



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TITULO DEL ENSAYO

**EL PENSAMIENTO POLÍTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA OPINIÓN PÚBLICA
EN LAS REDES SOCIALES, PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

AUTOR

CHRISTIAN VICENTE RODRIGUEZ PILLASAGUA

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO EN
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN**

TUTOR

Lic. José Bladimir Guarnizo Delgado, Mgtr.

La Libertad, Ecuador

Año 2024



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Lic. César Arízaga Sellán, Mgtr.
COORDINADOR DEL PROGRAMA**

**Lic. José Bladimir Guarnizo Delgado,
Mgtr.
TUTOR**

**Lic. Paola Cortez Clavijo PhD.
ESPECIALISTA**

**Lic. Milton González Santos Mgtr.
ESPECIALISTA**

**Ab. María Rivera González, Mgtr.
SECRETARIA GENERAL
UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN:

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por **Christian Vicente Rodríguez Pillasagua**, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,

LIC. JOSÉ BLADIMIR GUARNIZO DELGADO, MGTR.
C.I. 1102742143
TUTOR



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, CHRISTIAN VICENTE RODRIGUEZ PILLASAGUA

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, El pensamiento político desde la perspectiva de la opinión pública en las redes sociales, provincia de Santa Elena. Previo a la obtención del título en Magíster en comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Santa Elena, a los 29 días del mes de enero de año 2024

CHRISTIAN VICENTE RODRIGUEZ PILLASAGUA
C.I. 2400163388
AUTOR



UPSE

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

AUTORIZACIÓN

Yo, CHRISTIAN VICENTE RODRIGUEZ PILLASAGUA

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de la investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este informe de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Santa Elena, a los 29 días del mes de enero del año 2024

CHRISTIAN VICENTE RODRIGUEZ PILLASAGUA
C.I. 2400163388
AUTOR



UPSE

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado El pensamiento político desde la perspectiva de la opinión pública en las redes sociales, provincia de Santa Elena., presentado por el estudiante, Christian Vicente Rodriguez Pillasagua fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 7%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



LIC. JOSÉ BLADIMIR GUARNIZO DELGADO, MGTR.
C.I. 1102742143
TUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por brindarme salud, la fortaleza y ser mi guía día a día para culminar satisfactoriamente esta etapa académica. A mi familia por ser mi pilar fundamental y por toda la ayuda que me brindaron en mi proceso de formación profesional.

Expreso mi sincero agradecimiento a mis estimados docentes por su orientación invaluable, a mis queridos compañeros por su apoyo inquebrantable y a mi dedicado tutor de tesis por su guía experta. Este logro académico no habría sido posible sin su valioso aporte. Cada uno de ustedes ha dejado una huella imborrable en mi trayectoria académica y personal. ¡Gracias por ser parte fundamental de este viaje, por inspirarme y por contribuir a mi crecimiento!

Christian Vicente Rodriguez Pillasagua

DEDICATORIA

A Dios por brindarme la sabiduría, salud y fortaleza para poder culminar esta maestría. A las personas que han sido mi pilar durante esta travesía académica. A mi amada mamá, mi gratitud infinita por tu inquebrantable apoyo. Tu sacrificio y amor incondicional han sido mi inspiración constante.

A mi esposa Winifer y mis hijos, quienes han compartido este viaje conmigo, les agradezco por su paciencia y comprensión en los momentos en que mi dedicación a los estudios no nos permitió compartir varias reuniones familiares, su apoyo inquebrantable ha sido mi fuerza motriz.

A mi hermano Ider Flores y Viviana, quienes han sido mis modelos por seguir, los admiro profundamente por su dedicación y esfuerzo, ustedes me han impulsado a alcanzar mis metas.

A mi abuelo Santiago Pillasagua, aunque ya no estás físicamente a mi lado, quiero agradecerte desde lo más profundo de mi ser. Nunca me cansaré de reconocer todo lo que hiciste por mí. Tu sabiduría, amor y apoyo han dejado una marca imborrable en mi vida. Gracias a ti, ahora soy un máster y espero poder honrar tu legado con mi trabajo.

A mi abuela, cuya presencia ha sido un faro en mi existencia, le debo tanto.

Este logro es tan vuestro como mío.

¡A todos, les dedico esto con amor!

