



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSION ESCRITA) DEL
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

PROBLEMA:

**INCIDENCIA DEL MANEJO COMUNICACIONAL DE LAS CAMPAÑAS
POLITICAS EN FACEBOOK**

AUTORA:

GOMEZ BANCHEN ROSA MARIA

TUTOR:

MSC. DANIEL GUSTAVO LEMOS BELTRÁN

BABAHOYO - ABRIL/2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

En primer lugar, dedico este trabajo a Dios ya que él es el maestro de mi vida por brindarme absolutamente todo para seguir progresando en mi vida y en todas mis metas que tengo ya que sin el nada de esto se hubiera hecho posible.

A mis padres Sr. Luis Francisco Gómez Montalván, Sra. María Gisella Banchén Carpio que sin dudar han hecho todo un esfuerzo para apoyarme para que hoy haya hecho realidad uno de muchos sueños que tengo, a mi novio Alan Javier Vélez Villamar por estar ahí siempre conmigo apoyándome cuando más lo necesitaba y a todas las personas que depositaron su granito de arena para la obtención de este ideal, a todos ellos les dedico este trabajo.

Rosa Maria Gomez Banchén



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

En toda instancia he sentido la presencia de nuestro padre celestial, gracias a él por preservar mi vida, por vivir en mi corazón y conducir cada paso que doy, por bendecir mis logros. A la Ilustre Universidad Técnica de Babahoyo por contribuir en mi desarrollo profesional, agradezco a mis licenciados y licenciadas guías de mi espíritu en los altares del saber.

Por su valioso aporte intelectual en el desarrollo de este trabajo.

A las personas que hicieron de este estudio una oportunidad para mi desarrollo profesional A todos los que tienen una pertenencia en mi corazón.

Rosa Maria Gomez Banchén



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **GOMEZ BANCHEN ROSA MARIA**, portadora de la cédula de ciudadanía **120737819-9**, en calidad de autor (a) del documento probatorio (Dimensión Escrita) del examen Complexivo de grado previo a la Obtención del Título de Licenciada en **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

INCIDENCIA DEL MANEJO COMUNICACIONAL DE LAS CAMPAÑAS POLITICAS EN FACEBOOK.

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

GOMEZ BANCHEN ROSA MARIA
120737819-9



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO
PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

Babahoyo, 26 abril de 2019

En mi calidad de Tutor del *documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo de grado*, designado por el Consejo Directivo con oficio **0040-SCT-FERP**, con fecha **Abril 1 de 2019**, mediante resolución

CD-FAC.C.J.S.E-S0-003-RES-002-2019 certifico que el Sr. (a) (ta) **GOMEZ BANCHEN ROSA MARIA**, ha desarrollado el documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo:

**ANALISIS DEL MANEJO COMUNICACIONAL DE LAS CAMPAÑAS
POLITICAS EN FACEBOOK.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del el documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo 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 el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

DANIEL LEMOS, MSc.
DOCENTE DE LA FCJSE.

RESUMEN

Incidencia del manejo comunicacional de las Campañas Políticas en Facebook

La influencia de la red social Facebook como manejo comunicacional en las campañas políticas han trascendido en nuestro país y día a día va incrementando. En el Cantón Vinces existe un alto índice del uso de esta red social, ya que la comunicación política se basa en promover el intercambio de ideas y permitir que la sociedad, en su mayoría la población joven, formen parte activa de una campaña electoral mediante el uso de redes sociales. A través de esta nueva forma de hacer política se generan diversos tipos de debates de los cuales se puede obtener propuestas y proyectos.

Con el fin de dar a conocer la importancia de la red social Facebook en las campañas políticas en el Cantón Vinces, como ha influido en el ámbito electoral, y poder conocer si esta red social es un medio confiable. Para ello se utilizó como técnica para la recolección de información una encuesta donde se le realizaron 10 preguntas a los usuarios del grupo de la red social Facebook “todo sobre Vinces”, donde su población es de 9000 seguidores pero una vez aplicando la fórmula para obtener la muestra, quedaron 73 usuarios a la cual se dirige la encuesta y se le realiza las debidas preguntas, y una vez obtenido los resultados se realizó representaciones gráficas, análisis e interpretación de los datos obtenidos generándose de esto los resultados y las conclusiones que dan la debida sustentabilidad al presente trabajo.

Palabras claves: Facebook-Manejo comunicacional-Campañas Políticas –Ámbito Electoral



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



RESULTADO DEL TRABAJO DE SUSTENTACION

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DOCUMENTO PROBATORIO
(DIMENSION ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO TITULADO:
**INCIDENCIA DEL MANEJO COMUNICACIONAL DE LAS CAMPAÑAS
POLITICAS EN FACEBOOK.**

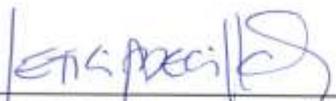
PRESENTADO POR EL SEÑOR (ITA): **GOMEZ BANCHEN ROSA MARIA**

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

8,17

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:



LETICIA GARCIA LETICIA AURORA
DELEGADA DE LA DECANA



RODRIGUEZ PONCE FRANKLIN
EDWIN
DOCENTE ESPECIALISTA



MONTECE MOSQUERA FRSNKLIN
WASHINGTON
DELEGADO DEL CIDE



ABG.ISELA BERRUZ MOSQUERA
SECRETARIA DE I.C.
FAC.CC.JJ.SS.D.E.


ÍNDICE GENERAL

CARATULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLA	x
ÍNDICE DE GRÁFICO	xi
INTRODUCCIÓN	1
1. DESARROLLO	2
JUSTIFICACIÓN	2
OBJETIVO GENERAL	3
SUSTENTO TEÓRICO	3
Facebook	3
Manejo comunicacional en las campañas políticas	5
Facebook como herramienta del manejo comunicacional de las campañas políticas.	6
Campaña Política y la influencia del facebook	7
Imagen del candidato: su identidad y reputación	8
Identidad	8
Reputación	9
TÉCNICA APLICADA PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	10
Encuesta	11
Población	11
Muestra	11
RESULTADOS OBTENIDOS	14
2. CONCLUSIONES	15
3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	17
4. ANEXOS	19

ÍNDICE DE TABLA

Tabla # 1: Usted ha utilizado la red social de Facebook.....	20
Tabla # 2: Considera usted que la red social Facebook es importante.....	21
Tabla # 3: Usted considera que Facebook es una buena herramienta.....	22
Tabla # 4: Creé usted que ha trascendido el uso de la red social Facebook.....	23
Tabla # 5: Es Facebook comparable con los niveles convencionales.....	24
Tabla # 6: Es la red social Facebook un medio con credibilidad.....	25
Tabla # 7: Facebook ha modificado los canales de comunicación.....	26
Tabla # 8: Facebook puede incidir en la intención de los votantes.....	27
Tabla # 9: Es Facebook parte de la planificación de agendas.....	28
Tabla # 10: Facebook ayuda al político en su candidatura.....	29

