



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

LOS PROSUMIDORES Y LA CONSTRUCCIÓN DE NARRATIVAS
POLÍTICAS DIGITALES EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

ESCALANTE MEDINA MELANIE DAYANNA
LOZADA PERERO DIANA ESTEFANIA

TUTOR:

ING. MANUEL ANTONIO RODAS PÉREZ, MGTR.

ESPECIALISTA:

AB. ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, PHD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025-1



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

LOS PROSUMIDORES Y LA CONSTRUCCIÓN DE NARRATIVAS
POLÍTICAS DIGITALES EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

ESCALANTE MEDINA MELANIE DAYANNA
LOZADA PERERO DIANA ESTEFANIA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUBLINEA:
IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS DIGITALES

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025-1

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	i
INDICE DE FIGURAS.....	I
ÍNDICE DE CUADROS.....	i
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
.....	IV
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	IV
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	V
RESUMEN	VI
INTRODUCCIÓN	VIII
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Antecedentes del problema de investigación.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.2.1 Pregunta general.....	4
1.2. Sistematización.....	4
1.3. Objetivos.....	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.5. HIPÓTESIS.....	5
1.6. VARIABLES.....	6
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	7
2.1. Conocimiento actual.....	7
2.2 Fundamentación teórica y conceptual.....	8
2.2.1. Fundamentación teórica.....	8
2.2.2 Convergencia mediática.....	8
2.2.3. Espacio público.....	9
2.2.4. Creación de contenido.....	10
2.2.5. Polarización y fragmentación de la opinión.....	11
2.2.6. Influencia en la toma de decisiones electorales.....	11
2.2.7. Participación ciudadana en debates políticos.....	12
2.2.8. Percepción pública.....	13
2.2.9. Estrategias de comunicación.....	13
2.2.10. Alcance y visibilidad.....	14
2.2.11. Credibilidad del contenido.....	14
2.3. Marco Legal.....	15
3. MARCO METODOLÓGICO.....	16
3.1. Enfoque de investigación.....	16
3.2. Tipo de investigación.....	16
3.3. Diseño de la investigación.....	17
3.4. Alcance de investigación.....	17
3.5. Operacionalización de variables.....	19

3.6.	Población, muestra y estudio.	21
3.7.	Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.	22
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	25
5.	DISCUSIÓN	58
6.	CONCLUSIONES	61
7.	RECOMENDACIONES.....	62
-	Referencias.....	64
ANEXOS	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Con qué frecuencia usted genera y comparte contenido político en redes sociales? ..	25
Tabla 2 ¿Con qué frecuencia ha dejado de seguir cuentas por publicaciones agresivas sobre política?.....	27
Tabla 3 ¿Con qué frecuencia el contenido político ha cambiado su opinión política?	28
Tabla 4 ¿Con qué frecuencia argumenta con datos verificados y fuentes confiables en discusiones políticas?	29
Tabla 5 ¿Cuál de las siguientes fuentes de contenido político le proyecta mayor confianza? (Marque todas las que correspondan)	30
Tabla 6 ¿Qué estilo de contenido político considera usted que repercute más en su opinión? (Marque todas las que correspondan)	31
Tabla 7 ¿Qué factores le provoca mayor su confianza en una publicación política? (Marque todas las que correspondan)	33
Tabla 8 ¿Qué acciones usted realiza antes de compartir contenido político? (Marque todas las que correspondan).....	34

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Con qué frecuencia usted genera y comparte contenido político en redes sociales?..	25
Figura 2 ¿Con qué frecuencia ha dejado de seguir cuentas por publicaciones agresivas sobre política?.....	27
Figura 3 ¿Con qué frecuencia el contenido político ha cambiado su opinión política?	28
Figura 4 ¿Con qué frecuencia argumenta con datos verificados y fuentes confiables en discusiones políticas?	29
Figura 5 ¿Cuál de las siguientes fuentes de contenido político le proyecta mayor confianza? (Marque todas las que correspondan)	30
Figura 6 ¿Qué estilo de contenido político considera usted que repercute más en su opinión? (Marque todas las que correspondan)	31
Figura 7 ¿Qué factores le provoca mayor su confianza en una publicación política? (Marque todas las que correspondan)	33
Figura 8 ¿Qué acciones usted realiza antes de compartir contenido político? (Marque todas las que correspondan).....	34

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Operacionalización de variables	19
Cuadro 2. Instrumento Entrevista.....	35
Cuadro 3 Instrumento Grupo Focal.....	54

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **ESCALANTE MEDINA MELANIE DAYANA** con C.I. 0928214394 Y **LOZADA PERERO DIANA ESTEFANIA** con C.I. 0928142082 estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena**, corresponde exclusiva responsabilidad del/de autor/la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

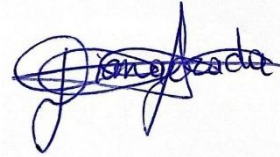
La Libertad, 24 de junio, 2025.

Atentamente,



Escalante Medina Melanie Dayana

C.I. 0928214394



Lozada Perero Diana Estefania

C.I. 0928142082

DEDICATORIA

Escalante Medina Melanie Dayana

A Dios porque a él debo todas las bendiciones que me brinda.

A mi mamá que siempre ha confiado en mí y me ha impulsado a cumplir mis objetivos.

A mi papá por su apoyo incondicional y por enseñarme a no tener miedo de potenciar mis talentos.

A mis hermanas, porque son mi bendición y mi mayor deseo es que ellas puedan cumplir sus sueños y aspiraciones.

Lozada Perero Diana Estefania

Dedico este trabajo con todo mi corazón a mi mamá Hilda por ser mi fuerza, mi ejemplo de lucha y mi mayor inspiración. Gracias por cada sacrificio que hiciste en silencio. No hay logro en mi vida que no tenga tu nombre escrito en él. Porque tú has estado en cada paso. Porque si hoy estoy aquí es por ti.

Dedico este trabajo a mis hermanos Joselyn y Luis, porque cada uno, a su manera ha sido parte de este sueño. Por su apoyo, su compañía y por estar presentes.

Dedico este trabajo a mi papá Lautaro Lozada, que, aunque ya no está conmigo físicamente, sé que desde el cielo ha sido mi ángel, En cada logro, en cada paso que doy, te llevo en mi corazón, espero haberte hecho sentir orgulloso.

Dedico este trabajo a abuelita Rosa Perero, por ser un ser lleno de sabiduría y cuidado. Gracias por protegerme con tu amor, por tus oraciones, por quien me cuida siempre. Eres una bendición en mi vida

AGRADECIMIENTOS

Escalante Medina Melanie Dayana

Agradezco a Dios por ser tan bondadoso conmigo y haberme brindado la oportunidad de prepararme profesionalmente. A mis padres y abuelos quienes me han criado con tanto esfuerzo y por su apoyo incondicional. A mis hermanas Cristhel y Valeska por ser mi inspiración cada día para convertirme en una mejor persona y a mi prima Kerly por ser como una hermana más que se mantuvo a mi lado dándome las fortalezas necesarias. A mi compañera Diana por todo su esfuerzo y dedicación en este proyecto. También agradezco a aquellas personas especiales que se mantuvieron a mi lado y me brindaron ánimos en las buenas y en las malas. A Mis amigas de la universidad, gracias por hacer de mi vida universitaria un recuerdo hermoso.

Lozada Perero Diana Estefania

Te agradezco nuevamente a ti mamá por estar siempre, por enseñarme, por ser mi guía y mi luz, tu apoyo ha sido un pilar en este logro. Gracias por ser la persona que nunca se cansa de impulsarme. Agradezco a Dios por tenerte aquí siempre en todas mis metas. Eres una mujer luchadora, guerrera y eso es un ejemplo que siempre llevo conmigo, eres la mejor y quiero que te sientas orgullosa de mí.

Hermana Joselyn te agradezco, por estar a mi lado en todo momento, por tu compañía, apoyo y consejos y por hacerme sentir que no estaba sola en este camino. A mi hermano Luis por su cariño y estar presente de la manera más genuina.

Agradezco a cada uno de mis tíos; Fabian, Víctor, Miguel, Luis, y Luisa, por su ayuda, por tenderme la mano cuando más lo necesitaba, Gracias por estar ahí, este logro también va por ustedes.

A mis amigas Vivian T y Massiel B, gracias por ser parte de este recorrido desde nuestras primeras clases hasta este gran logro. Su compañía constante, su apoyo incondicional y los momentos compartidos han hecho de esta etapa una experiencia inolvidable. Haber crecido juntas en lo personal y académico es un regalo que valoro profundamente.

A mi amiga Melanie, gracias por compartir conmigo este proyecto, por sus consejos y amistad sincera. A mis amigos que conocí en este camino, Joselyn P, Danny P, Susan L, Nathaly O, les deseo lo mejor y que Dios los bendiga en esta etapa profesional.



Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Gestión Social y Desarrollo

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 13 de junio del 2025

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.

Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor asignado por la carrera de Comunicación, informo a usted que las estudiantes Escalante Medina Melanie Dayana con C.I. 0928214394 Y LOZADA PERERO DIANA ESTEFANIA Con C.I. 0928142082, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título “ Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena”.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de las autoras, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Manuel Antonio Rodas Pérez

DOCENTE TUTOR

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

LILIAN
SUSANA
MOLINA
MOLINA
BENAVIDES

Firmado
digitalmente por
LILIAN SUSANA
MOLINA BENAVIDES
Fecha: 2024.04.02
11:14:37 -05'00'



Dra. Lilian Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.

**DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**

Lic. Vilma Maribel García González, Msc.

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

**DOCENTE TUTOR UIC DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.

**DOCENTE ESPECIALISTA UIC DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Melanie Dayana Escalante Medina.

ESTUDIANTE

Diana Estefanía Lozada Perero.

ESTUDIANTE

Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena

Escalante Medina Melanie Dayanna

Código Orcid: 0009-0004-6334-9768

Universidad Estatal Península de Santa Elena- Comunicación

Lozada Perero Diana Estefania

Código Orcid: 0000-0002-2730-2178

Universidad Estatal Península de Santa Elena- Comunicación

RESUMEN

La presente investigación abordó el papel de los prosumidores en la construcción de narrativas políticas digitales en el cantón Santa Elena. En un contexto donde las plataformas digitales han transformado la comunicación política, se identificó que los ciudadanos no solo consumen contenido, sino que también lo producen, influenciado significativamente la percepción pública y el comportamiento electoral. El propósito principal fue determinar los tipos de contenidos y estrategias utilizadas por estos actores digitales. Para ello, utilizamos un enfoque mixto con diseño no experimental, y alcance correlacional-explicativo. Se aplicaron encuestas a 383 habitantes del cantón Santa Elena mediante muestreo aleatorio simple, así como entrevistas a expertos y un grupo focal compuestos por miembros de las generaciones Z y millennials. Los hallazgos revelaron que los contenidos visuales directos e informativos generan mayor confianza, y que Tik Tok e Instagram son plataformas claves para la difusión política. Además, se constató que muchos usuarios comparten contenido sin verificarlo, lo que aumenta el riesgo de desinformación. Se concluyó que los prosumidores son agentes influyentes en el entorno digital político, capaces de moldear narrativas y alterar la opinión pública mediante estrategias comunicacionales, aunque su intervención también plantea desafíos éticos. Este estudio aporta una comprensión digital y refuerza la necesidad de una alfabetización mediática.

Palabras Clave: Prosumidores, narrativas políticas, percepción pública, creación de contenido, redes sociales.

Prosumers and the construction of digital narratives in the province of Santa Elena

ABSTRACT

This research addressed the role of prosumers in the construction of digital political narratives in the Santa Elena canton. In a context where digital platforms have transformed political communication, it was identified that citizens not only consume content but also produce it, significantly influencing public perception and electoral behavior. The main objective was to determine the types of content and strategies used by these digital actors. To do so, we used a mixed-method approach with a non-experimental design and correlational-explanatory scope. Surveys were administered to 383 residents of the Santa Elena canton using simple random sampling, as well as interviews with experts and a focus group composed of members of generations Z and millennials. The findings revealed that direct and informative visual content generates greater trust, and that TikTok and Instagram are key platforms for political dissemination. Furthermore, it was found that many users share content without verifying it, which increases the risk of misinformation. It was concluded that prosumers are influential agents in the political digital environment, capable of shaping narratives and altering public opinion through communication strategies, although their intervention also poses ethical challenges.

Keywords: Prosumers, political narratives, public perception, content creation, social media.

INTRODUCCIÓN

El internet se ha consolidado como uno de los medios de comunicación con mayor alcance y visibilidad, su fácil acceso y el amplio catálogo de herramientas que ofrecen son en parte lo que hace tan popular a este medio, sin embargo, una de sus características más destacables es que ha dejado atrás la comunicación vertical y ha optado por una horizontal, ahora los internautas han dejado de ser simples receptores para convertirse en prosumidores, es decir; consumidores y productores de información, ellos se desempeñan como actores claves dentro del ecosistema digital, su participación es esencial en la propagación y viralización de un tema. El internet ha permitido que el prosumidor se vea constantemente involucrado en la construcción de narrativas políticas reconfigurando los escenarios electorales.

Como problemática de esta investigación abordaremos los riesgos que tiene la participación de los prosumidores en las narrativas políticas. Con su capacidad de generar contenidos virales y la habilidad que han desarrollado para posicionar ciertos tópicos en la agenda digital, estos pueden influir en cómo los ciudadanos perciben a las figuras políticas y como consecuencia incidir el ejercicio democrático.

Ante esta problemática, el objetivo general de esta investigación es determinar los tipos de contenidos y estrategias que los prosumidores utilizan en la construcción de narrativas políticas dentro del entorno digital del canto Santa Elena. Este objetivo se ejecutó a partir de la importancia de identificar las dinámicas comunicativas que permiten a los ciudadanos sumergirse en las narrativas políticas.

El enfoque de esta investigación es mixto, realizamos un análisis tanto cuantitativo como cualitativo para una mejor interpretación, el tipo de investigación implementada es correlacional-explicativa y el diseño que se dispuso para la presente investigación es no experimental transversal.

Se aplicó encuestas a 383 habitantes del cantón Santa Elena, activos en redes sociales y pertenecientes a la población que ya ejercen su derecho al voto, muestra que se determinó por medio del muestreo aleatorio simple; se realizaron entrevistas a tres expertos especialistas en el tema y también se llevó a cabo un grupo focal con 8 personas, 4 pertenecientes a la generación millennials y 4 de la generación Z.

El desarrollo de este proyecto se divide en 5 capítulos esenciales:

Capítulo I: En este capítulo se encuentra el planteamiento del problema, se plantea el contexto del cual se origina la investigación, dentro de este primer capítulo encontraremos puntos como los antecedentes del problema, la formulación del problema, objetivos y justificación

Capítulo II: Aquí se aborda conceptos esenciales para el desarrollo de esta investigación tales como prosumidores, narrativas digitales políticas, polarización, participación ciudadana, percepción pública entre otros. Así mismo se incluyen dos teorías como la convergencia mediática y el espacio público que nos permite una mejor comprensión de la temática principal.

Capítulo III: En el desarrollo de este capítulo se explica la metodología aplicada en este estudio como el enfoque y su justificación, el tipo y diseño de investigación, así mismo se aborda la operacionalización de variables, las técnicas de recolección de dato e instrumentos que se utilizó. Aquí también se encuentra la sección en que se detalla la población, muestra y muestro.

Capítulo IV: Aquí podemos se detallan los resultados de los instrumentos aplicados como las encuestas, entrevistas y grupo focal. En este capítulo se detalla cada instrumento su respectivo análisis.

Capítulo V: Este último capítulo plantea las conclusiones y recomendaciones según los objetivos planeados y a los resultados obtenidos.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes del problema de investigación.

En las redes sociales, los contenidos desarrollados por prosumidores son creados en base a producciones que provienen de distintos medios. El desarrollo de estos formatos puede elevar la reputación de los partidos políticos; sin embargo, esta información también puede ser manipulada y causar repercusiones negativas en su imagen, compartidas con mayor rapidez que las positivas. Estos contenidos tienen determinadas características que atraen a los usuarios, haciendo que la difusión sea más rápida y tenga mayor alcance en múltiples plataformas. Cada acción de la figura política ya sea dentro o fuera del entorno digital, es capturada y compartida por los prosumidores.

Gonzalo et al., (2014) mencionan que:

El prosumidor hace de un acontecimiento político una novedad en cuestión de horas, e incluso reintroduce a la actualidad acontecimientos pasados: la mayoría de los videos más vistos de Ana Botella en YouTube datan de 2013, con un 77,3 % del total, y la mitad de los vídeos estudiados se publicaron el mismo día de sus declaraciones sobre el COI y en los cinco días siguientes (p. 69).

Este hecho evidencia que los prosumidores le dan mayor alcance y visibilidad a un acontecimiento político, que de manera significativa repercute en la narrativa política. Este evento tuvo mucho impacto donde se crearon memes, fanpages y videos satíricos, que se viralizaron y obtuvieron millones de interacciones, creando una secuela duradera en la imagen pública de Botella. Los prosumidores, al actuar como amplificadores de contenido, son una pieza clave en como las personas perciben la información.

Las narrativas políticas digitales se han transformado en una herramienta muy importante en la política. Permitiendo a los actores políticos dirigir su mensaje directamente a la ciudadanía. En la era digital, estas narrativas no solo son particulares, sino que permiten la conexión entre los políticos y los ciudadanos.