Christian Vicente Rodriguez Pillasagua

ÍNDICE GENERAL

TITULO DEL ENSAYO	1
TRIBUNAL DE GRADO.....	2
CERTIFICACIÓN:.....	3
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	4
AUTORIZACIÓN.....	5
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO	6
AGRADECIMIENTO	7
DEDICATORIA	8
ÍNDICE GENERAL.....	9
Resumen	11
Abstract.....	11
Introducción	12
Desarrollo	14
Estado del arte.....	14
Aspectos Metodológicos.....	18
Tipo de investigación	18
Diseño de la investigación.....	19
Método de investigación	19
Técnica e Instrumentos.....	19
Población y muestra.....	20
Análisis y discusión de resultados.....	21
Patricio Cisneros Granizo	21
Otto Vera Palacios	21
Francisco Tamariz Guerrero	21
Conclusión.....	24
Anexos	27
Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables	27

Anexo 2: Instrumento lista de cotejo.....	28
Anexo 3: Engagment de los principales actores políticos.....	28
Anexo 4: Comentarios en Facebook en post.....	29
Anexo 5: Formatos más usados por el político Francisco Tamariz.....	29

Resumen

El presente ensayo estudió el pensamiento político desde la perspectiva de la opinión pública en las redes sociales, enfocándose en la provincia de Santa Elena y busca analizar la magnitud del pensamiento político mediante el análisis de comentarios e interacciones en plataformas digitales de tres de los principales actores políticos de la provincia. El método de investigación utilizado combina enfoques deductivos e inductivos. Los hallazgos revelaron el dinamismo y la amplitud del pensamiento político en la provincia y brindan una comprensión integral de la interacción política en el mundo digital.

Palabras claves: Pensamiento político, redes sociales, opinión pública

Abstract

The present essay studied political thought from the perspective of public opinion on social media, focusing on the province of Santa Elena. It aimed to analyze the magnitude of political thought through the analysis of comments and interactions on digital platforms involving three key political figures in the province. The research method used combined deductive and inductive approaches. The findings revealed the dynamism and breadth of political thought in the province, providing a comprehensive understanding of political interaction in the digital world.

Keywords: Political thought, social media, public opinion

Introducción

Las dinámicas transformadoras de internet y redes sociales han redefinido la comunicación política, generando un impacto sin precedentes en la formación de opiniones y pensamientos políticos. Este ensayo se propone una profunda exploración científica de la convergencia entre ideología política y redes sociales en la provincia de Santa Elena. El objetivo primordial es analizar la influencia de las plataformas digitales en la configuración de ideas políticas, especialmente en la percepción de los principales partidos y actores políticos locales.

La investigación destaca la necesidad de comprender el cambio de paradigma en la comunicación política, con un enfoque en la adaptación de medios convencionales y otras instituciones al ecosistema digital. Este cambio de paradigma también implica la necesidad de ajustar las estrategias comunicacionales para los cambios constantes en el entorno digital. Se enfatiza la importancia de entender plenamente el impacto de las redes sociales en el pensamiento político, específicamente en Santa Elena.

El estudio se centrará en el análisis del perfil social de figuras políticas destacadas como los asambleístas Patricio Cisneros y Otto Vera, y el alcalde Francisco Tamariz, en la plataforma Facebook. Este enfoque proporcionará una visión completa del papel de las redes sociales en la configuración de la ideología política, explorando patrones de interacción, comentarios, y el uso de hashtags, donde se podrá visualizar como es el apoyo de los usuarios que son simpatizantes hacia estos partidos políticos como también la crítica que reciben por parte de los que apoyan a otro político o simplemente no comparten las acciones que están ejecutando como autoridades.

La metodología adoptada sigue un enfoque cualitativo fundamentándose en la observación para recopilar datos en el entorno digital del discurso político que sean relevantes. En la actualidad contamos con herramientas específicas y avanzadas las cuales se emplearán para analizar de manera exhaustiva las estadísticas y métricas de los perfiles sociales, estas herramientas no solo detallarán la información, sino que también nos asegura información

detallada y fidedigna para una comprensión detallada.

La estructura del ensayo se organizará lógicamente, utilizando razonamiento deductivo e inductivo para explorar la conexión entre las representaciones sociales y la ideología política en redes sociales. La revisión de literatura se sumergirá en estudios previos sobre la influencia de las redes sociales en el pensamiento político regional, contextualizando la investigación en el panorama existente. La sección de hallazgos y conclusiones presentará de manera coherente y comprensiva los resultados, contribuyendo significativamente a la comprensión de la dinámica política en Santa Elena.

Desarrollo

Estado del arte

En las últimas décadas, la transformación de los medios de comunicación, impulsada por el auge de las redes sociales (RRSS), ha revolucionado la generación y difusión de información. Aunque las RRSS siguen la lógica de persistencia y replicabilidad, la interacción personalizada influye en la percepción del usuario, convirtiéndolas en catalizadores informativos que impactan la opinión pública (Hernández Morales & Durán Padilla, 2022).