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico # 1: Usted ha utilizado la red social de Facebook.....	20
Gráfico # 2: Considera usted que la red social Facebook es importante.....	21
Gráfico # 3: Usted considera que Facebook es una buena herramienta.....	22
Gráfico # 4: Creé usted que ha trascendido el uso de la red social Facebook....	23
Gráfico # 5: Es Facebook comparable con los niveles convencionales.....	24
Gráfico # 6: Es la red social Facebook un medio con credibilidad.....	25
Gráfico # 7: Facebook ha modificado los canales de comunicación.....	26
Gráfico # 8: Facebook puede incidir en la intención de los votantes.....	27
Gráfico # 9: Es Facebook parte de la planificación de agendas.....	28
Gráfico # 10: Facebook ayuda al político en su candidatura.....	29

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo académico está orientado a tratar un aspecto de singular importancia, el uso de la red social facebook para fines políticos. En concreto, a través de esta página intentaremos determinar el carácter estratégico del proceso seguido por los políticos para conseguir notoriedad y seguidores con ayuda de las nuevas tecnologías a través de las redes sociales. Se trata de una reflexión sobre la fusión en Internet de dos procesos consustanciales: comunicación y política. Su evolución hasta llegar a un estado de mutuo conocimiento y analizar el peso de las redes sociales en este contexto político.

Podemos analizar la actuación política desde muchos ángulos ya que actúan en la vida social activamente y a través de todo tipo de canales pero para este trabajo vamos a centrarnos en el uso de la red social facebook como el mejor manejo de comunicación de las campañas políticas en muestra de esta era tecnológica. Se trata de un medio de gran impacto en la sociedad actual, que puede llegar a cualquier ámbito de la vida y cuenta con un componente social ya que pone a los usuarios en contacto.

Dentro de este trabajo vamos a aplicar la sublinea de investigación redes e instrumentos de evaluación de la política pública, la cual podremos analizar entonces, la capacidad de la red social facebook en el ámbito electoral para alcalde del Cantón Vinces, provincia Los Ríos, su uso de esta plataforma virtual hasta el momento es la capacidad que estas tienen de atraer votos de manera absoluta y tratar de definir el uso específico e impacto principal de esta red social del momento.

1. DESARROLLO

¿A mayor contenido de interés en la página de Facebook de la elección a la alcaldía del Cantón Vinces, existe mayor participación ciudadana? Varios factores dependen al momento de responder esta interrogativa, una de ellas es al tomar en cuenta la realidad política del Cantón Vinces, se diría que la mayoría de los candidatos a alcaldes, han tenido una muy buena aceptación, según la percepción de sus ciudadanos y el hecho de que uno está por encima de los demás (Alfonso Montalván alcalde electo) con más del 50% de aceptación en la red social facebook.

JUSTIFICACIÓN

El tema de este trabajo, es una indagación de relevancia política sobre el manejo comunicacional, social y tecnológica a nivel local, en nuestro cantón no se ha desarrollado el mismo tema de investigación sobre “El análisis del manejo comunicacional de las campañas políticas en la red social facebook” donde lograremos saber a ciencia cierta cuál es su incidencia en la intención del voto.

La red social digital facebook, en los últimos años, se ha transformado en espacios para el debate y participación de usuarios de todas las edades y estratos sociales. No existe prohibición al acceso a Internet y un conocimiento básico sobre el uso de recursos de esta red ayuda en la participación de su derecho al voto, aunque estas condiciones no siempre imposibiliten a las personas a coexistir en la esfera pública desde otros entornos, más si se abordan situaciones relevantes, como la política.

Internet ha democratizado la información y expandido los alcances de la libertad de expresión. En los medios tradicionales seguirá siendo imposible decir lo que un ciudadano quiera o le parezca sobre un tema en especial. Pero en las redes sociales es más fácil que esto se cumpla. Que trascienda o no es un apartado que requiere otro análisis.

Con este escenario, en la actualidad se pretende estudiar el impacto de la red social digital facebook para establecer su uso más común, como en el recién proceso de la elección democrática, se vuelve trascendental, mientras más crece la necesidad de fijar normas éticas del manejo de información. La naturaleza, propia de la red, ha tenido implicaciones en las campañas políticas por lo que su análisis se vuelve tan importante como la decisión de un pueblo en época de campaña.

OBJETIVO GENERAL

Determinar si la red social digital Facebook, como manejo de comunicación política en el proceso electoral para la designación del alcalde en el Cantón Vinces, influye en la intención del voto.

SUSTENTO TEÓRICO

Facebook

Facebook: es un sitio web de redes sociales. Fue creado originariamente para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero ha sido abierto a cualquier otra persona que

tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

Según (**Espejo, 2015**) “El objetivo de esta red es mantener a los usuarios conectados con sus familiares y amigos y ayudarlos a mantenerse en contacto con aquellos que no están cerca” (Pg.46). Es si podemos decir que facebook es una red usada por personas de rangos de edad muy amplios, los cuales acostumbran a utilizarla a diario. Ésta, a pesar de ser tan popular, no está exenta de polémica.

Asimismo, para (**Vega, 2017**) La principal función de Facebook:

“Es comunicar y conectar a sus usuarios dentro del sitio web. Los usuarios pueden compartir estados, fotos u otro contenido multimedia con sus amigos “virtuales”, donde ellos tienen la opción de indicar que les agrada lo publicado mediante el botón de like o compartir con sus propias redes el contenido ya publicado” (Pg.32).

En facebook se registra ciertos datos importantes de una persona como su nombre, edad, sexo. Asimismo esta red social solicita datos de carácter sensible, cuando una persona abre una cuenta de facebook tiene que otorgar datos del lugar donde vive, donde nació, su número de teléfono de la casa, celular, estado civil, el número de hijos que tiene y quienes son, ya que facebook le otorga opciones de escoger que parentesco tiene con una persona.

De igual forma (**Vinueza, 2018**) nos dice que:

“La diferencia que tiene Facebook a la hora de comunicarse es que al momento en que una persona realiza una publicación en su muro, aparece como noticias a la red de amigos y si ellos comentan o accionan con un like⁵⁶ a la publicación, la actividad llegará hasta la red de los amigos de estos” (Pg.23).

Cabe recalcar que esta plataforma de red de contactos como es el caso de facebook, se convierte en una herramienta dentro de la estrategia de comunicación política muy potente y en continuo crecimiento para las campañas electorales de los principales candidatos para la alcaldía del Cantón Vinces.

Manejo comunicacional en las campañas políticas

En los últimos tiempos la comunicación política ha evolucionado mucho, más allá de las propagandas de los partidos políticos durante las campañas electorales. El sufragio favorable de los ciudadanos para los candidatos no obedece únicamente de las semanas o días previos a las elecciones, sino como viene desempeñándose durante años atrás tanto en el ámbito social, político, familiar, etc. Esto se ha convertido en una pieza clave para entender la elección final del votante. Por ello, se puede entender a la comunicación política como un asunto participativo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y votantes.

