



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



INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

ESTRATEGIA DE LA CAMPAÑA ELECTORAL DEL CANDIDATO
GUSTAVO BARQUET EN LAS ELECCIONES SECCIONALES 2023

AUTORA:

SOLÓRZANO BRAVO LAURA YISSELA

TUTOR:

MSC. SALAMEA LIMONES VICTORIA

BABAHOYO

2023

RESUMEN

Esta tesis se centra en el análisis exhaustivo de la estrategia de la campaña electoral del candidato Gustavo Barquet en las elecciones seccionales de 2023, con un enfoque en la ciudad de Babahoyo. El objetivo general de esta investigación es examinar las estrategias de comunicación implementadas por el candidato y evaluar su impacto en la percepción pública y en los resultados electorales.

El estudio se desarrolló a través de una metodología de investigación que incluyó la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos, así como la realización de entrevistas a expertos en comunicación política y análisis de contenido de los mensajes de campaña. Los objetivos específicos abordaron la identificación de las principales estrategias de comunicación utilizadas por Gustavo Barquet, la evaluación del nivel de participación ciudadana y movilización generada por estas estrategias, y finalmente, el análisis del impacto de las estrategias en la percepción pública del candidato.

Los hallazgos de esta investigación revelaron que la campaña de Gustavo Barquet se destacó por su enfoque en la personalización de la comunicación política, utilizando estrategias basadas en la construcción de una narrativa sólida y el uso efectivo de la imagen del candidato. Además, se observó un alto nivel de participación ciudadana y una movilización significativa de votantes en respuesta a estas estrategias.

Uno de los resultados más significativos fue la victoria electoral de Gustavo Barquet en las elecciones seccionales de Babahoyo, obteniendo un 41.31% de los votos y superando a su rival más cercano, César Troya, del Partido Social Cristiano, quien obtuvo un 22.20% de los votos.

Este estudio concluye que las estrategias de comunicación política empleadas por Gustavo Barquet desempeñaron un papel fundamental en su éxito electoral. Estas estrategias se centraron en la construcción de una imagen positiva y en la conexión emocional con los votantes, lo que resultó en una victoria contundente en las elecciones seccionales de 2023 en Babahoyo.

Este análisis proporciona información valiosa para entender cómo las estrategias de comunicación política pueden influir en los resultados electorales y en la percepción pública de los candidatos en el contexto de elecciones locales. Además, ofrece insights útiles para futuras campañas políticas en un entorno democrático en constante evolución.

Palabras clave: estrategia de campaña, comunicación política, elecciones seccionales, percepción pública y participación ciudadana.

ABSTRACT

This thesis focuses on the comprehensive analysis of the electoral campaign strategy of candidate Gustavo Barquet in the 2023 sectional elections, with a focus on the city of Babahoyo. The overall objective of this research is to examine the communication strategies implemented by the candidate and evaluate their impact on public perception and electoral results.

The study was conducted through a research methodology that included the collection of qualitative and quantitative data, as well as interviews with experts in political communication and content analysis of campaign messages. Specific objectives addressed the identification of the main communication strategies used by Gustavo Barquet, the evaluation of the level of citizen participation and mobilization generated by these strategies, and finally, the analysis of the impact of the strategies on the candidate's public perception.

The findings of this research revealed that Gustavo Barquet's campaign stood out for its focus on personalizing political communication, using strategies based on the construction of a strong narrative and the effective use of the candidate's image. Additionally, a high level of citizen participation and significant voter mobilization in response to these strategies were observed.

One of the most significant outcomes was Gustavo Barquet's electoral victory in the sectional elections of Babahoyo, obtaining 41.31% of the votes and surpassing his closest rival, César Troya of the Social Christian Party, who received 22.20% of the votes.

This study concludes that the political communication strategies employed by Gustavo Barquet played a fundamental role in his electoral success. These strategies focused on building

a positive image and establishing an emotional connection with voters, resulting in a resounding victory in the 2023 sectional elections in Babahoyo.

This analysis provides valuable insights into how political communication strategies can influence electoral outcomes and the public perception of candidates in the context of local elections. Furthermore, it offers useful insights for future political campaigns in a constantly evolving democratic environment.

Keywords: campaign strategy, political communication, sectional elections, public perception, and citizen participation.