Vilte, (2020) indica que, a partir del análisis del caso seleccionado de las elecciones PASO en la provincia de Corrientes, podemos mencionar que la alianza Frente de Todos diseñó su estrategia electoral produciendo contenidos audiovisuales con estructuras narrativas, con mensajes diseñados de temáticas específicas y que circularon por distintas plataformas de Internet. (p. 24)

Este tipo de enfoque es un claro ejemplo de cómo las narrativas políticas no solo son basadas en la información. También en cómo esta información se presenta, se organiza y se distribuye. La construcción de contenidos audiovisuales son mensajes específicos que permite una mayor segmentación del público.

Los medios digitales son principalmente liderados por los jóvenes, quienes han desarrollado sus habilidades con la evolución de la tecnología, estas les ofrecen a los nativos digitales distintas herramientas que potencian sus destrezas en la creación de contenido multimedia. Su constante participación en este ecosistema hace que los algoritmos recomienden los temas con mayor interacción y se convierta en el tópico de interés entre los usuarios. Esta nueva dinámica lleva a los candidatos a estar más presentes en las plataformas digitales como parte de sus estrategias de campaña. En las elecciones presidenciales de 2021 en Ecuador, las redes sociales fueron una estrategia acertada para algunos candidatos.

Cevallos, et al., (2023) señalan que:

Mediante la primera vuelta electoral, los candidatos manejaron sus redes sociales de forma unidireccional, los votantes realizaban preguntas y hacían comentarios de sugerencia sin saber respuestas. Los seguidores del candidato Lasso tenían una demanda con mayor cercanía con la audiencia, ya que físicamente no era factible debido a la pandemia, esto hizo que sea necesario presentarlo con una imagen auténtica y cercana.

Guillermo Lasso en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, tuvo que adaptar su campaña para tener más acogida entre los votantes. Su campaña inicialmente no se enfocó en las redes sociales y fue manejada de una manera más tradicional; sin embargo, a petición de los ciudadanos, su campaña utilizó dinámicas más modernas dentro de las plataformas digitales. Esto hizo que su narrativa tuviese más relevancia y alcance sobre todo en la audiencia más joven. Creó en los usuarios la sensación de familiaridad que los llevó a impulsar su imagen.

Las narrativas digitales son relacionadas a la forma de comunicación que utiliza los recursos tecnológicos y digitales, facilitando aumentar las formas de expresarse.

Según Cevallos et al. (2023), en la primera vuelta electoral, el candidato de centro izquierda

Xavier Hervas logro atraer el público más joven, por medio del uso de contenido visual y digital. Esto le ayudo a posicionarse en el cuarto lugar. Estas estrategias señalan un cambio destacado en la comunicación política, al tener una conexión directa y una cercanía entre candidatos y sus votantes.

A comparación de campañas tradicionales, las estrategias digitales permiten la conexión en tiempo real, el uso de formatos más dinámico y la construcción de un discurso más atractivo para sectores del electorado. Así las redes sociales toman un espacio clave en la persuasión política y movilización del voto.

Las narrativas transmedia están cobrando cada vez más importancia en la relación entre políticos y ciudadanos, ya que permiten a los usuarios interactuar y participar activamente en la difusión y creación de contenido a través de múltiples plataformas digitales. Sin embargo, este fenómeno también tiene su lado negativo. En un estudio de tesis se analizó que en La libertad-Santa Elena el uso de los medios de comunicación son una herramienta factible en la construcción de narrativas políticas, aunque también se ve afectadas por los comentarios de odio.

(...) la audiencia en línea del contenido político está altamente involucrada en el proceso de comunicación, interactuando con el contenido a través de comentarios y compartiendo el contenido con sus redes. Sin embargo, también se evidenció la presencia de discursos de odio y polarización en algunos casos (...) (Antonio, 2023, pág. 11).

En la web se encuentran prosumidores que no solo se limitan a la creación de contenido de informativo o de opinión; también hay quienes producen contenido con el fin de manchar la reputación de figuras públicas. Su participación en la difusión de información puede llevar a la circulación de datos engañosos, incorrectos o de sátira, y como consecuencia hace que discernir la información verdadera sea un reto para muchos.

Estudiar un espacio digital constituye un respaldo que permite al actor político poner en práctica estas estrategias que ayudan a tener una relación cercana con los ciudadanos. En el estudio de Pillasagua (2024) destaca que:

En la exploración de los perfiles sociales de los principales actores políticos en la provincia de Santa Elena, se destaca la diversidad de estrategias implementadas por Patricio Cisneros, Otto Vera y Francisco Tamariz en el espacio digital; cada uno despliega tácticas específicas, evidenciadas por la elección de hashtags y la interacción con sus seguidores. (p. 24).

Dentro de esta cita se evidencia que el método que se implementa dentro de estos espacios digitales debe lograr que los seguidores interactúen constantemente con los contenidos que se comparten, de esta manera el mensaje que se intenta transmitir tendrá mayor relevancia y alcance.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.2.1 Pregunta general.

- ¿Qué tipos de contenido y estrategias utilizan los prosumidores en la construcción de narrativas políticas digitales en el cantón Santa Elena?

1.2. Sistematización.

- ¿Cómo se compara las narrativas políticas digitales creadas por prosumidores con las narrativas de los medios tradicionales y los actores políticos en el cantón Santa Elena?
- ¿Cuáles son los desafíos éticos y políticos con la participación de los prosumidores en la construcción de narrativas políticas digitales en el cantón Santa Elena?
- ¿Qué tendencias surgen en la forma en que los prosumidores participan en la creación y difusión de contenido político digital en el cantón Santa Elena?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

- Determinar los tipos de contenidos y estrategias que los prosumidores utilizan en la construcción de narrativas políticas dentro del entorno digital en el cantón Santa Elena

1.3.2. Objetivos específicos.

- Examinar que mecanismos utilizan los prosumidores para influir en la construcción de narrativas políticas en plataformas digitales
- Comparar las diferencias entre las narrativas políticas digitales creadas por prosumidores, medios tradicionales y los actores políticos en el cantón Santa Elena.
- Identificar las tendencias que generan los prosumidores al momento de participar en la creación y difusión de contenido político digital en el cantón Santa Elena.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Con el desarrollo tecnológico la información se ha vuelto más accesible y ahora presenta un amplio catálogo de herramientas que permiten crear y transmitir contenido. Durante los procesos electorales, la ciudadanía usa con mucha frecuencia las plataformas digitales para informarse sobre los candidatos presidenciales.

En un artículo de Borrego (2022), se argumenta que:

Las redes sociales cambiaron el panorama político y de la comunicación en el momento que las personas empezaron a buscar en ellas información emitida por parte de los políticos

o de periodistas y al mismo tiempo dejaban su opinión sobre diferentes aspectos de la sociedad y de la vida política. (p. 12)

Sin embargo, estos medios carecen de filtros suficientes que nos permiten asegurar el consumo de información veraz. Frecuentemente en las redes se producen contenidos cargados de noticias falsas, teorías y opiniones subjetivas generadas por los prosumidores, que resultan con la polarización de información.

Es importante entender cómo el prosumidor se involucra en la construcción de las narraciones políticas y qué factores deben considerarse al discernir la información creada por estos usuarios. El contenido que estos producen puede llegar a ser atractivos gracias a su estilo y la forma que contextualizan temas complejos; sin embargo, Debía Acevedo (2025) sostiene que los entornos digitales no solo han transformado la comunicación política, sino que influyen en gran medida en como los usuarios perciben la realidad, al favorecer la sección de ciertos discursos, y como consecuencia se crea un entorno (p. 21). A tal efecto, debemos considerar que las burbujas informativas pueden crearse a partir de información sesgada y manipulada, afectando de manera negativa la toma de decisiones.

La presente investigación tiene como objetivo examinar mecanismos que los prosumidores usan en la construcción de narrativas políticas digitales en el cantón de Santa Elena y cómo sus contenidos afectan la opinión pública y el comportamiento electoral del cantón. También mostrará la contribución de los prosumidores a la difusión de narrativas políticas sesgadas y se analizará su impacto en la fragmentación de la opinión pública de la población.

Este estudio tiene la finalidad de proporcionar información valiosa que ayude a los ciudadanos a identificar los riesgos de consumir de manera masiva información proveniente de fuentes no verificadas, dando a conocer cómo esto puede influir en cómo perciben a los candidatos presidenciales. Además, esta investigación fortalece estudios enfocados en la comunicación política digital, obtendremos una visión más extensa sobre el rol que cumple el prosumidor en las campañas digitales y su intervención en la información de corrientes de opinión.

1.5. HIPÓTESIS

Los prosumidores contribuyen significativamente en la construcción de narrativas digitales en la provincia de Santa Elena influyendo en la formación de percepción pública y en el comportamiento electoral por medio de la creación y divulgación de contenido digital

relacionado con temas políticos. Esta hipótesis plantea que los prosumidores tienen una influencia significativa en la manera en que se construyen las narrativas políticas en el ámbito digital, dentro de la situación local como Santa Elena.

1.6. VARIABLES.

1.6.1. Variable independiente: prosumidor.

Alvin Toffler propuso el término "prosumer" o "prosumidor" en la década de 1980, la cual proviene de la combinación de las palabras "consumidor" y "productor", se refiere a personas que no son solo consumidores de información, sino que también se convierten en productores de contenido en los espacios digitales.

La evolución del consumo audiovisual, impulsada por Internet y la convergencia de medios, ha dado paso a la aparición de nuevas narrativas que van conforme a las plataformas digitales. Según Lastra (2016), el papel del prosumidor es de gran importancia en este aspecto, ya que no solo consumen contenido, también contribuye en su producción y difusión. Esto da un lugar a narrativas crossmedia, donde diferentes plataformas se unen como la televisión, la web y la radio, para narrar una misma historia; narrativas crossover, que se combina varias historias dentro de un único relato; y narrativas transmedia, que desarrollan la experiencia de la audiencia al interactuar con la historia a través varias plataformas.

1.6.2. Variable dependiente: narrativas políticas digitales.

Las narrativas digitales se refieren a aquella forma de comunicación que aprovecha los recursos tecnológicos y digitales, permitiendo ampliar las formas de expresarse.

Acevedo (2024) menciona que:

la construcción de narrativas políticas digitales implica la creación y crecimiento de discursos e historias que tiene significados y valores. Estas narrativas nacen de varias expresiones sociales y tienen el poder de influir en los usuarios en sus comportamientos, construyendo la opinión pública, la pertenencia y la identidad, especialmente en el ciberespacio, con respecto a que las plataformas digitales han transformado en la que producen, viralizan y consumen estas narrativas.

En este contexto, las narrativas políticas digitales no solo transmiten información, también construyen la percepción social y política en entornos digitales. Estas narrativas han transformado la forma en que los discursos difunden y consumen información, dando así a los

usuarios o prosumidores un rol activo en la construcción en la opinión pública y percepción de las personas.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

2.1.1. Prosumidor.

Alvin Toffler propuso el término "prosumer" o "prosumidor" en la década de 1980, la cual proviene de la combinación de las palabras "consumidor" y "productor", se refiere a personas que no son solo consumidores de información, sino que también se convierten en productores de contenido en los espacios digitales.

La evolución del consumo audiovisual, impulsada por Internet y la convergencia de medios, ha dado paso a la aparición de nuevas narrativas que van conforme a las plataformas digitales. Según Lastra (2016), el papel del prosumidor es de gran importancia en este aspecto, ya que no solo consumen contenido, también contribuye en su producción y difusión. Esto da un lugar a narrativas crossmedia, donde diferentes plataformas se unen como la televisión, la web y la radio, para narrar una misma historia; narrativas crossover, que se combina varias historias dentro de un único relato; y narrativas transmedia, que desarrollan la experiencia de la audiencia al interactuar con la historia a través varias plataformas.

Prosumidor en la comunicación política.

Los prosumidores en la era de la web 2.0, siendo activamente difusores y productores de contenido de temas sociales, culturales y políticos, teniendo un notable impacto en la audiencia. han tenido una significativa participación en la comunicación, su rol dentro de la comunicación política toma mayor sentido si consideramos lo que sostiene Acevedo (2025), "quien afirma que el ciberespacio no es solo un canal en el que se difunden narrativas, si no en un entorno en disputa donde se moldean la construcción de subjetividad políticas". (p. 21).

El concepto de "political prosumption" se refiere a cómo los prosumidores no solo consumen información, también participan en su difusión. Al compartir y comentar sus opiniones, ayudan a que los algoritmos de las redes sociales amplifiquen estos mensajes a un público más amplio. Además de interactuar con el contenido existente, generan su propio material, tomando como base información ya publicada. (HersHKovitz, 2012, como se citó en Salomé, 2014, p 03)

En este aspecto, los prosumidores desempeñan un papel fundamental en la construcción de las narrativas políticas digitales, dentro del ciberespacio crean e interpretan estos discursos políticos, el ciberespacio se convierte en un territorio de confortación discursiva, donde se construyen sentidos políticos y se vuelve a definir la opinión política.

2.1.2. Narrativa política Digital.

Las narrativas digitales se refieren a aquella forma de comunicación que aprovecha los recursos tecnológicos y digitales, permitiendo ampliar las formas de expresarse.

Acevedo (2024) menciona que:

La construcción de narrativas políticas digitales implica la creación y crecimiento de discursos e historias que tiene significados y valores. Estas narrativas nacen de varias expresiones sociales y tienen el poder de influir en los usuarios en sus comportamientos, construyendo la opinión pública, la pertenencia y la identidad, especialmente en el ciberespacio, con respecto a que las plataformas digitales han transformado en la que producen, viralizan y consumen estas narrativas.

En este contexto, las narrativas políticas digitales no solo transmiten información, también construyen la percepción social y política en entornos digitales. Estas narrativas han transformado la forma en que los discursos difunden y consumen información, dando así a los usuarios o prosumidores un rol activo en la construcción en la opinión pública y percepción de las personas.

2.2 Fundamentación teórica y conceptual.

2.2.1. Fundamentación teórica.

2.2.2 Convergencia mediática.

La convergencia mediática es un concepto que describe como se integran y complementan los distintos medios de comunicación, tecnologías y plataformas dentro de un entorno mediático.

Jenkins (2006) describe a la convergencia cómo:

El flujo de contenido a través de diversas plataformas mediáticas, la colaboración entre distintas industrias y el comportamiento migratorio de la audiencia, dispuestas a ir casi a cualquier parte que les ofrezcas el entretenimiento.

Desde este contexto, podemos comprender que la convergencia mediática se refiere a la forma en que circulan e interactúan los contenidos a través de distintas plataformas, de acuerdo

con su función informativa. Jenkins (2006) define la convergencia como un concepto que consigue caracterizar los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales, de este modo el concepto también aborda la evolución del rol de las audiencias dentro de estos entornos y su proceso interactivo con los medios.

Consideramos que esta teoría puede fundamentar parte de nuestra investigación, nos ayudará a profundizar el rol del prosumidor dentro de los ecosistemas mediáticos y su reinterpretación de los contenidos políticos en múltiples plataformas. Jenkins (2006) destaca que la difusión de los contenidos mediáticos depende en gran medida de la participación de los consumidores.

2.2.3. Espacio público.

La teoría del espacio público de Jürgen Habermas es una herramienta que nos permite analizar la dinámica de la participación ciudadana en espacios públicos.

Rodríguez et al., (2019) menciona que:

El espacio de la opinión pública es una red para la comunicación de opiniones, en la que los flujos de comunicación quedan filtrados y condensados en opiniones públicas en torno a un tema específico, el cual se reproduce a través de la acción comunicativa. (p. 154).

De esta manera, comprendemos que este espacio no se limita a un lugar físico, sino que se manifiesta en cualquier forma de red comunicativa en el que se intercambien opiniones individuales. Este intercambio promueve una participación más activa de los ciudadanos, con el propósito de generar consensos que impulsen a enfrentar y resolver problemas sociales; por ello el espacio público actúa como un ámbito intermedio entre la ciudadanía y el estado, facilitando el diálogo y la deliberación crítica sobre asuntos de interés común.

La noción del espacio público resultó ser un aporte sustantivo al pensamiento social contemporáneo, ya que permite comprender cómo los individuos procesan su experiencia social y política en la sociedad a partir de la comunicación pública. (p. 154).

Bajo esta relación consideramos que esta teoría es un concepto clave que nos permite fundamentar parte de nuestra investigación, ya que nos ayuda a profundizar en los procesos de liberación pública que actualmente se desarrollan también en los espacios digitales en donde los prosumidores participan activamente.

2.2.4. Creación de contenido.

Las nuevas tecnologías han permitido que cualquier persona con un teléfono móvil pueda crear contenido, sin importar la calidad de este. Las herramientas necesarias para la creación de productos comunicacionales son cada vez más accesibles, y las personas aprenden de manera más rápida el uso de estas tecnologías, lo que facilita la producción y difusión de contenido en múltiples formatos.

Andreu-Sánchez & Martín-Pascual (2014) destacan que “a partir de esta tecnología surgen las comunidades virtuales, los foros, los blogs, las wikis, la mensajería instantánea, y las más recientes, las redes sociales. De manera, que es evidente la llegada de la era de la participación, a lo que ha contribuido también la mejora de los equipos y dispositivos domésticos, que ahora ofrecen mayores prestaciones y permiten editar fácilmente todo tipo de contenidos, incluidos los audiovisuales” (p. 134).

De esta manera, los prosumidores crean y comparten contenido de manera masiva, ocupando espacios propios como fan Pages, blogs o perfiles personales en redes sociales, donde pueden expresar sus opiniones, intereses y participar activamente en debates y narrativas que antes estaban en manos de medios tradicionales. Al contar con plataformas accesibles y herramientas digitales de fácil uso, los prosumidores han logrado construir comunidades en torno a sus contenidos, influir en la opinión pública y enriquecer la conversación social y política

La creación de contenido, en las narrativas políticas, necesita del progreso de competencias de alfabetización digital.