Según para (Obón, 2017) el manejo de la comunicación en las campañas electorales se da por:

“Respecto a los nuevos modelos de transmisión de información política a través de las redes sociales, donde el diálogo es superior al discurso, se puede decir que las redes se conforman como herramientas idóneas para ganar votantes, ya sea en campaña electoral o bien para crear comunicación interpersonal para ofrecer una imagen determinada del candidato”

Las renovaciones que han causado las redes sociales en la política han posibilitado que el mensaje sea bidireccional y que los votantes puedan monitorizar de una forma más regular las acciones de los políticos en un nuevo espacio de "ciberdemocracia" tras la revolución de la web 2.0

Facebook como herramienta del manejo comunicacional de las campañas políticas.

Facebook es una herramienta que si bien no se ha creado con el fin exclusivo de educar y permitir estudiar, con el poco tiempo de existencia que tiene ha logrado convertirse en una herramienta del manejo comunicacional de las campañas políticas de todos los candidatos ya sean para presidentes, asambleístas, prefectos, alcaldes, etc. Todo esto para captar millones de usuarios y se ha popularizado a grandes escalas.

Para (Martín, 2014) el uso de la red social facebook como herramienta del manejo comunicacional de las campañas políticas, lo ve de la siguiente manera:

“Los partidos políticos han elegido esta red social facebook y se gastan miles y millones para anuncios y propaganda política y tienen sus propias páginas Web para sus candidatos, pero para hacer parte de la campaña a los ciudadanos, ganar seguidores y voluntarios es necesario el uso de esta red social”(Pg.8).

Esta capacidad de comunicación constante ha sido aprovechada de manera satisfactoria dentro de las campañas políticas para generar un vínculo de mayor comunicación entre los candidatos y los electorados y crear un flujo de información donde se pueda interceptar el voto. La mayoría por no decir todo el electorado utilizan la red social

Facebook, lo que promueve un resultado más satisfactorio en lo que se refiere a la captación de la intención al voto.

Campaña Política y la influencia del facebook

Una campaña política es un esfuerzo constituido para influir en la decisión de un proceso en un individuo o en un grupo de individuos para captar sus votos. En las democracias las campañas a menudo se refieren a las campañas electorales donde los candidatos son escogidos o se decide por medio del sufragio.

Para la página social (**Economista, 2018**) Una campaña electoral o política “es el conjunto de actividades que llevan a cabo partidos, coaliciones y candidatos registrados ante la autoridad, en búsqueda de los votos de los ciudadanos”.

La red social facebook es muy importante ya que conecta, de forma inmediata y sencilla, a los ciudadanos usuarios de esta red social con los políticos. Antes, esta relación era impensable. La conexión se produce gracias al esfuerzo de la planeación. Para ello, se necesita revisar todas las premisas y realizar un trabajo que permita potenciar la empatía e identificarse con el público.

Cuando la mayor parte de los representantes de los partidos políticos piensa en campañas digitales, de forma automática se refieren a Facebook, Twitter e Instagram, pero como una táctica circunstancial de su procedimiento de comunicación, no como una parte

fundamental. Una buena campaña va más allá, porque entiende que las redes sociales son una parte fundamental del ecosistema digital. Las mejores cuentas no son necesariamente aquellas con más seguidores, sino las que tienen mayor interacción

Imagen del candidato: su identidad y reputación

Los candidatos poseen datos personales que se vuelven público a medida que la campaña está avanzando, al decir los conceptos que se expondrán sobre identidad y reputación en las redes sociales, se abordaran los conceptos generales de estas dos categorías de estudio; Identidad y reputación.

Identidad

La identidad es la esencia de todo ser con su naturaleza y con las características que lo definen y constituyen. Tiene una identidad que lo hace único y diferente a cualquier otro ser. Hay factores que constituyen a la identidad, que convierten al ser lo que es, y lo cual es imposible que se repita en otro ser. Esta idea relacionada con la reputación se convierte en el conjunto de ideas que existe en la mente de la gente acerca de los candidatos.

Tajfel que es citado por (Marquez, 2012) define a la identidad social como “aquella parte del auto concepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Pg.18).

Esta consistencia de la identidad permite que el candidato sea reconocido por quien es, y por todos los factores identificadores que va construyendo su imagen. La identidad va de la mano con la reputación y esta categoría se convierte en los atributos del candidato, esas características que se requiere para que el público los conozca y lo asocien en el plano político. Es decir solo lo que le interesa al candidato es que su público lo reconozca, esta es la característica principal para controlar y manipular y así buscar influir en los votantes.

Por otro lado tenemos lo que conforma la identidad digital la cual es definida como el conjunto de información sobre un individuo o una organización (partidos políticos) expuesta en internet este son los datos personales, imágenes, registros, noticias, comentarios, etc. Este concepto también puede referirse con la visibilidad, pues cuanto más visible es un candidato en redes sociales más se conoce acerca de él.

En su trabajo de grado (**Tite, 2017**) nos dice que la identidad digital:

“Es un precepto de estudio en áreas como: el marketing, comunicación, sociología y antropología, debido a que el comportamiento y formas de interrelación de los sujetos cada vez son distintas y mediadas por aparatos digitales que muestran el mundo virtual, este proceso se logra gracias a la multiplicidad de contenido y las distintas formas de comunicación que se trasladan a la internet” (Pg. 25).

Reputación

La reputación es aquella que se genera a través de la opinión que alguien tiene del resto de las personas, la reputación se construye a partir de lo que los demás ve en nosotros y de lo que se transmiten quienes nos conocen (desde su percepción). Lo que los demás

hablan de nosotros, de los políticos o de los partidos políticos en internet, no tiene fecha de caducidad, queda disponible como información para otros, y puede ser mal usada para menoscabar con una imagen. Los estudios sustentan que la reputación no es única sino que hay varias para una persona o una empresa. Por ejemplo, un hombre cumple un rol en su trabajo, en su casa, otra con su círculo de amigos y cada uno de estos públicos percibe de diferente manera a las personas o empresas.

En su trabajo titulado Identidad y Reputación Digital **(Ramos, 2016)** nos da su concepto sobre la reputación digital:

“Y nos dice que esta se basa en la opinión o consideración que se tiene de algo o de alguien, o en el prestigio en que se estime a alguien o algo. En general, el ser humano aspira a ser valorado en su entorno y a tener una buena reputación. Sin embargo, la reputación on-line tiene una serie de diferencias que la desmarcan del concepto de reputación más clásico o, si se prefiere, físico” (Pg.20).

TÉCNICA APLICADA PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El método a emplearse será el cualitativo, pues este consiste en la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. La cual se le preguntara a una parte de los usuarios de la red social facebook. También se realizará el método cuantitativo porque se presentará información de las cantidades observadas por medio de gráficos.

Encuesta

Se realizara una encuesta a los usuarios del grupo de la red social facebook “Todo sobre Vinces” donde se aplicará un cuestionario de 10 preguntas sobre el manejo comunicacional sobre las campañas políticas en facebook que tendrá una función exploratoria permitiendo acercarse de manera general al objeto de estudio.

Población

Según (**Paucar, 2018**) la población “Es el conjunto de todos los elementos cuyas propiedades se van a estudiar. También es llamada universo”.

