.

Para emplear el nivel explicativo en esta investigación, se realizará un análisis exhaustivo de los discursos y mensajes empleados por Diana Caiza. Se buscará identificar los diferentes elementos retóricos utilizados, como la retórica, el storytelling, oratoria, argumentos emocionales y narrativas persuasivas. Además, se analizará el estilo comunicativo de Diana Caiza, prestando atención a su tono, lenguaje y capacidad para establecer una conexión emocional con el electorado.

Así mismo, este estudio se sustenta bajo mecanismos discursivos, ya que no solo se analizará el acto locutivo, sino elementos de la red social Facebook, como el uso de imágenes de

precampaña, campaña, videos, colores de su partido político, los comentarios, el número de veces compartido la publicación entre otros.

Mediante este análisis, se buscará comprender cómo funcionan los mecanismos discursivos empleados por Diana Ciza y cómo impactan en la percepción del electorado. Se examinará si estos mecanismos logran persuadir y convencer a los votantes, si generan confianza y credibilidad, y si influyen en las decisiones de voto.

2.5 Modalidad de Investigación

Hay diferentes modalidades y propósitos en la investigación, en este sentido se parte desde lo cualitativo y cuantitativa para entender que se desarrollara una observación directa, para explicar el mensaje que se generó en la campaña política.

La observación directa es una técnica valiosa para analizar el discurso utilizado, permite a los investigadores sumergirse en el entorno político y capturar de manera más precisa las interacciones, los gestos y discursos no verbales que acompañan al mensaje político.

La observación directa son estudios que involucran interacciones sociales, entre el investigador y el informante destacando aspectos (social, ambiental o contextual) Los datos se recolectan de manera sistemática y discreta. Esto implica elegir un entorno social, después poder acceder a ese entorno, a menudo una organización o agencia (por ejemplo, un hospital), interactuar con los tutores (responsables de las organizaciones de defensa) o permitir que los investigadores accedan al entorno, proveedores de información y recolectores de datos (Bogdan, 2015).

Esto permitirá sumergirse en la realidad cotidiana de la ciudad, familiarizarse con su cultura política, su estructura social y su dinámica comunitaria. Al observar las interacciones políticas en su contexto local, se puede comprender mejor cómo se transmiten y se reciben los mensajes políticos en Ambato.

Otra modalidad para llevar a cabo la investigación es de carácter bibliográfico, basándose en autores de primer orden que aborden desde diversas perspectivas el tema de investigación.

De carácter bibliográfico, son referencias bibliográficas que son concretas y concisas, sin redundancia ni divagaciones; por lo que son de nivel formal, exhaustiva y confiable, sin obviar datos importantes; así resumida o entera (Gallegos et al., 2017).

2.6 Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas

- **Análisis del contenido**

El análisis de contenido es una herramienta metodológica que permite examinar y comprender el contenido de diversos materiales, como textos, imágenes, vídeos, entre otros. En la presente investigación sobre los mecanismos discursivos empleados en la campaña electoral de Diana Caiza y su impacto en los electores, el análisis de contenido es importante y de gran utilidad para encontrar respuestas adecuadas al propósito de tema.

Este análisis permitirá identificar los mecanismos discursivos, evaluación del impacto en los electores, comparación con otros candidatos y ayudará a ver patrones reiterativos de su campaña, así mismo evaluar su efectividad y comprender mejor cómo se comunican los mensajes políticos.

Análisis de contenido, es una herramienta muy útil, basada en el análisis e interpretación de las fuentes documentales y la identificación de los códigos utilizados por el emisor del discurso, su contenido explícito, el contexto en el que surge y se desarrolla el mensaje, para descubrir y visualizar su contenido (Guix, 2008).

- **Encuestas**

Las encuestas desempeñan un papel fundamental en el contexto de una campaña electoral. Se utilizan para medir la intención de voto de los electores hacia los candidatos, proporcionando datos cuantitativos sobre la distribución del apoyo entre los contendientes y configurando el posible resultado electoral. Además, las encuestas permiten identificar tendencias y cambios en la opinión pública a lo largo de la campaña, capturando

fluctuaciones en la intención de voto y evaluando el impacto de eventos o discursos en la percepción de los candidatos.

Para evaluar la opinión pública, las encuestas son la opción más viable para examinar la estrategia de campaña, con esto saber con precisión qué utilizó para diferenciarse de los demás candidatos en el periodo de campaña electoral de la ciudad.

Las encuestas son un procedimiento de investigación cuantitativa, en el que el investigador recopila información, utilizando un cuestionario prediseñado sin alterar el entorno o fenómeno en el que se recopila la información, ya sea que la información se presente en forma de tríos, gráficos, tablas o letras (Manuel et al., 2016)

Para la implementación de las encuestas se trabajará con los estudiantes de la carrera de Comunicación, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato. Los estudiantes oscilan entre los 18 a 30 años en ese rango de edades. La razón o decisión por lo cual se escogió este grupo es porque el análisis de esta tesis va enfocado en su campaña de las redes sociales, específicamente en Facebook en la página oficial de Diana Caiza, y las redes están más enfocadas para las nuevas generaciones, es decir jóvenes que pasan más pendientes de las noticias, eventos, información y vida social, por aquello es el mejor grupo para analizar en este grupo etario y ver además como la política llama a los jóvenes por esos medios.

Tamaño del Universo

285 estudiantes de la carrera de comunicación, inscritos legalmente en el período octubre 2023- febrero 2024

Heterogeneidad: (50)

Margen de error: 5%

Nivel de confianza: 95%

Muestra

165 estudiantes

Para este trabajo de investigación la muestra es de: 165 estudiantes de los diferentes semestres de la carrera de comunicación de la Universidad Técnica de Ambato.

Instrumentos

- Matriz de análisis de contenido
- Cuestionario de preguntas



CAPÍTULO III
DISCUSIÓN Y RESULTADOS



3.1 Análisis e interpretación de los resultados

ANÁLISIS DE CONTENIDO EN FACEBOOK DE LA PÁGINA DE LA CANDIDATA DIANA CAIZA

Tabla Nº 1 Análisis de contenido de las imágenes publicadas en campaña política de la candidata Diana Caiza

Fotografía	Mensaje de publicación	Frases recurrentes	Generación de interacción	Imagen política	Análisis semiótico	Interpretación
<p>Fotografía N°1</p> 	<p>Tiempo de escribir la Nueva historia junto a sus 27 parroquias urbanas y rurales.</p>	<p>Se construye la nueva ciudad de Ambato, próspera y segura.</p>	<p>#DianaCaizaAlcaldesa2023 #UnidosPorLas27Parroquias</p>	<p>Diana Caiza se muestra en plano americano al costado derecho con sus manos cruzadas, la vestimenta tradicional de la comunidad de Chibuleo y la distintiva del partido que representa Pachakutic, con su Aqullka (Bufanda) y la wipala (Bandera) del partido político.</p>	<p>La paleta de colores es blanca de fondo, pero resalta los colores del arcoíris de la bandera. La letra es legible y grande. La imagen fue tipo díptico de color blanco y azul.</p>	<p>La candidata se presenta como una mujer trabajadora, manteniendo su vestimenta y representando al movimiento de la Unidad Plurinacional Pachakutik, la distribución de los elementos de la imagen está en armonía y genera la atención del público.</p>

<p>Fotografía N°2</p> 	<p>Manos a la Obra por la Nueva historia de la ciudad Iniciamos la minga por un Ambato limpio y ordenado.</p>	<p>Junto a las 27 parroquias. Un Ambato limpio y ordenado.</p>	<p>#JuntosPorAmbato #DianaCaizaAlcaldesa2023 #NuevaHistoriaDeAmbato</p>	<p>Su postura con las manos una sobre otra sugiere determinación y seguridad, la sonrisa transmite cercanía, Su imagen proyecta conexión con el pueblo, por su identificación de vestimenta tradicional.</p>	<p>La elección de vestimenta y el uso de colores del partido están asociados con la cultura local y símbolos de Pachakutic. De fondo de la imagen está la catedral de Ambato un símbolo icónico de la ciudad.</p>	<p>Desde el inicio puso manos a la obra, realizando obras en las parroquias rurales, llamando a la gente a la unidad y trabajar juntos. Trató de empatizar con los votantes desde el inicio mostrándose como una mujer trabajadora.</p>
<p>Fotografía N°3</p> 	<p>Dialogo con los medios de comunicación. Para conocer sus propuestas ENTREVISTA EN RADIOS</p>	<p>Ingeniera Diana Caiza alcaldesa 2023 Invitados todos</p>	<p>#DianaCaizaAlcaldesa2023 #NuevaHistoriaDeAmbato</p>	<p>La candidata está en un plano medio, es característico sus manos entrelazadas. Y resalta su postura profesional y amigable con la ciudadanía. Su foto se ubica en el costado izquierdo, usa la luz de manera afectiva y la composición es equilibrada</p>	<p>Para las entrevistas su post, fueron todos con la catedral de fondo, dando un icono de representatividad de los ambateño, mantiene el uso de la wipala y el logo de la lista. La letra es Berlín Sans legible y atractiva a la vista.</p>	<p>Para las publicaciones de dialogo o entrevistas en medios, Diana aparece sonriente y pasiva, dando a entender que está abierta al diálogo y que sepan sus propuestas de campaña electoral.</p>

