



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA

EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

**DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN: COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA

**UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO ACTOS DE
ESCENARIOS POLÍTICOS DEL CANTÓN QUEVEDO 2022.**

AUTORA:

CHIANG YONG MILENA THAIS

DIRECTOR:

MSC. AURIA BURGOS BLANCA ARACELY

QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR

2023



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

DEDICATORIA

Esta tesina está dedicada a:

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy.

A mis padres Geovanni y Tanya quienes con su paciencia, amor y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mi esposo Frank por su cariño y apoyo incondicional, durante este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. Y a toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todas mis amigas, por apoyarme cuando más las necesitaba, por extenderme su mano, apoyo en momentos difíciles y por el amor brindado día a día, de verdad mil gracias amigas, siempre las llevare en mi corazón.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA

EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades que hacen parte de la Universidad Técnica de Babahoyo (Ext. Quevedo), por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro del establecimiento educativo.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento, a los licenciados en especial a la Msc. Liliana Urquiza, coordinadora de la carrera de comunicación social, Dra. Aracely Auria tutora de mi proyecto de tesina y a todos los licenciados quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada uno de ustedes por su apoyo incondicional paciencia, dedicación, y amistad.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA

EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **CHIANG YONG MILENA THAIS**, portadora de la cédula de ciudadanía **120531086-3**, en calidad de autor (a) del Informe Final de la dimensión práctica del examen complejo de grado, previo a la Obtención del Título de Licenciada en la de Carrera de **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO ACTOS DE ESCENARIOS POLÍTICOS DEL CANTÓN QUEVEDO 2022.

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

CHIANG YONG MILENA THAIS

CI. 120531086-3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

QUEVEDO, 21 de marzo de 2023

**CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO
PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL
EXAMEN COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión práctica del examen complexivo, designado mediante **Oficio Cir. 005-UIC-FCJSE-2023**, con fecha **2 de febrero del 2023**, por **RESOLUCION ordinaria del Honorable Consejo Directivo de la facultad de ciencias jurídicas sociales y de la educación celebrada el 31 de enero del 2023**.

Certifico que:

El/La egresado (a) La **MILENA THAIS CHIANG YONG**, ha desarrollado el documento probatorio dimensión práctica de examen complexivo denominado:

**UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO ACTOS DE
ESCENARIOS POLÍTICOS DEL CANTÓN QUEVEDO 2022.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del documento probatorio dimensión práctica del examen complexivo y lo entregue a la coordinación de la Carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designada para la defensa del mismo.

**MSC. AURIA BURGOS BLANCA ARACELY
DOCENTE DE LA FCJSE**

RESUMEN

La magnitud de influencia que tienen las redes sociales ha generado un impacto y aceptación positivo convirtiéndose una herramienta que promueve la participación ciudadana brindándoles el espacio necesario para que estas puedan opinar de los diferentes temas políticos, sociales, económicos algo que no hacen los medios de comunicación tradicional, convirtiéndose de esta manera en los nuevos medios de comunicación por su versatilidad, velocidad llegando donde los demás medios de comunicación no llegan. La presente investigación tiene por objetivo analizar la utilización de las redes sociales como actos de escenarios políticos del cantón Quevedo, determinando que las redes sociales son medios de comunicación muy significativos para la sociedad aportando en la formación y educación ciudadana brindando un mayor espacio de contribución para lo cual se aplicaron métodos y tipos de investigación y técnicas mediante las cuales se recopiló datos que tienen relación con las variables de estudio, concluyendo que la percepción del público al observar los diferentes escenarios políticos en sus perfiles de sus redes sociales, es un poco molesto por la manera como se reproducen los contenidos de publicidad electoral, por lo que muchos de los usuarios señalan que debe haber un mayor control por parte de las autoridades limitando el espacio a los partidos políticos de diferentes clases, no obstante, también señalan que deben ser de utilidad para conocer sus perfiles y propuestas ayudando a elegir entre las mejores opciones

Palabras clave: Utilización, Redes Sociales, Escenarios Políticos

ABSTRACT

The magnitude of influence that social networks have has generated a positive impact and acceptance, becoming a tool that promotes citizen participation, providing them with the necessary space so that they can express their opinion on different political, social, and economic issues, something that the media do not do. traditional, becoming in this way the new means of communication due to its versatility, speed, reaching where other means of communication do not arrive. The purpose of this research is to analyze the use of social networks as acts of political scenarios in the Quevedo canton, determining that social networks are very significant means of communication for society, contributing to citizen training and education, providing a greater contribution space for which methods and types of research and techniques were applied through which data related to the study variables were collected, concluding that the perception of the public when observing the different political scenarios in their profiles of their social networks, is a bit annoying. due to the way electoral advertising content is reproduced, which is why many of the users point out that there should be greater control by the authorities, limiting the space to political parties of different classes, however, you also point out that they should be useful to know their profiles and proposals helping to choose among the best options

Keywords: Use, Social Networks, Political Scenarios



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**RESULTADO DE GRADUACIÓN DE LA DIMENSIÓN ESCRITA DE LA MODALIDAD
EXAMEN COMPLEXIVO.**

EL TRIBUNAL EXSEÑADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN,
TITULADO: UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO ACTOS DE
ESCENARIOS POLÍTICOS DEL CANTÓN QUEVEDO 2022.