La población con la que se realizó la investigación fueron los usuarios del grupo “Todo sobre Vinces” de la red social facebook que tiene más de 9000 seguidores y que promueve la candidatura a alcaldes de Vinces 2019 donde cuya población tiene como seguidores tanto a adolescentes, mayores y adultos mayores, considerándose este uno de los más importantes grupos y más fiables para realizar esta investigación.

Muestra

Para (**Paucar, 2018**) la muestra:

“Es un subconjunto de la población. En muchas ocasiones, es importante trabajar con una muestra representativa de la población, para ello, debemos trabajar con criterios y técnicas de muestreo. Una muestra representativa debe reflejar las características de la población”.

Como instrumentos para la investigación se realizará una encuesta a 73 usuarios del grupo de la red social todo sobre Vines donde se le realizara 10 preguntas cerradas, y así poder obtener información detallada y descriptiva del tema a tratar.

Formula:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 * N * p(1 - p)}{e^2 (N-1) + Z_{\alpha/2}^2 * p(1 - p)}$$

N	Tamaño de la muestra
N	Tamaño de la población, total de los usuarios del grupo de facebook “Todo sobre Vines” 9000.
E	Error que prevea cometer. En este caso utilizaremos un margen de error del 5% que seria 0,05
Za	Valor correspondiente al valor de confianza elegido o distribución de Gauss, en este caso 1,96.
P	Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerle, aplicar la opción más desfavorable (p=0,05), que hace mayor al tamaño muestral.

Remplazamos los datos en la formula y tendremos:

$$n = \frac{(1,96)^2 (9.000) (0,05) (1-0,05)}{(0,05)^2 (9.000 - 1) + (1,96)^2 (0,05) (1-0,05)}$$

$$n = \frac{1,648.28}{22,4975 + 0.182476}$$

$$n = \frac{1,648.28}{22.68}$$

$$n = 72,67$$

Obteniendo como resultado 72,67 que redondeando nos sale la cantidad de 73 usuarios que sería el tamaño de nuestra muestra es decir las personas a encuestar.

RESULTADOS OBTENIDOS

El fin de este trabajo académico es analizar los usos que nacen de las campañas que realizan los candidatos para alcaldes del Cantón Vinces mediante la red social Facebook, la cual se midió la relevancia de la red social y cómo influye en sus seguidores en el ámbito comunicacional.

Los fundamentos disponibles en este estudio de caso provienen de las publicaciones de los usuarios del grupo “Todo sobre Vinces” de la red social facebook la cual se ha hecho una herramienta muy importante para la captación de los votos por parte de los candidatos a alcalde. Asimismo, se pudo constatar por medio de la encuesta realizada que hay una muy aceptable interacción y una buena credibilidad entre los usuarios y candidatos políticos.

En este sentido, dentro del trabajo se realizaron acercamientos con personajes que participaron en algún punto de la campaña, quienes ofrecieron una perspectiva clara y próxima de lo ocurrido, y se pudo percibir que la red social facebook ha trascendido en estas campañas electorales para alcalde de Vinces.

2. CONCLUSIONES

Mediante el transcurso de la encuesta realizada a los usuarios del grupo de la red social facebook “Todo sobre Vinces”, se pudo analizar que dicha red social es la más relevante en cuanto a la comunicación de las campañas políticas y es lo que ha motivado a los candidatos a interactuar con los usuarios para la posible captación de los votos, entre otros factores, por lo que se ha llegado a la siguiente conclusión:

La red social facebook como manejo comunicacional es de gran importancia dentro de las campañas políticas para los candidatos a alcalde al Cantón Vinces, ya que ha sido escogida como la herramienta más utilizada para ganarse el voto de cada uno de los electores.

Asimismo, se pudo concluir que esta red es comparable en cuanto al nivel de interacción entre candidatos y usuarios de facebook a los espacios convencionales (caminatas, tarimas, entre otros), lo cual se pudo constatar que esta red social ha tenido una trascendencia de suma importancia.

Subsiguientemente podemos observar que es un medio de información con muy buena credibilidad dentro la plataforma virtual y que se ha venido modificado los canales de comunicación a la hora de construir campañas políticas por parte de los candidatos para alcalde de Vinces.

También mediante este estudio de caso se pudo permitir conocer que facebook se ha hecho parte de las planificaciones de agendas y campañas de los partidos políticos tradicionales ya que puede incidir en la intención de los votantes (usuarios “todo sobre Vinces), para alcaldes del Cantón Vinces.

De igual manera y lo más importante es que se pudo concluir que la red social facebook es de muy buena ayuda como manejo comunicacional dentro de las campañas políticas para los candidatos a alcalde al Cantón Vinces, por lo cual se tomara nota para en un futuro hacer una propuesta donde se explote más este medio digital.

3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Economista, E. (30 de marzo de 2018). *Google*. Obtenido de Qué son las campañas electorales: <https://www.economista.com.mx/politica/Que-son-las-campanas-electorales-20180328-0057.html>
- Espejo, M. M. (febrero de 2015). *Google Academico*. Obtenido de Facebook como medio publicitario:
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR5523.pdf>
- Marquez, G. G. (marzo de 2012). *Google*. Obtenido de Identidad:
<https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>
- Martín, B. B. (junio de 2014). *Google Academico*. Obtenido de EL USO DE LAS REDES SOCIALE PARA LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS:
<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/1256/retrieve>
- Obón, D. M. (2017). *Google Academico* . Obtenido de El uso de Facebook en Campañas Electorales:
http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/172816/TFG_2017_MarotoObon_David.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paucar, S. (2018). *Google*. Obtenido de Poblacion Y muestra: matemovil.com/poblacion-y-muestra-ejemplos-y-ejercicios/
- Ramos, F. J. (febrero de 2016). *Google*. Obtenido de Identidad y Reputacion Digital:
<file:///C:/Users/MARIA/Downloads/ALEX%20BORRAR.pdf>
- Tite, A. M. (Octube de 2017). *Google Academico*. Obtenido de Análisis de identidad y marca personal en redes sociales.:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13078/1/T-UCE-0009-037-2017.pdf>

Vega, R. J. (Agosto de 2017). *Google Academico*. Obtenido de ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS PROPAGANDÍSTICAS DIGITALES :

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28879/1/Rosa%20Juliana%20Quizhpi%20Vega.pdf>

Vinueza, D. (2018). *Google*. Obtenido de El uso de redes sociales (Facebook y YouTube) en la campaña electoral:

<file:///C:/Users/MARIA/Downloads/BORRAR%20TESIS.pdf>

ANEXOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS DEL GRUPO “TODO SOBRE VINCES” DE LA RED SOCIAL FACEBOOK DE VINCES

1. ¿Usted ha utilizado la red social de Facebook para hacer campañas políticas en estas elecciones para alcalde de Vinges 2019?