<p>Fotografía N°4</p> 	<p>Trabajando por una ciudad próspera, digna y con igualdad social.</p>	<p>Construir una ciudad próspera, digna e igualdad social. “Dignidad”</p>	<p>#NuevaHistoriaDeAmbato #DianaCaiza</p>	<p>Es una imagen grupal con adultas mayores, ella se ubica en el centro, extendiendo sus brazos. Diana aparece en plano medio, con sonrisa y su sombrero autóctono. La candidata está enfocada en las personas de la tercera edad, trabajar y velar por ellos, es un grupo prioritario en su campaña.</p>	<p>En esta imagen se puede mirar que las tres personas son mujeres, simbolizando el poder femenino y además la frase acompaña, igualdad social. Se enmarca en un fondo naranja, colores característicos de la bandera del partido. Y resalta demás la palabra “DIGNIDAD”</p>	<p>Se presenta como una mujer trabajadora, sociable, amigable que está para apoyar a las mujeres, a los adultos, a la cultura. Muestra cercanía con los ciudadanos.</p>
<p>Fotografía N°5</p> 	<p>Dialogo por la nueva Historia de Ambato. Plan de trabajo</p>	<p>Ingeniera Diana Caiza alcaldesa Diálogo Trabajando por la nueva historia</p>	<p>#NuevaHistoriaDeAmbato #DianaCaiza Alcaldesa2023</p>	<p>En esta ocasión la candidata se ubica en la zona inferior izquierda, y los elementos informativos al lado diestro. Lo que hace que lo primero llame la atención y sea visible sea su rostro para familiarizarse con su imagen. Que conserva su vestimenta y postura en todas las</p>	<p>Para la agenda de medios decidió emplear un fondo azul, este color representa en la psicología del color, calma, sabiduría, seguridad. Y de fondo emplea elementos visuales de acuerdo a la fecha de elecciones</p>	<p>Supo emplear de forma positiva las redes sociales, especialmente en Facebook para sus seguidores y el electorado joven sepa su agenda, con fecha, hora, día y con una correcta distribución de elementos en la publicación.</p>





				publicaciones de agenda de medios y entrevistas.	una papeleta electoral	
<p>Fotografía N°6</p> 	<p>Queridos Ambateños: Les hacemos la cordial invitación para que nos acompañen el día de mañana a la Caravana del Triunfo por el cierre de Campaña</p>	<p>Juntos por la Nueva Historia de Ambato</p>	<p>#NuevaHistoriaDeAmbato! #DianaCaizaAlcaldesa2023</p>	<p>La postura de las manos cruzadas se mantiene en todas las publicaciones, pero de manera sutil y delicada. Esta publicación hace la invitación a la caravana. Se presenta en plano general donde se ve su cuerpo y movimientos. Se la ve con su rebozo, anaco, blusa bordada y muchikus, wallqa.</p>	<p>En fondo de la imagen visualiza la reunión de los representantes del movimiento entre candidato a prefecto, alcalde, y seguidores de la lista 18. Todos con sus vestimentas tradicionales. Y la candidata Diana ubicada en el costado derecho para que lo principal en esta ocasión se la información para que puedan asistir a la caravana.</p>	<p>Una de las estrategias de campaña del movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutic fue llamar a la movilización de la gente para mostrar el respaldo a los candidatos, convocaban a la caravana del apoyo. Y para Diana Caiza y su partido fue bueno para que la gente pueda acompañar y escuchar sus propuestas.</p>

Tabla Nº 2 Análisis de contenido sobre las propuestas de trabajo y los ejes de trabajo

Fotografía	# Hashtag Frases recurrentes	Eje de trabajo	Análisis semiótico Color empelado	Propuestas	Imagen política
<p>Fotografía N°7</p> 	<p>Es el momento del cambio</p>	<p>#NuevaHistoriaDeAmbato o #DianaCaiza</p>	<p>Seguridad</p>	<p>Para dar a conocer las propuestas utilizo los colores de la Wipala (Bandera del movimiento político representado por el arco iris. Para el caso de seguridad empleo el color azul. Presentando una ciudad segura comunitaria y tecnológica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagen de fondo cámaras de seguridad • Color azul seguridad 	<p>Las propuestas están enfocadas en dar presupuesto para brindar mejor seguridad a los ambateños, colocar cámaras de vigilancia y dotar de armas al personal de policía nacional.</p> <p>La candidata aparece en el lado inferior izquierdo, lo principal es mostrar las propuestas, su plan de trabajo a la ciudadanía, y hacerlo con cada color para que llame la atención y les guste al público objetivo que son los jóvenes.</p>
<p>Fotografía N°8</p>	<p>Construcción de la nueva historia de Ambato Una ciudad saludable</p>	<p>#DianaCaiza #NuevaHistoriaDeAmbato o</p>	<p>Salud</p>	<p>En temas de salud, emplea el color celeste este color dentro de la cromática denota serenidad, tranquilidad, confianza.</p>	<p>Sus propuestas para el eje de salud es implementar un sistema de salud municipal, con la repotenciación de salud mental y</p> <p>Aquí se ubicó al lado derecho inferior para ver su imagen y que se quede</p>

	<p>Salud mental, familia</p>			<p>Imagen de fondo vemos a la candidata abrazando a la persona, en señal de agradecimiento y trabajo. Además, se mira símbolos de medicina como termómetro, medicamentos. Demuestra su compromiso por brindar de buena salud a los ciudadanos.</p>	<p>familiar, además de nuevas unidades móviles de salud.</p>	<p>grabada en la mente de votante. Con la wipala en su cuello para seguir con la conjunción de los colores de la bandera.</p>
<p>Fotografía N°9</p> 	<p>Construir la nueva historia de Ambato. Generación de empleo</p>	<p>#LanuevaHistoriaDeAmbato #DianaCaiza</p>	<p>Generación de Oportunidades y Empleo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se ocupo el color anaranjado • De fondo la vemos a ella brindando la mano a un ciudadano de la ciudad, en señal de agradecimiento y amistad con la candidata. <p>La distribución de los elementos es adecuada, no sobrecarga de letras o símbolos.</p>	<p>Su gestión quiere involucrarlo con la generación de oportunidades y que la ciudad se convierta en emprendedora, con un plan estratégico para los dueños de locales y empresas, fomentado la economía popular y solidaria, y por supuesto se hace evidente el ofrecimiento de trabajo para los</p>	<p>En cada eje va jugando con las posiciones, pero siempre en la parte baja para que lo primero que vean sea la imagen de fondo y las propuestas de manera legible y clara. En sus propuestas no se ve la</p>




					jóvenes y que pueden emprender.	bandera grande sino como una línea.
<p>Fotografía N°10</p> 	Una nueva ciudad, incluyente Mujeres Becas estudiantiles.	#NuevaHistoriaDeAmbato o #mujeres #DianaCaiza	Social	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo el color morado que pertenece a la Wipala de la bandera. • De fondo ella muestra afecto y simpatía con la gente, con mujeres de diversas edades. 	Propone una ciudad incluyente con infraestructura y programación para grupos de atención prioritaria, centro para las mujeres víctimas de violencia, plan de becas para estudiantes en sus estudios.	Intercalando en cada eje aparece la imagen al lado derecho inferior con sus wallkas y su sombrero resaltando su imagen.
<p>Fotografía N°11</p> 	Es el momento de la nueva historia de Ambato	#DianaCaiza #NuevaHistoriaDeAmbato o	Gestión municipal y servicios públicos	Para los servicios públicos emplea el color verde que representa equilibrio, armonía, naturaleza. Su imagen de fondo es al servicio de la colectividad, con señoras que venden sus productos, agricultores, comerciantes dándoles un saludo de amistad.	Para este eje Diana propone una administración eficiente e igualitaria, con plan integral de movilidad, ampliar la cobertura de servicios básicos y reducción de trámites y modernización y cuidado del medio ambiente.	La candidata se muestra en plano medio corto en el lado izquierdo y con la wipala, en su cuello representando los colores de Pachakutik.

Tabla N° 3 Análisis de contenido de los videos de propuestas de la candidata Diana Caiza

Video	# Hashtag Palabras clave	Mensaje del video	Análisis semiótico	Imagen política
<p>Video N°1</p> 	<p>¡Juntos construiremos la #NuevaHistoriaDeAmbato! #DianaCaizaAlcaldeesa2023</p>	<p>Comienza la nueva historia para la ciudad de Ambato Destaca temas de seguridad, violencia, igualdad, eliminar corrupción y dar nuevas oportunidades a los jóvenes.</p>	<p>Se muestra a la candidata desde diferentes ángulos, con movimientos sutiles de sus manos y brazos. Generando una correcta oratoria al momento de transmitir sus ideas. De fondo se visualiza el color azul denotando confianza y serenidad. Sin embargo, se observa que sus ojos no miran al frente, sino que su mirada está apuntando hacia arriba. Generando que no conecte bien con la audiencia, pero el mensaje bien enfocado en los jóvenes</p>	<p>Diana Caiza se presente en el vídeo con su indumentaria autóctona, como su anaco negro, su rebozo, la blusa bordada, las wallkas, el sombrero. Además de llevar su cabello recogido.</p>

<p>Vídeo N°2</p> 	<p>En la #AlcaldíaDelPueblo promoveremos una #administración municipal #DianaCaizaAlcaldesa2023 #NuevaHistoriaDeAmbato</p>	<p>Propuestas por la participación ciudadana. Habla de mejorar los servicios básicos, agilidad en los trámites municipales, que las parroquias pueden ser eficientes con el municipio. Menciona la palabra que su gobierno será para el pueblo.</p>	<p>En los vídeos también quisieron colocar colores especificativos para cada eje de trabajo en su plan de gobierno. Para la gestión municipal y servicios públicos emplea el color verde.</p>	<p>Al inicio Diana aparece en medio, después su imagen se moviliza hacia el lado izquierdo, en plano medio. Para que quede todo el espacio para colocar las propuestas. Y al final aparece nuevamente en el medio con su indumentaria completa.</p>
<p>Video N°3</p> 	<p>#NuevaHistoriaDeAmbato Este 5 de febrero, Vota todo 18, #DianaCaizaAlcaldesa2023</p>	<p>Toca temas respecto a la seguridad de Ambato, como la mejora de gestión municipal, red de seguridad comunitaria, implementación de cámaras de seguridad, en zonas conflictivas, mejorar los UPC.</p>	<p>El movimiento de sus manos es a manera de oratoria, su expresión facial es tranquila, transmite felicidad y seguridad en sus palabras y la gesticulación de sus palabras.</p>	<p>En todos sus vídeos ella mantiene su vestimenta tradicional de la Comunidad Chibuleo.</p>
<p>Video N°4</p> 	<p>Este 5 de febrero, Vota todo 18 #DianaCaizaAlcaldesa2023</p>	<p>En este video de campaña electoral la candidata hace énfasis en mejorar el sistema de salud pública, prevención y optimización de los médicos, mejorar el hospital municipal, y el abastecimiento de medicamento en las zonas rurales. Destaca que su alcaldía es del pueblo.</p>	<p>En la parte locutiva realiza bien la proyección de su voz, el tono y la forma de dar a conocer sus propuestas. Expresa sus ideas con claridad y centrada, su mirada llega a conectar con la audiencia y el tono jovial.</p>	<p>Diana Caiza se muestra profesional, con su vestimenta indígena, pero de manera formal, la blusa blanca y el rebozo negro son característicos de su perfil como candidata.</p>

Video N°5



En la #NuevaHistoriaDeAmbato generaremos #empleo y #oportunidades para los ambateños.

Las propuestas van dirigidas hacia la generación de oportunidades y empleo, donde detalla estrategias puntuales para los jóvenes, con una creación de escuela municipal, fondo de emprendimiento juvenil, trabajo para los graduados, becas estudiantiles.

El mensaje central es construir la nueva Historia. Y específicamente se refiere a oportunidades con los jóvenes, destaca la intención que ellos son el pilar para la funcionalidad de la ciudad, apoyándoles con becas, y emprendimientos juveniles, el color anaranjado está presente en este eje centrado en los jóvenes.

La candidata se muestra en plano medio corto en el lado izquierdo y con la wipala, en su cuello representando los colores de Pachakutik.