MSC. AURIA BURGOS BLANCA ARACELY

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

Msc. Briones Caicedo Wilson Roberto
DELEGADO DE LA DECANA

Msc. Ramírez Contreras Patricia Del Roció
DELEGADO DEL CIDE

Msc. Aragundi Garcia Luis Ivan
PROFESOR ESPECIALISTA

Chiang Yong Milena Thais
EGRESADO (A)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Quevedo, 22 de marzo, 2023

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de tutor del estudiante; **MILENA THAIS CHIANG YONG**, una vez revisado el documento probatorio dimensión práctica del examen complejo cuyo tema es: **UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO ACTOS DE ESCENARIOS POLÍTICOS DEL CANTÓN QUEVEDO 2022**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Anti-plagió, obteniendo como porcentaje de similitud de **[4%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido según el **Art. 61 de la Normativa de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad Técnica de Babahoyo** considera hasta el 20%, se **APRUEBA** el trabajo de titulación para que el estudiante continúe a la fase de defensa.

Se adjunta a este informe la certificación del sistema anti-plagió como evidencia del porcentaje indicado.

MSC. AURIA BURGOS BLANCA ARACELY
DOCENTE DE LA FCJSE

Contenido

Tema	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Autorización de la autoría intelectual	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vii
Resultado de graduación de la dimensión escrita	viii
1.Introducción	1
2. Desarrollo.....	4
2.1. Definición del tema caso de estudio	4
2.2. Planteamiento del problema.....	4
3. Objetivo.....	7
3.1. Objetivo general.....	7
3.2. Objetivo específicos.....	7
4. Sustento teórico.....	8
4.1. Redes Sociales	8
4.2. Importancia De Las Redes Sociales.....	8
4.3. Características De Las Redes Sociales	9
4.4. Tipos De Redes Sociales.....	10
4.5. Las Redes Sociales Como Medio De Comunicación	10
4.6. Las Redes Sociales En La Sociedad	11
4.7. Política	11
4.8. Importancia De La Política En La Sociedad.....	12
4.9. Política Y Medios De Comunicación	13
5. Técnicas aplicadas para la recolección de la información	13
5.1. Metodología De La Investigación.....	13
6. Tipos De Investigación	14
6.1. Investigación De Campo.....	14

7. Métodos, Técnicas E Instrumento.....	15
8. Técnica.....	16
Instrumentos.....	16
Población Y Muestra De Investigación	16
Población.....	16
2.Resultados de la investigación	17
2.1 Situaciones detectadas	24
2.2 Soluciones planteadas	26
2.3 Conclusiones y recomendaciones	28
3.Conclusiones	28
4.Recomendaciones	29
5.Bibliografía	30

Índice de tabla

Tabla 1.-Redes sociales.....	18
Tabla 2.- Redes sociales favoritas	19
Tabla 3.-Información.....	20
Tabla 4.-Medios de comunicación	21
Tabla 5.-Escenarios políticos	22
Tabla 6.-Publicidad	23
Tabla 7.- Poder político.....	24

1. INTRODUCCIÓN

El nacimiento de las redes sociales en el mundo ha sido uno de los impactos más sorprendentes que han revolucionado la manera de estar comunicados y relacionarse con la sociedad de manera significativa, de acuerdo a estudios realizados se estima que 3.800 millones de personas utilizan las diferentes redes sociales, para el año 2022 alrededor de 298 millones de personas se conectaron para el último mes del año lo que representa el 49% de la población mundial que tiene acceso a internet. Los estudios realizados por la empresa Dow Jones indican que el usuario promedio utiliza un promedio de 6 y 43 minutos al día en línea para estar navegando en las redes sociales siendo las plataformas más utilizadas Facebook, YouTube y WhatsApp. TikTok mostrando que además los usuarios en el mundo para el 2022 invirtieron más de 3 billones de dólares en compra de celulares, cambio de proveedoras de internet demandando mayor velocidad. Dando a notar con todos los datos proporcionados que las redes sociales en una excelente inversión para las empresas y un perfecto escenario político que busca al público como su principal objetivo.

La magnitud de influencia que tienen las redes sociales ha generado un impacto y aceptación positivo convirtiéndose en una herramienta que promueve la participación ciudadana brindándoles el espacio necesario para que estas puedan opinar de los diferentes temas políticos, sociales, económicos algo que no hacen los medios de comunicación tradicional, convirtiéndose de esta manera en los nuevos medios de comunicación por su versatilidad, velocidad llegando donde los demás medios de comunicación no llegan.

Desde este contexto analítico, la presente investigación tiene como objetivo analizar la utilización de las redes sociales como actos de escenarios políticos del cantón Quevedo, indagando como en tiempo de campañas los diferentes partidos políticos que participan por los diferentes cargos son asesorados por empresas de marketing y consultoría que se dirigen mediante publicidad a las redes sociales con el solo objetivo captar votos del público debido a su alcance, recurriendo de esta manera en todo lo que involucre redes sociales brindando entrevistas en páginas digitales, conscientes de la importancia el poder mediático y alcance de la tecnología.