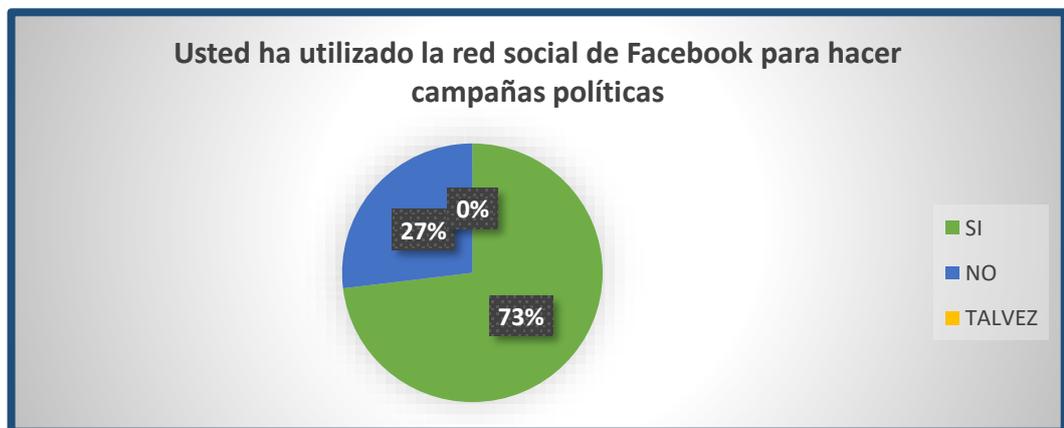
Tabla N°1: Usted ha utilizado la red social de Facebook para hacer campañas políticas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	54	73%
NO	19	27%
TALVEZ	0	0%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinges.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Gráfico N° 1



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinges.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: el 73% de los usuarios de facebook dicen que **SÍ** han utilizado la red social de Facebook para hacer campañas políticas en estas elecciones para alcalde de Vinges 2019, mientras el 27 % dice que **NO** lo han utilizado.

Interpretación: de acuerdo a la encuesta realizada se ha podido demostrar que la utilización de la red social de Facebook para hacer campañas políticas en estas elecciones para alcalde de Vinges 2019 ha tenido una muy buena participación.

2.- ¿Considera usted que la red social Facebook es importante para hacer campañas políticas en estas elecciones?

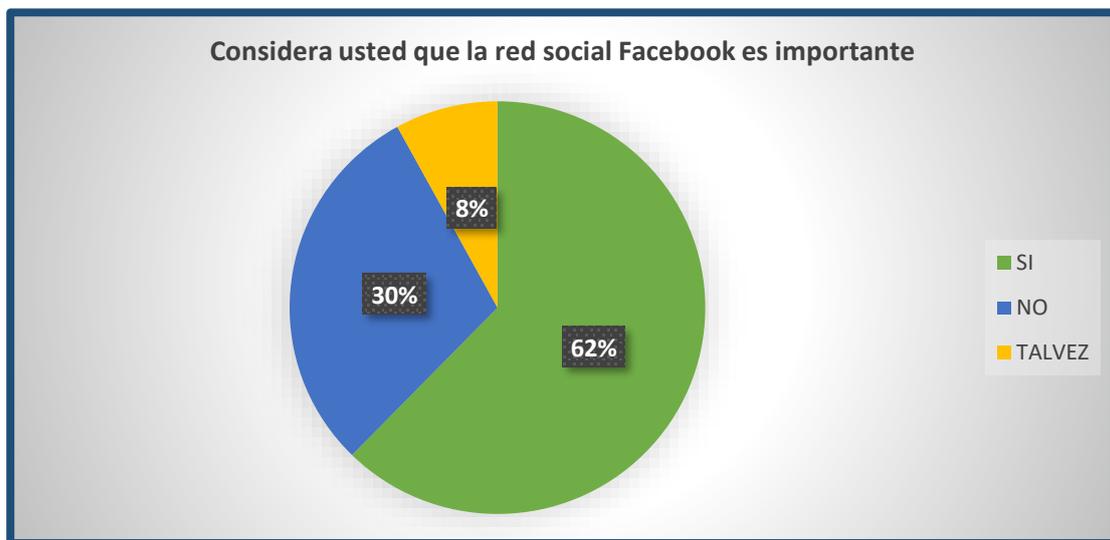
Tabla N° 2: Considera usted que la red social Facebook es importante

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	45	62%
NO	22	30%
TALVEZ	6	8%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Gráfico N° 2



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: en el siguiente grafico podemos ver que el 62% de los usuarios consideran que facebook **SÍ** es importante para hacer campañas políticas, asimismo el 30% dice que **NO** es importante, mientras que el 8% dice que talvez facebook sea importante.

Interpretación: se puede comprobar que las mayorías de los usuarios de esta red social consideran que Facebook es importante para hacer campañas políticas en estas elecciones.

3.- ¿Usted considera que Facebook es una buena herramienta para hacer campaña política?

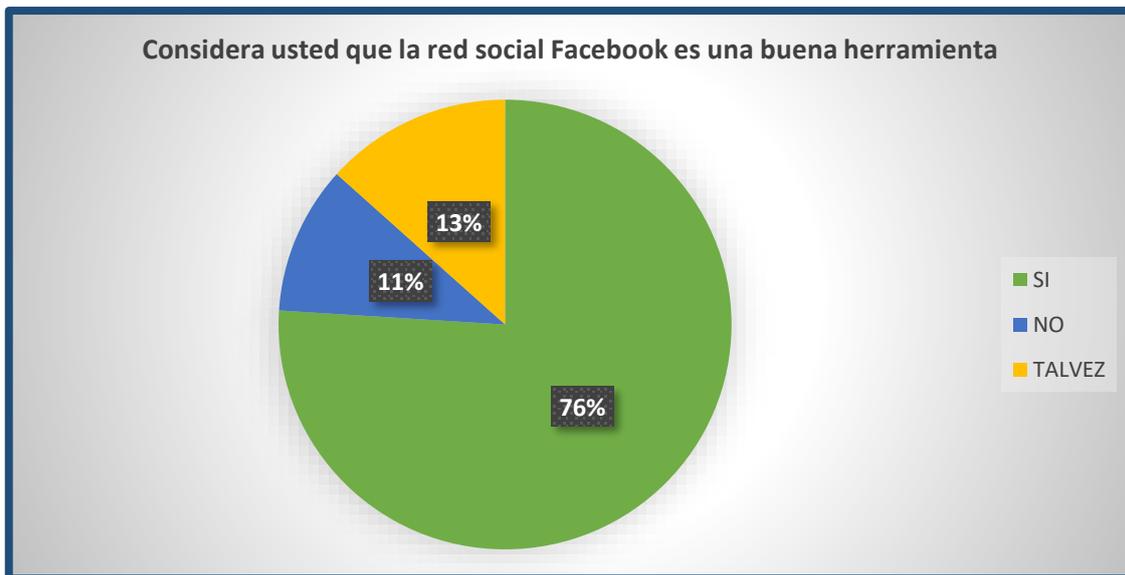
Tabla N° 3: Considera usted que la red social Facebook es una buena herramienta.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	55	76%
NO	8	11%
TALVEZ	10	13%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Gráfico N° 3



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: en el siguiente esquema apreciamos que el 76% de los usuarios consideran que facebook **SÍ** es una buena herramienta para hacer campañas políticas, de igual manera el 13% dice que **TALVEZ** sea una buena herramienta, mientras que el 11% dice que **NO** es una buena herramienta.