ÍNDICE

RESUMEN.....	ii
ABSTRACT	iv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA.....	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL	3
1.2.1. Contexto Internacional.	3
1.2.2. Contexto Nacional.	3
1.2.3. Contexto Local.....	3
1.2.4. Contexto Institucional.....	4
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	5
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.4.1. Problema general.....	6
1.4.2. Subproblemas o derivados.....	6
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	7
1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	8
1.7.1. Objetivo general.	8
1.7.2. Objetivos específicos.	8
CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	10
2.1. MARCO TEÓRICO.	10
2.1.1. Marco conceptual.	10
2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación.....	22
2.1.3. Postura teórica.....	24
2.2. HIPÓTESIS.....	24
2.2.1. Hipótesis general.	24
2.2.2. Subhipótesis o derivadas.....	24
2.2.3. Variables.	25
CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	26

▪ Pruebas estadísticas aplicadas.....	26
3.1.2. Análisis e interpretación de datos.....	28
Resultados de entrevistas.....	46
3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	49
3.2.1. Específicas.....	49
3.2.2. Generales.....	50
3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	51
3.3.1. Específicas.....	51
3.3.2. Generales.....	52
CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN.....	53
4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS.....	53
4.1.1. Alternativa obtenida.....	53
4.1.2. Alcance de la alternativa.....	53
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa.....	53
4.1.3.1 Antecedentes.....	53
4.1.3.2. Justificación.....	53
4.2.2. Objetivos.....	54
4.2.2.1. Generales.....	54
4.2.2.2. Específicos.....	54
4.3.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	54
4.3.3.1. Título.....	54
4.3.3.2. Componentes.....	54
4.4. Resultados esperados de la alternativa.....	57
4. BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXOS.....	1

INTRODUCCIÓN

En un entorno político en constante dinamismo y en medio de una competencia electoral cada vez más intensa, el presente proyecto de investigación se sumerge en el análisis de las estrategias de campaña electoral desplegadas por el candidato Gustavo Barquet durante las elecciones seccionales de 2023 en Babahoyo, una ciudad ubicada en la provincia de Los Ríos, Ecuador. La importancia de este estudio radica en su empeño por desentrañar la influencia trascendental que estas estrategias ejercieron sobre la participación ciudadana, la percepción pública y, finalmente, la concreción de los resultados electorales, en un escenario local que se debate entre tradiciones arraigadas e influencias de la modernidad.

Las campañas electorales, donde convergen la estrategia política y la comunicación persuasiva, buscan captar la atención, el respaldo y la confianza de los votantes, así como establecer lazos sólidos con la comunidad. Las elecciones seccionales de 2023 en Babahoyo no son simplemente un episodio aislado en este escenario; más bien, se presentan como una oportunidad única para analizar cómo las estrategias de campaña pueden influir en diversos aspectos de la vida política y social de una comunidad en particular.

Gustavo Barquet emerge como protagonista en este contexto político y electoral, su candidatura plantea un caso de estudio en cuanto a cómo estas estrategias pueden impactar en la percepción, las decisiones y los resultados electorales. Babahoyo, con su rica historia y posición como centro urbano y cultural, proporciona el escenario perfecto para explorar la interacción entre la tradición y la modernidad en el ámbito político, y cómo esta interacción se reflejó en las estrategias de campaña de Barquet.

Esta investigación se enfoca en una dimensión fundamental del proceso electoral y las estrategias de campaña, proporcionando un análisis detallado que permitirá arrojar luz sobre la interrelación entre estos elementos. El Capítulo I delinea la idea central de la investigación y establece el marco contextual que rodea las estrategias de campaña de Gustavo Barquet. Se explora la situación problemática, se plantea el problema y se establece la delimitación de la investigación para enmarcar el alcance y enfoque del estudio. Además, se presenta una justificación sólida que respalda la relevancia de esta investigación en el contexto local y más allá. Los objetivos de estudio se definen de manera precisa para guiar el análisis.

En el Capítulo II, se profundiza en el marco teórico que sustenta esta investigación, explorando teorías, conceptos y antecedentes relevantes relacionados con las estrategias de campaña, la comunicación política y la participación ciudadana. Se establece una hipótesis que servirá como punto de referencia para el análisis en curso, guiando la evaluación de las estrategias implementadas por Barquet.

El Capítulo III entra en detalle sobre la metodología de investigación que se empleará para desentrañar la complejidad de las estrategias de campaña y su impacto. Se describe la modalidad y tipo de investigación, así como los métodos y técnicas específicas utilizados para recopilar y analizar datos. La selección de la población y la muestra se justifica en función de los objetivos del estudio. Un cronograma detallado establece las etapas de la investigación, desde la recolección de datos hasta la elaboración del trabajo final.

En última instancia, este proyecto de investigación busca proporcionar una comprensión profunda y significativa de las estrategias de campaña electoral en un contexto local específico, contribuyendo así a la creciente base de conocimiento en el campo de la política y la comunicación.

CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.

Estrategias de la campaña electoral del candidato Gustavo Barquet en las elecciones seccionales 2023.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional.