El estudio de Navia & Ulriksen sugiere que, aunque el uso de redes puede vincularse positivamente con la participación electoral, el consumo mediático explica mejor la predisposición a votar (A. Cárdenas, 2018).

La opinión pública, según (Mancera Rueda & Pano Alamán, 2020), es un sistema comunicacional complejo donde las opiniones, interpretadas según el sistema social, no son una mera suma, sino una forma de reducir la complejidad social para la toma de decisiones política (Seoane, 2019).

Villa y Sarmiento (2023) también afirman que los medios de comunicación, específicamente las redes sociales promueven la polarización política pues en diversas ocasiones se manipulan los datos, para promover posiciones en favor de ciertos grupos o líderes, intensifican emociones y generan procesos de identificación con un líder y configuran la manera en que interpreta la realidad.

Según un estudio de (Umpierrez, Ríos, Herrera, & González, 2022) la demanda política es considerada una variable que condiciona el surgimiento del populismo como potencial impulsor de la polarización política es claro. En Ecuador, se puede apreciar una conexión significativa entre la presencia de líderes populistas y el uso de las redes sociales, lo que lleva a mayores tasas de polarización política. Esto significa que a medida que aumenta la presencia de líderes populistas, también incrementa la generación y publicación de contenido

en las redes sociales, lo que aumenta la probabilidad de una mayor polarización política.

Las redes sociales digitales parecen los sitios por excelencia donde en mayor medida se llevan a cabo intercambios de información y formación de opinión pública (Chávez, 2017).

Diversas investigaciones sobre la incidencia de los medios sociales en el cambio político y social detectan que estas tecnologías ofrecen nuevas oportunidades, pero no cambian radicalmente las dinámicas preexistentes en el campo de la comunicación política (Miguel de Aguilera, 2018).

Por otra parte el extremismo político se presenta en múltiples facetas, pero engloba a todos aquellos grupos e ideologías que promueven una visión radicalmente anti pluralista, promotora de una comunidad nacional homogénea y contraria a los valores democráticos básicos; los partidos de extrema derecha son antidemocráticos, no porque no respeten las reglas del juego, ni la institucionalidad, ni porque proclamen el exterminio de un grupo social, sino porque rechazan el principio fundamental de la igualdad humana (Olascoaga, 2018).

Según (García-Guerrero, 2019) en plataformas de redes sociales el contacto o interacción es directa entre el ciudadano y figuras políticas o autoridades electas. Estos espacios son los que permiten a los políticos dirigirse y comunicarse personalmente a sus seguidores en un dialogo bidireccional, dejando de lado los antiguos medios tradicionales en los que el ciudadano común no tenía una fuerza de voz ni expresar lo que pensaba de forma rápida. En redes como Twitter o Facebook, los públicos interactúan, preguntan y realiza sus exigencias de manera inmediata cuando un político realiza una publicación de cierta obra o de ciertas leyes, cuando un político o una persona genera un mensaje tiene en claro que está expuesto a una crítica inmediata que es violenta y por lo general se da con frecuencia.

Los estudios sobre interacción en Facebook han abordado el diálogo político, el engagement de los actores políticos, la relación entre la exposición a mensajes políticos y la participación ciudadana, la predicción del comportamiento electoral a partir de la expresión de gustos (Miquel-Segarra & López-Meri, 2020) y la interacción digital que requiere hilos

conversacionales y comentarios para ser considerados válidos (Concheiro, 2017).

Para poder considerar que se trata de interacción en un entorno digital, es crucial y fundamental que las publicaciones fomenten conversaciones y estén acompañadas, al menos, por un comentario. En ambos grupos experimentales, las publicaciones superan el umbral mínimo de comentarios que son necesarios para evidenciar un proceso de interacción social, especialmente cuando esta tiene lugar en entornos digitales abiertos. (Concheiro, 2017).

La participación según Güemes (2021), puede ser un fin en sí misma para inculcar valores clave. Sin embargo, la duda sobre la eficacia electoral de las redes sociales persistió en 2010 entre los políticos españoles tal como revelaba el Informe sobre Política y Redes Sociales en el que 69% de los 784 políticos encuestados no creían que en España se pudiera replicar o emular el modelo de marketing utilizado por Obama (A. Cárdenas, 2018).

Un ejemplo claro en la provincia de Santa Elena es en la administración como alcalde del cantón La Libertad Marco Chango, debido a que el realizó varias obras en beneficio del pueblo libértense como el asfaltado de calles, sedes barriales, entre otros y al dudar de la eficacia de las redes sociales no vendió comunicacionalmente todas las obras que había realizado, hasta tal punto que varias personas le otorgaban la obra realizada a otro alcalde.