Interpretación: podemos observar que más de las $\frac{3}{4}$ partes de los usuarios consideran que facebook es una buena herramienta para hacer campañas políticas.

4.- ¿Creó usted que ha trascendido el uso de la red social Facebook en las campañas electorales para alcaldes del Cantón Vinces?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

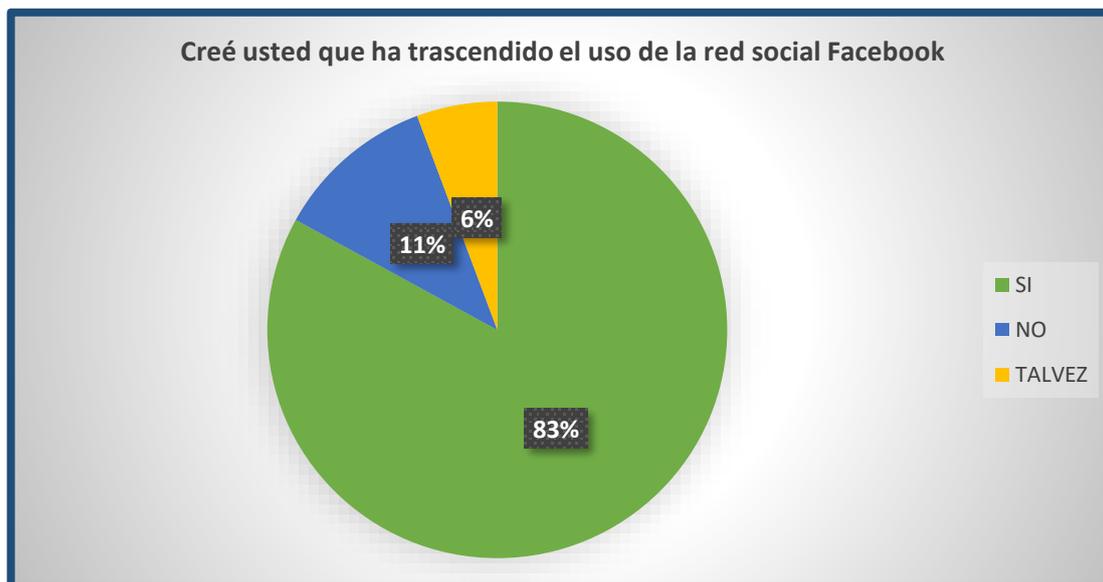
SI	61	83%
NO	8	11%
TALVEZ	4	6%
TOTAL	73	100%

Tabla N° 4: Creé usted que ha trascendido el uso de la red social Facebook.

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vines.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Gráfico N° 4



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vines.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: el 83% de los usuarios piensan que facebook **SÍ** ha trascendido en las campañas electorales para alcaldes del Cantón Vines, el 11% dice que **NO** ha trascendido, mientras que el 6% dice que **TALVEZ** facebook ha trascendido en las campañas electorales.

Interpretación: de acuerdo a la encuesta realizada podemos observar que más que la mayor parte de los usuarios encuestados dicen que la red social facebook ha trascendido en las campañas electorales para alcaldes del Cantón Vines.

5.- ¿Es comparable el nivel de interacción de los candidatos con sus electores, en los espacios convencional y el digital (Facebook)?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

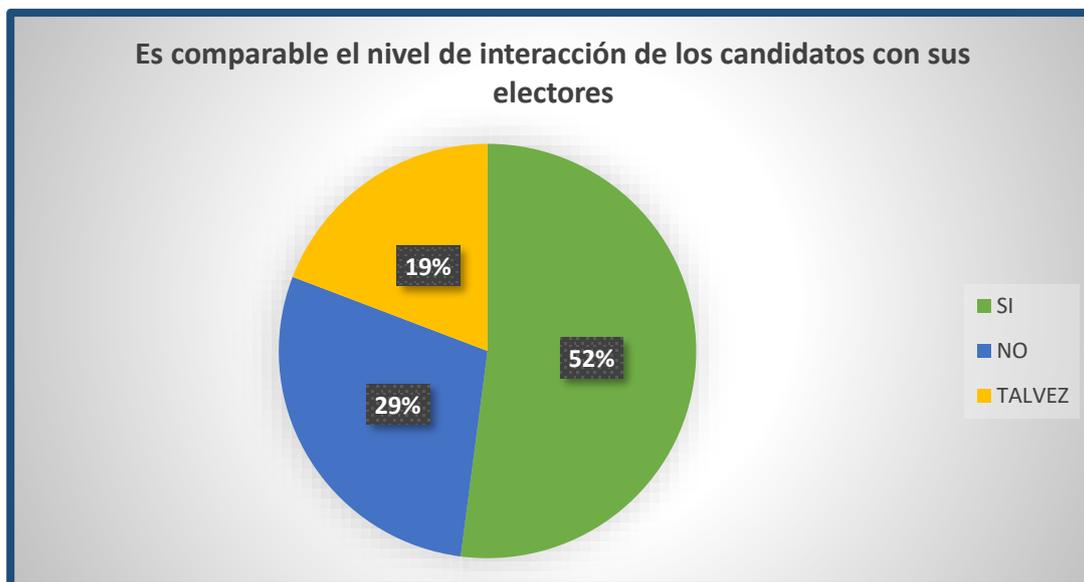
SI	38	52%
NO	21	29%
TALVEZ	14	19%
TOTAL	73	100%

Tabla N° 5: Es comparable el nivel de interacción de los candidatos con sus electores

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Gráfico N° 5



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: el 52% de los usuarios piensan que facebook **SÍ** es comparable con los espacios convencional en cuanto a la interacción entre candidatos y electores, mientras el 29% dice que **NO** es comparable, y el 19% dice que **TALVEZ** facebook sea comparable con los espacios convencionales.

Interpretación: de acuerdo a la encuesta realizada podemos observar que la mayoría de los usuarios dicen que facebook si es comparable con los espacios convencionales para la interacción entre candidatos y electores.

6.- ¿Es la red social digital Facebook un medio de información con credibilidad suficiente tanto para los electores como para los candidatos?