El desgaste de ciertos partidos políticos, los modelos de gobierno y la crítica de la ciudadanía ha incidido que muchos sean rechazados, no obstante han encontrado un aliado mediante las redes sociales de resurgir con publicidad nueva, moderna muy bien asesorados por sus consultorías tratando de captar al público, aprovechando la capacidad de la tecnología al no tener que invertir grandes cifras económicas en anuncios publicitarios, lo que incluso llegado a molestar a cientos de quevedeños debido a la invasión de publicidad descontrolada en sus cuentas de redes sociales pues no hay quien fiscalice ni ordene un límite de difusión política.

De esta manera las redes sociales constituyen un espacio de entretenimiento, conocimiento a través del cual se muestra una cultura global de mercado y consumo, la misma que debe ser un espacio virtual libre respetando los intereses y gusto de millones de usuarios limitando el espacio de publicidad política para que sea el público que reflexiones en quien se merece o no la confianza de gobernar las diferentes curules en el poder gubernamental.

Para el proceso de estudio se aplicaron métodos y tipos de investigación y técnicas mediante las cuales se recopiló datos que tienen relación con las variables de estudio formulando

una encuesta a los quevedeños sobre la opinión de las redes sociales como escenarios políticos de manera que se obtengan los datos precisos substanciales para proceder a elaborar los resultados y conclusiones al final de estudio.

2. DESARROLLO

2.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

Utilización de las redes sociales como actos de escenarios políticos del cantón Quevedo 2022.

2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La campaña cambió y se expandió rápidamente utilizando las redes sociales, esta tendencia ha aumentado debido a esta epidemia causado por el covid-19. Las campañas electorales tuvieron que cambiar estándares digitales para acceder a sus sitios, en general, el uso de las redes sociales ha aumentado significativamente en todo el mundo. Según los estudios de Ecuador partir del 2020, el porcentaje de hogares con acceso a Internet en todo el país 53.2%. Es decir, que este servicio está disponible para más de la mitad de los hogares permite el número de usuarios y el tiempo que permanecen conectados especialmente en las redes sociales. Más que esto, según en este país más de 90 personas los usan móviles para consultar novedades en redes sociales.

Participar en esta plataforma presenta muchas ventajas y desventajas, no se incluye como programa político En Ecuador, el 27 de noviembre de 2020, el Consejo Nacional Electoral (CNE) aprobó este acuerdo de control y verificación de fondos electorales. Esta ley tiene por objeto evitarla corrupción analizando la fuente, el uso y la cantidad de recursos utilizados publicado. Por

lo tanto, la ley es vinculante tanto para las partes como para las organizaciones. enviar dinero a través de publicidad en las redes sociales.

Una de las problemáticas que se puede observar en la ciudad de Quevedo , es que en tiempos de elecciones las redes sociales son recursos útiles, las cuales son invadidas por publicidad política beneficiándose de que son gratuitas, tiene un mayor alcance, no existe un control sobre la cantidad de publicidad que se genera y la forma como se procese al referirse a los opositores que en algunos casos se ha visto que llegan a utilizar acusaciones basadas en sus propias opiniones, todo con el propósito de influir en la opinión del público pasando de esta manera a ser un espacio de entretenimiento a un medio de comunicación de gran importancia.

No obstante es de destacar que los nuevos medios de comunicación como se consideran a las redes sociales son una alternativa que beneficia a la sociedad debido a que el ser un medio de comunicación que goza de plena libertad se puede conocer las ideas de los candidatos políticos, planes, proyectos, escenarios de debates además de permitir un mayor espacio de participación ciudadana para que sea el público quien opine y pueda elegir el candidato que considere que es una buena opción, de esta forma las redes sociales se han consolidado un medio de comunicación preferido que crece en gran velocidad y que cada día incorpora más seguidores sin importar género edad ni condición social.

3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica por la importancia que tiene las redes sociales debido a que su popularidad cada día crece más, considerándose en la actualidad como los medios de comunicación modernos con un alcance formidable que ningún otro medio de comunicación ha llegado, ante lo cual son utilizadas como herramientas estratégicas para los diferentes escenarios políticos que busca llegar al público mediante la publicidad socializando con todo los internautas debido a la acción de participación ciudadana que tienen mayormente.

Las redes sociales son medios de comunicación muy significativos para la sociedad son herramientas que muy bien utilizadas aportan en la formación y educación ciudadana brindan un mayor espacio de contribución para que las personas pueda manifestar y publicar sus propias ideas lo cual tiene muy buena aceptación del público, debido a que los medios tradicionales no brindan este espacio para que el ciudadano común se exprese de esta forma también son aprovechados por el sector político que buscan ganar popularidad y aceptación del público para lograr alcanzar sus propios objetivos.

Los principales beneficiados serán los habitantes del cantón Quevedo quienes concientizarán en la importancia que cumplen las redes sociales, y que además tiene la oportunidad de participar activamente en conocer los perfiles planes y proyectos de quienes están presente en el escenario político, edemas de exigir que se cumplan con promesas realizadas en campañas interactuando de forma directa con las autoridades políticas o con candidatos que debaten por ganar un curul.