La influencia política se manifiesta en términos como "seguidores", mientras que las tendencias políticas buscan imponer orientaciones ideológicas (Ríos, 2017); por otra parte, la fragmentación política y la polarización puede generar ingobernabilidad y afectar la confianza ciudadana en los partidos (Carmona Salado, 2022).

Según (Moncagatta & Poveda, 2021) la investigación sobre procesos de polarización ideológica ha sido estudiados y han abordado varios enfoques y múltiples puntos de vista. La investigación sobre los procesos de polarización ideológica ha abordado esta cuestión desde múltiples enfoques. En el ámbito académico, la atención se ha centrado especialmente en la polarización de partidos y élites políticas.

Profundizando en la investigación de (Moncagatta & Poveda, 2021) la polarización ideológica experimentada en Ecuador a principios del siglo xxi, particularmente bajo el mandato de Rafael Correa. Se ha propuesto un indicador basado en datos de encuestas Barómetro de las Américas del Latin American Public Opinion Project (Lapop), donde el objetivo era proponer un indicador para calcular la polarización ideológica a nivel de la ciudadanía.

Los datos, su organización y presentación son cruciales para la toma de decisiones. La información de opiniones políticas individuales, en el contexto de las redes sociales, requiere considerar esquemas, valores, identificación de grupo y participación basado en los pilares de la comunicación digital (González, 2019).

Según un reporte de Meta: Facebook, Instagram, WhatsApp y Messenger, poseen un promedio de 3.74 mil millones de usuarios activos mensuales (MAP); solo Facebook, es utilizada mensualmente por más de 2.96 mil millones de usuarios (MAUs), con diversos propósitos, como conectarse con amigos y familiares, difusión de contenido, la promoción de negocios y proyectos, superando a todas las demás redes sociales (Pew Research Center, 2022)

Estudios demuestran que el uso de redes sociales impacta directamente en la información política, influyendo en la prensa y el pensamiento político (Serrano Oceja, González Vallés , & Viñarás Abad, 2019). Las plataformas de Meta, con miles de millones de usuarios, destacan la relevancia de Facebook. El análisis de interacción en redes sociales ha revelado la importancia del “emotional branding” para generar compromiso político (Álvarez Torres, 2023).

Según (García-Guerrero, 2019) los políticos han visto un espacio en las redes sociales que les puede servir para difundir sus discursos narrativos y mensajes que respalden las acciones que están ejecutando, aprovechando el comportamiento de los usuarios al diseminar la información. También indica que pueden ser estos mismos usuarios lo que propagan

cualquier tipo de información sea esta distorsionada, manipulada o simplemente falsa. Así aprovechando las redes sociales para atacar a un contrincante político o simplemente aprovechando los comentarios negativos que generan los usuarios contrarios al político, a su creencia o simplemente apoyando su criterio en particular.

Una de las redes sociales más utilizadas en el Ecuador es la plataforma de mensajería WhatsApp, la cual cuenta con una mayor interacción diaria (82,3 %), seguida por la plataforma Facebook el cual tiene el mismo dueño y a esta le corresponde un (54,7 %) de interacción. Twitter (31,4 %). Es necesario destacar que cada tres usuarios de WhatsApp han enviado reportes de observar información política en esta plataforma, continuando con el 57,1 % de los usuarios de Twitter y al 61 % de los de Facebook (Bernardo Moreno Vega, 2023)

En este contexto, las redes sociales han cambiado la dinámica política y comunicativa, llevando a los políticos a esforzarse por mantener perfiles atractivos y generar contenido relevante para una audiencia que busca información rápida y accesible (Pérez Borrego, 2022).

Aspectos Metodológicos

Tipo de investigación

Esta investigación, de naturaleza básica descriptiva, busca analizar exhaustivamente el perfil social de Facebook de los principales actores políticos en la provincia de Santa Elena. El enfoque se centra en explorar los fenómenos desde la perspectiva de los participantes en su entorno natural, contextualizado con base en la realidad circundante, para comprenderlos (Sampieri, 2014).

En el contexto del proceso político contemporáneo, las redes sociales desempeñan un papel crucial en involucrar a la audiencia, destacar problemas desde diversas perspectivas y formar opiniones. En este estudio, se examinan las páginas de redes sociales de partidos políticos y figuras representativas como los assembleístas Patricio Cisneros y Otto Vera, así como el alcalde Francisco Tamariz.

Diseño de la investigación

La investigación adopta un enfoque no experimental, ya que no se manipulan deliberadamente variables independientes. La observación se realiza en el contexto natural, analizando fenómenos tal como se manifiestan en su entorno (Sampieri, 2014).