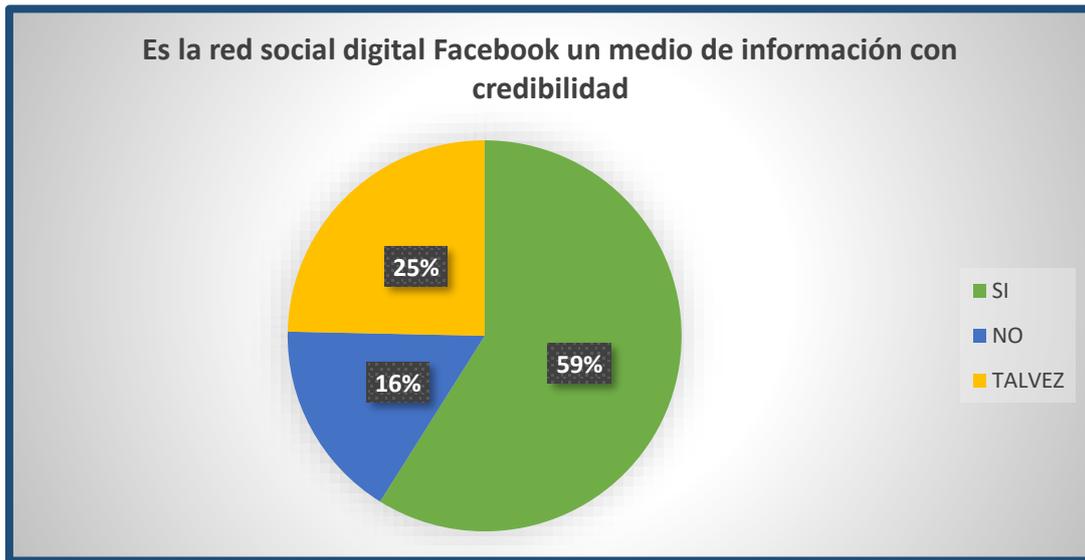
Tabla N° 6: Es la red social digital Facebook un medio de información con credibilidad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	43	59
NO	12	16
TALVEZ	18	25
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Gráfico N° 6



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: en el siguiente esquema apreciamos que el 59% de los usuarios consideran que facebook **SÍ** es un medio de información con credibilidad, de igual manera el 25% dice que **TALVEZ** sea un medio de información con credibilidad, mientras que el 16% dice que **NO** es un medio de información con credibilidad.

Interpretación: mediante la encuesta realizada podemos observar que más que la mayor parte de los usuarios encuestados dicen que la red social facebook es un medio de información con credibilidad.

7.- ¿Creó usted que se han modificado los canales de comunicación a la hora de construir campañas políticas por parte de los candidatos para alcalde de Vinces?

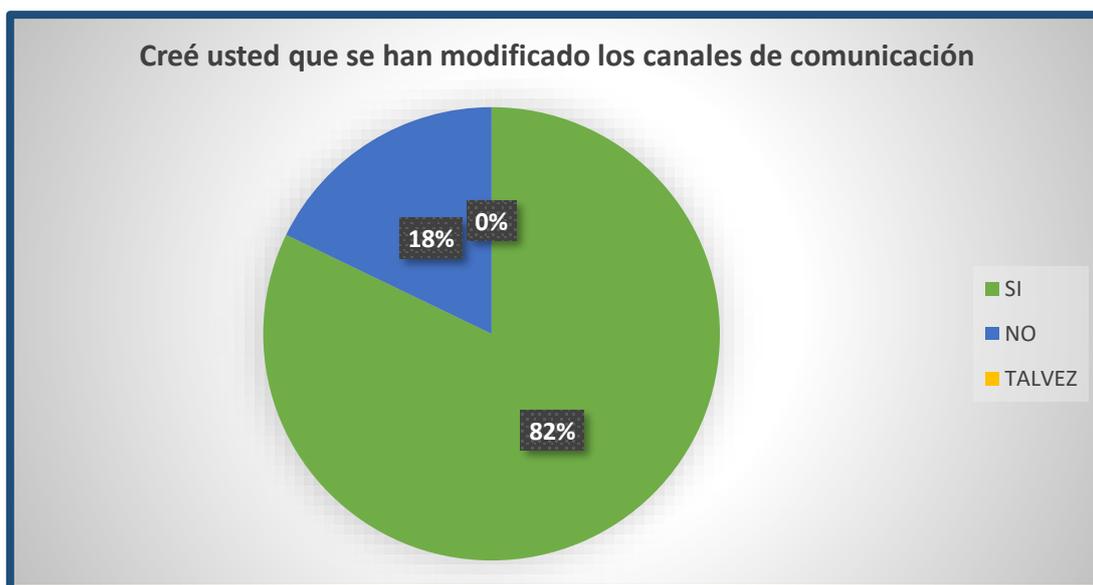
Tabla N° 7: Creé usted que se han modificado los canales de comunicación.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	60	82%
NO	13	18%
TALVEZ	0	0%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vines.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Gráfico N° 7



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vines.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: el 82% de los usuarios piensan que facebook **SÍ** han modificado los canales de comunicación a la hora de construir campañas políticas por parte de los candidatos para alcalde de Vines, el 11% dice que **NO** ha modificado los canales de comunicación.

Interpretación: podemos deducir mediante este esquema que facebook ha modificado los canales de comunicación a la hora de construir campañas políticas.

8.- ¿Puede la red social digital Facebook incidir en la intención de los votantes para alcaldes del Cantón Vines?

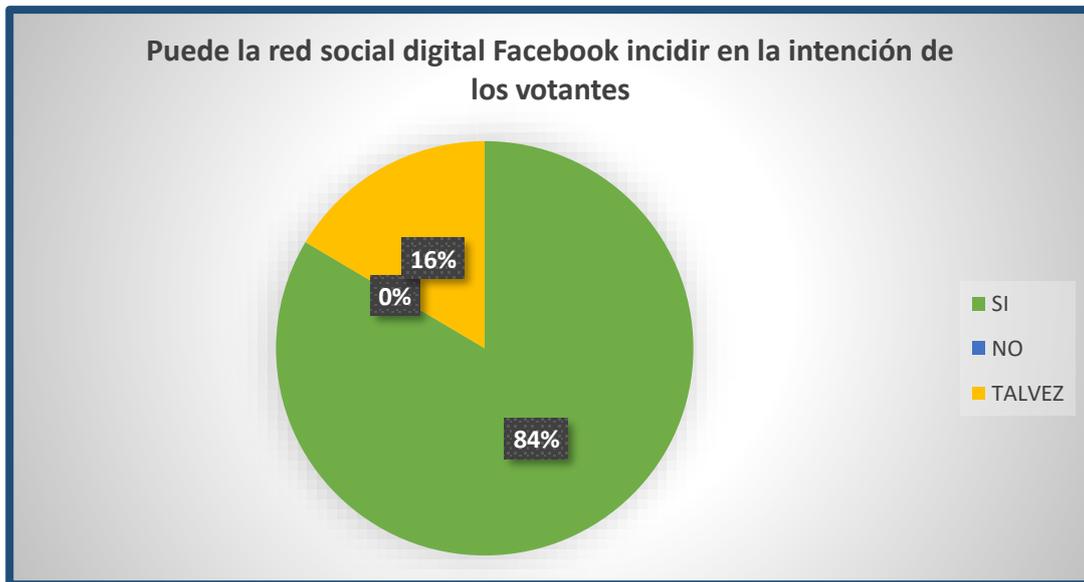
Tabla N° 8: Puede la red social digital Facebook incidir en la intención de los votantes.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	61	83%
NO	0	0%
TALVEZ	12	17%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vines.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Gráfico N° 8



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vines.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: en el siguiente grafico se puede observar que el 84% de los usuarios piensan que facebook **SÍ** puede incidir en la intención de los votantes para alcaldes del Cantón Vines, mientras que el 16% dice que **TALVEZ** facebook pueda incidir.