2.2. OBJETIVO

1.4.1 Objetivo general

- ✓ Analizar las redes sociales como actos de escenarios políticos del cantón Quevedo.

1.4.2 Objetivo específicos

- ✓ Identificar las redes sociales utilizadas con mayor frecuencia para los escenarios políticos en el cantón Quevedo.
- ✓ Obtener la percepción del público al observar los diferentes escenarios políticos en sus perfiles de redes sociales.
- ✓ Organizar campañas de concientización sobre las redes sociales en los escenarios políticos

1.5. SUSTENTO TEÓRICO

Redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que conectan entre sí a personas con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco o trabajo). Estas plataformas permiten el contacto entre los individuos que las componen y funcionan como un medio para intercambiar información. La información publicada por un usuario puede ser pública o privada. En muchas ocasiones se habla de redes sociales y "social media" indistintamente, pero en realidad se trata de conceptos diferentes.

En cambio, las redes sociales son un tipo de social media centrado en conectar personas entre sí. Cada usuario crea su perfil e interactúa con otras personas compartiendo información, (Llonch, 2022, pág. 5)

Importancia de las redes sociales

De acuerdo a Sabadell, (2019) Las redes sociales siguen avanzando como medio de comunicación tanto a nivel personal como profesional: nos permiten conectar con amigos, familiares y personas con intereses en común, pero no solo eso, porque también son toda una fuente de información. A nivel profesional facilitan la interacción diaria con usuarios y clientes como un canal directo más de comunicación, por otro lado, incluso se posicionan como canal de venta para numerosos negocios online.

Un entorno digital en el que las cuentas que más seguimos son las de nuestro entorno próximo en primer lugar, los perfiles de influencers en segundo lugar, y los distintos perfiles de las marcas, en tercer lugar. Esto nos demuestra que escuchamos y confiamos más en las personas que en las marcas. Así es como surgen comunidades digitales como la de #SomosSabadell, un espacio social media en el que mediante un hashtag sintonizamos la conversación de los empleados de Banco Sabadell, una conversación que fortalece el vínculo entre las personas y da a conocer las iniciativas y valores de la entidad. (pág. 5)

Características de las redes sociales

Se caracteriza por la posibilidad de insertar imágenes o ficheros audio o vídeo, en oposición con el texto tradicional. El eje central de las redes sociales es la formación de comunidades online a través del proceso colaborativo de creación de texto, en el que puedan participar tanto personas que ya se conocen y que desean reforzar sus lazos sociales, como personas que quieran ampliar su círculo de conocidos.

Cada plataforma de socialización implica el hecho de crear un perfil personal rellenando una serie de plantillas, realizar una lista de contactos y luego iniciar conversaciones con ellos. A través de los textos predeterminados contenidos por cada plataforma, lo personal se convierte en lo público” (Candale, 2021, pág. 4)

Tipos de redes sociales

Existen muchas otras redes, con distintas temáticas y que también puedes integrar como parte de tu estrategia digital entre ellas se puede mencionar las siguientes.

- ✓ **Facebook:** Con más de 2 mil millones de usuarios activos
- ✓ **Instagram:** Con casi 800 millones de usuarios activos al mes
- ✓ **Twitter:** Se caracteriza por sus textos cortos y concisos
- ✓ **YouTube:** Una red de contenido audiovisual en la que los usuarios pueden ver, compartir, comentar y publicar videos.
- ✓ **Snapchat:** Radica en la corta duración de sus videos:
- ✓ **LinkedIn:** La red social asociada al mundo laboral por excelencia
- ✓ **Medium:** Plataforma abierta y gratuita para leer, publicar, escribir y compartir publicaciones en línea
- ✓ **Quora:** Esta es una red social de preguntas y respuestas
- ✓ **Whatsapp:** Servicio de mensajería instantánea, (Escobar, 2022, pág. 11)

Las redes sociales como medio de comunicación

Según Espuny, (2020) El auge de las redes sociales, y la concentración de información que en ellas sucede, las ha posicionado como los medios de difusión y comunicación más relevantes de nuestros días. Este hecho implica una serie de consecuencias sobre cómo entendíamos y entendemos el ecosistema digital y de medios. Y también nos hacen plantearnos las redes sociales,

no como meros espacios neutros, sino como actores clave en la mediación de la circulación de información hoy en día.

La información digital es, y todo apunta a que seguirá siendo, el formato más representativo dentro del sector de comunicación. Cada vez son más las empresas, instituciones y personajes públicos que dependen de estas plataformas digitales y redes sociales para conectar con sus públicos. Es por ello, y porque estas tienen sus propias lógicas de visibilidad y relevancia, que no debemos obviar las fuerzas e influencias que hay detrás. (pág. 14)

Las redes sociales en la sociedad

Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizadas tanto por individuos como por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica. Durante los últimos años, han surgido muchos tipos de redes sociales, tanto en el ámbito social o general, como en el corporativo, para efectos de negocios, o bien en temas específicos de interés de grupos o segmentos determinados. En la actualidad no se habla de medios de comunicación, sino de medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico (Hütt, 2021).