Elaborado por: Valeria Arroba

ANÁLISIS

Diana Caiza implementó una campaña en redes sociales que enfatizó la paleta de colores distinta de cada eje y mantuvo un enfoque sólido. Para presentar sus propuestas utilizó distintos tonos, claros y llamativos. Esta técnica logró captar con éxito la atención de los usuarios y mejorar la diversidad de sus ideas. Ella Caiza demostró ser una hábil usuaria de hashtags y frases recurrentes en sus publicaciones. Su habilidad es evidente en la forma en que integró etiquetas adecuadas y expresiones clave que tocaron la fibra sensible de su audiencia. Al hacerlo, no sólo aumentó la

exposición de sus publicaciones, sino que también implantó su mensaje fundamental de manera indeleble en las mentes de quienes leen su contenido.

A lo largo de la campaña, su admirable coherencia en los mensajes y su postura firme fueron factores notables que generaron confianza entre los votantes potenciales. Esto reforzó su credibilidad como candidata y contribuyó a su imagen de confianza. Conectarse con la juventud es lo que hizo que Caiza se destacara. Sus tácticas estaban específicamente orientadas a este grupo demográfico y demostraron ser exitosas. El uso de un lenguaje identificable y contenido que reflejaba sus pasatiempos y problemas le permitió forjar esta relación crucial con el público más joven. Esta conexión fue claramente evidente en la sustancia de su trabajo, que exhibió un gran grado de compasión y comprensión hacia sus deseos y necesidades.

ANÁLISIS CUANTITATIVO

SOBRE LA PERCEPCIÓN DEL ELECTORADO

ENCUESTA

Encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales en la Universidad Técnica de Ambato.

1. Sexo del encuestado (a)

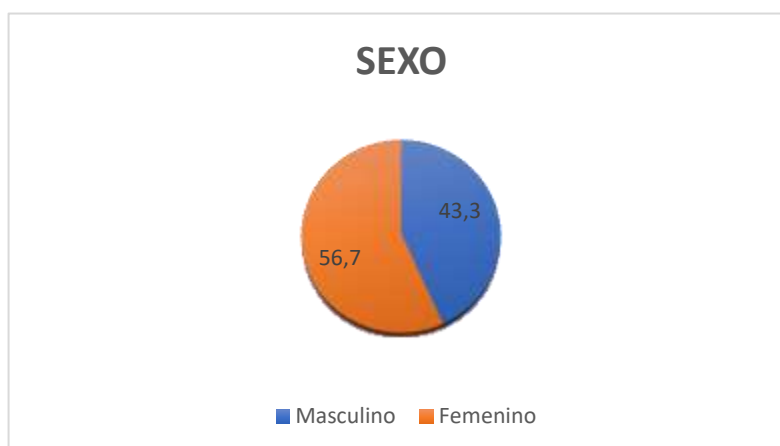
Cuadro N° 1 Género

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Masculino	93	43,3%
Femenino	72	56,7%
TOTAL	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 1 Sexo



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: Según la encuesta realizada a los alumnos de la carrera de Comunicación, se pudo determinar que el 56,7% corresponde al género femenino mientras que el 43,3% pertenece al género opuesto femenino.

Interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos, se puede deducir que las mujeres estuvieron más interesadas en el tema, por la candidata Diana Caiza, esto puede ser significativo en un contexto donde las diferencias de percepción y comportamiento

son relevantes en temas políticos, sociales o de consumo, además que existen más mujeres estudiando en la facultad.

2. Edad de los encuestados (as)

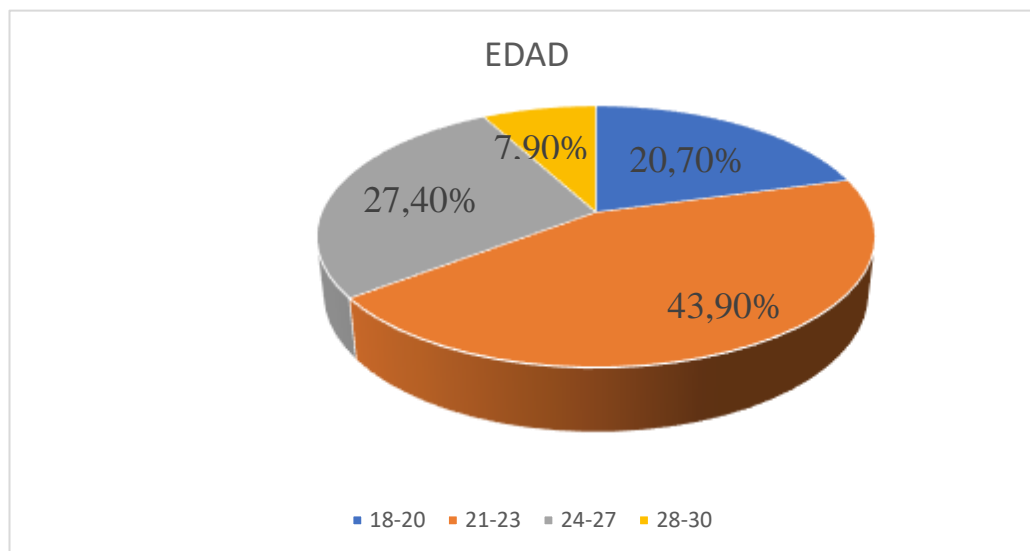
Cuadro N° 2 Edad

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De 18 a 20	34	20,7%
De 21 a 23	72	43,9%
De 24 a 27	45	27,4%
De 28 a 30	14	7,9%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 2 Edad



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: Con los datos obtenidos de los alumnos de la carrera de Comunicación, el 43,9% de los encuestados pertenecen a la edad entre 21 a 23 años, el 27,4% pertenecen al rango etario de 24 a 27, a su vez el 20,7% están en edad de 18 a 20 años y finalmente el 7,9% equivale a la edad de 28 a 30 años.

Interpretación: Se determina la edad más prominente entre los estudiantes es de 21,22 y 23 años, ya que por lo general en ese rango etario estudian el tercer nivel, hay excepciones por supuesto, personas que entran apenas terminan el colegio y otras que ingresar a sus estudios a partir de los 24 o más. Sin embargo, existen edades variadas entre los estudiantes de la carrera.

3. Etnia de los encuestados

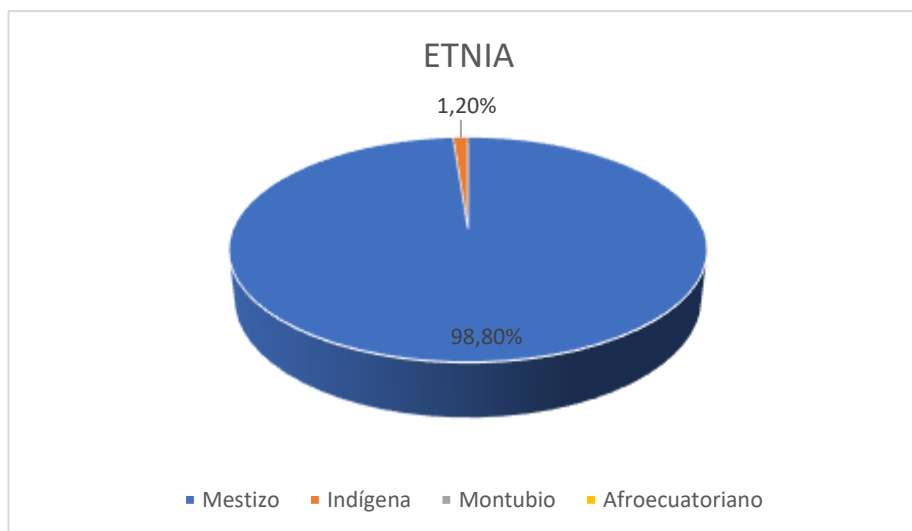
Cuadro N° 3 Indique ¿Cuál es su etnia?

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Mestizo	162	98,8%
Indígena	3	1,2%
Montubio	0	0%
Afroecuatoriano	0	0%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 3 Etnia encuestados



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: Dado los valores que arrojó la encuesta se determina que el 98,8% de las personas encuestadas manifiestan que se consideran mestizos, y solo el 1,2% son indígenas. Por su parte montubios y afroecuatorianos no se presentó ninguna respuesta. (0%)

Interpretación: Los resultados mencionan que la gran mayoría pertenecen a la etnia mestiza, solo un corto porcentaje se identificó como indígenas, por su parte montubios y afroecuatoriano no existe, se puede determinar que es por donde está ubicada la universidad, claro hay gente que viene de todo lado a estudiar, pero en Ambato hay gente mestiza e indígena.

4. ¿En qué semestre de la carrera se encuentra?

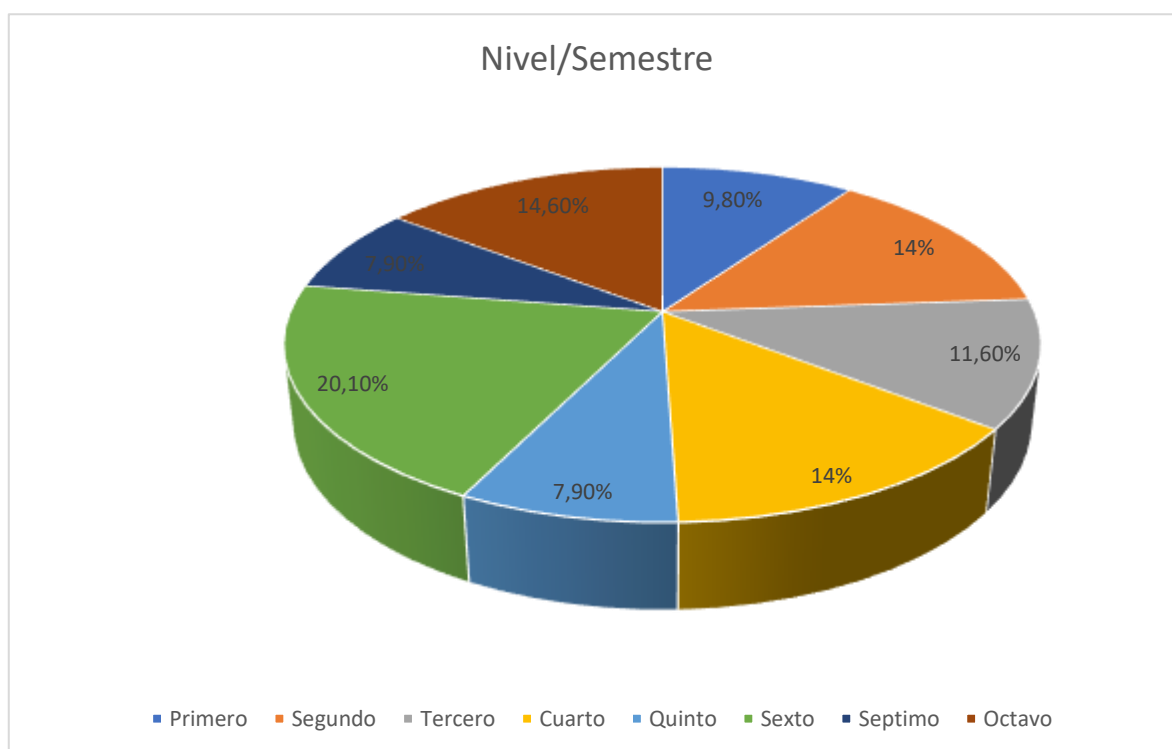
Cuadro N° 4 Nivel de la carrera

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Primero	16	9,8%
Segundo	23	14%
Tercero	19	11,6%
Cuarto	23	14%
Quinto	13	7,9%
Sexto	33	20,1%
Séptimo	13	7,9%
Octavo	25	14,6%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 4 Semestre que se encuentran los estudiantes