Método de investigación

Se emplea un método tanto deductivo como inductivo. El razonamiento deductivo parte de la teoría para formular hipótesis que se ponen a prueba, mientras que el proceso inductivo explora, describe y genera perspectivas teóricas. El ensayo combina la observación y el análisis de perfiles con una investigación bibliográfica para respaldar teóricamente la argumentación (Sampieri, 2014).

En este ensayo científico se utiliza el razonamiento deductivo e inductivo, y si bien se realizó la observación y análisis de perfiles interconectados para determinar su impacto en el pensamiento político, también se realizó una investigación documental bibliográfica para sustentar la argumentación teórica del ensayo.

Técnica e Instrumentos

Se utilizan herramientas tecnológicas para obtener información sobre los principales candidatos políticos, evaluando el "engagement" de cada página mediante métricas como Likes, comentarios, interacciones y compartidas, durante el período del 7 de noviembre al 6 de diciembre de 2023

Población y muestra

La población consta de 30,000 seguidores, representando el promedio de tres actores políticos destacados en Santa Elena: "Patricio Cisneros", "Francisco Tamariz" y "Otto Vera". La muestra, constituida por 26,238 perfiles activos durante el mismo período, se selecciona para reflejar el comportamiento y las interacciones (Me gusta, comentarios, compartidas) de la población completa, asegurando representatividad y precisión (Sampieri, 2014).

Análisis y discusión de resultados

Patricio Cisneros Granizo

Es asambleísta por el movimiento Peninsular Creyendo en Nuestra gente, siendo la cuarta camiseta política que lucirá por la dignidad de las elecciones populares.

Cuenta en su página de Facebook un total de 34,519k seguidores. De acuerdo con los principales hashtags por interacciones podemos mencionar:

#unnuevoecuador (968)

#nuestragente (607)

#asambleanacional (426)

#874 (92)

#872 (61)

#juiciopolitico (61)

#muertecruzada (61)

#cop22 (39)

Otto Vera Palacios

Es asambleísta por el partido político Únete, anteriormente fue alcalde por dos periodos

Cuenta en su página de Facebook un total de 150,916k seguidores. De acuerdo con los principales hashtags por interacciones son:

#ottoveracaminoaldesarrollo

#ottoveraasambleista

Francisco Tamariz Guerrero

Actual alcalde del Cantón La Libertad, cuenta en su página de Facebook un total de 94,000k seguidores. De acuerdo con los principales hashtags por interacciones podemos

mencionar:

#pasionparaservir (497)

#trabajandoconpasion (435)

#pasionporemprendimiento (309)

La interacción entre estos protagonistas configura el mercado informativo, donde cada uno implementa estrategias políticas para alcanzar sus objetivos en la esfera del poder. La diversidad de técnicas empleadas por los agentes políticos para informar y establecer comunicación con sus contrapartes se resume en dos acciones principales en el espacio de la información: la movilización, que incluye agitación y propaganda, y el marketing, representado por las relaciones públicas (RRPP) y la publicidad política.

Aunque difunden sus campañas de manera informativa, estas resultan limitadas para involucrar activamente a la audiencia en el proceso político. El trabajo de los partidos en las redes sociales tiende a desempeñar un papel más como sustituto o alternativo a otras fuentes de información.

La comunicación política entre partidos políticos y ciudadanía encierra un gran potencial político. Para optimizar esta interacción, es imperativo organizar eficazmente el proceso de comunicación política, estableciendo una comunicación bidireccional entre los representantes de los partidos y el público. Los partidos que utilizan las redes sociales pueden depender de estructuras de nicho específicos y seleccionar grupos objetivos basados en la cantidad de usuarios interesados en el material del partido.

Es fundamental tener en cuenta que los presionan ejercen su libertad de expresión al expresar apoyo a un candidato específico, compartir sus ideales y manifestar rechazo hacia otro candidato, reflejado en los comentarios de cada publicación.

El acceso a estadísticas mediante herramientas tecnológicas proporciona información valiosa sobre cómo los actores políticos han utilizado las redes sociales para informar y recibir retroalimentación de los usuarios.

En relación con la investigación de campo, se llevó a cabo la recopilación de datos actualizados sobre los seguidores de los diferentes partidos políticos y sus representantes en la red social Facebook, presentando gráficos propios que han sido una fuente constante de información a lo largo de todo. el proceso de trabajo.

Conclusión

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.

La interacción entre estos agentes políticos configura un mercado de información donde se despliegan estrategias de movilización, propaganda y marketing político. Sin embargo, se observa una brecha en la capacidad de involucrar activamente a la audiencia en el proceso político; las publicaciones, aunque informativas, muestran limitaciones para fomentar una participación más activa de la audiencia en la esfera política.