Política

Según Jiménez, (2019) La política como escenario de confrontación ideológico-programática para asignar deliberativamente los fines y decidir objetivos de la sociedad. Así

entendida, la política es un escenario de disputa y antagonismo civilizado, donde se plantean diferentes posiciones y alternativas sobre la manera de entender y resolver los conflictos sociales. Estos diferentes planteamientos son defendidos por grupos de ciudadanos o por partidos políticos, los cuales entran en pugna dados los diversos intereses que representan y la diferente aproximación ideológica en que se sustentan.

Este aspecto de la política es proclive a concebirla como un espacio social impregnado de discursos, debates y deliberación, en el cual la palabra y la argumentación toman el lugar de la fuerza y la coacción. La política significa, entonces, la apertura del público y el fortalecimiento de lo público (pág. 23)

Importancia de la política en la sociedad

La actividad política ejercida por quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos, es decir la actividad que desarrollan aquellas personas a las que usualmente se las conoce como "políticos" de carrera, miembros de algún partido o movimiento político, o que en calidad de independientes - igualmente buscan ser elegidos o nombrados para algún cargo o posición pública de relevancia, a fin de lograr regir los asuntos públicos de un Estado, o de un territorio determinado.

La actividad política ejercida por ciudadanas y ciudadanos cuando intervienen (más bien, cuando intervenimos) en los asuntos públicos, ya sea con nuestro voto, con nuestras opiniones, o

de manera más activa, y participativa, a través de acciones concretas, incluida la participación ciudadana, y el ejercicio de nuestros derechos en tanto que actores políticos. (Jijón, 2021, pág. 8).

Política y medios de comunicación

El poder y la política se deciden en el proceso de construcción de la mente humana a través de la comunicación. En nuestro tipo de sociedad, los medios de comunicación de masas son decisivos en la formación de la opinión pública que condiciona la decisión política. La política es sobre todo política mediática, lo cual tiene consecuencias importantes sobre la política misma, ya que conduce a su personalización y a la política del escándalo.

Ahora bien, la comunicación de masas está siendo transformada por la difusión de Internet y la Web 2.0, así como por la comunicación inalámbrica. La emergencia de la auto comunicación de masa de intermedia a los medios y abre el abanico de influencias en el campo de la comunicación, permitiendo una mayor intervención de los ciudadanos, lo cual ayuda a los movimientos sociales y a las políticas alternativas. Pero al mismo tiempo también las empresas, los gobiernos, los políticos intervienen en el espacio de Internet (Castells, 2022, pág. 24).

1.7 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada para el proceso de investigación es mediante tipos de investigación y métodos aplicados a los habitantes del cantón Quevedo, analizando como las redes

sociales son utilizadas para los escenarios de los diferentes partidos políticos que buscan lograr sus objetivos influyendo en la opinión de las personas, ante lo cual se buscará seleccionar datos mediante las técnicas utilizadas que brinden información concreta para el desarrollo y presentación de los resultados finales.

Modalidad de la investigación

La modalidad es de tipo cualitativo y cuantitativo porque permite explicar y describir las características y datos estadísticos de evolución como la política ha incursionado en los diferentes medios de comunicación, hasta la llegada de las redes sociales las cuales se han convertido es poderosas herramientas de comunicación instantánea con una gran popularidad y aceptación del público llegando donde otros medios de comunicación tradicionales no llegan.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación de campo

Se utilizó como una fuente primaria para obtener información debido a que desarrollará una encuesta con los principales involucrados la población quevedeña conociendo su opinión sobre la publicidad y campaña políticas que son trasladadas a las redes sociales como tema de debate a fin de seleccionar información idónea que sustente los objetivos planteados de la problemática.

Investigación descriptiva

Permitió describir como son presentados los temas políticos a través de las redes sociales, publicidad, campañas, debates como parte estratégica de captar al votante y la manera como el usuario tiene acceso a conocer sus perfiles políticos planes y propuestas que presentan en la ciudad de Quevedo.

Investigación explicativa

Estableció las causas y efectos que tiene la relación de las variables en el presente caso la utilización de las redes sociales, como escenarios políticos abriendo el debate si es necesario que estas sean controladas debido al exceso de publicidad de campañas electorales indicando el papel crítico que juegan las redes sociales como medios de comunicación en la percepción del ciudadano común.

MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTO

Método analítico

Se utilizó para realizar un análisis de como las redes sociales son consideradas en la actualidad como los medios de comunicación moderno, son recursos estratégicos en temas políticos, quien controla sus contenidos y con influyen en la opinión de los quevedeños, y el espacio que le dan a la participación ciudadana.

Método estadístico

Permitió tabular la información obtenida mediante tabla y gráficos a los datos de los cuales se presentará el respectivo análisis de acuerdo a la información obtenida durante el proceso de investigación desarrollado.

TÉCNICA

Encuesta

Para obtener información primaria se procederá a elaborar un cuestionario de preguntas de forma clara y precisa sobre el tema de estudio a los habitantes del cantón Quevedo con el propósito de conocer su opinión respecto al tema. Cada una de las preguntas están elaboradas para que sean respondidas de forma inmediata sin ningún tipo de desorden.