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: Dado los valores que se mostró en la encuesta se visualiza que los estudiantes que están en primer semestre representa el 9,8% de los encuestados, seguido de los chicos y chicas de segundo semestre que marcan el 14%, después vemos al tercer nivel de la carrera con 11,6%, más adelante se registra a los alumnos que están en cuarto

semestre y denota un 14%, se evidencia que en quinto semestre respondieron un 7,9%, seguido de los estudiantes del sexto semestre que representan el 20,1%, están también de séptimo semestre que significa un 7,9% y finalmente el último dato fueron de los estudiantes de octavo con 14,6%

Interpretación: La concentración más alta de encuestados se observa en el sexto semestre, con un significativo 20,1%. Esto nos indica que este grupo tiene una representación más robusta en la muestra, lo que sugiere que pueden tener una influencia considerable en las tendencias o patrones encontrados en la encuesta. Así mismo en quinto y sexto semestre se ve la materia de comunicación política, por lo cual muestran interés por la temática. Por otro lado, los estudiantes del primer semestre, siendo el grupo más pequeño con un 9.8%, podrían tener una menor experiencia en el ámbito de política en comparación con los estudiantes más avanzados.

SECCIÓN 2

5. ¿Cuál de las siguientes palabras o frases mejor describe a Diana Caiza?

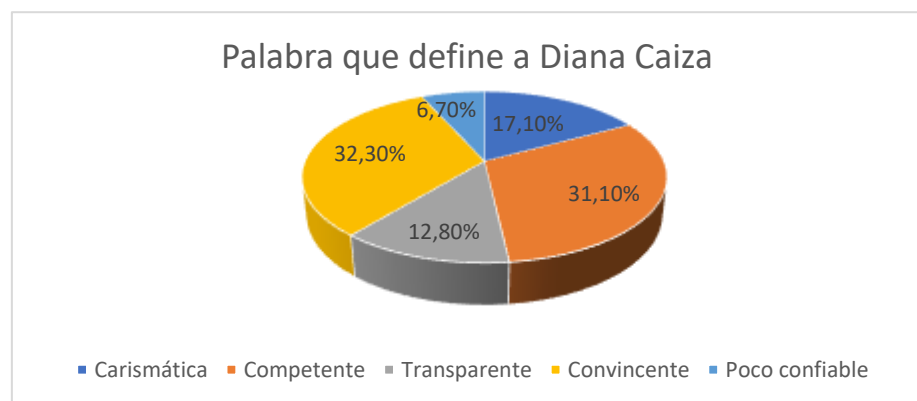
Cuadro N° 5 Palabras o frases que definen a la candidata

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Carismática	28	17,1%
Competente	52	31,1%
Transparente	21	12,8%
Convincente	53	32,3%
Poco confiable	11	6,7%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 5 Definición de la candidata Diana Caiza



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: Las personas encuestadas consideran que la mejor palabra o frase que definen a Diana Caiza es Convincente con el 32,3%, muy seguido de competente con el 31,2%, algunos manifestaron que la consideran transparente con 12,8%, después de carismática acompañado de 17,1% y finalmente la consideran poco confiable con un 6,7%.

Interpretación: De acuerdo a los porcentajes obtenidos de los encuestados jóvenes, se tiene gran aceptación sobre la percepción de la candidata, la consideran una mujer convincente en sus propuestas, discurso y manera de llegar a empatizar con el público, además se muestran buenos comentarios hacia su candidatura en la ciudad de Ambato.

Es decir tiene buenos comentarios y referencias hacia su persona, sin embargo existio un minimo que menciono ser poco confiable.

6. ¿Cuál de los siguientes mecanismos discursivos empleados por Diana Caiza en su campaña electoral considera más efectivo en redes sociales?

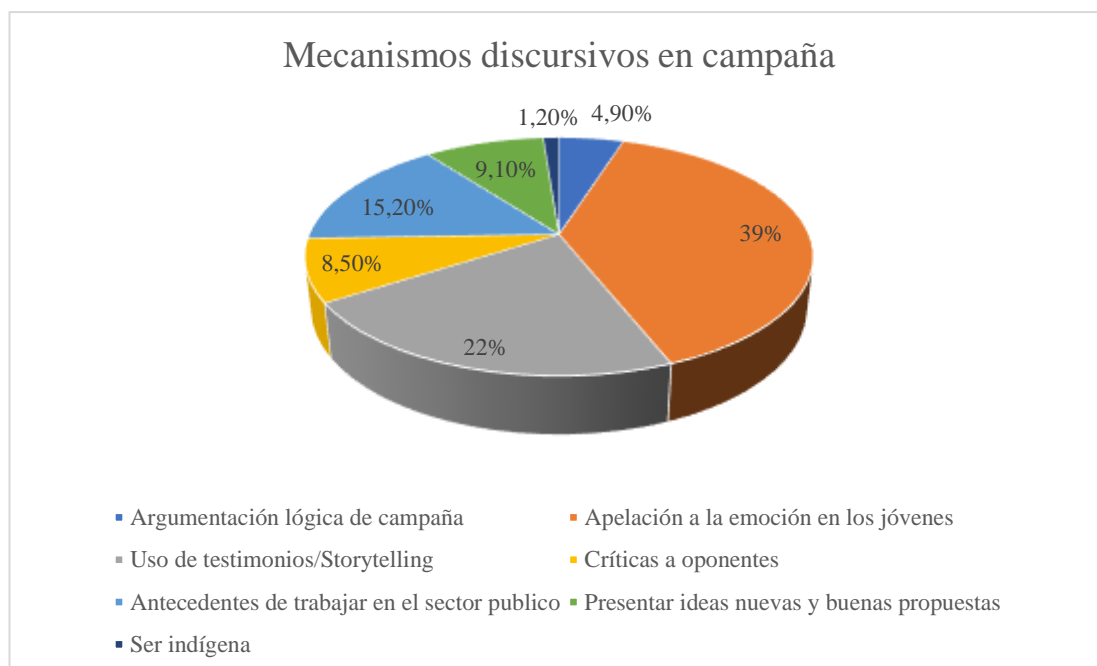
Cuadro N° 6 Mecanismos empleados en campaña

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Argumentación lógica de campaña	8	4,9%
Apelación a la emoción en los jóvenes	64	39%
Uso de testimonios/Storytelling	36	22%
Críticas a oponentes	14	8,5%
Antecedentes de trabajar en el sector publico	25	15,2%
Presentar ideas nuevas y buenas propuestas	15	9,1%
Ser indígena	3	1,2%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 6 Mecanismos discursivos en campaña



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: De todas las personas encuestadas se tuvo los siguientes datos acerca de los mecanismos empleados por Diana Caiza para la alcaldía de la ciudad de Ambato, donde se miro que el mayor porcentaje fue de 39% correspondiente a la apelación de la emoción en los jóvenes, después se miro reflejado el uso de testimonios o storytelling con un 22%, seguido de presentar antecedentes de trabajar en el sector publico en un 15,2%, además se observo que les intereso que Caiza presento ideas nuevas y buenas propuestas con el 9,1%, a continuación se tiene que hizo críticas hacia sus oponentes con el 8,5%, otro fue la argumentación lógica con el 4,9% y por ultimo manifestaron por ser indígena en un 1,2%.

Interpretación: Los datos recabados sobre los mecanismos empleados por Diana Caiza en su campaña electoral para la alcaldía de Ambato ofrecen una perspectiva interesante sobre la efectividad de diversas estrategias discursivas y de presentación. El hecho de que la apelación a las emociones de los jóvenes representa el mayor porcentaje, con un 39%, sugiere que este enfoque fue altamente efectivo. La conexión emocional suele ser un recurso poderoso en las campañas políticas, especialmente entre los jóvenes encuestados, y este resultado resalta su relevancia en el contexto de la campaña de Caiza.

El segundo mecanismo más destacado, con un 22%, fue el uso de testimonios o storytelling. Este enfoque, basado en narrativas personales o experiencias. Además, el reconocimiento de su trayectoria laboral en el sector público, aunque representó un porcentaje menor (15,2%), también se mostró como un elemento relevante para los encuestados, sugiriendo que la experiencia previa en el servicio público tuvo cierta influencia en la percepción de la candidata. La crítica hacia sus oponentes, la argumentación lógica y la manifestación de su identidad indígena, si bien muestran porcentajes más bajos, también reflejan aspectos que han sido empleados en la estrategia de Diana Caiza, aunque con una menor influencia percibida en los encuestados.

7. ¿Cómo calificaría la efectividad del uso de la redes sociales en la campaña?

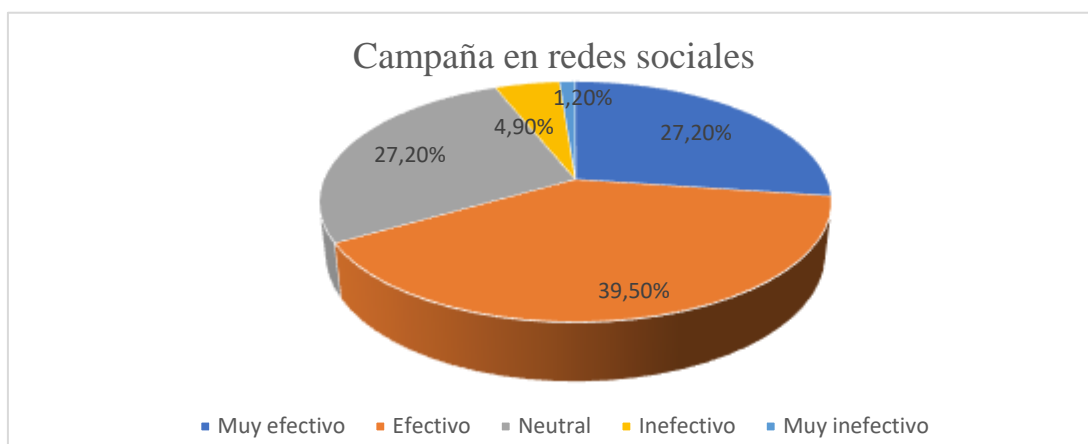
Cuadro N° 7 Efectividad de campaña

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy efectivo	44	27,2%
Efectivo	64	39,5%
Neutral	44	27,2%
Inectivo	9	4,9%
Muy inefectivo	4	1,2%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 7 Efectividad de la candidata



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: De las 165 personas que contestaron a la encuesta se registraron los siguientes resultados con 39,5% dijeron que la campaña en redes sociales de la candidata fue efectiva, mientras que el 27,2% que estuvo muy efectiva, con el mismo porcentaje que fue neutral, después si tiene con el 4,9% considerándola inefectiva y un corto porcentaje 1,2% que la vieron muy inefectiva.