La comunicación política, especialmente en el ámbito de las redes sociales, tiene un potencial significativo. Optimizar esta interacción implica establecer una comunicación bidireccional efectiva entre los partidos y el público; los partidos políticos deben aprovechar las redes sociales para llegar a grupos específicos y seleccionar nichos de usuarios interesados en su material.

La libertad de expresión de los votantes se refleja en los comentarios de las publicaciones, donde expresan su apoyo o rechazo hacia ciertos candidatos; es crucial reconocer el impacto de esta retroalimentación en la percepción pública y en la estrategia política.

El uso de herramientas tecnológicas para acceder a estadísticas de interacción en redes sociales proporciona una visión valiosa del comportamiento de los actores políticos en el ámbito digital. La investigación de campo complementó estos datos, permitiendo una recopilación actualizada y gráficos informativos que respaldan todo el proceso de trabajo.

Este análisis destaca la importancia de una comunicación política efectiva en redes sociales, subrayando la necesidad de estrategias más participativas y la profunda comprensión de la interacción digital entre los actores políticos y la ciudadanía.

Bibliografía

- A. Cárdenas, C. B. (2018). Redes sociales y campañas electorales en Iberoamérica. Un análisis comparativo de los casos de España, México y Chile. doi:<https://doi.org/10.7764/cdi.41.1259>
- Álvarez Torres, M. (2023). Estrategias y proyección en redes sociales de los presidenciables: el pre y post debate. *Más Poder Local*. doi:<https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.154>
- Bernardo Moreno Vega, L. A. (2023). Política y redes sociales: El sentido del sinsentido. *Revista de Comunicación y cultura*, 18. doi:<https://doi.org/10.32719/26312514.2023.8.1>
- Carmona Salado, C. (Octubre de 2022). Fragmentación política; una aproximación a sus metodologías de estudio. México. Obtenido de <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/31480/Carlos%20Carmona%20Salado.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Chávez, H. A. (2017). *Situación y retos del uso social y político de las redes sociales digitales en México: una perspectiva desde la realidad pandémica*. México: El colegio de la frontera norte.
- Concheiro, P. (2017). Análisis de la interacción en redes sociales. Obtenido de <http://www.aselared.org/sites/default/files/boletines/Bol-ASELE57-4.pdf>
- García-Guerrero, J. E. (2019). Redes sociales e interes político. *Revista Icono 14*, 23. doi:[ri14.v17i2.1308](https://doi.org/10.1172.1308)
- González, G. (2019). *Comunicación política y redes sociales*. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP). Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/84036>
- Güemes, M. C. (2021). *Participación ciudadana*. Obtenido de <https://www.cepc.gob.es/sites/default/files/2022-06/a-942-guia-del-gobierno-abierto-int-corregido.pdf>
- Hernández Morales, B., & Durán Padilla, J. (2022). Posverdad: hacia una metodología para el análisis de la exposición de los actores políticos en redes sociales. *Scielo*. doi:<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2022.33.82195>
- Mancera Rueda, A., & Pano Alamán, A. (2020). La opinión pública en la red. *IBEROAMERICANA - VERVUERT*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Ana-Rueda-9/publication/349362883_Mancera_Rueda_Ana_y_Pano_Alamana_Ana_2020_La_opinion_publica_en_la_red_Analisis_pragmatico_de_la_voz_de_los_ciudadanos_MadridFrankfurt_IberoamericanaVervuert/links/6393a145e42faa7e75ad2
- Miguel de Aguilera, A. C.-R. (2018). ¿Tecnologías Para La Transformación? Los Medios Sociales Ante El Cambio Político Y Social. *Icono 14*, 21. doi:<https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1162>
- Miquel-Segarra, S., & López-Meri, A. (2020). Engagement entre políticos y seguidores en Facebook. El caso de las elecciones generales de 2016 en España. *Universitat Jaume I*. Obtenido de <https://revistesdigitals.uvic.cat/index.php/obradigital/article/view/251/285>
- Moncagatta, P., & Poveda, A. E. (2021). *La creciente polarización ideológica en Ecuador bajo el Gobierno de Rafael Correa*. Quito: Estado & Comunes.
- Olascoaga, O. G. (2018). El extremismo político en Escandinavia... ¿ocaso de la socialdemocracia? *Scielo*. doi:<https://doi.org/10.24201/fi.v58i4.2551>
- Pérez Borrego, R. (2022). *La influencia de las RRSS en el pensamiento crítico y político de los jóvenes*. Obtenido de Universidad de Valladolid: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/55026/TFG-N.%201975.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pew Research Center. (2022). Social Media and News Fact Sheet. Obtenido de <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/social-media-and-news-fact-sheet/>
- Ríos, C. R. (2017). Tendencias Políticas. *Temas de nuestra América*, 157-163.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