Instrumentos

- ✓ Encuesta

Población y muestra de investigación

Población

La población está conformada 18.360 personas del cantón Quevedo que de acuerdo Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) han utilizado Internet en los últimos 12 meses siendo miembros activos en las redes sociales mientras que el 36,0% de los hogares

tiene acceso a Internet, de ellos el 24,5% accede a través de algún medio inalámbrico, y el 70,5% de las personas que usan Internet lo hacen por lo menos una vez al día, seguidos de los que por lo menos lo utilizan una vez a la semana con el 26,0%. (Ecuadorencifras, 2020).

Muestra

Total, de Encuestas a realizar:

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestren
$$= \frac{N}{E^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{18.360}{0,05^2(18.360 - 1) + 1} = \frac{18.360}{0,0025(18.359) + 1}$$

$$n = \frac{18.360}{46.8975} = 391$$

1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados de la investigación se obtuvieron aplicando los métodos y técnicas investigativas, que ayudaron a formular una encuesta a la población del cantón Quevedo sobre la utilización de las redes sociales como actos de los escenarios políticos, el propósito es determinar cómo las redes sociales pueden influir en las personas para que los diferentes partidos políticos opten para elegir como una mejor estrategia las redes sociales considerándolas poderosas

herramientas de comunicación llegando donde otros medios no llegan con el firme interés de captar la atención del usuario.

El uso masivo de las redes sociales ha incidido para que las empresas prefieran invertir en publicidad virtual debido a su capacidad, alcance y poder mediático, constituyéndose en un actor clave como demanda entre el estado y la ciudadanía, brindado una mayor espacio para que la ciudadanía participe activamente lo cual ha sido parte de la fórmula de su éxito, no obstante la invasión a la privacidad de los perfiles en las redes sociales molesta a muchos usuarios por la repetición constante de la misma publicidad política cada vez que se ingresa al mundo virtual.

Encuesta realizada a la población quevedeña sobre uso de las redes sociales en los escenarios políticos

¿Utiliza usted las redes sociales?

Tabla 1.-Redes sociales

Opción	Asistencia	Porcentaje
Si	293	76%
No	45	11%
Poco	53	13%
Total	391	100%

Fuente: Población quevedeña

Elaborado por: Milena Chiang

Análisis e interpretación de datos

De acuerdo a la encuesta realizada se determinó que el 76% de la población utiliza las redes sociales como una forma de distraerse, comunicar u opinar del algún tema en

particularmente debido al espacio de participación ciudadana que brindan, mientras que el 11% expresa que no lo utiliza y el 13% indica que las utilizan de escasamente.

¿Cuáles son sus redes sociales favoritas para navegar?

Tabla 2.- Redes sociales favoritas

Opción	Asistencia	Porcentaje
Facebook	110	28%
WhatsApp	91	25%
TikTok	90	23%
YouTube	70	18%
Instagram	30	8%
Total	391	100%

Fuente: Población quevedeña

Elaborado por: Milena Chiang

Análisis e interpretación de datos

La encuesta realizada a la población quevedeña revela que las redes sociales tienen una gran importancia siendo las favoritas el Facebook con un 28% de aceptación, mientras que el WhatsApp se ubica en el 25% seguido por Tik Tok considerada para muchos como predilecta con un nivel de aceptación del 23%, mientras que el YouTube para muchos es la herramienta privilegiada con una aceptación del 18% y el Instagram con un 8%.

¿Por qué medios de comunicación de comunicación se mantiene informado?

Tabla 3.-Información

Opción	Asistencia	Porcentaje
televisión	100	25%
Radio	50	13%
Periódico	70	18%
Redes sociales	171	45%
Total	391	100%

Fuente: Población quevedeña

Elaborado por: Milena Chiang

Análisis e interpretación de datos

La encuesta realizada revela que el 25% de los encuestados lo hacen a través de la televisión, mientras que el 13% por radio, un 18% usado la prensa escrita y el 45% a través de las redes sociales con los medios virtuales que informa de todo lo que sucede

¿Considera a las redes sociales como medios de comunicación?

Tabla 4.-Medios de comunicación

Opción	Asistencia	Porcentaje
SI	346	89%
No	45	11%
Total	391	100%

Fuente: Población quevedeña

Elaborado por: Milena Chiang

Análisis e interpretación de datos

EL 89% de la población encuestada considera a las redes sociales como medios de comunicación debido a que pueden llegar donde los medios de comunicación tradicionales no llegan, no obstante, el 11% cree que no es así considerándolos como plataforma de entretenimiento.

¿Está de acuerdo que las redes sociales sean utilizadas como escenarios políticos?

Tabla 5.-Escenarios políticos

Opción	Asistencia	Porcentaje
SI	60	15%
No	211	55%
Poco	120	30%
Total	391	100%

Fuente: Población quevedeña

Elaborado por: Milena Chiang

Análisis e interpretación de datos

La encuesta realizada a la población quevedeña señala que el 15% de la población considera que las redes sociales si deberías se parte de los escenarios políticos, mientras que el 55% señala que no y que deben ser utilizadas como una forma de entretenimiento, sin embargo, 30% considera que se deben utilizar, pero de forma controlada.

¿Considera que la publicidad política influye en el voto del usuario que utiliza las redes sociales?