Interpretación: Los resultados muestran una percepción mayoritariamente positiva hacia la campaña en redes sociales de la candidata. La combinación de aquellos que la consideran efectiva o muy efectiva representa la opinión predominante, señalando una estrategia digital que resonó positivamente entre la mayoría de los encuestados.

Aunque hubo una minoría que la percibió como inefectiva, estos porcentajes más bajos sugieren que la estrategia tuvo un impacto generalmente favorable en la percepción del electorado

8. En su opinión. ¿Cuál de los siguientes temas o problemas fueron la prioridad de Diana Caiza para la alcaldía de Ambato?

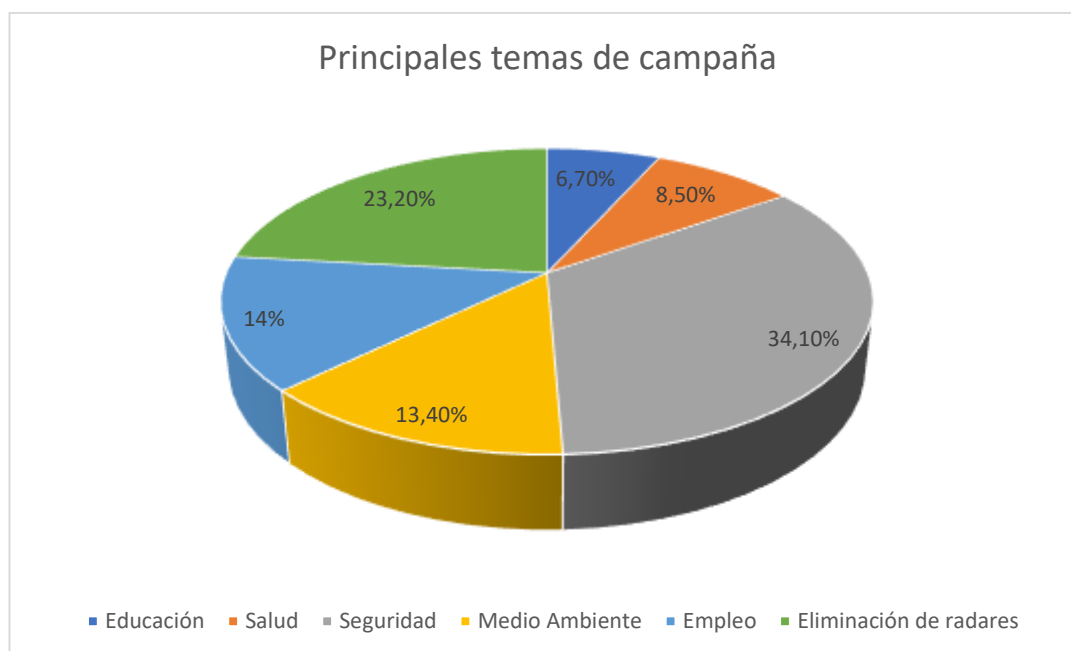
Cuadro N° 8 Propuestas de campaña

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Educación	12	6,7%
Salud	14	8,5%
Seguridad	56	34,1%
Medio Ambiente	22	13,4%
Empleo	23	14%
Eliminación de radares	38	23,3%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 8 Temas o problemas de prioridad en campaña



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: De los datos obtenidos se muestra estas respuestas el mayor porcentaje fue de 34,1% que Diana Caiza se enfocó en temas de seguridad, más adelante se registra que menciona sobre la eliminación de radares de la ciudad con 23,2%, 14% en empleo,

después manifestaron que hablo sobre medio ambiente 13,4%, mientras que con e 8,5% en el área de salud y por ultimo la candidata propuso temas de educación.

Interpretación: Los resultados revelan que hubo una clara atención hacia ciertos temas específicos planteados por Diana Caiza durante su campaña electoral. El más destacado fue la seguridad, con un 34.1%, señala la importancia y el impacto significativo que este tema tuvo en la percepción de los encuestados y por lo que enfrenta la ciudad en torno a la temática. La candidata enfocó sus mensajes en un tema crucial para la comunidad, generando un interés considerable entre los votantes.

Además, la mención sobre la eliminación de radares de la ciudad, con un 23,2%, también destaca como un punto de relevancia en la campaña. Esta propuesta específica puede haber resonado entre los encuestados, demostrando que las políticas o acciones concretas propuestas por la candidata tuvieron un peso significativo en la percepción del electorado.

9. Considera que Diana Caiza tuvo respaldo por ser mujer, además de representar a la comunidad indígena

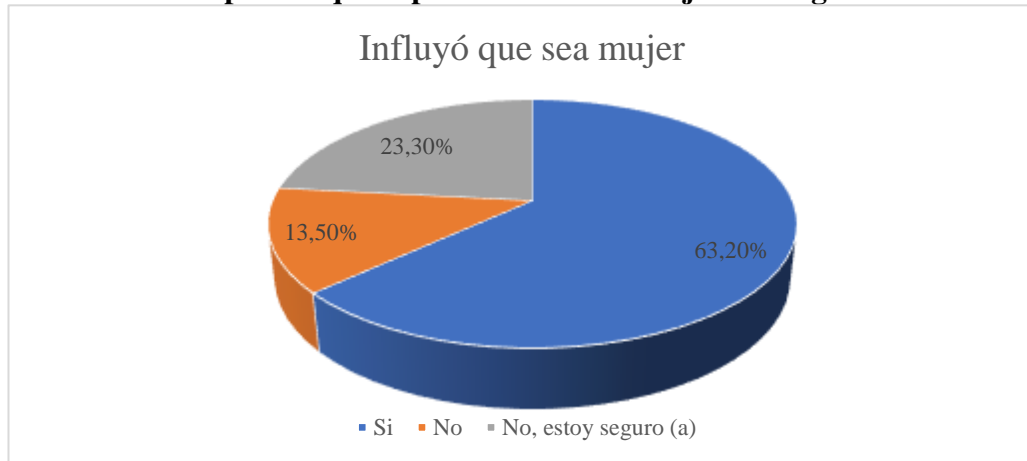
Cuadro N° 9 Representación de su etnia

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	103	63,2%
No	22	13,5%
No, estoy seguro(a)	40	23,3%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 9 Dependió que representaba a las mujeres indígenas



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: Según los estudiantes de la carrera de Comunicación manifestaron que, si influyó que la candidata Diana Caiza si tuvo una mejor aceptación por ser mujer, con un alto índice de respuesta positiva 63,2%, mientras que el 23,3% no estaban seguros o no sabían si era un factor relevante para su imagen política, por su parte el 13,5% dijeron que no tuvo nada que ver que sea mujer.

Interpretación: La encuesta revela que, si fue un factor extra que este una mujer en la candidatura para la ciudad, y su representación de pertenecer a la etnia indígena de la comunidad Chibuleo. Sintieron que es una mujer trabajadora y fuerte para alcanzar sus metas y objetivos, claro que no todos pensaron lo mismo hubo 22 personas que dijeron que no tenía nada que ver eso.

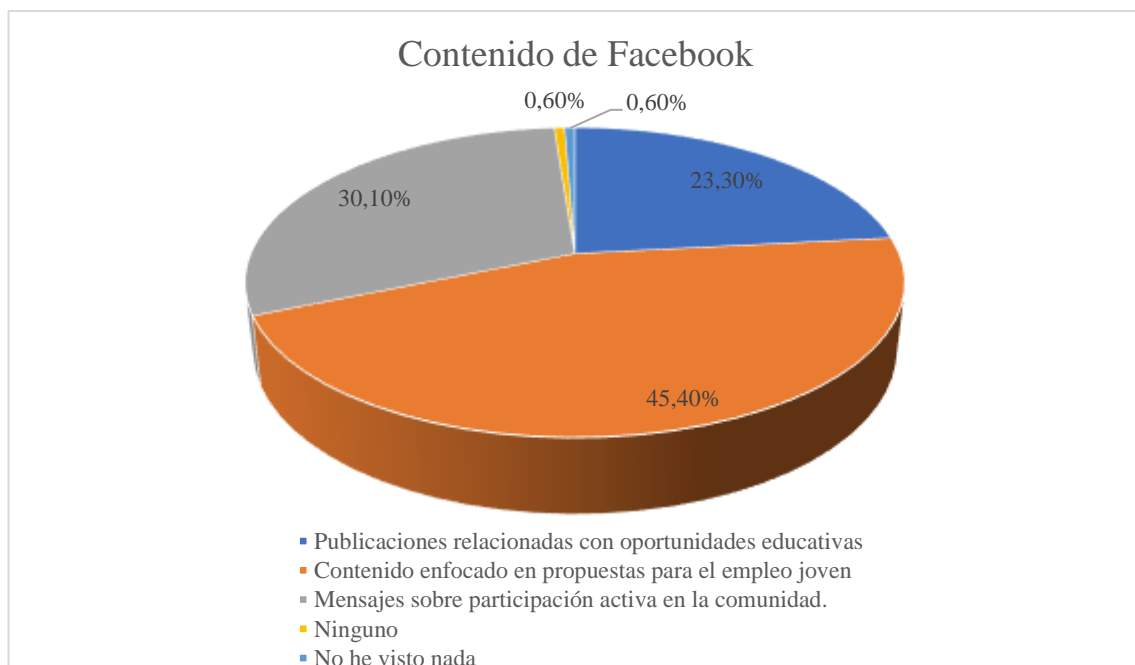
10. ¿Cuál fue el tipo de contenido en Facebook de Diana Caiza que más llamó la atención de los jóvenes, según tu percepción?

Cuadro N° 10 Contenido en redes sociales

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Publicaciones relacionadas con oportunidades educativas	38	23,3%
Contenido enfocado en propuestas para el empleo joven	74	45,4%
Mensajes sobre participación activa en la comunidad.	49	30,1%
Ninguno	2	0,6%
No he visto nada	2	0,6%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba
Fuente: Encuesta

Gráfico N° 10 Contenido de Facebook



Elaborado por: Valeria Arroba
Fuente: Encuesta

Análisis: De las encuestas realizadas en los alumnos, el 45,4% del total dijeron que la candidata efectuó un contenido enfocado en propuestas para el empleo joven, luego

con 30,1% que tuvo mensajes sobre participación activa en la comunidad, a continuación, se muestra con el 23,3% publicaciones relacionadas con oportunidades educativas, y finalmente equitativo con 0,6% que no vieron nada y no vieron ninguna publicación.