En el estudio de Moreira et. al. (2015, citado por Berenice, 2019), describe que:

La alfabetización digital permite explicar toda la dinámica que implica la actividad de la creación de contenidos: saber elegir la información que será transformada en conocimiento, contar con los medios para llevar a cabo la producción y compartir el contenido, así como ser consciente de las interacciones que se generan en la red a partir de esta acción. (p. 27)

De esta manera, la creación de contenido en la narrativa política necesita más que solo el uso de herramientas digitales involucra el desarrollo de habilidades de la alfabetización digital. Esto posibilita la capacidad de elegir información pertinente, para difundir información y captar la relación que establece las plataformas digitales.

2.2.5. Polarización y fragmentación de la opinión.

La polarización política se relaciona a la fragmentación de las opiniones y creencias dentro de una sociedad, donde los grupos o individuos aceptan posturas extremas, dificultando el consenso e impulsando la hostilidad entre facciones políticas.

Berrocal et al., (2023) menciona qué:

este fenómeno puede ser tanto causa como consecuencia de tensiones sociales y políticas, exacerbado por factores estructurales y el rol de los medios de comunicación en la creación y reforzamiento de posturas polarizadas.

Según los autores, "la polarización política es un fenómeno que se expresa a través de la fragmentación de la opinión pública, con la formación de posturas extremas y una disminución de los consensos en temas políticos y sociales" (p. 2). Además, el papel de los medios de comunicación es crucial, ya que "refuerzan y reflejan opiniones polarizadas, generando identidades políticas extremas que dificultan la cooperación" (p. 2).

Tomando en cuenta el planteamiento de los autores, la polarización política no prohíbe una opinión distinta, más bien involucre una participación adaptable en la sociedad en donde se moldean posiciones y se recude complicado abordar acuerdos de temas políticos, bajo estar circunstancia los medios de comunicación ejecutan un papel importante no solo dan a conocer opiniones polarizadas, sino de igual modo las refuerzan.

En el libro de Mark Payne (2003) afirma que "el grado de fragmentación y polarización de sistema de partidos incide junto con el nivel de institucionalización en la gobernabilidad y la estabilidad del régimen democrático" (pág. 155). En consecuencia, la polarización y fragmentación del método político influyen en equilibrio democrático, acontecimiento de deslaza al ámbito digital.

2.2.6. Influencia en la toma de decisiones electorales.

Durante el periodo electoral, existen distintos factores que inciden en la toma de decisiones de los ciudadanos, entre estos factores destacan sus creencias, ideales, género, su entorno social. Sin embargo, el nivel de conocimiento político que poseen es uno de los aspectos más determinantes. Fraile (2007) señala que "para que una decisión sea racional resulta necesaria una mínima cantidad de conocimiento e información." (p. 50). Desde este punto, el votante debe contar con cierto grado de conocimiento básico sobre política para que su

razonamiento sea lógico y la elección sea lo más acertada posible, esto está directamente relacionado con la cantidad y calidad de información que reciben a diario.

Ahora bien, los medios de comunicación al ser una de las principales fuentes de información, se posiciona como uno de los factores que tiene mayor influencia en los electores. Los datos y noticias que estos proporcionan moldean las percepciones y consolidan ideas previas, Tanto los medios tradicionales como los digitales tienen influencia muy significativa en la opinión ciudadana al grado de alternar la intención del voto según como se perciba a los candidatos o la postura que presentan ante problemas sociales.

Para Marco Antonio Montúfar(2011) describe que para establecer la influencia que los sistemas electorales ejercen sobre el sistema político en su conjunto, es importante partir de la consideración que los factores condicionantes de la vida política de un país se encuentran estrechamente interrelacionados entre sí, de tal manera que más allá de afirmar que el sistema electoral induce cierto tipo de comportamiento sobre los otros elementos del sistema, es preciso tener en cuenta la dinámica de interacción y los estímulos que promueven una determinada casualidad. (p. 61)

En este caso la toma de decisiones electorales está condicionada por varios estímulos, como el sistema electoral, la información disponible, las campañas, narrativas de redes sociales. Esto condiciona la conducta del electorado. Para diferenciar esta influencia, se debe tener en cuenta los factores que impulsan en las decisiones políticas de los ciudadanos.

2.2.7. Participación ciudadana en debates políticos.

La participación ciudadana es un elemento esencial que fortalece la democracia en la actualidad. Los ciudadanos a través de distintos medios no solo ejercen su derecho a expresarse, si no también aporta en la construcción de una sociedad más informada y crítica. Las condiciones actuales han abierto paso para que los usuarios puedan ser parte en los debates políticos, cuentan como la libertad que les ofrece los medios digitales para emitir sus diferentes opiniones sobre cualquier tema.

Facundo Alejandro (2014) señala:

Los ciudadanos encontraron en estas nuevas herramientas la oportunidad ideal de reinsertarse de alguna manera en la vida pública del país. Lo interesante para ellos es que ya no hace falta poner el cuerpo, las nuevas comunidades les permiten interactuar desde la comodidad de sus cajas. (Pag.36)

Esta idea nos permite entender que estas nuevas formas de participación han despertado el interés de la población en tener mayor participación en la esfera pública. Han reducido las barreras físicas y temporales, facilitando una participación más ágil, accesible, y constante.

2.2.8. Percepción pública.

La percepción en la forma en que las personas procesan la información que reciben, a través de este proceso formarán sus sentimientos, sus opiniones y entenderán si una persona, objeto o situación es de su agrado. Este resulta de la interpretación subjetiva que obtenemos de nuestros estímulos sensoriales, que son influenciado por aspectos internos como nuestras creencias, experiencias del pasado, y el entorno en que vivimos.

Almado (2023) describe la percepción como la acción y efecto de percibir, en la que las personas desarrollan impresiones de los que les rodea a través de sus sentidos. Aunque existen múltiples enfoques sobre cómo se define y se estudia la percepción, su interpretación puede variar dependiendo del campo de conocimiento que la examine, lo cual genera posibles problemas conceptuales (p. 91).

Por consiguiente, se dice que la percepción pública no es un proceso uniforme ni imparcial, sino que está influenciada por elementos individuales y sociales, Esto significa que la manera en que una sociedad comprende ciertos mensajes estará determinada por sus vivencias anteriores y entorno sociocultural.

2.2.9. Estrategias de comunicación.

Las estrategias de comunicación es un conjunto de técnicas que permitirán al emisor que su mensaje transmitido cumpla su función. La estrategia se crea en un análisis de problemas comunicacionales identificadas, esto nos ayudará a establecer metas y objetivos claros para solucionar la problemática establecida. Ríos Pacheco et al., (2020, p. 20).

Las estrategias que son usadas frecuentemente son la segmentación del público, el uso de narrativas formadas en las emociones de la audiencia, la elección de canales de comunicación adecuados, y el uso de la retroalimentación para adecuar el mensaje en función de la recepción. Pacheco et al. (2020) considera que:

Las estrategias de comunicación se pueden diseñar por la identificación de un problema latente en la comunidad u organización determinada; también se pueden diseñar como resultado analítico de un diagnóstico elaborado. Con esto se aclara que las estrategias de comunicación se diseñan y se desarrollan para dar respuestas a las necesidades

comunicacionales, posicionamiento, imagen, interacción, participación ciudadana, entre otras, que se presentan en un entorno determinado (p. 21).

Estos aspectos son claves para tener éxito en ámbitos como el marketing, la gestión de crisis, la comunicación interna y las relaciones públicas, es importante tener cuenta la claridad del mensaje, la coherencia en la comunicación y mantener que la información sea correctamente comprendida.

2.2.10. Alcance y visibilidad.

El alcance es la cantidad de personas que visualizan los contenidos publicados en los medios digitales y la visibilidad es la capacidad del contenido para tener relevancia y destacar en los espacios virtuales. Los dos indicadores son usados para considerar el impacto de un producto comunicacional.

Las aspiraciones de un creador de contenido es que sus producciones tengan un amplio alcance de audiencia y mucha repercusión; Una de las vías más funcionales para conseguirlo son las redes sociales las cuales se han consolidado como el canal principal para la difusión de información en entorno digital. El gran volumen de información compartida diariamente es un reto que obliga a las empresas periodísticas a incorporar nuevas estrategias que permita a sus contenidos obtener mayor alcance. Palomares et al., (2019).

Para que un contenido tenga éxito depende de la calidad del mensaje, su relevancia y la forma en que se transmite es importante el formato a al momento de usar, elementos que puedan ser visualmente atractivos y escoger el lenguaje que sea adecuado a la audiencia a la que se quiere llegar.

2.2.11. Credibilidad del contenido.

La credibilidad del contenido se basa al nivel de confianza que los receptores tienen en la información que consumen día a día. Esta confianza se plantea por diversos elementos, como la veracidad de datos, claridad del mensaje y contenidos verificados.

Támara, et al., (2021). Define que:

La credibilidad de noticias se basa en la credibilidad de los medios que las difunde. Las cabeceras conocidas y reconocidas como fuente de autoridad periodística, que goza en el prestigio, son una garantía de la veracidad de la información para los ciudadanos. (p. 207).

En esta circunstancia, la credibilidad del contenido informativo está vinculada con la reputación y conductas que los medios que lo genera, La audiencia tienen mayores confianzas en aquellos que han evidenciado responsabilidad y precisión en su trabajo informativo. Como lo expresa: García Alberto. et. al (2014).

La credibilidad que los usuarios otorgan a las informaciones no solo depende de las acciones que desarrollen los medios, sino que el prestigio de marca y la imagen social de sus periodistas también son factores que pueden condicionar. (p. 6).

2.3. Marco Legal.

Ley orgánica de comunicación (2008).

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión, este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

Art. 38.- Participación ciudadana. La ciudadanía tiene el derecho a organizarse libremente a través de veedurías, asambleas ciudadanas, observatorios u otras formas organizativas, a fin de vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación y la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, Estos resultados serán considerados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. (p. 14)

Constitución de la república del Ecuador 2008.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a:

El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

La creación de medios de comunicación social, y el acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del aspecto radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres de explotación de redes inalámbricas.

El acceso y uso de todas las formas de comunicación, visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

Integrar los espacios de participación previos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos por la ley. En caso de violación de derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

La declaración Universal de los derechos humanos, Naciones Unidas.

Art. 19.- Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitaciones de fronteras, por cualquier medio de expresión.

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. Enfoque de investigación.

Esta investigación se realizó bajo el enfoque mixto que según Roberto Hernández Sampieri (2014) dice que “implica un conjunto de Procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema.” (P. 232).

Por su parte, John Creswell et al. (2011) argumenta que:

La investigación con métodos mixtos proporciona mayor evidencia para el estudio de un problema de investigación que la investigación cuantitativa o cualitativa por separado. Los investigadores pueden utilizar todas las herramientas de recopilación de datos disponibles, en lugar de limitarse a los tipos de recopilación de datos que suelen asociarse con la investigación cuantitativa o cualitativa. (pág. 12)

Esta combinación metodológica favorece al identificar normas de comportamiento, continuidad de uso y niveles de conexión en plataformas digitales, sino que también interpretar los significados, motivaciones que los usuarios aplican sus prácticas comunicativas.

3.2. Tipo de investigación.

En el presente proyecto se implementó el tipo de investigación correlacional y explicativa, en la correlacional se estudió si hay una relación entre las dos variables y en la

explicativa se indagó las causas de un fenómeno, dando a conocer el por qué y cómo suceden. Según Arias (2012 “La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto”. (pág. 26), por lo tanto, facilita la comprensión de por qué los prosumidores participan rápidamente en la creación de contenidos políticos en las plataformas digitales.

Por otro lado, José Yuni et al (2006) argumenta que:

“Un estudio correlacional pretende determinar si existe relación entre variables A, B, C, D. El propósito de un estudio de este tipo de saber cómo se puede comportar una variable, conociendo el comportamiento de u otras variables relacionadas”. (pág. 81). La investigación correlacional y explicativa se implementó para analizar las relaciones entre variables y así se abarcó las causas que las generan.

3.3. Diseño de la investigación.

Se dispuso que se utilizaría el diseño de investigación no experimental transversal conforme a los objetivos planteados previamente. Esta opción metodológica facilitó los resultados de forma coherente con la importancia de abarcar como los usuarios de las plataformas digitales intervienen como prosumidores.

Sampieri et al., (2014) describe a la investigación no experimental como “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.” (p. 152). Así mismo menciona que el diseño no experimental de tipo transversal o transeccional "recolectan datos en un solo momento"(p. 154) es decir que el levantamiento de información realiza solo en un periodo determinado.

Dadas estas circunstancias, comprendemos que, este diseño de investigación es útil cuando se intenta interpretar fenómenos complejos. En nuestra investigación nos permitió analizar en un periodo específico como los prosumidores aportan activamente en la construcción de las narrativas políticas digitales, sin que el investigador intervenga en el proceso de dichas prácticas. De esta manera, garantizamos una aproximación más confiable a las dinámicas sociales y comunicativas que encontramos en los medios digitales.

3.4. Alcance de investigación.

Esta investigación tiene alcance explicativa-correlacional y se buscó explorar el papel de los prosumidores en la construcción de narrativas políticas. Además, se analizaron los beneficios y las desventajas en la participación como consumidor y productor de los internautas. Para

alcanzar estos objetivos, se emplearon el enfoque mixto a través de herramientas como encuestas y entrevistas a expertos en comunicación política y a una muestra de la población, enfocadas en su experiencia y participación en redes sociales durante periodos electorales.

3.5. Operacionalización de variables.

Cuadro 1. Operacionalización de variables

Variable(s)	Definición Conceptual	dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas de levantamientos de información
VARIABLE INDEPENDIENTE: PROSUMIDORES	El prosumidor en la comunicación política digital es un usuario que no solo recibe contenido, sino que también lo crea y comparte activamente, impulsando la difusión de ideas y promoviendo el aprendizaje colectivo (Jordán, Arias, & Samaniego, 2017).	Creación de contenido	Tipo de contenido	¿Con qué frecuencia crea y comparte contenido político en redes sociales?	Entrevista, encuesta y observación
		Polarización y Fragmentación de la opinión	Nivel de polarización en las redes sociales.	¿Con que frecuencia ha dejado de seguir cuentas por contenido político agresivo?	Entrevista, encuesta y observación
		Influencia en la toma de decisiones electorales	Percepción sobre la importancia del voto informado.	¿Con que frecuencia el contenido político en redes ha cambiado su percepción política?	Entrevista, encuesta y observación
		Participación ciudadana en debates políticos	Calidad de los argumentos compartidos en los debates.	¿Con qué frecuencia argumenta con datos y fuentes confiables en debates políticos?	Entrevista, encuesta y observación

VARIABLE DEPENDIENTE: NARRATIVAS POLITICAS DIGITALES.	Las plataformas hacen de la difusión de información más fácil y rápida; además, permite a los usuarios expresar sus pensamientos e ideologías, contribuyendo a la construcción de percepciones sobre los líderes políticos (Quinde y Ramírez Rodríguez, 2024).	Percepción pública	Grado de confianza o desconfianza en los candidatos	¿Qué fuentes de contenido político le generan mayor confianza? (Marque todas las que correspondan)	Entrevista, encuesta y observación
		Estrategias de comunicación	Uso de lenguaje persuasivo y emocional.	¿Qué estilo de contenido político influye más en su opinión? (Marque todas las que correspondan)	Entrevista, encuesta y observación
		Alcance y visibilidad	Número de seguidores o audiencia alcanzada.	¿Qué factores aumentan su confianza en una publicación política? (Marque todas las que correspondan)	Entrevista, encuesta y observación
		Credibilidad del contenido	Uso de fuentes verificadas y confiables.	¿Qué acciones realiza antes de compartir contenido político? (Marque todas las que correspondan)	Entrevista, encuesta y observación

3.6. Población, muestra y estudio.

3.6.1. Población.

La población objeto de estudio está enfocada en los prosumidores de la provincia de Santa Elena distinguidos como consumidores que no solo utilizan contenidos digitales, sino que también crean y propagan contenidos políticos en las plataformas.

Según Sampieri et al., (2014), “la población debe situarse claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo” (p. 174). Es crucial delimitar adecuadamente la población, esto permitirá determinar un tamaño de muestra adecuado, enfocar la investigación en los casos relevantes y evitar que los resultados sean demasiado generales. Una correcta delimitación asegura que los resultados sean válidos y aplicables, esto es fundamental para la relevancia de las conclusiones.

La población de estudio de nuestra investigación está conformada por habitantes de la provincia de Santa Elena del cantón Santa Elena, Esta población permitió explorar cómo los votantes, mediante su participación y creación de contenido en plataformas digitales, contribuyen a la configuración de discursos políticos que pueden incidir en el proceso electoral de 2025.

3.6.2. Muestreo.

En el desarrollo de esta investigación se utilizó muestreo aleatorio simple, permitiendo que toda la población objetiva tuviera la misma posibilidad de ser escogido. Esta técnica reforzó que la selección de cada persona sea independiente, asegurando imparcialidad de la muestra

Hernández et al., (2019) menciona que:

Para utilizar esta técnica es necesario conocer la población en su totalidad; a cada uno de los sujetos se le designa un número correlativo y luego a través de algún método del azar se va seleccionando cada participante hasta completar la muestra requerida. (p. 76)

3.6.3. Muestra.

La muestra representa un subconjunto de la población que seleccionamos únicamente para nuestra investigación. Se busca que la muestra sea una porción relevante de la población de estudio.

Hernández Sampieri (2014), señala que "pocas veces es posible medir a toda la población, por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y, desde luego, se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población." (p. 175).