Tabla 6.-Publicidad

Opción	Asistencia	Porcentaje
SI	186	49%
No	81	20%
Quizás	124	31%
Total	391	100%

Fuente: Población quevedeña

Elaborado por: Milena Chiang

Análisis e interpretación de datos

El total de la población encuestada el 49% señala que la publicidad política si influye en el voto del usuario que utiliza las redes sociales, mientras que el 20% manifiesta que no y un 31% que si

¿Cree que se debería controlar el poder político que se ejercen en las redes sociales al ser utilizadas como estrategia comunicación publicitaria?

Tabla 7.- Poder político

Opción	Asistencia	Porcentaje
SI	326	84%
No	15	4%
Quizás	50	13%
Total	391	100%

Fuente: Población quevedeña

Elaborado por: Milena Chiang

Análisis e interpretación de datos

El 84% de la población considera que si se debería controlar el poder político que se ejercen en las redes sociales al ser utilizadas como estrategia comunicación publicitaria, mientras que el 4% señala que no porque son medios de comunicación libre y un 4% que tal se deberían controlar.

2.1 SITUACIONES DETECTADAS

En el proceso de investigación se detectaron diversas situaciones en lo que corresponde a la utilización de las redes sociales como actos de escenarios políticos del cantón Quevedo,

estableciendo que en la actualidad las redes sociales son consideradas los medios de comunicación preferidos por millones de personas incluidos los quevedeños quienes utilizan las diferentes redes sociales a las cuales pueden acceder de forma gratuita fácil, como una opción de entretenimiento y conocimiento para estar comunicados y relacionarse con todo lo que los rodea.

La disponibilidad de las redes sociales, espacio para la participación ciudadana, gratuidad, fácil acceso las ha catapultado a gozar del éxito que en la actualidad cuenta con millones de usuarios que se conectan diariamente. El empoderamiento de estas plataformas virtuales en el mundo de la comunicación ha llamado la atención de tal manera que en la actualidad hay cientos de empresas que se enfocan en promocionar y vender parte de sus productos debido su poder mediático y alcance llegando a todo el público, de la misma manera las empresas de marketing y consultorías política han establecido una buena estrategia utilizar las redes sociales como escenario para publicidad, entrevista y todo tipo de contenido político captando la atención para ganar la simpatía de los usuarios.

Dentro del ambiente investigativo se propuso una encuesta a la población quevedeña, determinando la opinión sobre el uso de las redes sociales como canales comunicacionales de los partidos políticos, al cuestionarlos sobre la utilización de las redes sociales el 76% confirmo efectivamente que utilizan las plataformas virtuales, mientras que el 28% manifiesta que sus redes preferidas son Facebook, seguidas WhatsApp por el 25% considerándolas como un excelente medio de comunicación por el 89% de los quevedeños prefiriendo informase mediante las distintas plataformas virtuales.

Al consultarlos si están de acuerdo que las redes sociales deben ser utilizadas como escenarios políticos el 15% respondió que si porque les permite conocer sus perfiles, propuestas, planificaciones de los candidatos quienes se postulan para los diferentes curules, no obstante un 55% señalo que no está de acuerdo debido a que sus perfiles de redes sociales se ve invadido de publicidad, entrevistas ataques políticos lo que resulta tedioso, indicando que debe haber un control para limitar a las campañas políticas en las redes sociales pues son un espacio de distracción y conocimiento ajenos a intereses de los partidos políticos que aparecen cada determinando tiempo.

Pese a las diferencias de opiniones en el uso de las redes sociales como actos de los escenarios políticos es innegables y notorio su éxito donde cada día tiene más suscriptores, se debe proponer que estos medios sean utilizados como una herramienta electoral provechosa conociendo las propuestas políticas contribución y desarrollo de los candidatos que se postulan para las diferentes dignidades compartiendo información y reflexionando sobre quien está capacitado para gobernar o no mediante el conocimiento e información que se genera a través de los espacios virtuales.

2.2 SOLUCIONES PLANTEADAS

- ✓ Concientizar el uso de las redes sociales como modernas herramientas de comunicación que pueden informar de forma eficiente y rápida.

- ✓ Utilizar las redes sociales para conocer los perfiles de los candidatos, propuestas planificaciones y acciones que se desarrollan dentro del ámbito social.

✓ Utilizar los espacios de participación que brindan las redes sociales para plantear propuestas a los candidatos políticos que promuevan el desarrollo de las comunidades.

✓ Incentivar que los representantes de las parroquias urbanas y rurales que conforman el cantón Quevedo presenten candidatos que tengan buenos proyectos y conocimiento sobre el ámbito político.

✓ Exigir a las autoridades competentes crear normas y limitar los espacios de publicidad política con la finalidad de reflexionar el voto encontrando las mejores opciones a elegir.

✓ Proponer entrevista con la participación de la ciudadanía mediante las redes sociales para desarrollar preguntas que generen respuesta en vivo de manera que la ciudadanía tenga una idea del candidato que se está postulando a ocupar un puesto gubernamental.

✓ Plantear debates en vivo con los candidatos postulantes que sean transmitidos por las redes sociales en horarios fijos de manera que el usuario conozca las propuestas y mejores opciones a elegir.