- Seoane, J. (2019). Opinión pública. *Revista en Cultura de la Legalidad*. doi:<https://doi.org/10.20318/eunomia.2019.5028>
- Serrano Oceja, J. F., González Vallés, J. E., & Viñarás Abad, M. (2019). LA GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y SU INFLUENCIA EN LA PRENSA. *Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 9. Obtenido de <https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/608a72c3e4bbc72e75309f3d>
- Umpierrez, S., Ríos, I., Herrera, E., & González, S. (2022). Populismo y polarización política en la Región. *Revista stultifeRa*, 5(2). doi: 10.4206/rev.stultifera.2022.v5n2-07.
- Villa Gómez, J. D., & Sarmiento Rojas, J. C. (junio de 2023). Polarización y creencias sociales en algunos militantes de dos partidos políticos ideológicamente antagónicos en el marco del posconflicto en Colombia. *Scielo*. doi:<https://doi.org/10.21500/22563202.5433>

Anexos

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Pensamiento Político	Extremismo político	Posturas políticas	¿El pensamiento político influye en el extremismo y posturas políticas?
	Confrontación ideológica	Tendencias ideológicas opuestas y sus interacciones	¿El pensamiento político genera confrontaciones ideológicas entre tendencias opuestas?
	Fragmentación política	Número de partidos políticos	¿El pensamiento político produce una fragmentación entre partidos políticos? ¿El pensamiento político incita a la fragmentación de partidos políticos? ¿Sin pensamiento político se producirían fragmentaciones en partidos políticos?
Opinión pública	Tendencia política	Inclinación política	¿La opinión pública influye en las tendencias políticas para generar inclinaciones políticas? ¿La opinión pública genera participación ciudadana e interacción en redes sociales?
	Participación ciudadana	Interacción en redes sociales	¿La opinión pública produce una percepción de confiabilidad en la información?
	Percepción de confiabilidad	Información confiable	¿La opinión pública influye en la confiabilidad de la información? Propuesta: ¿Cree usted que el análisis del pensamiento político permitirá reconocer la influencia en la opinión pública en redes sociales en la actualidad?

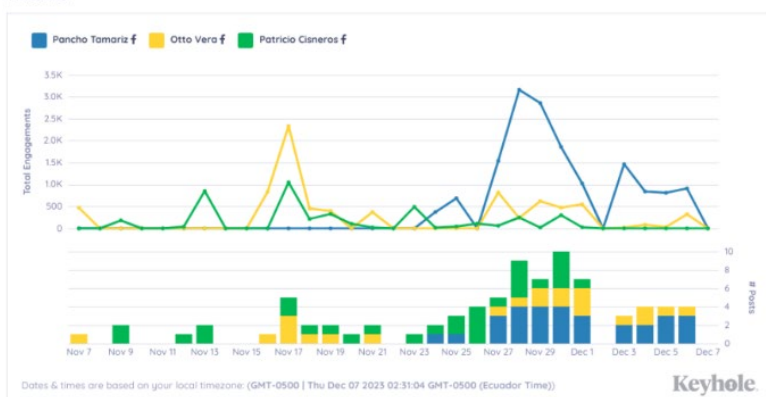
Anexo 2: Instrumento lista de cotejo

LISTA DE COTEJO PARA EVALUAR EL PENSAMIENTO POLÍTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN LAS REDES SOCIALES, PROVINCIA DE SANTA ELENA			
Institución	Red social Facebook de los principales actores políticos de la provincia de Santa Elena		
Criterio de evaluación			
Observador: Christian Vicente Rodríguez Pillasagua			
	Si	No	Observación
Hay título en los contenidos	✓		
Hay contenido con enfoque político	✓		
Hay narrativa en las publicaciones	✓		
Hay información relevante	✓		
Usan imágenes que capten la atención	✓		
Reciben comentarios e interacciones en las publicaciones	✓		
Las personas adherentes comparten las publicaciones	✓		
Reciben comentarios negativos	✓		
Responden los comentarios	✓		

Anexo 3: Engagment de los principales actores políticos

COMPARISON: Pancho Tamariz, Otto Vera, Patricio Cisneros NOV 07

Timeline



Summary

	82 POSTS	279,494 TOTAL FOLLOWERS	27,707 TOTAL ENGAGEMENT	9.9% ENGL. RATE (BY FOLLOWERS)
Patricio Cisneros f	30	34,519	4,125	11.9%
Pancho Tamariz f	30	94,059	15,552	16.5%
Otto Vera f	22	150,916	8,030	5.3%