Interpretación: Estos resultados reflejan la percepción de los encuestados sobre los temas y enfoques de las publicaciones de la candidata en redes sociales. La mayoría de los encuestados, con un 45,4%, identificaron un enfoque claro en propuestas destinadas al empleo joven. Este énfasis en propuestas laborales específicas para la juventud sugiere que este tema fue prominentemente comunicado por la candidata en sus publicaciones, generando un interés significativo entre los encuestados.

Además, el 30.1% de los encuestados señaló mensajes relacionados con la participación activa en la comunidad como un aspecto destacado de las publicaciones de la candidata. Esto indica que los mensajes que promovían la participación cívica y comunitaria, también tuvieron un impacto considerable en la percepción de los partidarios, aunque en menor medida que las propuestas de empleo joven.

11. ¿Qué elementos específicos de la estrategia de redes sociales de Diana Caiza creen que incentivaron más la participación activa de los jóvenes?

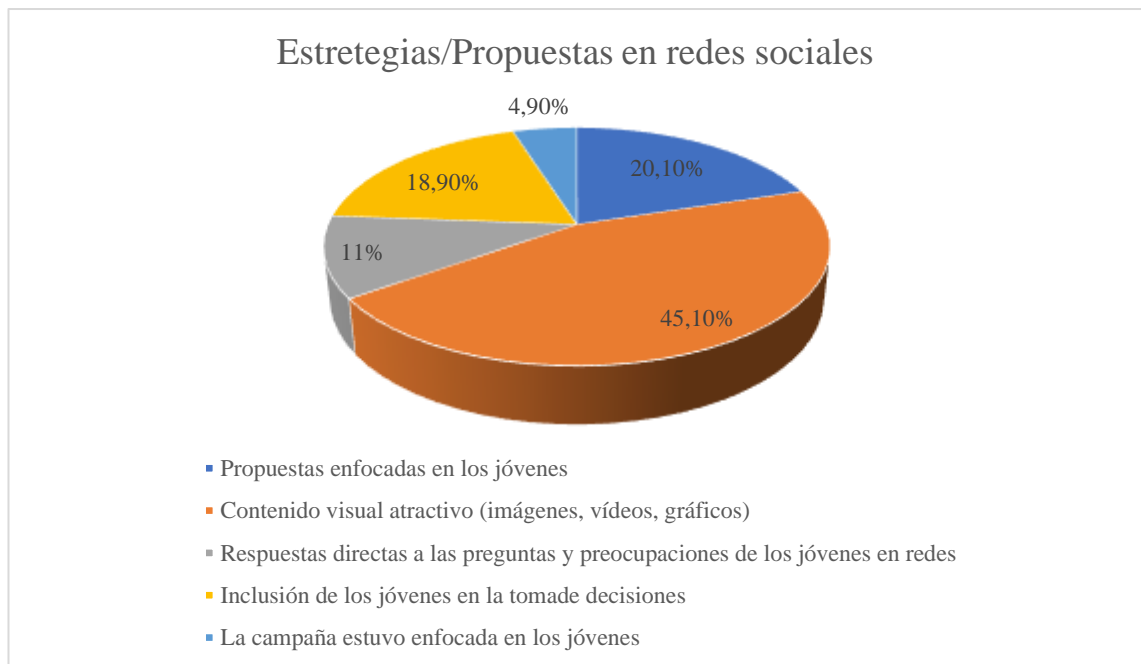
Cuadro N° 11 Elementos presentes en la campaña política

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Propuestas enfocadas en los jóvenes	33	20,1%
Contenido visual atractivo (imágenes, vídeos, gráficos)	74	45,1%
Respuestas directas a las preguntas y preocupaciones de los jóvenes en redes	18	11%
Inclusión de los jóvenes en la tomade decisiones	31	18,9%
La campaña estuvo enfocada en los jóvenes	9	4,9%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 11 Propuestas de Diana Caiza en redes sociales



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: Del total de encuestados se visualizó estos resultados en relación a los elementos empleados en su campaña en redes sociales, en especial en Facebook y su participación en jóvenes, el 45,1% fue un buen contenido visual como imágenes, videos, gráficos. Con el 20,1% propuestas enfocadas en los jóvenes, seguido de 18,9% referente a la inclusión de los jóvenes en la toma de decisiones, luego el 11% es sobre las respuestas directas en las preocupaciones de los jóvenes y finalmente el 4,9% demuestran que la campaña estuvo enfocada en ellos.

Interpretación: Se muestra que el resultado fue favorable hacia las propuestas de la candidata Diana Caiza, dando un buen enfoque de sus propuestas en redes sociales, en especial en Facebook, donde se está realizando el estudio de investigación, supo hacer una muy buena estrategia para llegar al público joven. Con buenas propuestas, atendiendo sus necesidades, y subiendo información interesante que atrajo a los estudiantes.

12. ¿Crees que la presencia constante de Diana Caiza en Facebook tuvo un impacto positivo en la percepción general de los jóvenes en su candidatura?

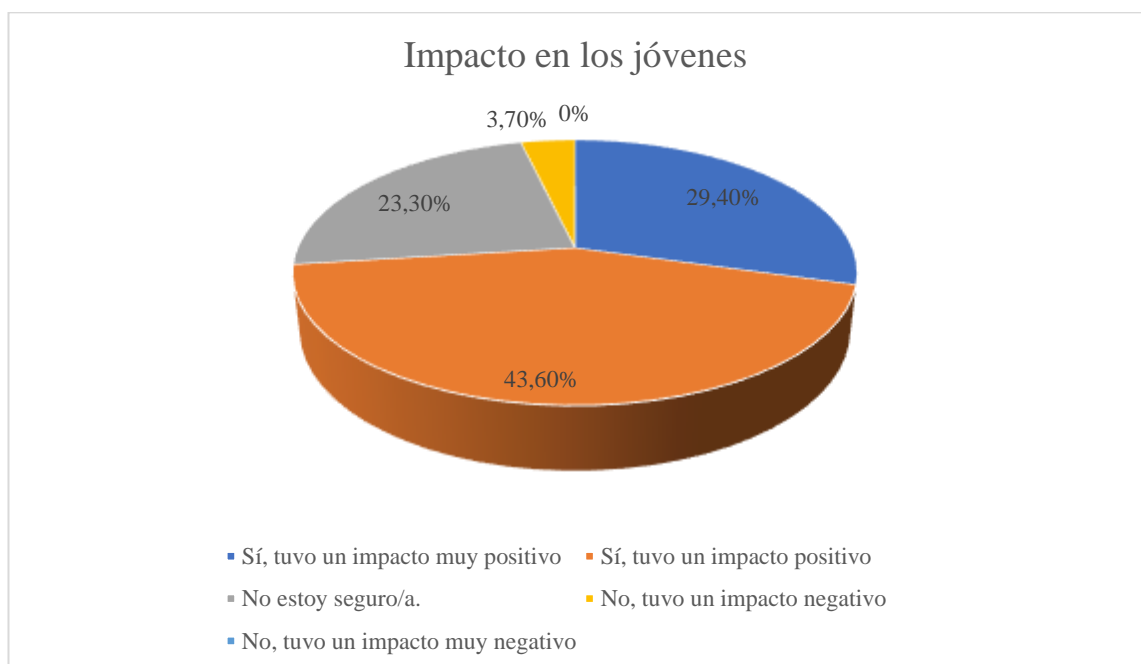
Cuadro N° 12 Percepción del electorado

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí, tuvo un impacto muy positivo	48	29,4%
Sí, tuvo un impacto positivo	71	43,6%
No estoy seguro/a	38	23,3%
No, tuvo un impacto negativo	8	3,7%
No, tuvo un impacto muy negativo	0	0%
Total	165	100%

Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Gráfico N° 12 Percepción de la campaña en Facebook



Elaborado por: Valeria Arroba

Fuente: Encuesta

Análisis: Según la encuesta sobre la opinión que tuvieron acerca de la campaña realizada en Facebook enfocado en los jóvenes, se obtuvieron los siguientes resultados, se hizo con escala de Likert para un mejor análisis, primero dijeron que tugo un

impacto positivo con el 43,6%, así mismo la respuesta fue favorable con muy positivo con 29,4%, mientras que algunos no supieron direccionarse a un lugar y se mostraron neutros con 23,3%, y después un corto porcentaje del 3,7% que fue negativo.

Interpretación: Estos resultados muestran una tendencia mayoritariamente positiva hacia la campaña realizada en Facebook, enfocada en jóvenes, según la percepción de los encuestados. La combinación de aquellos que la consideran con un impacto positivo (43,6%) y muy positivo (29,4%) representan una mayoría significativa (73%), lo que indica una recepción mayoritariamente favorable de la campaña entre los jóvenes encuestados.

Además, el 23.3% de los encuestados que se mostraron neutros podría indicar una falta de una evaluación clara o una opinión menos definida sobre la efectividad de la campaña. Estos resultados neutrales podrían reflejar una percepción media o una falta de impacto significativo de la campaña en este grupo. Por otro lado, un porcentaje relativamente bajo del 3.7% de los encuestados que la calificaron como negativa podría representar una minoría que no encontró efectividad o impacto positivo en la campaña dirigida a los jóvenes en Facebook.

DISCUSIÓN

Los mecanismos discursivos utilizados en la campaña de Diana Caiza demostraron una variedad de niveles de efectividad. Se descubrió que la incorporación de elementos visuales, como su identidad indígena que representa la comunidad Chibuleo, fue esencial para crear una conexión emocional con el electorado de Ambato. La retórica se centró en la inclusión social y las ideas innovadoras de expresar sus propuestas de forma única, estas fueron positivamente, lo que la posicionó como una candidata comprometida.

La aceptación de su candidatura fue significativamente influenciada por la representación de su identidad indígena. Esta identidad no solo tuvo un impacto en cómo presentó su mensaje político, sino también en cómo se conectó con la diversa población de Ambato, generando un impacto hacia su candidatura, el mencionar pueblo, trabajar juntos, hizo que tenga conexión con las personas, además de mostrarse como una mujer trabajadora y que ya había laborado en beneficio de los ciudadanos. La estrategia de Caiza se distinguió significativamente de las campañas previas.

Su enfoque innovador y la incorporación de elementos distintivos, como el uso estratégico de colores en cada eje social, símbolos y mensajes inclusivos, ayudaron significativamente con las tácticas más tradicionales empleadas en el pasado. Esta diferencia se reflejó en la respuesta del electorado, que mostró una mayor receptividad hacia propuestas innovadora y focalizadas para los jóvenes, dándoles oportunidad y haciéndolos participes de su plan de trabajo.

El análisis de la percepción del electorado demostró que las decisiones de votar por ella, fueron directamente influenciadas por ciertos elementos discursivos. La preferencia de los por Caiza se debió principalmente a la conexión emocional establecida a través de la identidad cultural, combinada con mensajes de inclusión y propuestas variadas para cada sector de la ciudad de Ambato.