✓ Exigir campañas y toda publicidad política de manera honesta sin apelativos calificativos en contra de sus opositores.

2.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

✓ Se concluye de acuerdo a la investigación efectuada y el sondeo de la encuesta que permitieron tener información de fuente primaria en el presente caso la población quevedeña que las redes sociales más utilizadas y preferidas son Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, WeChat, TikTok por lo que son de fácil acceso, su uso no es complicado para que las personas mayores las puedan utilizar sin ningún tipo de complicación, además que son gratuitas y tienen un mayor alcance en comparación a los medios de comunicación tradicionales brindando un mayor espacio para que el usuario participe activamente y forme una opinión de lo que se le presenta.

✓ Se determinó que la percepción del público al observar los diferentes escenarios políticos en sus perfiles de sus redes sociales, es un poco molesto por la manera como se reproducen los contenidos de publicidad electoral, por lo que muchos de los usuarios señalan que debe haber un mayor control por parte de las autoridades limitando el espacio a los partidos políticos de diferentes clases.

✓ En la actualidad no existe campañas sobre el buen uso de las redes sociales, algunos partidos políticos aprovechan el espacio para poder subir videos, fotos debido a que es una plataforma virtual libre no tienen que monetizar, y llegan a los lugares más recónditos, ante lo cual se ve en la necesidad de desarrollar acciones de concientización sobre la importancia de las redes sociales que pueden ser excelentes herramientas de educación y aprendizaje

Recomendaciones

✓ Se recomienda usar las redes sociales como una forma de entretenimiento, y como estrategias de aprendizaje en informarse de todo lo que sucede en el entorno político conociendo los perfiles de candidatos, propuestas, proyectos, organizaciones con el propósito de elegir responsablemente a las autoridades que ocuparán curules importantes los mismos que tendrán decisiones sobre lo que respecta al futuro de ciudad en la que nos relacionamos todos.

✓ Se sugiere a las autoridades gubernamentales aplicar norma en la ley de comunicación sobre el control y límite en las propagandas electorales y la forma como invaden las redes sociales, ejerciendo un control y multando a partidos políticos que no se sometan al reglamento establecido respetando de esta manera el espacio virtual de cada ciudadano quienes podrán elegir libremente sin el acoso político a través de estos medios de comunicación.

✓ Se propone desarrollar campañas de concientización sobre el buen uso de las redes sociales, además de limitar el espacio a la publicidad política en tiempos electorales de esta forma evitar influir y cambiar la percepción que tiene la ciudadanía a la hora de votar por el candidato que consideren más oportuno.

Bibliografías

- Candale, C. (2021). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. file:///C:/Users/Jennifer/Downloads/Dialnet-las características de las redes socialesy las posibilida-6319192%20(1).pdf.
- Castells, M. (2022). Los medios y la política. [https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero 074/los-medios-y-la-politica/](https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero%20074/los-medios-y-la-politica/).
- Ecuadorencifras. (2020). Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S). https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/.
- Escobar, C. (2022). ¿Qué tipos de redes sociales existen? (Y cómo aprovecharlas para tu negocio) . <https://sproutsocial.com/es/insights/tipos-de-redes-sociales/>.
- Espuny, M. (2020). Las redes sociales como medio de comunicación: técnicas para crear espacios libres de desinformación. <https://agenciacomma.com/analisis-de-datos/las-redes-sociales-como-medio-de-comunicacion/>.
- Hütt, H. (2021). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>.
- Jijón, M. (2021). La política: ¿para qué nos sirve? Algunos apuntes hacia una mejor gobernanza de lo público. <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/412/531>.
- Jiménez, W. (2019). El concepto de política y sus implicaciones en la ética pública: reflexiones a partir de Carl Schmitt y Norbert Lechner. [https://www.redalyc.org/pdf/.pdfCentro Latinoamericano de](https://www.redalyc.org/pdf/.pdfCentroLatinoamericano.de).

Llonch, E. (2022). ¿Qué son las redes sociales y cuáles son las más importantes?

<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-las-redes-sociales-y-cuales-son-las-mas-importantes>.

Sabadell. (2019). El blog de banco Sabadell. [https://blog.bancsabadell.com/2022/06/la-](https://blog.bancsabadell.com/2022/06/la-importancia-y-utilidad-de-las-redes-sociales)

[importancia-y-utilidad-de-las-redes-sociales](https://blog.bancsabadell.com/2022/06/la-importancia-y-utilidad-de-las-redes-sociales).

Ficha técnica de la encuesta

N°	Encuesta a desarrollar	Si	No
	¿Utiliza usted las redes sociales?		
	¿Cuáles son sus redes sociales favoritas para navegar?		
	¿Por qué medios de comunicación de comunicación se mantiene informado?		
	¿Considera a las redes sociales como medios de comunicación?		
	¿Está de acuerdo que las redes sociales sean utilizadas como escenarios políticos?		
	¿Considera que la publicidad política influye en el voto del usuario que utiliza las redes sociales?		
	¿Cree que se debería controlar el poder político que se ejercen en las redes sociales al ser utilizadas como estrategia comunicación publicitaria?		

Fotos 1. Encuestas a desarrollar



Fotos 2. Encuesta con la población quevedeña