La población del cantón Santa Elena se estableció en 98,854 personas, para tener esta cantidad de personas accedimos a censo Ecuador cuenta conmigo que nos indica cuantos ciudadanos existe en cada la provincia. Para realizar el tamaño de la muestra, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

n: tamaño de la muestra

N: 98.854 (tamaño de la población)

Z: 1,96 (nivel de confianza de 95%)

p: 0.5 (probabilidades de éxito)

q = 0.5 (probabilidad de fracaso)

e = 0.05 (margen de error)

Sustituyendo los valores de la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 98,854}{(0,05)^2 * (98,854 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{98,854}{257,1} \approx 383$$

Como consecuencia, el tamaño de la muestra tiene un valor de 383 personas, son representantes de la comunidad digital activa en la provincia de Santa Elena, del cantón Santa Elena. En este periodo se propuso la recolección de datos tomando en cuenta las entrevistas, encuestas, y análisis de contenido. Esta duración fue fundamental en nuestro proyecto de investigación, coincidimos con la alta actividad política en plataformas digitales, nos ayudó a conseguir una muestra propia de las interacciones en las narrativas expandidas por los prosumidores.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

Las técnicas de investigación que se utilizaron fueron el método de entrevista, encuesta y grupo focal, nos permitió adquirir tanto las opiniones y experiencias de los

participantes como datos cuantitativos, proporcionando un análisis completo y fundamentado en la investigación.

3.7.1. Entrevista.

La entrevista tiene un papel relevante en nuestra investigación, esta nos brinda el conocimiento de expertos en la comunicación digital, política y contenidos digitales. La entrevista es una herramienta valiosa, permitiendo al investigador comprender el significado de la conducta de cada participante, no se trata de observar lo que hace los individuos, también inspecciona en los pensamientos y significado de las tomas de decisiones

Según Bravo et al., (2013) explica que entrevista como:

Una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial (p. 163).

3.7.2. Encuesta.

La encuesta aborda una herramienta fundamental para la investigación, adquiriendo información de una población específica, en este caso usuarios de redes sociales que participan como prosumidores realizando y propagando contenidos políticos.

Según García Fernando (2003),

Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el escenario de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (p. 167).

En este caso se desarrolló una encuesta estructurada con preguntas cerradas diseñadas en la escala de Likert, con la finalidad de calcular las actitudes y niveles de participación política digital. A si mismo se estructuro un checklist, como instrumento suplementado, orientada a identificar si están al tanto o no en ciertos comportamientos en los contenidos compartidos, accediendo a un análisis organizado para la recopilación de información.

3.1.1. Focus group.

En nuestra investigación se implementará la técnica de focus group a causa de que nos ayuda a obtener información cualitativa, sobre las percepciones, opiniones y actitudes de los prosumidores y su rol activo en las plataformas digitales

Nicola (2013) afirma que:

Los grupos focales pueden utilizarse para explorar temas sensibles y se ha comprobado que aumentan la probabilidad y la profundidad de la divulgación de información personal y sensible en comparación con las entrevistas individuales. (p. 79)

Se aplicó esta técnica del focus group para reconocer como los prosumidores de la provincia de Santa Elena, como reaccionan, construyen y comparten estas narrativas políticas digitales, Al realizar un diálogo abierto con los participantes que tuvieron mayor probabilidad de expresar sus opiniones sobre el impacto de estas redes, de los discursos políticos y la participación en la esfera pública digital.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados de enfoque cuantitativo.

A continuación, se presentan los resultados a partir del enfoque cuantitativo, mediante una guía de preguntas dirigida a los usuarios del cantón Santa Elena, El objetivo fue analizar como los prosumidores influyen en la construcción de narrativas políticas digitales, evaluando su impacto en la opinión pública, en debates políticos y toma de decisiones de estos ciudadanos.

INTRUMENTOS

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario- Escala de Likert

Tema: Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Identificar las prácticas y comportamientos de los prosumidores en redes sociales en relación con la creación, consumo y difusión de contenido político digital.

Escala: Siempre 1, frecuentemente 2, a veces 3, rara vez 4, nunca 5.

Tabla 1 ¿Con qué frecuencia usted genera y comparte contenido político en redes sociales?

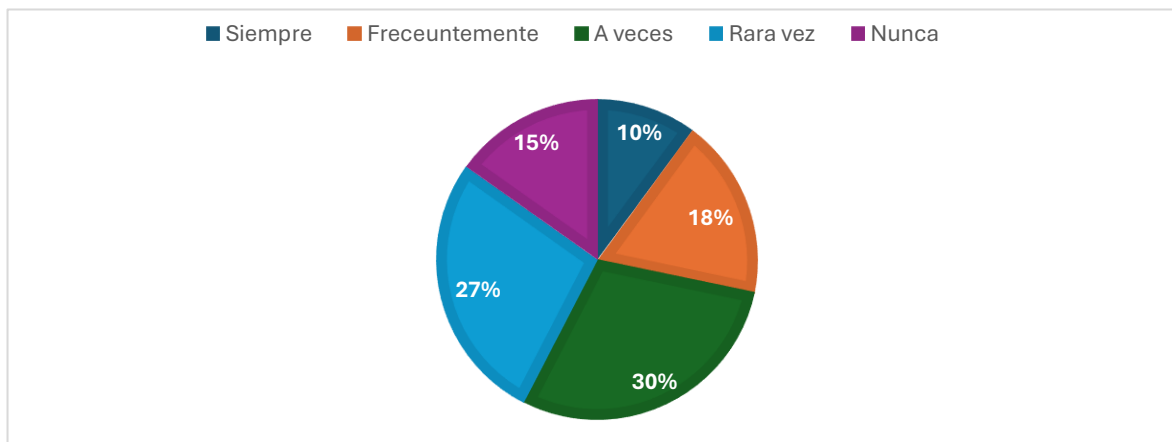
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	41	11%
Frecuentemente	70	18%
A veces	111	29%
Rara vez	104	27%
Nunca	57	15%

Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Figura 1 ¿Con qué frecuencia usted genera y comparte contenido político en redes sociales?



Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Análisis de interpretación

Los resultados evidencian que solo un grupo limitado de los encuestados actúa activamente como prosumidores en el ámbito político, el 10% comparte contenido político y el 18% frecuentemente, adicionalmente apenas un 27% de participación continua. El 29% lo hace a veces y un 27% rara vez, lo que muestra una participación ocasional. Además, que un 15% nunca crea ni comparte este tipo de contenido. Los datos obtenidos dan a conocer que las narrativas políticas digitales son realizadas por un grupo pequeño, por otro lado, la mayoría de los usuarios no están frecuentemente en el entorno digital.

Tabla 2 ¿Con qué frecuencia ha dejado de seguir cuentas por publicaciones agresivas sobre política?

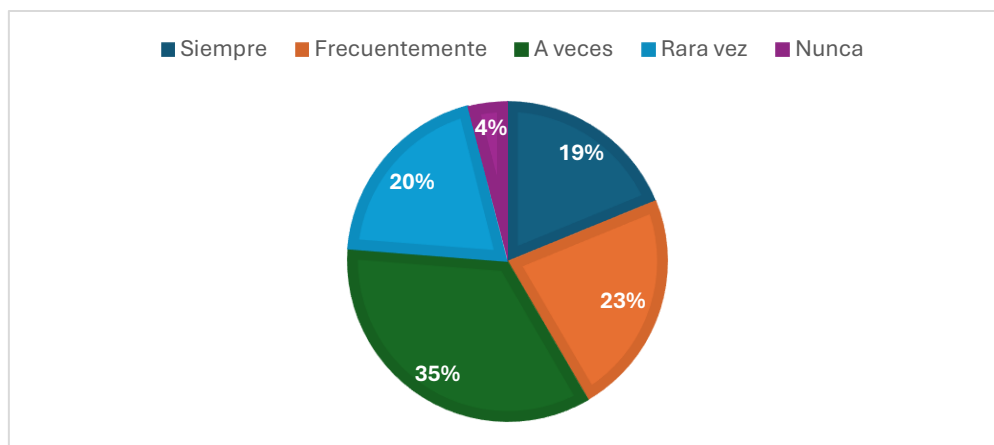
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	72	19%
Frecuentemente	87	23%
A veces	132	35%
Rara vez	75	20%
Nunca	17	4%

Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Figura 2 ¿Con qué frecuencia ha dejado de seguir cuentas por publicaciones agresivas sobre política?



Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Análisis de interpretación

Los resultados obtenidos demuestran que el 19% han dejado de seguir cuentas por contenido político agresivo, esto demuestra una posición firme frente a este tipo de acciones. El 23% lo realiza frecuentemente, dando a conocer un rechazo a estas actitudes, un 35% lo hace a veces, mostrando una respuesta considerada, el 20% rara vez realiza tenida tolerancia a las publicaciones, un 4% nunca ha dejado de seguir, esto evidencia que la

mayoría si actúa antes estas narrativas políticas agresivas, perjudicando la comunicación digital en el cantón Santa Elena.

Tabla 3 ¿Con qué frecuencia el contenido político ha cambiado su opinión política?

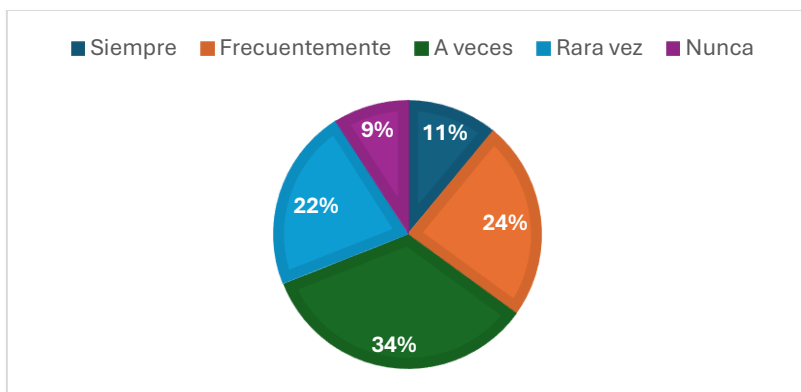
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	43	11%
Frecuentemente	91	24%
A veces	128	34%
Rara vez	85	22%
Nunca	36	9%

Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Figura 3 ¿Con qué frecuencia el contenido político ha cambiado su opinión política?



Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Análisis de interpretación

Los resultados muestran que en redes sociales el contenido político tiene un impacto en las opiniones políticas de los usuarios, aunque el grado varía. El 34% de los encuestados aseguran que sus opiniones pueden variar a veces, esta influencia es ocasional, pero existe, Un 24% afirma que la percepción pública cambia frecuentemente, el 11% confirma que siempre sus opiniones cambian, el 22% rara vez se ven influenciados en sus opiniones, el 9% nunca se ven influenciados. Estos datos dan a conocer que no todos los participantes alteran su posición política, las plataformas digitales si tiene un rol relevante en la formación y modificación de opiniones.

Tabla 4 ¿Con qué frecuencia argumenta con datos verificados y fuentes confiables en discusiones políticas?

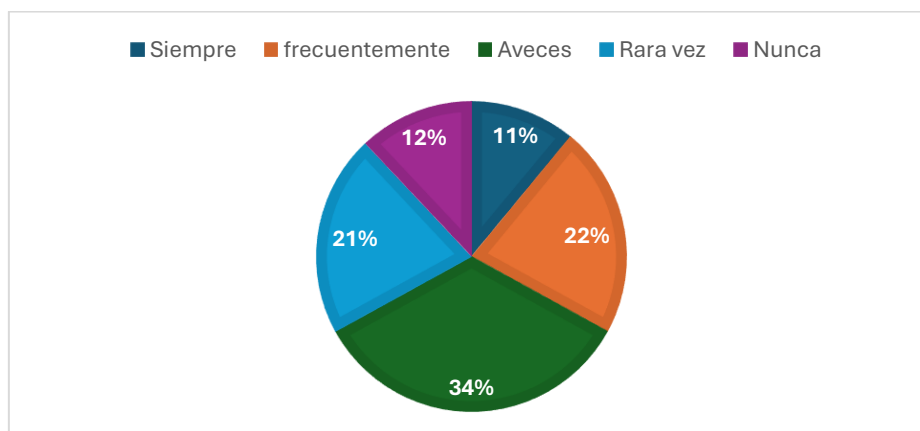
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	42	11%
Frecuentemente	84	22%
A veces	130	34%
Rara vez	81	21%
Nunca	46	12%

Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Figura 4 ¿Con qué frecuencia argumenta con datos verificados y fuentes confiables en discusiones políticas?



Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Análisis de interpretación

Los datos dan a conocer que el uso de fuentes confiables en debates políticos no es costumbre. Solo un 11% dice que lo realiza siempre y un 22% frecuentemente, una parte opina con detallada información de manera continua, un 34% a veces lo hace, un 21% lo hace rara vez, y un 12% nunca argumenta en los debates políticos. Por lo tanto, se da a conocer que es una costumbre debatir individualmente o en datos no verificados esto baja

la calidad de los discursos políticos en plataformas digitales y sube la probabilidad de desinformación.

Tabla 5 ¿Cuál de las siguientes fuentes de contenido político le proyecta mayor confianza? (Marque todas las que correspondan)

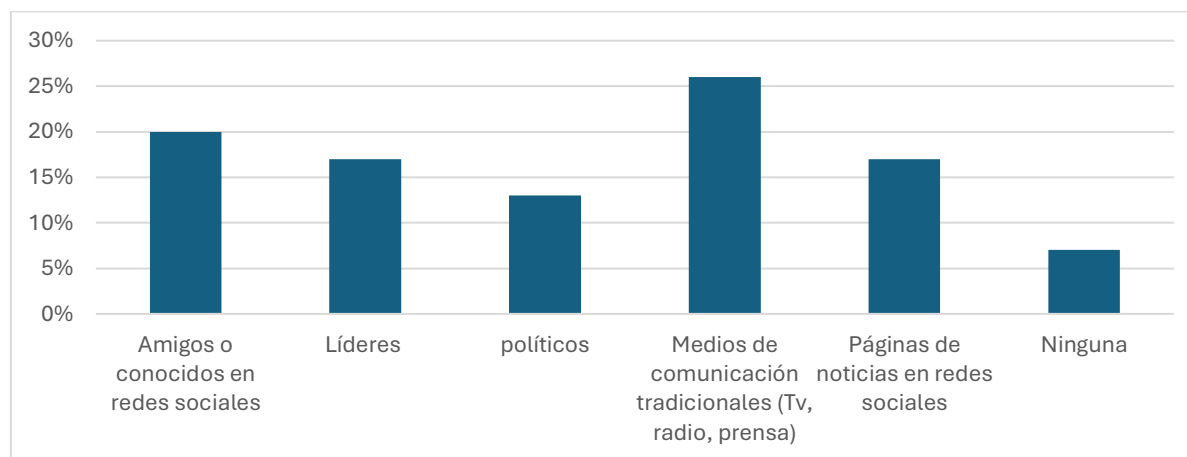
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Amigos o conocidos en redes sociales	122	20%
Líderes de opinión	107	17%
Candidatos políticos	79	13%
Medios de comunicación tradicionales (Tv, radio, prensa)	162	26%
Páginas de noticias en redes sociales	103	17%
Ninguna	41	7%

Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Figura 5 ¿Cuál de las siguientes fuentes de contenido político le proyecta mayor confianza? (Marque todas las que correspondan)



Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Análisis interpretativo

Los datos de los encuestados dan a conocer que, el 20% tiene confianza en amigos o conocidos en redes sociales, mientras que el 17% en líderes de opinión, el 13% en candidatos políticos, un 26% en medios tradicionales, el 17% en páginas de noticias de

redes sociales, y el 7% en ninguna fuente. Nos damos cuenta de que los medios tradicionales siguen siendo lo más confiables, pero también tenemos en segundo lugar los amigos y conocidos quienes no solo consumen información, sino que comparten y actúan como prosumidores.

INSTRUMENTOS

Variable dependiente: Narrativas políticas digitales

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario checklist

Tema: Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena.

Objetivo: El checklist permitirá para identificar que tipos de contenido políticos influyen en la captación del encuestado.

Tabla 6 ¿Qué estilo de contenido político considera usted que repercute más en su opinión? (Marque todas las que correspondan)

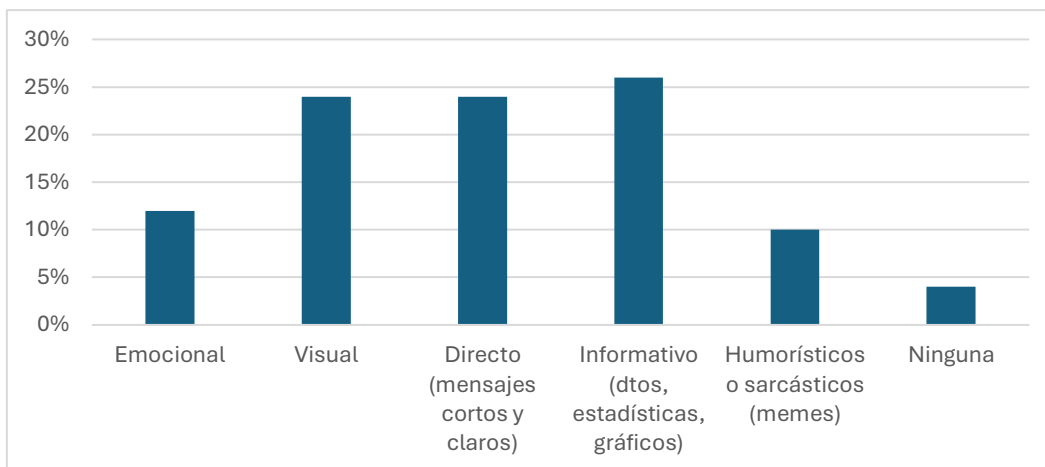
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Emocional	72	12%
Visual	149	24%
Directo (mensajes cortos y claros)	145	24%
Informativo (datos, estadísticas, gráficos)	161	26%
Humorísticos o sarcásticos (memes)	61	10%
Ninguna	26	4%

Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Figura 6 ¿Qué estilo de contenido político considera usted que repercute más en su opinión? (Marque todas las que correspondan)



Fuente: *Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena*

Elaborado por: *Diana Lozada, Melanie Escalante*

Fecha: 11/06/25

Análisis interpretativo

Los datos dan a conocer que 12% influye el contenido emocional, el 24% un contenido más visual, el 24% les influye más lo directo, mensajes cortos y claros), el 26% informativo con datos y estadísticas, el 10% humorísticos o sarcásticos y solo el 4% no se siente influenciado por estos tipos de contenido, esto da a conocer que cierta mayoría si responde a ciertas estrategias comunicacionales.