Interpretación: de acuerdo a la encuesta realizada podemos observar que más que la mayor parte de los usuarios encuestados dicen que la red social facebook incide en la intención de los votantes para alcaldes del Cantón Vines.

9.- ¿Es la red social digital Facebook parte de la planificación de agendas y campañas políticas que han utilizado los candidatos a alcaldes?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

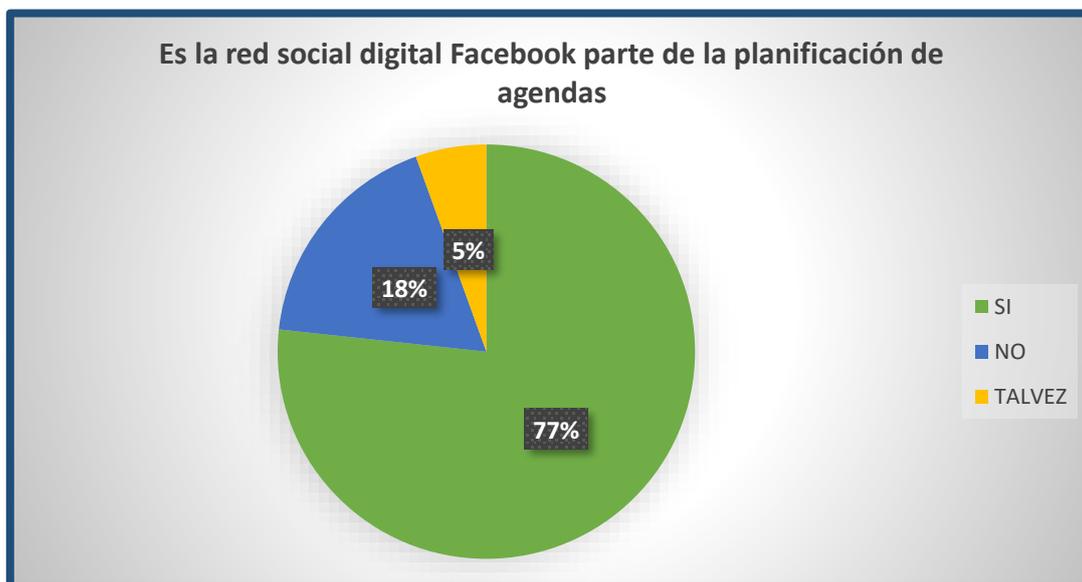
SI	56	77%
NO	13	18%
TALVEZ	4	5%
TOTAL	73	100%

Tabla N° 9: Es la red social digital Facebook parte de la planificación de agendas.

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Grafico N° 9



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: el 77% de los usuarios piensan que facebook **SÍ** parte planificación de agendas y campañas políticas que han utilizado los candidatos a alcaldes, el 18% dice que **NO**, mientras que el 6% dice que **TALVEZ** facebook sea parte de la planificación de agendas y campañas políticas.

Interpretación: de acuerdo a la encuesta realizada podemos observar que más que la mayor parte de los usuarios encuestados dicen que la red social facebook es parte de la planificación de agendas y campañas políticas que han utilizado los candidatos a alcaldes.

10.- ¿Cree usted que hacer campaña política en la red social Facebook ayuda al político en su candidatura?

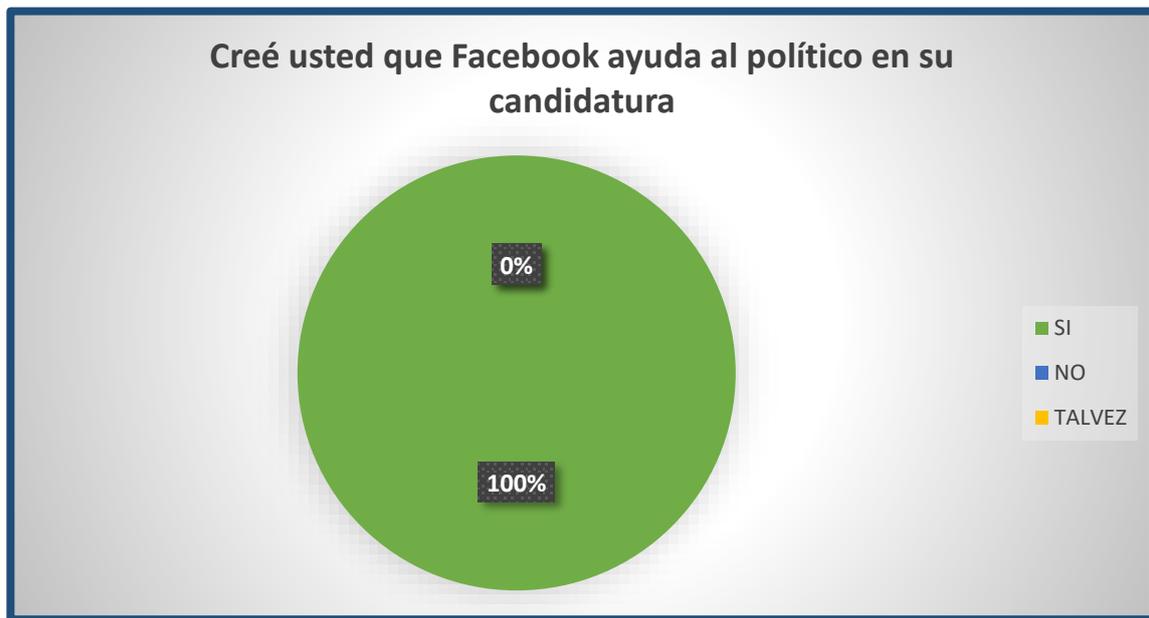
Tabla N° 10: Creé usted que Facebook ayuda al político en su candidatura.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	73	100%
NO	0	0%
TALVEZ	0	0%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Grafico N° 10



Fuente: Encuesta realizada a usuarios del facebook del Cantón Vinces.

Elaborado por: Rosa María Gómez Banchén.

Análisis: en el siguiente esquema podemos observar que el 100% de los usuarios dice que facebook **SÍ** ayuda al político a su candidatura.

Interpretación: de acuerdo a la encuesta realizada podemos observar que todos los usuarios encuestados dijeron que la red social facebook ayuda al político en su candidatura.

Fotos recibiendo consejos para realizar el caso de estudio



Capture de la encuesta realizada

← Publicaciones 

 **Rosita Gomez** ▶ **Todo sobre Vines** 
1 min · 

Usted considera que Facebook es una buena herramienta para hacer campaña política?

Esta encuesta finaliza en 1 semana.

 Me gusta  Comentar  Compartir

← Publicaciones 

 **Rosita Gomez** ▶ **Todo sobre Vines** 
Hace un momento · 

Cree ud que hacer campaña política en la red social Facebook ayuda al político en su Candidatura?

Esta encuesta finaliza en 6 días.