Diana Caiza utilizó una variedad de estrategias durante la campaña para atraer la atención y el respaldo de la juventud de Ambato. El 60% de las propuestas de su campaña estaban directamente relacionadas con temas de interés para los jóvenes,

como educación, empleo, generación de emprendimiento, participación ciudadana, becas estudiantiles, espacios laborales, según los datos cuantitativos.

El análisis de interacción en redes sociales reveló que las publicaciones de Caiza sobre temas específicos para jóvenes, como becas, incentivos para emprendimientos y actividades culturales, tuvieron una tasa de participación un 30% mayor que otras publicaciones. El 45% de los eventos organizados por la campaña de Caiza estaban destinados específicamente a la juventud en términos de ejes de trabajos.

Respuesta a la pregunta de investigación

¿Cómo se construyeron los mecanismos discursivos en campaña electoral de la candidata Diana Caiza a la alcaldía de la ciudad de Ambato?

El trabajo de investigación se realizó en base a la interrogante inicial de saber más acerca de las campañas electorales, un tema importante dentro de la comunicación. Porque se emplea diferentes elementos, mecanismos para realizar el proceso electoral por parte de un candidato. Después, fue trascendental para la investigación analizar el perfil de una mujer en política en la ciudad de Ambato y sobre todo que candidata Caiza pertenecía a la comunidad de Chibuleo; cosa que por primera vez se representaba a los indígenas, esto generó la atención e interés para llevar a cabo el trabajo.

Los mecanismos discursivos fueron construidos en base a la generación de un correcto empleo de mensajes para conectar con el pueblo, estos no solo se centraron en la parte verbal o lingüística, sino elementos gráficos, textuales, comunicación no verbal, el uso de frases recurrentes, su imagen política (vestimenta autóctona de la comunidad Chibuleo), el mensaje político, slogan de campaña, los colores, el discurso de su propuesta, la retórica, elementos de persuasión como storytelling, diseños atractivos en su página de Facebook e ideas nuevas para generar atención de los electores jóvenes.

Dentro de los principales elementos se encontró propuestas referentes a la seguridad de la ciudad, eliminación de radares, trabajo para jóvenes, eliminar la informalidad, lo que se identificó como relevante por parte de los encuestados. Así mismo se destaca la estrategia discursiva de ofrecer a la ciudad una nueva historia, cada publicación tuvo ese slogan. La estrategia se alineó con la percepción predominante de la candidata como convincente (32,3%) y competente (31,1%). Asimismo, el uso de testimonios o storytelling, aunque con menor incidencia (22%), también demostró ser un elemento persuasivo en la comunicación política de la candidata. La inclusión de los jóvenes en la toma de decisiones con el (18,9%) se reconoció como un aspecto fundamental en la estrategia de Diana Caiza. Este trabajo que se vio reflejado en plataforma Facebook tuvo un impacto positivo en los jóvenes de la carrera de comunicación. Más del 70% de los encuestados consideraron que la presencia constante de la candidata en esta red social tuvo un efecto positivo o muy positivo.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

1) La campaña política de Diana Caiza en la ciudad de Ambato se destacó por su hábil utilización de mecanismos discursivos en una estrategia integral. La combinación de elementos visuales, como el uso estratégico de colores representativos y una imagen auténtica de su imagen como candidata representante de la mujer indígena, junto con tácticas lingüísticas, como su eslogan, hashtags y frases recurrentes, se alineó para generar un impacto significativo en la percepción y apoyo del electorado, en particular entre los jóvenes.

2) El análisis detallado de la campaña reveló una diversidad de mecanismos discursivos implementados por Diana Caiza. Estos incluyeron el uso selectivo de colores representativos, hashtags y frases recurrentes, la imagen política, el uso de apelación a las emociones, diseños estructurados de las publicaciones que se utilizaron con precisión para cautivar la atención y el apoyo de los votantes en Ambato, especialmente entre el electorado joven.

3) La estrategia discursiva de Diana Caiza mostró coherencia y efectividad. La amalgama de propuestas políticas claras, una imagen auténtica arraigada en su comunidad de Chibuleo, la vestimenta característica atrajo la atención y la identificación por la imagen policia proyectada de mujer trabajadora y de pueblo; en su mensaje enfatizaba el mensaje de la alcaldía del pueblo además de emplear una presencia activa en plataformas digitales, como Facebook, permitió una conexión directa con la audiencia joven, generando un impacto sólido en este segmento demográfico clave.

4) La influencia de los mecanismos discursivos empleados por Diana Caiza fue evidente en el electorado joven de Ambato, particularmente entre los estudiantes de comunicación. Los datos estadísticos de las interacciones en redes sociales confirman el impacto significativo de los mecanismos discursivos utilizados por Diana Caiza en el electorado joven de Ambato, especialmente entre los estudiantes

de comunicación. Los resultados muestran una correlación directa entre la estrategia discursiva de la candidata y la percepción positiva de los jóvenes hacia su candidatura. Un 76.4% de los encuestados dijeron que tenían una percepción favorable de su capacidad de persuasión y liderazgo, con un 31.1% y un 32.3% destacando competencia y convicción en sus discursos. Como lo demuestra el alto porcentaje (39%) que identificó la apelación emocional como el método discursivo más efectivo en sus redes sociales, estos hallazgos sugieren que la candidata logró establecer una conexión emocional con el electorado joven.

Referencias bibliográficas

- Armendáriz, J. (2019). Trayectorias del discurso de campaña electoral de Rafael Correa: un análisis desde la patria y la ciudadanía (2006, 2009, 2013). *FLACSO*.
- Bartlett, F. C., de los Ríos, F. G., & de los Ríos, F. G. (1942). La Propaganda Política. *Revista Mexicana de Sociología*, 4(2), 151. <https://doi.org/10.2307/3537263>
- Benavente, L. (2013). Apuntes sobre encuestas electorales. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 03(02), 173–179. <https://doi.org/10.18259/acs.2013021>
- Bogdan, T. (2015). *La observación/ La Observación participante*. 1–3.
- Cabrera Silva, T., & López Paredes, M. (2014). Campaña política a través de redes sociales. *ComHumanitas*, 5(1).
- Cañarte Parrales, V. J. (2018). ANÁLISIS ESTRUCTURAL Y DE CONTENIDO DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES QUE UTILIZA LA EMPRESA REFLEJOS DE LA CIUDAD DE MANTA PERIODO 2017. *Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabi - Facultad de Ciencias de La Comunicación*.
- Castro, E. (2019). La noción de policía en los trabajos de Michel Foucault: objeto, límites, antinomias. *Anuario Colombiano de Historia Social y de La Cultura*, 46(2). <https://doi.org/10.15446/achsc.v46n2.78218>
- Cestero Mancera, A. M. (2006). La comunicación no verbal y el estudio de su incidencia en fenómenos discursivos como la ironía. *ELUA*, 20. <https://doi.org/10.14198/elua2006.20.03>
- Criollo, M. (2020). El discurso político en momentos de campaña electoral. Una aproximación desde el Análisis Crítico del Discurso. *RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 19(1). <https://doi.org/10.15304/rips.19.1.6955>
- Cuenca, M. J. (1995). Mecanismos lingüísticos y discursivos de la argumentación. *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 7(2). <https://doi.org/10.1174/021470395321340411>
- Donstrup, M. (2019). Propaganda en redes sociales: Análisis de contenido en Twitter durante la campaña electoral andaluza. *Obra Digital*, 17, 63–76. <https://doi.org/10.25029/od.2019.243.17>

- Encinas-Ferrer, C. (2013). Principios de Economía Política. *Palibrio*, 09/12/2013. <https://doi.org/968-1-4633-6776-3>
- Fajardo, L. (2009). A propósito de la Comunicación verbal. *Revista Forma y Función*, 22.
- Foucault, M. (1992). El orden del discurso. *El Orden Del Discurso*.
- Gallegos, M., Peralta, C., & Guerrero, W. (2017). Utilidad de los gestores bibliográficos en la organización de la información para fines investigativos. *Formacion Universitaria*, 10(5), 77–85. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062017000500009>
- Garde Roca, J. A. (2004). La evaluación de políticas públicas y su institucionalización en España. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*. <https://doi.org/10.24965/gapp.vi30-31.371>
- Guerrero, M. (2016). La Investigación Cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1–9.
- Guix, J. (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? *ARTÍCULOS ESPECIALES*, 23(1), 26–30.
- Herrera-Morejón, G. C., Muso-Ullauri, A. J., & Segura-Mariño, A. G. (2022). Andrés Arauz y Guillermo Lasso en TikTok, durante sus candidaturas a la presidencia de Ecuador en el año 2021. *Anuario Electrónico de Estudios En Comunicación Social “Disertaciones,”* 16(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.12313>
- Herrera-Morejón, G. C., Muso-Ullauri, A. J., & Segura-Mariño, A. G. (2023). Andrés Arauz and Guillermo Lasso’s Tiktok Activity During Ecuador’s 2021 Presidential Campaign. *Anuario Electronico de Estudios En Comunicacion Social Disertaciones*, 16(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.12313>
- Ituassu, A., Capone, L., Firmino, L. M., Mannheimer, V., & Murta, F. (2019). COMUNICACIÓN POLÍTICA, ELECCIONES Y DEMOCRACIA: LAS CAMPAÑAS DE DONALD TRUMP Y JAIR BOLSONARO. *Perspectivas de La Comunicación*, 12(2). <https://doi.org/10.4067/s0718-48672019000200011>
- Kaid, L., & Holtz-Bacha, C. (2012). Napolitan, Joseph. In *Encyclopedia of Political Communication*. <https://doi.org/10.4135/9781412953993.n425>

- Lima, M. A. G., Irving, M. de A., & Oliveira, E. (2022). Decodificando Narrativas de Políticas Públicas de Turismo no Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 16. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2094>
- Manuel, V., Espinosa, A., & Mx, V. (2016). Beneficios de las encuestas electrónicas como apoyo para la investigación. *Tlatemoani: Revista Académica de Investigación*, ISSN-e 1989-9300, Vol. 7, N°. 22, 2016, Págs. 168-186, 7(22).
- Melrose, J., Perroy, R., & Careas, S. (2015). Género y Campañas Electorales en América Latina: un análisis del discurso femenino en la propaganda televisiva. *Razón y Palabra*, 19(3).
- Méndez García de Paredes, E. (2014). La parodia informativa como frivolidad del discurso político. *Círculo de Lingüística Aplicada a La Comunicación*, 59(0). https://doi.org/10.5209/rev_clac.2014.v59.46709
- Novoa Moreno, M. L. (2016). Opinión pública. *Sin Fundamento*, 21. https://doi.org/10.18041/1692-5726/sin_fundamento.21.2015.3596
- Orejuela, S. (2009). Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral. *Revista de Comunicación*, 8.
- Paz Panduro, D. A. (2019). Impacto de las redes sociales y los diarios digitales en la votación electoral. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*.
- Pérez Vicente, N. (2013). El lenguaje político del 15-M: Hacia una nueva retórica de la indignación. *Signa*, 22. <https://doi.org/10.5944/signa.vol22.2013.6367>
- Pinto, C. R. J. (2006). ELEMENTOS PARA UNA ANÁLISE DE DISCURSO POLÍTICO. *Barbarói*, 24.
- PNUD. (2019). Informe de Desarrollo Humano Municipal 2010 - 2015. In *Transformando México desde lo local*.
- Reyes Montes, M. C., O' Quínn Parrales, J. A., Morales y Gómez, J. M., & Rodríguez Manzanares, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30).
- Roberto, B. (2021). *EL PODER De la oratoria e imagen politica* . Lima- Perú : GOVANALYTICS.
- Roberto, B. (2021). *Guerra Electoral El poder en las sombras*. Lima-Perú: GOVANALYTICS.