Tabla 7 ¿Qué factores le provoca mayor su confianza en una publicación política?
(Marque todas las que correspondan)

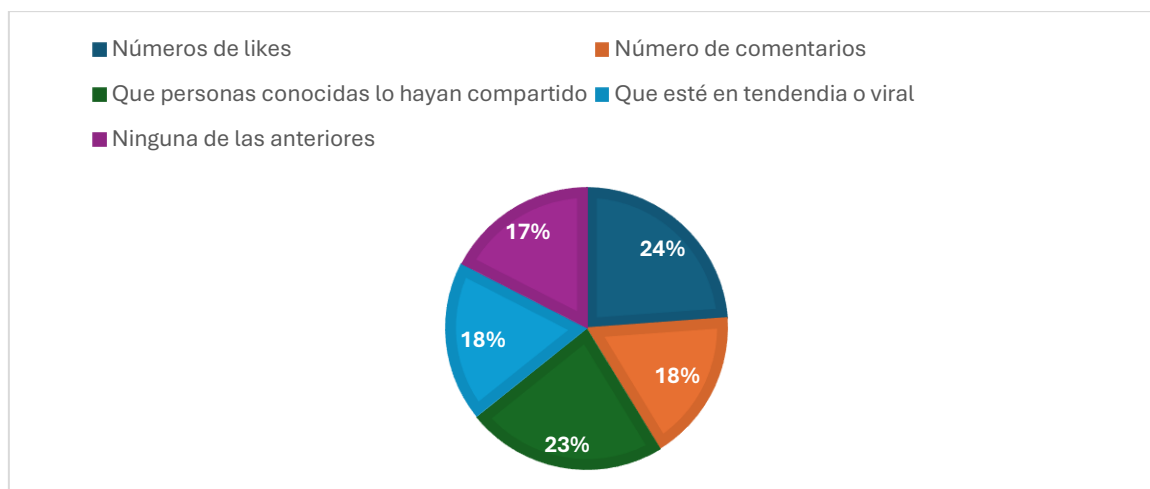
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Número de likes	84	26%
Número de comentarios	96	19%
Que personas conocidas lo hayan compartido	126	25%
Que esté en tendencia o viral	102	20%
Ninguna de las anteriores	97	19%

Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Figura 7 ¿Qué factores le provoca mayor su confianza en una publicación política? (Marque todas las que correspondan)



Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Análisis interpretativo

Los encuestados dan a conocer que el 24% que los números de likes aumentan su confianza en las publicaciones políticas, el 18% son los números de comentarios, el 23% que las personas conocidas lo hayan compartido, 18% que las publicaciones estén en tendencia o virales, y el 17% ninguna de las anteriores, para la mayoría de los encuestados, la visibilidad digital impacta en la percepción.

Tabla 8 ¿Qué acciones usted realiza antes de compartir contenido político?

(Marque todas las que correspondan)

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Verifico si la Fuente es confiable	176	35%
Reviso si otros también lo han compartido	88	18%
Comparto con otros medios de comunicación	69	14%
Leo solo el título y comparto	48	10%
No suelo verificar la información	37	37%
No comparto contenido político	84	17%

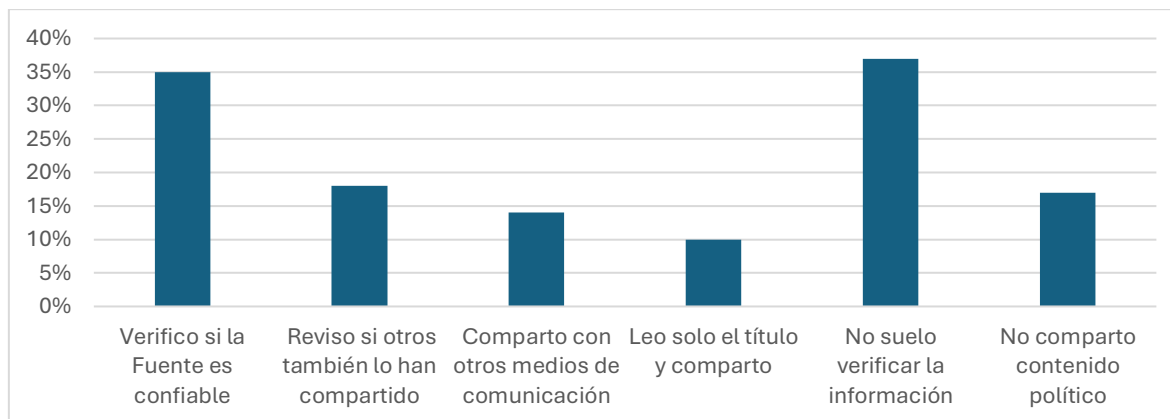
Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Figura 8 ¿Qué acciones usted realiza antes de compartir contenido político?

(Marque todas las que correspondan)



Fuente: Habitantes del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

Fecha: 11/06/25

Análisis interpretativo

Los encuestados dan a conocer que el 35% verifica si la fuente es confiable antes de compartir, el 18% revisa si otros lo han compartido, el 14% comparte con otros medios de comunicación, el 10% lee solo el título y comparte, el 37% no verifica la información y el 17% no comparte contenido político, los datos obtenidos evidencian la necesidad de un conocimiento de alfabetización mediática en las plataformas digitales.

4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENFOQUE CUALITATIVO

Resultados del enfoque cualitativo A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir del enfoque cualitativo, mediante la aplicación de una guía de preguntas dirigida a especialistas de la comunicación política digital. El objetivo de este instrumento fue analizar como los prosumidores influyen en la construcción de narrativas políticas digitales, evaluando su impacto en la opinión pública, en debates políticos y toma de decisiones de los ciudadanos. También se busca identificar las plataformas, factores y percepción social relacionadas con estas dinámicas.

Técnica: entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Obtener una comprensión crítica a partir de la experiencia de especialistas en comunicación digital, política y redes sociales.

Entrevistada 2

Apellidos y nombres	Gerson Alfredo Cochea Panchana
Cargo	Docente de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena
Especialidad	Licenciada en Comunicación Social/Máster
Entrevistador	Diana Lozada-Melanie Escalante
Fecha	03/06/2025

Cuadro 2. Instrumento Entrevista

Variable	Pregunta	Respuesta	Observación del investigador
Prosumidores	¿Qué plataformas considera usted que son más influyentes en la participación de los prosumidores?	la plataforma de las redes sociales más utilizadas, más consumidas para prosumidores, es decir, consumidores y productores, en todo caso, es TikTok.	Detalló con ejemplos, dando a conocer cuáles son las plataformas más utilizadas de los prosumidores.

		<p>y lo sigue Instagram, Facebook ha perdido alrededor de un 25% de usuarios por diferentes factores.</p> <p>TikTok, es mucho más dinámico. Entonces, es un poco más.</p> <p>Incluso desde el lenguaje corporal, visual y lingüístico, mucho más suelto y apegado a lo que el usuario es.</p>	
	¿Cree usted que el contenido generado por prosumidores contribuye a la polarización de la opinión política en redes sociales?	<p>Sí, por supuesto, en todo sentido. De hecho, se hablaba justo hoy de la polarización, es decir, la mayor participación o activación de diferentes tipos de grupos selectos, en este caso. Hay múltiples factores que inciden en la acción y utilización de diferentes tipos de recursos para transferencia o intercambio de información. Esta participación que tienen los consumidores</p>	<p>Señaló que los prosumidores fortalecen la polarización política.</p>
	¿Cómo cree usted influye la participación de los prosumidores en redes sociales	<p>son parte activa, constante, tienen un tipo de interactividad y reacción inmediata, aparte de que tienen</p>	<p>Resalto que los prosumidores influyen en las decisiones electorales.</p>

	<p>en la toma de decisiones electorales de los ciudadanos?</p>	<p>cierta influencia en el pensamiento de un conglomerado número de personas. En política de hecho se ha contratado a personas que se les considera como influencers para manejar o manipular la opinión de los usuarios o del grupo, que en este caso jóvenes están dentro de estas plataformas.</p>	
	<p>¿De qué manera usted considera que la participación de los prosumidores en redes sociales influye en el desarrollo de debates políticos digitales?</p>	<p>Existe mucha actividad con la que no se identifican mejor. Entonces tiene un acto de rebeldía, de reacción. los consumidores exigen, requieren una solución inmediata. El modo de consumir, el modo de informarse, el modo de buscar información es a través de estas plataformas. Uno pretende o cree desde su espacio del uso de la red social intervenir, participar, promover, incidir en esa toma de decisiones de autoridad. Por eso es por lo que en este caso se ven muchas</p>	<p>Aseguró que los prosumidores influyen en los debates políticos digitales, mediante la reacción inmediata y exigencia de respuestas.</p>

		denuncias a través de las plataformas de redes sociales.	
Narrativas políticas digitales	¿Cómo cree usted que perciben los ciudadanos las narrativas digitales en relación con la comunicación política actual?	Bueno, si lo separamos por categorías de sectores de géneros. Por ejemplo, los millennials y generación z, entienden que en este caso lo toman desde una acción mucho más participativa y reactiva. Versus el caso de los tradicionales o los baby boomers que tienen un sentido más tradicionalista y simbólica. Desde ese aspecto, los jóvenes son un poco más emocionales. Y por eso el voto facultativo es utilizado para incidir en ese voto emocional. Ese voto emocional que a lo mejor se deja difundir a través de la familia, a través de motivaciones que tiene todo ser humano	Considera que la percepción de as narrativas digitales varían según la generación.
	¿Cómo cree que las narrativas políticas digitales pueden ser utilizadas para	Pues se ha demostrado que a través de estudios esto se utiliza a bien y o a mal. Dependiendo del objetivo, el interés y	Considera que las políticas digitales pueden ser utilizadas tanto con fines

	manipular o influir en la opinión pública	necesidad de esos actores y movimientos políticos. Pero tiene su riesgo porque la manipulación de la información puede estar orientada por la desinformación.	positivos como negativos.
	¿Qué factores usted considera que influyen en el alcance y visibilidad de las narrativas políticas digitales en redes sociales?	Influye la creación de mensaje dirigido a públicos específicos, como parte de un grupo selecto. El mensaje debe construirse estratégicamente, si una invasión agresiva, cuidando la cantidad de publicaciones para evitar efectos negativos. Las narrativas deben persuadir sin interrumpir, y no se trata de cantidad, sino de calidad.	El alcance y visibilidad de las narrativas políticas digitales depende de la creación estratégica de mensajes dirigidos a públicos específicos.
	¿Considera que las narrativas políticas digitales están desplazando a las narrativas tradicionales (discursos, medios impresos)?	Bueno, no es que se está desplazando. Están emigrando a otras plataformas. Y es necesario entender que no se puede, el mismo mensaje que tú lo tienes en un medio tradicional, un soporte tradicional, lo traspases a un medio	Considera que las narrativas políticas tradicionales no están siendo desplazadas, sino que estas emigrando a plataformas digitales.

		digital, tal cual como está. Porque el público está orientado en otro tipo de consumo depende mucho de la realidad local. Santa Elena, por ejemplo, tiene zonas rurales donde se prefiere un medio tradicional. Esto este ligado a la cultura de consumo de información y costumbres.	
--	--	---	--

Entrevistada 2

Apellidos y nombres	Dámaris Yugcha Corrales
Cargo	Directora de planificación de la prefectura de Santa Elena
Especialidad	Máster
Entrevistador	Diana Lozada-Melanie Escalante
Fecha	03/06/2025

Variable	Pregunta	Respuesta	Observación del investigador
Prosumidores	¿Qué plataformas considera usted que son más influyentes en la participación de los prosumidores?	Las plataformas más influyentes en la participación de los prosumidores en la provincia de Santa Elena son Facebook, por ser amigable y de mayor alcance; TikTok, por su efectividad en campañas políticas con videos cortos; e Instagram,	El entrevistado relaciona con ejemplos, da a conocer que TikTok es la plataforma más influyente en la participación de los prosumidores.

		aunque con menor impacto	
	¿Cree usted que el contenido generado por prosumidores contribuye a la polarización de la opinión política en redes sociales?	Sí puede contribuir a la polarización, especialmente cuando el contenido proviene de páginas falsas que buscan dañar a un contrincante, Todo depende de si el consumidor identifica si la información es verificada o no; si no lo hace, su opinión puede verse influenciada.	El entrevistado señala que muchos usuarios no constatan información y que por lo tanto el anonimato promueve discursos agresivos.
	¿Cómo cree usted influye la participación de los prosumidores en redes sociales en la toma de decisiones electorales de los ciudadanos?	Sí influye, porque la participación ciudadana permite conocer las necesidades reales del territorio. Escuchar a la gente ayuda a que las autoridades tomen decisiones más acertadas. Los ciudadanos, a través de redes, pueden comunicar lo que necesitan.	El entrevistado menciona que influye al momento de que los ciudadanos dan a conocer sus necesidades, mediante estas plataformas.
	¿De qué manera usted considera que la participación de los prosumidores en redes sociales influye en el desarrollo de	Los prosumidores influyen mucho en los debates políticos digitales, porque son quienes elaboran y difunden el contenido. Deben tener buen criterio, conocer el	Asegura que los debates políticos son influenciados por los prosumidores.

	debates políticos digitales?	contexto local y nacional, amar lo que hacen para transmitir un mensaje claro, ellos captan las ideas y las convierten en narrativas que conectan con la ciudadanía.	
Narrativas políticas digitales	¿Cómo cree usted que perciben los ciudadanos las narrativas digitales en relación con la comunicación política actual?	La ciudadanía percibe que la comunicación política ha evolucionado con las narrativas digitales, que son más rápidas y accesible, Antes, los políticos usaban solo medios tradicionales ahora, muchos usan redes como TikTok o Instagram para conectar con la gente de la forma más cercana. Las redes permiten mensajes más continuos y también recogen opiniones del público, lo que influye en la construcción de las narrativas.	Afirma que las narrativas digitales han influenciado, solo estas narrativas sino también la comunicación política.
	¿Cómo cree que las narrativas políticas digitales pueden ser utilizadas para manipular o influir en la opinión pública	Las narrativas digitales pueden manipular fácilmente, según cómo el community manager quiere presentar la información. Todo depende de la ética y credibilidad del actor	Asegura que el community manager puede manipular las narrativas digitales, como el deseo.

		político. Si no hay conocimiento de las funciones reales de los cargos públicos, es más fácil engañar a la gente y prometer cosas que no corresponden.	
	¿Qué factores usted considera que influyen en el alcance y visibilidad de las narrativas políticas digitales en redes sociales?	La credibilidad influye mucho. También el contacto y la cercanía con la gente. Ser espontáneo, natural y transmitir un mensaje claro genera conexión. Además, es clave cómo te perciben los usuarios: Hay que ser originales y auténticos para ganar su confianza.	Menciona que las emociones son parte del proceso para influir en la visibilidad de las narrativas políticas en las plataformas.
	¿Considera que las narrativas políticas digitales están desplazando a las narrativas tradicionales (discursos, medios impresos)?	No creo que las narrativas digitales estén desplazando a las tradicionales, pero sí tiene mayor consumo por la comodidad del celular. Los jóvenes usan redes como Facebook o TikTok, mientras que los mayores siguen usando radio o periódico. Es más, una cuestión de accesibilidad que de reemplazo.	Asegura que los medios tradicionales no estas siendo desplazadas, solo es el tipo de generación que la consume. Da a conocer que las narrativas digitales las utilizan los jóvenes y los medios tradicionales las personas adultas.

Entrevistada 3

Apellidos y nombres	Monedero Morales Carmen del Roció
Cargo	Profesora de Periodismo
Especialidad	Códigos deontológicos, periodismo digital, periodismo cultural, comunicación.
Entrevistador	Diana Lozada-Melanie Escalante
Fecha	02/06/2025

Variable	Pregunta	Respuesta	Observación del investigador
Prosumidores	¿Qué plataformas considera usted que son más influyentes en la participación de los prosumidores?	TikTok es actualmente la plataforma más influyente en la participación de los prosumidores, especialmente entre los jóvenes, por su potencial de crecimiento, su diseño adictivo y su uso para entretenimiento como para ventas y contenido comercial.	Menciona que la plataforma más influyente es TikTok por el potencial que este tiene.
	¿Cree usted que el contenido generado por prosumidores contribuye a la polarización de la opinión política en redes sociales?	El contenido generado por consumidores sí contribuye a la polarización de la opinión pública en redes sociales, ya que muchos no contrastan la información incitando al insulto y al odio aprovechando el anonimato, lo que genera enfrentamientos ideológicos extremos y sociedades cada vez más divididas.	Asegura que el contenido de los prosumidores si contribuye en la paralización.