Anexo 4: Comentarios en Facebook en post

Top Posts

Profile	Type	Date	Reactions	Comments	Shares
Pancho Tamariz f, Otto Vera f, Patricio Cisneros f	Image	Nov 28	1,137	130	413
@PanchoTamarizGuerrero f	Video	Nov 29	784	59	218
@pcisneros61 f	Image	Nov 17	721	139	108
@OttoVeraSE f	Image	Nov 17	673	138	49
@OttoVeraSE f	Image	Nov 16	632	152	71
@PanchoTamarizGuerrero f	Image	Dec 3	593	112	128

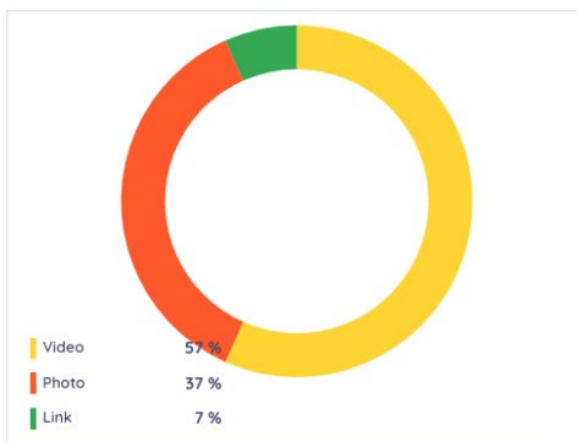
Anexo 5: Formatos más usados por el político Francisco Tamariz

panchotamarizguerrero f

Keyhole

Most Frequent Post Types

What type of content is being posted?



Most Engaging Post Types

Does this match with the profile's most frequent post types?



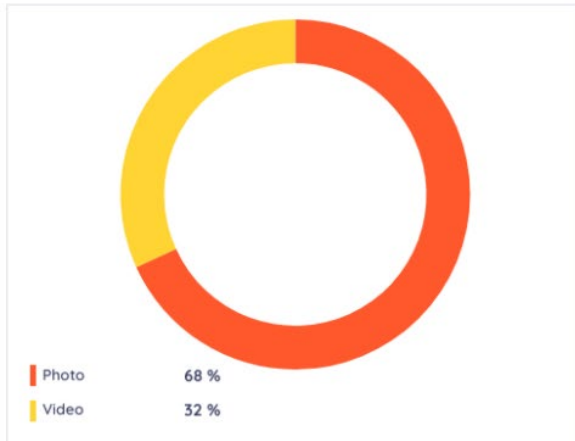
Anexo 6: Formatos más usados por el político Otto Vera

ottoverase f

Keyhole

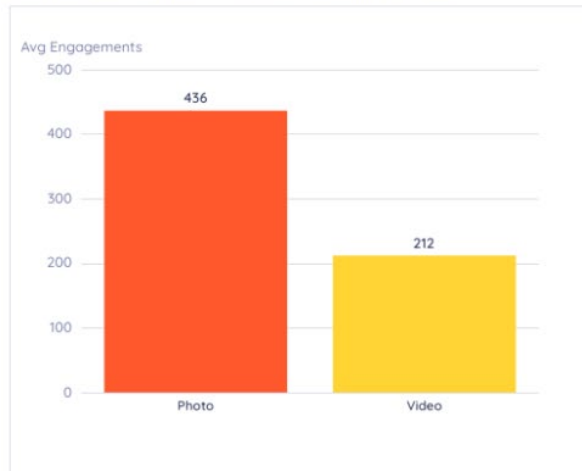
Most Frequent Post Types

What type of content is being posted?



Most Engaging Post Types

Does this match with the profile's most frequent post types?



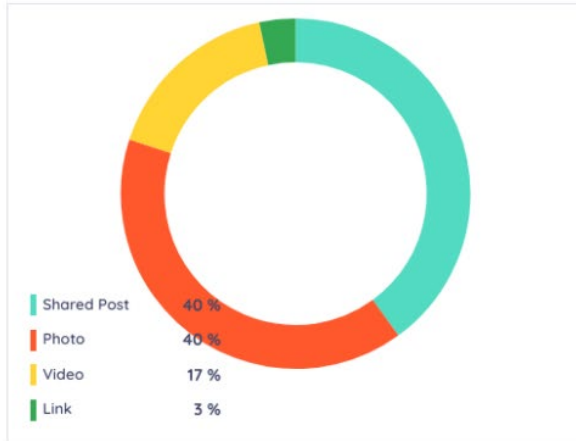
Anexo 7: Formatos más usados por el político Patricio Cisneros

pcisneros61 f

Keyhole.

Most Frequent Post Types

What type of content is being posted?



Most Engaging Post Types

Does this match with the profile's most frequent post types?