Sanmartín, J. J. (2008). La retórica política del presidente Clinton. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 13(43).

Sarasqueta, G. (2021). Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción: del storytelling al storydoing. *Comunicación y Hombre*, 17. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.648.73-84>

Suárez-Tomalá, G., & Cochea-Panchana, G. (2022). Marketing Político 2.0: Estrategias de storytelling a través de TikTok de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021. *Revista Científica Arbitrada de Investigación En Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 5(9). <https://doi.org/10.46296/rc.v5i9.0039>

Terrones, E. (2016). *NIVEL EXPLORATORIO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*.

Túñez-López, M., & Sixto-García, J. (2012). Un escaño en Facebook: política 2.0, marketing viral y redes sociales. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*. <https://doi.org/10.15178/va.2012.118.13-32>

Vallejo Zamudio, L. E. (2019). El plan nacional de desarrollo 2018-2022: “Pacto por Colombia, pacto por la equidad.” *Apuntes Del Cenes*, 38(68). <https://doi.org/10.19053/01203053.v38.n68.2019.9924>

Van Dijk, T. A. (1999). Análisis del discurso social y político. In *Revista de Psicolog* (Vol. 20, Issue 2).

Van Dijk, T. A. (2016). Análisis Crítico del Discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10>

Vázquez Sande, P. (2016). Storytelling personal en política a través de Youtube. *Comunicación y Hombre*, 12. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2016.12.188.41-55>

Wilson Gomes, A., Fernandes, B., Reis Tarcizio Silva, L., & Fabio André Guterres Ludwig, T. (2009). La Campaña Online De Barack Obama En 2008. *ResearchGate*, 3(3).

Wolton, D. (1989). *La comunicación política: construcción de un modelo*. Londres: CNRS.

Anexos

Ilustración 1 Diana Caiza (Página de Facebook)



Ilustración 2 Manos a la obra, obras de la candidata



Ilustración 3 Entrevista/ Agenda de medios



Ilustración 4 Igualdad social



Ilustración 5 Agenda de medios



Agenda de medios
24 de Enero de 2023

Entrevistas	
HORA	MEDIO
7H10	Extrema 92.5 FM
7H45	Radio Romance 97.5 FM
11H50	Radio Canela 106.5 FM
13H45	Radio Ambato 93.0 AM
19H00	Esencia Estéreo (Online)

Diana CAIZA
Alcaldesa

Vota **18**
TOD@

Ilustración 6 Caravana del triunfo. Cierre de campaña



**“Caravana del Triunfo
por el cierre
de Campaña”**

**Concentración:
Cunchibamba (Empresa Fairis)**

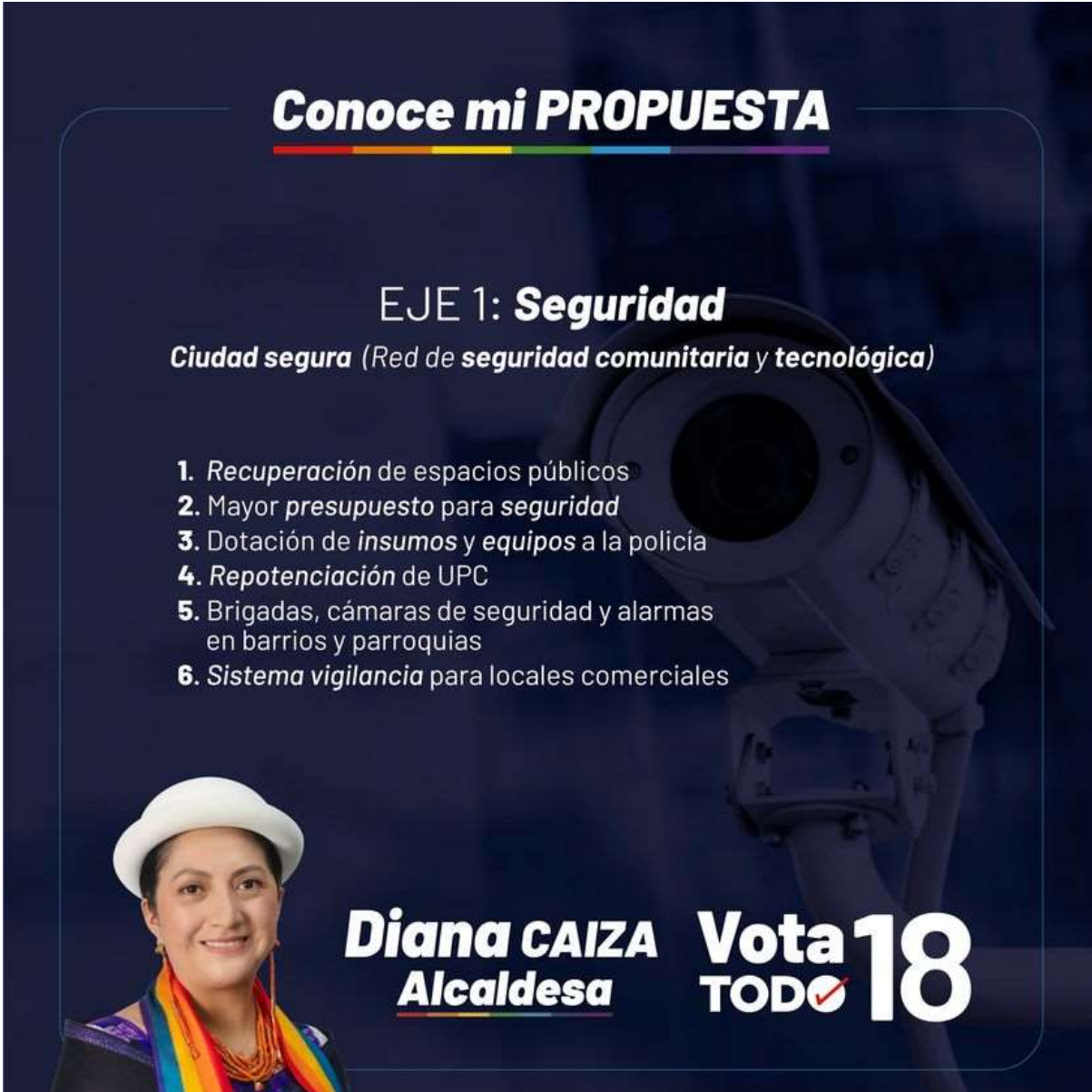
**Jueves 02 de Febrero
Hora: 8:00 am**

¡Te esperamos!

Ing. **Diana CAIZA** Vota **18**
Alcaldesa 2023 TOD@

CONOCE MI PROPUESTA

Ilustración 7 Eje: Seguridad




Conoce mi PROPUESTA

EJE 1: Seguridad

Ciudad segura (Red de **seguridad comunitaria** y **tecnológica**)

1. *Recuperación* de espacios públicos
2. Mayor *presupuesto* para *seguridad*
3. Dotación de *insumos* y *equipos* a la policía
4. *Repotenciación* de UPC
5. Brigadas, cámaras de seguridad y alarmas en barrios y parroquias
6. *Sistema vigilancia* para locales comerciales

Diana CAIZA
Alcaldesa

Vota **18**
TOD 

Conoce mi PROPUESTA

EJE 2: Salud
Ciudad saludable con un sistema de Salud Municipal

1. Repotenciación del Hospital Municipal
2. Plan cantonal de salud mental y bienestar familiar
3. Unidades móviles de salud

Vota TODO 18

Diana CAIZA
Alcaldesa

Conoce mi PROPUESTA

EJE 3: Generación de Oportunidades y Empleo
Ciudad trabajadora y emprendedora

1. *Escuela municipal de emprendimientos*
2. *Inversión en capital semilla y fondo de innovación para emprendimiento juvenil*
3. *Plan de reactivación para los actores de la economía popular y solidaria.*
4. *Cooperación internacional para el fomento de emprendimientos y asociatividad.*

Diana CAIZA
Alcaldesa

Vota TODO 18

Conoce mi PROPUESTA

EJE 4: Social
Ciudad incluyente con infraestructura y programas para los grupos de atención prioritaria

1. Centros de atención infantil
2. Centros de acogida para mujeres víctimas de violencia
3. Plan de becas estudiantiles
4. Infraestructura deportiva

Vota TODO 18

Diana CAIZA
Alcaldesa

A portrait of Diana Caiza, wearing a white hat and a colorful sash, is positioned in the bottom right corner of the poster.

Conoce mi PROPUESTA

EJE 5: Gestión municipal y servicios públicos

Promover una administración municipal eficiente e igualitaria

1. Plan integral de *movilidad*
2. Ampliar la cobertura de servicios básicos (agua potable y alcantarillado)
3. Reducción de trámites y modernización municipal

Diana CAIZA
Alcaldesa

Vota TODO 18

Ilustración 12 Propuestas generales de Diana Caiza



Ilustración 13 Alcaldía del pueblo



Ilustración 14 Eje de seguridad



Ilustración 15 Sistema de salud en Ambato



Ilustración 16 Propuestas en campaña electoral



The image shows a video player interface. At the top, the text "Conoce mi PROPUESTA" is displayed in white on a dark orange background. Below this, a woman wearing a white hat and a dark shawl over a light-colored top is speaking. To her right, the word "REACTIVACIÓN" is written in bold, black, uppercase letters inside a white rectangular box. The video player controls at the bottom show a progress bar at 0:28 / 0:52, along with icons for settings, full screen, and volume. Below the video player, there is a text caption: "En la #NuevaHistoriaDeAmbato generaremos #empleo y #oportunidades para los ambateños. ¡Vamos por un verdadero cambio para todos! Aquí..." followed by a three-dot menu icon.

Conoce mi PROPUESTA

REACTIVACIÓN

0:28 / 0:52

En la #NuevaHistoriaDeAmbato generaremos #empleo y #oportunidades para los ambateños. ¡Vamos por un verdadero cambio para todos! Aquí...