	¿Cómo cree usted influye la participación de los prosumidores en redes sociales en la toma de decisiones electorales de los ciudadanos?	Representa una forma de libertad de expresión, puede ser peligrosa al no estar regulada como medios oficiales. Además, los algoritmos de las plataformas priorizan contenidos polarizados y emociones les, lo que distorsionan el acceso a la información y favorece la reproducción de discursos extremistas, afectando así la percepción y decisiones del electorado.	Da a conocer que la participación influye de manera negativa, resalta que puede ser peligrosa.
	¿De qué manera usted considera que la participación de los prosumidores en redes sociales influye en el desarrollo de debates políticos digitales?	Influye bastante porque los prosumidores con audiencia pueden posicionar temas en la agenda pública, algo que antes solo hacían los medios tradicionales. Al generar contenido sobre ciertos temas, como el conflicto en Gaza, logran presionar a partidos políticos para que tomen postura o medidas. Esto demuestra su capacidad para incidir en el desarrollo de debates políticos digitales.	Expresa que los prosumidores demuestran su capacidad para el desarrollo de los debates políticos.
Narrativas políticas digitales	¿Cómo cree usted que perciben los ciudadanos las narrativas digitales en relación con la	Los ciudadanos perciben negativamente las narrativas digitales de los políticos debido al desgaste de la política tradicional, la	Evidencia que tienen una percepción negativa en las

	comunicación política actual?	corrupción y la desconfianza generalizada. Sin embargo, los prosumidores que comparten esos mismos mensajes pueden lograr mayor aceptación y credibilidad. Por eso muchos políticos intenta hoy parecerse a influencers, adaptando sus formas de comunicación para conectar mejor con el público.	publicaciones de políticos.
	¿Cómo cree que las narrativas políticas digitales pueden ser utilizadas para manipular o influir en la opinión pública?	Las narrativas políticas digitales pueden manipular la opinión pública porque apelan más a lo emocional que a lo racional, especialmente entre jóvenes. Las narrativas agresivas generan engagement y son impulsadas por los algoritmos, que las repiten constantemente y dejan fuera otros mensajes, lo que pueden llevar a que figuras extremas gane apoyo solo por generar emociones	Menciona que las emociones en las publicaciones tienen una manipulación alta.
	¿Qué factores usted considera que influyen en el alcance y visibilidad de las narrativas políticas digitales en redes sociales?	Los factores influyen en el alcance y visibilidad de las narrativas políticas digitales en redes sociales son principalmente el uso de contenidos emocionales que logren conexión con el público, especialmente con	Menciona que las emociones que utilizan en estas narrativas manipulan el público juvenil.

		los jóvenes. Las narrativas más agresivas suelen tener mayor impacto y los algoritmos favorecen este tipo de mensaje al hacerlos circular repetidamente.	
	¿Considera que las narrativas políticas digitales están desplazando a las narrativas tradicionales (discursos, medios impresos)?	Actualmente las plataformas digitales han desplazados a los medios tradicionales como intermediarios permitiendo a políticos a figuras públicas comunicarse directamente con su audiencia. Los medios incluso se hacen eco de lo que se publica en redes, mostrando que estas narrativas digitales son ahora la principal fuente de información y conexión con el público,	Asegura que las narrativas digitales si están desplazando a los medios tradicionales.

Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales.

Variable	Pregunta	Respuesta única representativa	Observaciones /triangulación	Análisis teórico
	¿Qué plataformas considera usted que son más influyentes en la participación de los prosumidores?	Las plataformas más influyentes en la participación de los prosumidores son TikTok, Facebook e Instagram. destaca por su dinamismo, TikTok formal atractivo y conexión emocional con los jóvenes, mientras Facebook sigue teniendo alto alcance en sectores más amplios.	TikTok es la plataforma más influyente entre los jóvenes por su conexión emocional, Facebook mantiene el alcance en públicos más amplios, mientras que Instagram tiene menor impacto. La participación de los prosumidores depende de la edad, contexto y objetivo del mensaje.	(Andraus Quintero, C.E., et al. (2024)). En su estudio pudo evidenciar que las redes sociales más usadas por los ciudadanos para obtener información política son plataformas como: Facebook, Instagram, TikTok, y YouTube, (p. 13) También menciona que la edad y género de los usuarios influye en la preferencia de redes sociales, los jóvenes entre 16y 25 años se evidencia una inclinación hacia las plataformas visuales como TikTok, Facebook Instagram y YouTube para informarse sobre política, por otra

				parte las preferencia de las otras personas mayores de 46 años está más inclinada hacia Facebook. (p. 9).
¿Cree usted que el contenido generado por prosumidores contribuye a la polarización de la opinión política en redes sociales?	Sí, el contenido generado por prosumidores puede contribuir a la polarización política, especialmente cuando se difunde sin verificación, Esto ocurre con mayor fuerza cuando se proponga desde páginas falsas o en contextos de anonimato.	La falta de verificación y el anonimato potencian a la polarización desde los prosumidores	Según Aruguete et al, (2024), las redes sociales es un medio en el cual la desinformación se propagan con mayor facilidad, a causa de que los usuarios comparten información sin una previa verificación de datos lo que genera polarización en el entorno digital. (p. 1)	
¿Cómo cree usted influye la participación de los prosumidores en redes sociales en la toma de decisiones electorales de los ciudadanos?	La participación de los prosumidores influye significativamente en las decisiones electorales, ya que actúan como actores activos que moldean la opinión pública. Su capacidad de reacción inmediata y	Los prosumidores influyen al conectar emocionalmente con el electorado y generar contenido que impacta en la percepción y decisiones políticas.	Bolaños et all., (2024), En su estudio, constató que la participación de los prosumidores influye en la toma de decisiones electorales, también afirmo que el 84% de sus	

		la emocionalidad de sus mensajes.		encuestados opinó de manera positiva de los candidatos tras ver sus videos en plataformas digitales.
¿De qué manera usted considera que la participación de los prosumidores en redes sociales influye en el desarrollo de debates políticos digitales?	Los prosumidores influyen de forma directa en los debates políticos digitales al generar y posicionar contenidos que reflejan demandas ciudadanas. Tienen la capacidad de establecer agendas temáticas. Presionar actores políticos a tomar posturas y fomentar espacio de interacción donde se visibiliza problemas reales del entorno.	Se evidencia que los prosumidores influyen en los debates al visibilizar problemáticas, proponer temas relevantes y generar presión para que actores políticos respondan.	Bolaños yo et all., (2024), considera que la participación los prosumidores ayudan a comprender el comportamiento de los usuarios en redes sociales. Influyendo en la capacidad de consumo y producción de contenido.	
¿Cómo cree usted que perciben los ciudadanos las narrativas digitales en relación con la comunicación política actual?	La percepción ciudadana de las narrativas digitales es diversa; los jóvenes las valoran por su inmediatez, cercanía y participación, mientras, que los adultos mayores tienden a confiar en	Se percibe una brecha generacional en la recepción de las narrativas digitales, los jóvenes se sienten más identificados con los prosumidores por su lenguaje	Cuesta Zegarra (2024), señala en que los vienes denota una clara preferencia por consumir noticias de las redes sociales, sustituyendo como su fuente principal	

		los medios tradicionales. En general, existe una sensación de desconfianza hacia los políticos, pero los prosumidores logran mayor aceptación al usar un lenguaje más auténtico y cercano.	cercano, mientras que los adultos prefieren medios tradicionales.	a los medios tradicionales.
	¿Cómo cree que las narrativas políticas digitales pueden ser utilizadas para manipular o influir en la opinión pública?	Pueden ser una herramienta poderosa de manipulación, ya que apelan más a lo emocional que a lo racional. Su capacidad para influir depende de los intereses detrás del mensaje, la falta de regulación en redes, y el uso estratégico de la desinformación para moldear opiniones y comportamientos	Las narrativas digitales tienen alto potencial de manipulación debido a su carga emocional. La falta de control en redes sociales y el uso de desinformación para orientar a la opinión pública	Según Wilches et al.,(2023), las campañas electorales han evolucionado conforma a la transformación de las plataformas digitales, han optado por adaptar relatos que influyen en los sentimientos primarios de los electores, Este mismo autor señala que (p. 3) Según Lin y Hemelvoim (2019, como se citó en Wilches-Tinjacá, Guerrero-Sierra y Niño,2024), "cada red social se ha convertido en un espacio singular

				para la administración de las emociones políticas y la creación de contenido". (9. 3)
¿Qué factores usted considera que influyen en el alcance y visibilidad de las narrativas políticas digitales en redes sociales?	La emocionalidad del contenido, la segmentación del público, la autenticidad del emisor y los algoritmos de las plataformas. Los mensajes persuasivos, espontáneos y dirigidos a audiencias específicas logra mayor conexión y visibilidad, especialmente si evita saturación y priorizan calidad sobre cantidad.	El alcance de las narrativas digitales depende de factores como la carga emocional del mensaje, la segmentación efectiva, la autenticidad del emisor y el funcionamiento de los algoritmos		Según Wilches et al., (2024) "Las redes sociales han potenciado y exagerado este campo de lucha por las emociones políticas. [...]" (p. 3). Asimismo, destacan que uno de los aspectos más atrayentes de TikTok es su algoritmo, esto debido a que permite personalizar el contenido que se presenta a los usuarios y preferencias en función de sus interacciones en la plataforma. (p. 4)
¿Considera que las narrativas políticas digitales están desplazando a	Más que un desplazamiento, existe una migración hacia lo digital. Las narrativas políticas	No se trata de un reemplazo sino de un cambio hacia lo digital Las narrativas políticas		Verdugo et al., (2023) con los avances tecnológicos las personas se han

	<p>las narrativas tradicionales (discursos, medios impresos)?</p>	<p>digitales han ganado mayor consumo por su accesibilidad, especialmente en públicos jóvenes. Los menos tradicionales aún son relevantes en zona rurales o entre adultos mayores. Hoy ambos formatos coexisten y se retroalimentan.</p>	<p>digitales denominan entre los jóvenes por su accesibilidad, mientras que los medios tradicionales mantienen una influencia en los sectores rurales y adultos,</p>	<p>adaptado a una nueva forma de comunicación, sin embargo, no quiere decir que los medios tradicionales hayan desaparecido, si bien estos medios no son muy atractivos para los jóvenes estos medios se han ido adaptando y evolucionando a las nuevas tecnologías. (p. 18)</p>
--	---	--	--	--

Fuente: Especialistas

Elaborado por: Diana Lozada, Melanie Escalante

4.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENFOQUE CUALITATIVO

Resultados del enfoque cualitativo sobre los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir del enfoque cualitativo, mediante la aplicación de grupo focal que va dirigida a dos tipos de generaciones, en este caso generación z y generación millennials. El objetivo de este instrumento fue analizar como los prosumidores influyen en la construcción de narrativas políticas digitales, evaluando su impacto en la opinión pública, en debates políticos y toma de decisiones de los ciudadanos. También se busca identificar las plataformas, factores y percepción social relacionadas con estas dinámicas.

Cuadro 3 Instrumento Grupo Focal

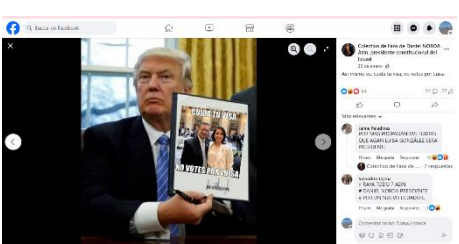

FOCUS GROUP							
Publicación	Nombre	Edad	Generación	Reacciones			
				Ironía	Reflexiva	Confusión	Indiferencia
	Daniela Navarrete	21	Generación z	✓			
	Joselyn Vallejo	30	Millennials		✓		
	Ángeles de la Rosa	18	Generación z		✓		
	Hilda Lozada	48	Millennials				✓
	Anthony Holguín	21	Generación z			✓	
	Fabian Lozada	32	Millennials			✓	
	Elkin Gonzabay	18	Generación z				✓
	Christy Laínez	30	Millennials		✓		

Tabla 2

FOCUS GROUP							
Publicación	Nombre	Edad	Generación	Reacciones			
				Confianza	Interesada	Indiferencia	Aprobación
	Daniela Navarrete	21	Generación z	✓			
	Joselyn Vallejo	30	Millennials		✓		
	Ángeles de la Rosa	18	Generación z			✓	
	Hilda Lozada	48	Millennials				✓
	Anthony Holguín	21	Generación z				✓
	Fabian Lozada	32	Millennials				
	Elkin Gonzabay	18	Generación z			✓	
	Christy Láinez	30	Millennials		✓		

Matriz integrada de reacciones de los participantes en relación con los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales

Participante	Edad	Generación	Reacción no verbal	Emoción	Interpretación del investigador.
Daniela Navarrete	21	Generación z	Se le noto una risa sarcástica	Ironía	Observamos que a Daniela le molesto el contenido.
Joselyn Vallejo	30	Millennials	Se sorprendió	Confusión	En la interpretación de Joselyn observamos que dudo sobre la publicación.
Ángeles de la Rosa	18	Generación z	Miro a sus compañeros	Confusión	Ángeles prefiero ver reacción de sus compañeros.
Hilda Lozada	48	Millennials	Permaneció en silencio	Indiferencia	Hilda en este caso rechazó esta publicación no estuvo de acuerdo.
Anthony Holguín	21	Generación z	Estuvo atendo a la pantalla	Interesado	Anthony prestó atención analizando la publicación.
Fabian Lozada	32	Millennials	Movió la cabeza	Interesado	Carlos le gusto la publicación y quería dar su opinión.
Elkin Gonzabay	18	Generación z	Estuvo calmado	Indiferencia	Elkin estuvo calmado, la publicación no le generaba ni una reacción.
Christy Láinez	30	Millennials	Estuvo concentrada y observó muy bien la foto	Reflexiva	Christy estaba interesada en la publicación y analizaba sin perder ningún detalle.

Matriz integrada de reacciones de los participantes en relación con los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales

Participante	Edad	Generación	Reacción no verbal	Emoción	Interpretación del investigador
Daniela Navarrete	21	Generación z	Estuvo con una expresión muy tranquila.	Confianza	Daniela mostró una confianza en el contenido
Joselyn Vallejo	30	Millennials	Observó con interés	Interesada	Joselyn tuvo una actitud de interés y curiosidad,
Ángeles de la Rosa	18	Generación z	Se mostró desinteresada	Indiferencia	Ángeles ignora la publicación, se notó desconexión emocional en el contenido.
Hilda Lozada	48	Millennials	Leyó la información con calma, tuvo una expresión relajada	Aprobación	Hilda demostró una tranquilidad al momento de ver el mensaje del contenido mostrado.
Anthony Holguín	21	Generación z	Afirmó moviendo la cabeza varias veces	Aprobación	Anthony validó el contenido, su expresión dio a notar que se identifica con él.
Fabian Lozada	32	Millennials	Atento a la pantalla	Interesado	Fabian le intereso y estuvo muy atento a la pantalla, no tuvo ningún rechazo por su parte
Elkin Gonzabay	18	Generación z	Sonrió al leer la información	Interesada	Elkin sonrió, tuvo una reacción positiva
Christy Láinez	30	Millennials	Estuvo atento	Confianza	Christy mostro atención a la información

5. DISCUSIÓN

La discusión tiene como objetivo analizar la información obtenida con las técnicas utilizadas, con la finalidad de responder al problema, por lo tanto, se explora como los prosumidores participan en la construcción de narrativas políticas digitales en el cantón de Santa Elena, teniendo en cuenta la opinión pública y la percepción de los contenidos de los usuarios. Se da a conocer los resultados mediante las encuestas, entrevistas y grupos focales, empleado con el marco teórico y con los objetivos.

5.1 Discusión de resultados de encuestas

En relación con la pregunta 1. **¿Con qué frecuencia crea y comparte contenido político en redes sociales?**

Los datos recolectados reflejan que el rol de los prosumidores es limitado a un grupo pequeño de usuarios. Se obtuvieron respuestas como: siempre el (10), equivale al 10%; frecuentemente (70), representa al 18%; a veces (111), corresponde a 29%; rara vez (104), refleja el 27% y nunca (57) equivale a un 15%. Este resultado da a conocer que la mayoría de los participantes manifestó un aporte moderado a la política digital, esto refleja que, las plataformas digitales permiten y fomentan la comunicación política.

Mediante el conocimiento que plantea Jenkins (2006), la convergencia mediática proporciona la circulación transmedia de los contenidos, donde los usuarios actúan como enlaces activos en la cadena de difusión política, incluso cuando su participación no sea constante. Esto manifiesta como una parte de los usuarios que genera contenido político “‘A veces” o “‘rara vez” puede verse del mismo modo influenciada que circulan en las plataformas digitales.

La segunda pregunta planteada fue: **¿Con qué frecuencia el contenido político ha cambiado su opinión política?** Los resultados dan a conocer que, un 34% de los encuestados indicó que el contenido le ha hecho cambiar de opinión a veces, mientras que un 24% esto ha ocurrido frecuentemente, un 11% respondió que siempre ha cambiado su postura como resultado de lo que ve en estas plataformas, el 22% respondió rara vez y un 9% nunca. Esta conclusión mostro que el contenido político en redes sociales ejerce una influencia patente en la composición de las opiniones políticas de los usuarios. Mas de la

mitad reconoció haber modificado su forma de pensar en el ámbito político a partir de los mensajes difundido en estos espacios.

Como lo plantea Fraile (2007), la toma de decisiones racionales en la política requiere un nivel mínimo en la información, En este contexto, la encuesta dio a conocer que el contenido político en redes ha logrado modificar, con cierta frecuencia, la opinión de los encuestados, lo cual refleja como la influencia de información digital intervienen en la configuración del juicio político en las decisiones electorales.

Así mismo se plantearon preguntas a especialistas mediante la técnica de la entrevista con enfoque cualitativo, con el propósito de profundizar en el fenómeno de los prosumidores y su incidencia en la construcción de narrativas políticas digitales, esta técnica permitió recoger perspectivas importantes sobre el uso estratégico de estas plataformas. Las respuestas se dan a conocer a continuación:

Pregunta 1 ¿Qué plataformas considera usted que son más influyentes en la participación de los prosumidores? El especialista Gerzon Alfredo Cochea Panchana mencionó que TikTok se posiciono como la red social más influyente para este tipo de usuarios. Debido a su capacidad para acoplarse en el lenguaje corporal, visual y lingüístico de quienes la utilizan. Esta plataforma ofrece un entorno interactivo que ofrece la creación de contenidos políticos desde una perspectiva espontánea emocional y autentica, estos aspectos potencian al impacto de mensajes en públicos jóvenes.

Bolaños et al., (2024) menciona que los prosumidores de TikTok en las elecciones presidenciales del año 2021 en Ecuador dieron a conocer que las redes sociales pueden ser un medio de comunicación importante para las campañas políticas.

Pregunta 6 ¿Cómo cree que las narrativas políticas digitales pueden ser utilizadas para manipular o influir en la opinión pública? La especialista Carmen del Rocío Monedero, menciona que dichas narrativas, al difundirse en plataformas digitales, no se construyen desde la racionalidad, sino que apelan principalmente a las emociones del usuario, que las convierte en mecanismo del alto impacto, este incidente es evidente en las generaciones más jóvenes quienes consumen interactúan con contenidos políticos a través de redes sociales.

La manipulación de la opinión pública en redes sociales sigue siendo una amenaza para la democracia, Si bien la difusión siempre ha formado parte de la política, el amplio alcance de estas campañas plantea preocupaciones para la democracia moderna. Howard (2019). Para finalizar la técnica de recolección de datos, se utilizó la técnica del focus group (grupo focal) con un enfoque cualitativo, comparando a dos generaciones, en este caso Z y MILLENNIALS, se dio a conocer una publicación creada por prosumidores y otra por un medio tradicional, para analizar las reacciones e interpretaciones de cada participante.

La primera publicación presentada fue elaborada por un prosumidor en TikTok, con una narrativa cargada de imágenes y crítica directa. Al ser mostrada por los participantes se registraron respuestas según la edad y generación.

En el caso de Daniela Navarrete de 21 años, quien forma parte de la generación z, se pudo identificar una reacción irónica, mediante una risa sarcástica, lo que evidencio su desacuerdo con el contenido presentado. no mostró expresión emocional ni dio su opinión, lo que se interpreta como desconexión con el contenido político difundido en esta red social.

Este ejercicio nos ayudó a concluir que las publicaciones políticas generadas por prosumidores provocan reacciones diversas, por la forma en que se presenta los mensajes.

En la segunda presentación se dio a conocer una publicación por un medio tradicional, Elkin Gonzabay, 18 años generación z, manifestó interés, observando la estructura del contenido, su reacción fue una disposición favorable a momento de comprender y analizar el mensaje. Mientras que Christy Láinez, 30 años millennial, mantuvo su atención durante todo el ejercicio, mostrando confianza en la información recibida. Esta dinámica permitió darnos cuenta de que los medios tradicionales aún conservan un nivel de credibilidad y aceptación entre varios grupos de generaciones, aunque el impacto emocional y la conexión con los jóvenes es limitado.

6. CONCLUSIONES

- La presente investigación nos permitió profundizar sobre las implicaciones del prosumidor en la construcción de narrativas políticas dentro de los ecosistemas mediáticos digitales en el cantón Santa Elena. Varios factores como la creación de contenido emocional, sátiras, memes, mensajes directos, entre otros, pueden impactar en el direccionamiento de la opinión pública en cuanto la valoración positiva o negativa de los actores políticos.
- Los mecanismos implementados por los prosumidores para influenciar en las corrientes de opinión integral el uso de elementos visuales, la aplicación de tendencias, la interacción constante con los usuarios y las narrativas construidas con el fin de causar un efecto emocional, estas estrategias impulsan la viralización de los contenidos
- Al comparar las narrativas originarias de los medios tradicionales y de los prosumidores, se evidencia que esta primera tiene un mayor nivel de confianza ante la audiencia al tener un formato más estructurado y formal. Mientras que los prosumidores tienen la capacidad de atraer a la audiencia mediante una versatilidad discursiva y conexión afectiva que los invita a mantenerse en contaste interacción.
- Dentro de las tendencias aplicadas por los Prosumidores se evidencia que tienen una mayor preferencia hacia formatos visuales breves, el uso de lenguaje claro, recursos humorísticos, sátira e ironía, y contenido que genere la sensación de cercanía de los internautas con los actores políticos.
- A través de los distintos instrumentos de recolección de datos como encuestas, entrevista y grupo focal, pudimos comprobar que, aunque una parte de la población ya cuentan con conocimientos que los ayuda a discernir la información con la que construye su opinión, hay otro porcentaje que aún es influenciado por información no verificada.
- Se evidencia que los prosumidores influyen en la construcción de narrativas políticas digitales en el cantón Santa Elena, la participación activa en la producción de contenidos y la divulgación del mismo altera las corrientes de opinión en el ecosistema digital, esto representa un desafío para los medios tradicionales y para

las figuras políticas quienes intentan mantener la credibilidad y control en sus narrativas.

7. RECOMENDACIONES

- En base a lo concluido se recomienda fomentar el desarrollo de la educación digital y comunicación política, que fortalezca en análisis crítico de los ciudadanos, para que puedan reconocer la información que les permita un buen desenvolvimiento democrático.
- Es importante capacitar a quienes se desenvuelven activamente en redes sociales, sobre la creación de contenido político, el uso ético de la información y las consecuencias de una sociedad desinformada, de esta manera también los internautas podrán desarrollar un pensamiento crítico y que sepan reconocer el contenido de entretenimiento y sátira con discursos políticos de fuentes verificadas.
- Se recomienda que los medios tradicionales sigan posicionándose como la principal fuente de información, actualmente ellos también han migrado al ecosistema digital, logrando así alcance y fácil acceso para el público. Si bien los prosumidores con su participación manifiestan una forma de libertad de expresión, no podemos considerarlos siempre como una fuente de información confiable. Es necesaria que la información que receptan los usuarios, sobre todo en contextos políticos, pasen por un proceso de verificación antes de ser compartido e interpretado como real.
- Promover un monitoria y análisis constante de las tendencias emergentes implementada por los prosumidores, en especial aquellas que fomentan la polarización y la desinformación, con el fin de idear narrativas alternativas que incentive un debate informado. Asimismo, puede utilizarse como un recuerdo estratégico que permita pronosticar los cambios en las preferencias de consumo político en medios digitales.
- Se sugieren iniciativas públicas y privadas direccionadas a fortalecer la alfabetización digital a los habitantes del cantón Santa Elena, que genere habilidades en verificación de datos, reconocimiento de fuentes confiables y desarrollar en las internautas prácticas comunicacionales, responsables para reducir el riesgo de la información y potenciar la democracia en los entornos digitales.

- Se sugiere que haya capacitación para jóvenes que están próximos a llegar la edad requerida para ejercer su derecho al voto, para que les permita conocer con anticipación el contenido que les favorece consumir para la toma de futuras decisiones que indiquen en el ejercicio democrático.

- Referencias

- (s.f.).
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
<https://stbngtrrz.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- Acevedo, E. D. (16/09/2024). Narrativas y subjetividades políticas globales en medios de comunicación digital: análisis de la campaña #SinMiedo. 30.
<https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.1.9>
- Acevedo, E. D. (2024). Narrativas y subjetividades políticas globales en medios de comunicación digital: análisis de la campaña #SinMiedo*. *University of La Salle*, 28(1), 01-30. <https://doi.org/https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.1.9>
- Acevedo, E. D. (2025). Narrativas y subjetividades políticas globales en medios de comunicación digital: análisis de la campaña #SinMiedo. *University of La Salle*, 28, 01-30. <https://doi.org/https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.1.9>
- Acevedo1, E. D. (2024). Narrativas y subjetividades políticas globales en medios de comunicación digital: análisis de la campaña #SinMiedo. *University of La Salle*, 28 (1), 30. <https://doi.org/https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.1.9>
- Almado M., B. (2023). La percepción pública como indicador para la toma de decisiones en ciencia, tecnología e innovación. *Observador del conocimiento*, 6(4), 89–99.
<https://revistaoc.oncti.gob.ve/index.php/odc/article/view/44>
- Andreu-Sánchez, C., & Martín-Pascual, M. Á. (2014). La educación audiovisual y la creación de prosumidores mediáticos. Estudio de caso. *adComunica*(7), 131-147.
<https://doi.org/https://doi.org/10.6035/2174-0992.2014.7.8>
- Antonio, C. N. (2023). *Lenguaje audiovisual en Tiktok y su contenido comunicacional de los candidatos de elección popular en el cantón La Libertad 2023*. Universidad Estatal Península de Santa Elena. La libertad Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9806>
- Arias, F. G. (2012). *El PROYECTO de INVESTIGACIÓN*.
https://www.google.com.ec/books/edition/El_Proyecto_de_Investigaci%C3%B3n_Introducci/W5n0BgAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&kptab=overview
- Arizaga, M. A.-A. (2023). *La migración de los medios tradicionales hacia los medios digitales y sus estrategias, casos Unision tv y La Voz del Tomebamba*. Universidad de

- Cuenca. <https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8d6ba71d-bff2-41a9-adba-4f6f5f40cb12/content>
- Berenice, L. C. (2019). Gestión de información y. *La apertura*, 11(1), 16. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32870/Ap.v11n1.1375>
 - Berrocal-Gonzalo, S., Campos-Domínguez, E., & Redondo-García, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política: El «politainment» en YouTube. *Comunicar*, XXII(43), 65-72. <https://doi.org/https://doi.org/10.3916/C43-2014-06>
 - Berrocal-Gonzalo, S., Waisbord, S., & Gómez-García, S. (2023). Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y en la sociedad. *Profesional De La información*, 32(6), 1-9. <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.22>
 - Bolaños Toapan, T., & Cumbajin Oña, A. (2024). El prosumidor en TikTok: estudio sobre la campaña presidencial de Guillermo Lasso. *revista científica de comunicación*, 15(2), 1-28. <https://doi.org/https://doi.org/10.31207/rch.v15i2>
 - BORREGO, R. P. (2022). *La influencia de las RRSS en el pensamiento crítico y político de los jóvenes*. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/55026/TFGN.%201975.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 - Censo Ecuador Cuenta Conmigo . (s.f.). <https://cubos.inec.gob.ec/AppCensoEcuador/>
 - César Enrique Andraus Quintero, J. G. (2024). El impacto de las Redes Sociales en la difusión de contenidos políticos en la ciudad de Portoviejo. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales Portoviejo-Manabí-Ecuador*, Vol. 9(Núm. (2)), 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.33936/rehuso.v9i2.6431>
 - Ciencia Latina internacional. (202). 8(4).
 - COMUNICACION, L. O. (2019). LEY ORGANICA DE COMUNICACION. 54. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
 - CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR. (2008). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
 - Correa, D. J., Arias Valladolid, C., & Samaniego Rivas, G. (2017). La participación del prosumidor en la nueva era de la comunicación . *INNOVA Research Journal*, 2(11), 179-185. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v2.n11.2017.556>
 - Creswell, J. W., & Plano Clark , V. (2011). *DESIGNING AND CONDUCTING MIXED METHODS*. <https://doi.org/10.4135/9781412927925>

- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es.
- Escandón-Montenegro, P., & Cevallos-Solórzano, K. E. (2023). El poder de la narrativa política en la era digital: análisis de la segunda vuelta presidencial -Ecuador. *FIPCAEC*, 8(1), 57-71. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v8i1>
- Fraile, M. (2007). La influencia del conocimiento político en las decisiones de voto. (120). <https://doi.org/https://doi.org/10.5477/cis/reis.120.41>
- García Avilés, J., Fátima Navarro, M., & Félix Arias, R. (2014). La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los 'nativos digitales'. *Dialnet*, 17(3), 875-894. <https://doi.org/DOI:10.5294/pacla.2014.17.3.13>
- García Fernando, M. (2003). *La encuesta. En el análisis de la realidad social:metodos y Técnicas*. Alianza Editorial. <https://doi.org/https://www.doi.org/10.0000/DIALNET.UNIRIOJA.ES/GENERIC-997853281EC9>
- García Orosa, V. S.a. (2017). Narrativas digitales de los principales partidos políticos de España, Francia, Portugal y Estados Unidos. *Profesional De La información*,. *Profesional de la información*, 26(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.03>
- Herdoíza, M. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Senescyt/Unesco, Quito.
- Hernández Sampieri, R. F.-B. (2014). *Metodología de la investigación, Sexta Edición*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. <https://www.digitalrepositorio.com/items/show/2>.
- Hernández, C. E., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista científica del insituto nacional de salud* , 75-79.
- Howard, P. (26 de 09 de 2019). Oxford Internet Institute 2025: <https://www.oii.ox.ac.uk/news-events/use-of-social-media-to-manipulate-public-opinion-now-a-global-problem-says-new-report/>
- Jaime Wilches, H. G. (2024). Emociones políticas y narrativas prototípicas: TikTok en las campañas políticas, estudio de caso. *Revista latina de comunicación social*(82), 01-28. <https://doi.org/https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2234>

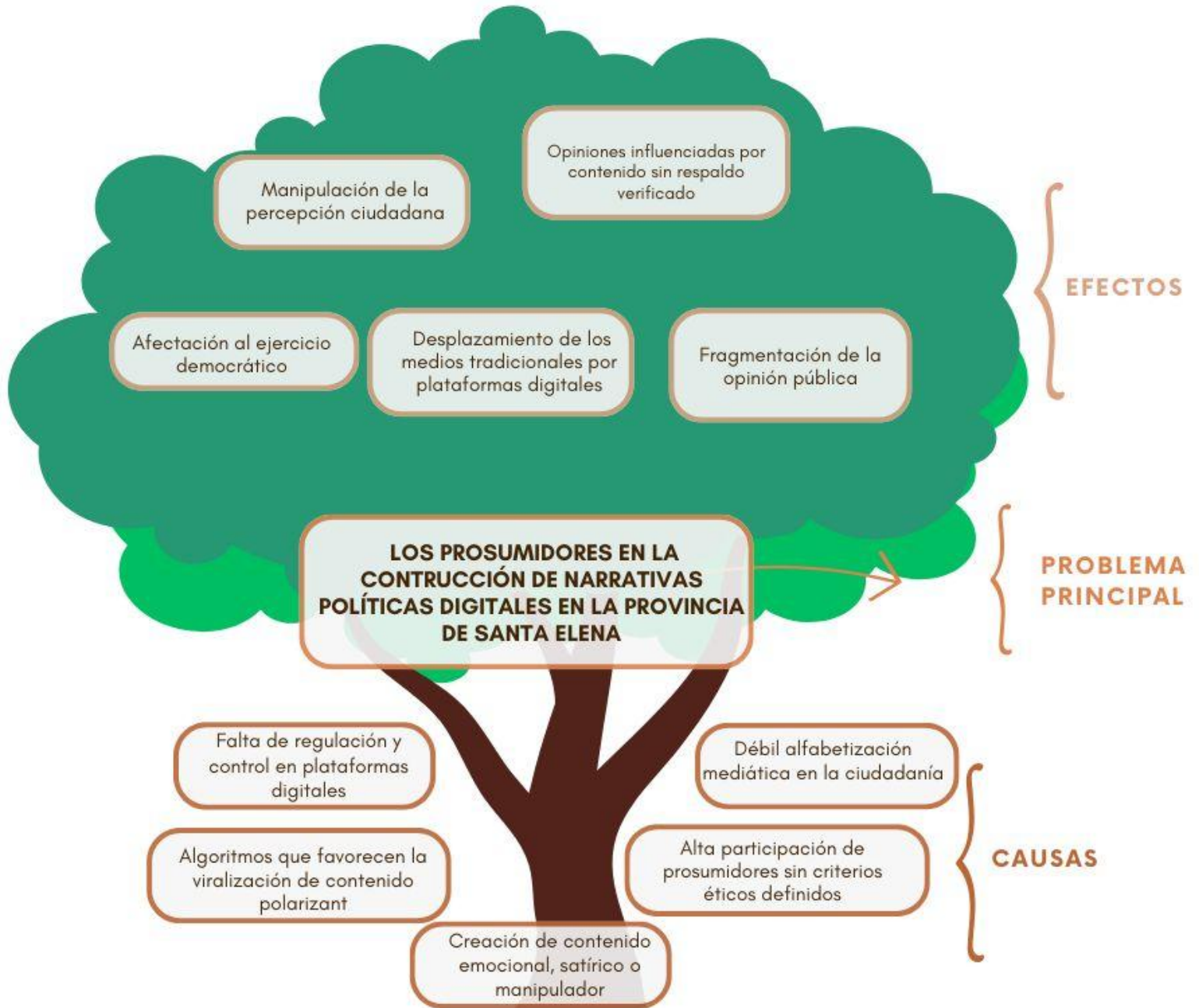
- José Yuni, C. U. (2006). *Técnicas para investigar y formular proyectos de investigacion*. https://www.google.com.ec/books/edition/T%C3%A9nicas_para_investigar/r8tKbJBkvbYC?hl=es&gbpv=1&dq=mej%C3%ADa+t+2017+investigaci%C3%B3n+correlacional+definici%C3%B3n+tipos+y+ejemplos&printsec=frontcover
- Kléver Cevallos - Pablo Escandón. (01 de 09 de 2023). EL PODER DE LA NARRATIVA POLÍTICA EN LA ERA DIGITAL: ANÁLISIS DE LA SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL -ECUADOR 2021. *Universidad andina Simón Bolívar Ecuador*, 8(1), 17. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v8i1>
- Kléver Cevallos, P. E. (9 de 01 de 2023). El poder de la narrativa política en la era digital: análisis de la segunda vuelta presidencial -ecuador. *Universidad Andina Simón Bolívar Ecuador*, 8, 1-17. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v8i1>
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *14*, 71-94. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.902>
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *ICONO14*, 14(1), 71-94. <https://doi.org/https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.902>
- LEY ORGANICA DE COMUNICACION. (2019). *LEY ORGANICA DE COMUNICACION*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Lucio, R. H.-D.-D. (2014). *METODÖLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Montúfar, M. A. (2010). Influencia del sistema electoral y sistema de partidos en los procesos de democratización. 182 p. <http://hdl.handle.net/10469/2436>
- Natalia Aruguete, F. B. (2024). ¿Cómo puede reducirse la desinformación usando un encuadre de confirmación en la verificación de hechos? (N.º 126). <file:///C:/Users/HP/Downloads/Perspectivas-de-investigacion-como-puede-reducirse-la-desinformacion-usando-un-encuadre-de-confirmacion-en-la-verificacion-de-hechos.pdf>

- Niño, J. A.-H.-C. (2024). Emociones políticas y narrativas prototípicas: TikTok en las campañas políticas, estudio de caso. *Latina de comunicación social*, 82, 01-28.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4185/rlds-2024-2234>
- Oña, T. B.-A. (2024). El prosumidor en TikTok: estudio sobre la campaña presidencial de Guillermo Lasso. *Revista ComHumanitas*, 15(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31207/rch.v15i2.451>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Palomares, P. J., & Silva, F. G.-F. (2019). Visibilidad de la información en redes sociales: los algoritmos de Facebook y su influencia en el clickbait. *Caleidoscopio - Revista Semestral De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 23(41), 173–211.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33064/41crscsh1772>
- Panchana, G. A. (02 de Junio de 2025). os Prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales. en la provincia de Santa Elena. (M. E.-D. Lozada, Entrevistador)
- Payne, J. M. (2003). La política importa democracia y desarrollo en América Latina. *google libros*.
https://www.google.com.ec/books/edition/La_pol%C3%ADtica_importa/HbMG6Sc4XL8C?hl=es-419&gbpv=0&kptab=overview
- PILLASAGUA, C. V. (09 de 02 de 9-feb-2024). El pensamiento político desde la perspectiva de la opinión pública en las redes sociales, provincia de Santa Elena. 31. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. 2024:
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/11025>
- Quinde, I. P., & Ramírez Rodríguez, M. (2024). Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok. *ÑAWI*, 8(1), 285-359.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a15>
- Quintero, J. I., & Cardona-Restrepo, P. d. (2023). La posverdad y las redes sociales como desafíos del periodismo en la era digital. *ÁNFORA*, 30(55), 332–359.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30854/anf.v30.n55.2023.977>
- Re, F. A. (2014). *La política transmediática Nuevas formas de participación ciudadana*. .
- Ríos Pacheco, E. F., Ríos Pacheco, E. F., & Barbosa Trigos, J. F. (2020). *Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento*. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía. <https://repositorioinstitucional.ufpso.edu.co/xmlui/handle/20.500.14167/2832>

- Salomé Berrocal, E. C. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política: el «politainment» en YouTube. *Revista científica de comunicacion y educación* , 01-13. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-06>
- Vázquez Barrio, T., Torrecillas Lacave, T., & Suárez Álvarez, R. (2021). Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de Madrid. *Cuadernos.inf*(49), 192-214. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.7764/cdi.49.27875>
- Vilte, M. Á. (12 de 11 de 2020). ARRATIVAS POLÍTICAS EN LA CAMPAÑA ELECTORAL 2019 DE LA ALIANZA FRENTE DE TODOS DE CORRIENTES.TRANSFORMACIONES Y SU IMPACTO EN EL DISCURSO. *Revistas UNNE*, 9(14), 27. <https://doi.org/https://doi.org/10.30972/dpd.9144795>
- Yésica, B. J.-R. (2019). El concepto de ‘espacio público’ en Habermas: algunas observaciones a partir del caso ateniense. *Daimon. Revista Internacional de Filosofía*(77), 151-163. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.6018/daimon/299101>

ANEXOS

Figura 9. Árbol del problema



INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario- Escala de Likert

Tema: Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Identificar las prácticas y comportamientos de los prosumidores en redes sociales en relación con la creación, consumo y difusión de contenido político digital.

Escala: Nunca 1, rara vez 2, Una vez a la semana 3, dos o tres veces por semana 4, todos los días 5.

Variable independiente: Los prosumidores		1	2	3	4	5
1	¿Con qué frecuencia usted genera y comparte contenido político en redes sociales?					
2	¿Con que frecuencia ha dejado de seguir cuentas por publicaciones agresivas sobre política?					
3	¿Con qué frecuencia argumenta con datos verificados y fuentes confiables en discusiones políticos?					
4	¿Con que frecuencia el contenido político en redes ha cambiado su percepción política?					

Variable dependiente: Narrativas políticas digitales

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario checklist

Tema: Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena.

Objetivo: El checklist permitirá para identificar que tipos de contenido políticos influyen en la captación del encuestado.

¿Cuál de las siguientes fuentes de contenido político le proyecta más confianza? (Marque todas las que correspondan)

- Amigos o conocidos en redes sociales
- Líderes de opinión
- Candidatos políticos
- Medios de comunicación tradicionales (Tv, radio, prensa)
- Páginas de noticias en redes sociales
- Ninguna

¿Qué estilo de contenido político considera usted que repercute más en su opinión?

(Marque todas las que correspondan)

- Emocional
- Visual
- Directo (mensajes cortos y claros)
- Informativo (datos, estadísticas, gráficos)
- Humorísticos o sarcásticos (memes)
- Ninguno

¿Qué factores le provoca mayor confianza en una publicación política? (Marque todas las que correspondan)

- Número de likes
- Número de comentarios
- Que personas conocidas lo hayan compartido
- Que esté en tendencia o viral
- Ninguno de las anteriores

¿Qué acciones usted realiza antes de compartir contenido político? (Marque todas las que correspondan)

- Verifico si la Fuente es confiable

- Reviso si otros también lo han compartido
- Comparto con otros medios de comunicación
- Leo solo el título y comparto
- No suelo verificar la información
- No comparto contenido político



Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0915051049

Firma:

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena													
AUTORES:		Melanie Escalante Medina y Diana Lozada Perero													
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN		
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		INDICADOR E ITEMS			ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA	
									SI	NO	SI	NO			SI
Los prosumidores	Creación de contenido.	Tipo de contenido	Creo y comparto frecuentemente contenido político en redes sociales.						X		X		X		
	Polarización y Fragmentación de la opinión	Nivel de polarización en las redes sociales.	He dejado de seguir a personas o páginas por el contenido político agresivo o extremista						X		X		X		
	Influencia en la toma de decisiones electorales.	Percepción sobre la importancia del voto informado.	El contenido político de redes sociales ha cambiado mi percepción sobre algún candidato o partido.						X		X		X		
	Participación ciudadana en debates políticos.	Calidad de los argumentos compartidos en los debates.	Cuando participo en debates políticos en redes sociales, me esfuerzo por argumentar con datos y fuentes confiables						X		X		X		
NARRATIVAS	Percepción pública.	Grado de confianza o	¿Cuál de las siguientes fuentes de contenido						X		X		X		

		desconfianza en los candidatos	político le proyecta más confianza? (Marque todas las que correspondan)															
	Estrategias de comunicación	Uso de lenguaje persuasivo y emocional.	¿Qué estilo de contenido político considera usted que repercute más en su opinión? (Marque todas las que correspondan)						X		X		X		X			
	Alcance y visibilidad.	Número de seguidores o audiencia alcanzada.	¿Qué factores le provoca mayor confianza en una publicación política? (Marque todas las que correspondan)						X		X		X		X			
	Credibilidad del contenido	Uso de fuentes verificadas y confiables.	¿Qué acciones usted realiza antes de compartir contenido político? (Marque todas las que correspondan)						X		X		X		X			

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0915051049

Firma:



Nombre del instrumento: encuesta – narrativas políticas digitales

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 – 100				OBSERVACIONES		
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	56	61	66	71	76	81	86		91	96
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1.	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	X	
2.	Objetividad	Expresa conductas observables																	X	
3.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																	X	
4.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																	X	
5.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																	X	
6.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																	X	
7.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																	X	
8.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																	X	

9.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación																		X	
----	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100

La Libertad 19 de mayo del 2025

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0915051049

Firma:



VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Melanie Escalante Medina y Diana Lozada Perero		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Encuesta	
Objetivo:	Identificar las prácticas y comportamientos de los prosumidores en redes sociales en relación con la creación, consumo y difusión de contenido político digital.	
Dirigido a:	Ciudadanos de la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Manuel Antonio Rodas Pérez	
Documento de identidad:	0915051049	
Grado académico:	MSC en Comunicación estratégica	
Especialidad:	Marketing, comunicación, publicidad	
Experiencia profesional (años):	8 como docente, 20 en el área profesional	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir X	No aplicable
Sugerencia:		

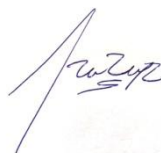
La Libertad 19de mayo del 2025

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0915051049

Firma:



INSTRUMENTO

Técnica: entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Obtener una comprensión crítica a partir de la experiencia de especialistas en comunicación digital, política y redes sociales.

<p>Entrevistado: Gerson Alfredo Cochea Panchana</p> <p>Cargo: Docente de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena</p> <p>Especialidad: Licenciada en Comunicación Social/Máster</p> <p>Entrevistador: Diana Lozada y Melanie Escalante</p>	<p>Entrevistado: Dámaris Yugcha Corrales</p> <p>Cargo: directora de planificación de la prefectura de Santa Elena</p> <p>Especialidad: Diana Lozada-Melanie Escalante</p> <p>Entrevistador: Diana Lozada-Melanie Escalante</p>	<p>Entrevistado: Monedero Morales Carmen del Rocío</p> <p>Cargo: Profesora de Periodismo</p> <p>Especialidad: Profesora de periodismo cultural, comunicación</p> <p>Entrevistador: Diana Lozada-Melanie Escalante</p>
---	--	---

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente			
Los prosumidores	¿Qué plataformas considera usted que son más influyentes en la participación de los prosumidores? ¿Por qué?		
	¿Cree usted que el contenido generado por prosumidores contribuye a la polarización de la opinión política en redes sociales? ¿Por qué?		
	¿Cómo influye la participación de los prosumidores en redes sociales en la toma de decisiones electorales de los ciudadanos?		
	¿De qué manera la participación de los prosumidores en redes		

	sociales influye en el desarrollo de debates políticos digitales?		
Variable Dependiente	Preguntas	Respuesta	Observación
Narrativas políticas digitales	¿Cómo perciben los ciudadanos las narrativas digitales en relación con la comunicación política actual?		
	¿Cómo cree que las narrativas políticas digitales pueden ser utilizadas para manipular o influir en la opinión pública?		
	¿Qué factores usted considera que influyen en el alcance y visibilidad de las narrativas políticas digitales en redes sociales?		
	¿Considera que las narrativas políticas digitales están desplazando a las narrativas tradicionales (discursos, medios impresos)? ¿Por qué?		

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0915051049

Firma:



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena															
AUTORES:		Melanie Escalante Medina y Diana Lozada Perero															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o En desacuerdo	Muy en desacuerdo	RELACIÓN ENTRE:									
								VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA			
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
Los prosumid ores	Creación de contenido.	Tipo de contenido	¿Qué plataformas considera usted que son más influyentes en la participación de los prosumidores? ¿Por qué?						X		X		X		X		
	Polarización y Fragmentación de la opinión	Nivel de polarización en las redes sociales.	¿Cree usted que el contenido generado por prosumidores contribuye a la polarización de la opinión política en redes sociales? ¿Por qué?						X		X		X		X		
	Influencia en la toma de decisiones electorales.	Percepción sobre la importancia del voto informado.	¿Cómo influye la participación de los prosumidores en redes sociales en la toma de decisiones electorales de los ciudadanos?						X		X		X		X		

	Participación ciudadana en debates políticos.	. Calidad de los argumentos compartidos en los debates.	¿De qué manera la participación de los prosumidores en redes sociales influye en el desarrollo de debates políticos digitales?						X		X		X		X		
NARRATIVAS POLITICAS DIGITALES.	Percepción pública.	Grado de confianza o desconfianza en los candidatos	¿Cómo perciben los ciudadanos las narrativas digitales en relación con la comunicación política actual?						X		X		X		X		
	Estrategias de comunicación	Uso de lenguaje persuasivo y emocional.	¿Cómo cree que las narrativas políticas digitales pueden ser utilizadas para manipular o influir en la opinión pública?						X		X		X		X		
	Alcance y visibilidad.	Número de seguidores o audiencia alcanzada.	¿Qué factores usted considera que influyen en el alcance y visibilidad de las narrativas políticas digitales en redes sociales?						X		X		X		X		

	Credibilidad del contenido	Uso de fuentes verificadas y confiables.	¿Considera que los prosumidores suelen verificar las fuentes antes de compartir contenido político?						X		X		X		X		
--	----------------------------	--	---	--	--	--	--	--	---	--	---	--	---	--	---	--	--

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Entrevista – narrativas políticas digitales

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
10.	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				X
11.	Objetividad	Expresa conductas observables																				X
12.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				X
13.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																				X
14.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				X
15.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				X
16.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos- científicos																				X
17.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																				X
18.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				X

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100

La Libertad 19 de mayo del 2025

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0915051049

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Rodas', with a horizontal line underneath the name.

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Melanie Escalante Medina y Diana Lozada Perero		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Obtener una comprensión crítica a partir de la experiencia de especialistas en comunicación digital, política y redes sociales.	
Dirigido a:	Especialistas	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Manuel Antonio Rodas Pérez	
Documento de identidad:	0915051049	
Grado académico:	MSC en Comunicación estratégica	
Especialidad:	Marketing, comunicación, publicidad	
Experiencia profesional (años): 8 como docente, 20 en el área profesional		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir: X	No aplicable
Sugerencia:		

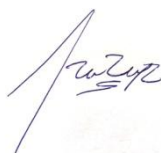
La Libertad 19 de mayo del 2025

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0915051049

Firma:



Matriz integrada de reacciones de los participantes en relación con los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales

Participante	Edad	Generación	Reacción no verbal	Emoción	Interpretación del investigador.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena															
AUTORES:		Melanie Escalante Medina y Diana Lozada Perero															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Los prosumidores	Creación de contenido.	Tipo de contenido	Recuerdo de campañas políticas en medios tradicionales						X		X		X		X		
	Polarización y Fragmentación de la opinión	Nivel de polarización en las redes sociales.	Confianza en medios tradicionales para informarse sobre política						X		X		X		X		
	Influencia en la toma de decisiones electorales.	Percepción sobre la importancia del voto informado.	Participación política antes de las redes sociales						X		X		X		X		
	Participación ciudadana	Calidad de los argumentos	Preferencia por medios tradicionales o digitales						X		X		X		X		

	en debates políticos.	compartidos en los debates.																
NARRATIVAS POLITICAS DIGITALES.	Percepción pública.	Grado de confianza o desconfianza en los candidatos	Uso de redes sociales para informarse sobre campañas políticas						X	X		X		X				
	Estrategias de comunicación	Uso de lenguaje persuasivo y emocional.	Tipo de contenido político que más les influye (TV vs redes)						X	X		X		X				
	Alcance y visibilidad.	Número de seguidores o audiencia alcanzada.	Percepción sobre la veracidad de la información (antes vs ahora)						X	X		X		X				
	Credibilidad del contenido	Uso de fuentes verificadas y confiables.	Participación en debates políticos digitales						X	X		X		X				

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: ficha de observación - narrativas políticas

digitales

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
19.	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				X
20.	Objetividad	Expresa conductas observables																				X
21.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				X
22.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																				X
23.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				X
24.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				X
25.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos- científicos																				X
26.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																				X
27.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				X

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100

La Libertad 19 de mayo del 2025

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Juez Experto
C.I: 0915051049

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Rodas', with a horizontal line underneath the name.

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Melanie Escalante Medina y Diana Lozada Perero		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Los prosumidores y la construcción de narrativas políticas digitales en la provincia de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Focus group	
Objetivo:	Obtener una comprensión crítica a partir de los usuarios en comunicación digital, política y redes sociales.	
Dirigido a:	Millennials y Generación Z	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Manuel Antonio Rodas Pérez	
Documento de identidad:	0915051049	
Grado académico:	MSC en Comunicación estratégica	
Especialidad:	Marketing, comunicación, publicidad	
Experiencia profesional (años): 8 como docente, 20 en el área profesional		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir: X	No aplicable
Sugerencia:		

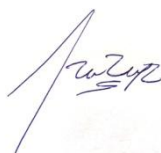
La Libertad 19 de mayo del 2025

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0915051049

Firma:



ANEXOS 3

Tutorías realizadas en el proceso de titulación



ANEXOS 4
Encuestas



Figura 10 Entrevistas



OBSERVACIÓN DEL FOCUS GROUP