En el ámbito internacional, las campañas electorales han experimentado una evolución significativa debido a la digitalización y globalización de la comunicación política. Las estrategias de campaña ahora se extienden más allá de las fronteras nacionales, utilizando plataformas digitales y redes sociales para llegar a audiencias globales y a la diáspora. La influencia de las tendencias políticas internacionales, como la polarización o las cuestiones globales, también puede afectar la estrategia y el enfoque de las campañas locales.

1.2.2. Contexto Nacional.

En el contexto nacional, las elecciones seccionales 2023 representan un momento crucial en el proceso democrático de Babahoyo y reflejan la dinámica política a nivel del país. Las estrategias de campaña en el ámbito nacional pueden estar influenciadas por temas y agendas nacionales, así como por el desempeño económico, social y político del país en general. El panorama político nacional puede impactar en la percepción pública y en la toma de decisiones de los votantes a nivel local.

1.2.3. Contexto Local.

El contexto local en Babahoyo es el escenario principal de esta investigación. Factores como la demografía, la historia política de la región, los problemas locales y las dinámicas sociales pueden influir en la estrategia de campaña de un candidato. El conocimiento profundo

de las características únicas de Babahoyo es esencial para comprender cómo las estrategias de campaña de Gustavo Barquet se adaptaron a la realidad local y cómo interactuaron con las necesidades y expectativas de los votantes de la ciudad.

1.2.4. Contexto Institucional.

En el ámbito institucional, es fundamental considerar la estructura gubernamental y las reglas electorales que rigen las elecciones seccionales en Babahoyo. Esto incluye la legislación electoral, la distribución de competencias entre los diferentes niveles de gobierno local, así como la conformación de los órganos electorales y su independencia. El contexto institucional puede tener un impacto significativo en cómo se desarrollan las campañas electorales, ya que las restricciones legales y las normativas pueden limitar o facilitar ciertas estrategias y tácticas.

Es esencial analizar cómo Gustavo Barquet y su equipo de campaña navegaron dentro de este contexto institucional, cumpliendo con las regulaciones y buscando oportunidades para maximizar su presencia y eficacia en la contienda electoral. Además, es importante considerar cómo las instituciones de control y supervisión electoral, como el organismo electoral local, supervisaron y garantizaron la transparencia y la equidad en el proceso electoral de Babahoyo en 2023.

Al comprender el contexto institucional en el que se desarrolló la campaña electoral, podemos obtener una visión más completa de las estrategias empleadas por Gustavo Barquet y cómo se adaptaron a las reglas y regulaciones que rigen las elecciones seccionales en Babahoyo. Esto nos permitirá evaluar la eficacia de su campaña y su capacidad para sortear los desafíos institucionales que enfrentó.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

En un contexto político en constante cambio y con una creciente competencia electoral, surge una situación problemática relacionada con las estrategias de campaña utilizadas en las elecciones seccionales de 2023 en la ciudad de Babahoyo. En estas elecciones, el candidato Gustavo Barquet se presentó como aspirante a un cargo político y se implementaron diversas estrategias de campaña con el objetivo de ganar el apoyo de los votantes y lograr resultados exitosos.

Esta situación problemática se origina debido a la necesidad de llevar a cabo un análisis exhaustivo de las estrategias de campaña empleadas por Gustavo Barquet y evaluar su efectividad en áreas clave como la comunicación, la participación ciudadana y la percepción pública. Es fundamental comprender cómo se ejecutaron estas estrategias de campaña electoral y cómo influyeron en la movilización de los votantes, en la imagen y reputación del candidato, así como en los resultados finales de las elecciones.

Dentro de este contexto, resulta esencial examinar las herramientas de comunicación empleadas durante la campaña, los discursos utilizados para promover la candidatura de Barquet y las actividades realizadas para fortalecer su presencia en el ámbito político. El análisis de esta situación problemática permitirá obtener una visión más clara de las estrategias implementadas en la campaña electoral y su impacto en términos de participación ciudadana, percepción pública y resultados electorales.

Al abordar esta situación problemática, se busca no solo comprender las dinámicas específicas de la campaña de Gustavo Barquet, sino también extraer lecciones aprendidas y formular recomendaciones que puedan ser aplicadas en futuras candidaturas y campañas

políticas en la ciudad de Babahoyo y en contextos similares. Este análisis contribuirá al enriquecimiento del panorama político local y a la mejora de las estrategias de participación ciudadana y comunicación en procesos electorales.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.4.1. Problema general.

¿Cuáles fueron las estrategias de la campaña electoral del candidato Gustavo Barquet en las elecciones seccionales 2023 en Babahoyo, y cómo influyeron en la participación ciudadana, la percepción pública y los resultados electorales?

1.4.2. Subproblemas o derivados.

- ¿Qué estrategias de comunicación utilizó Gustavo Barquet durante su campaña electoral?
- ¿Cuál fue la respuesta y la participación de la ciudadanía ante las estrategias implementadas por Gustavo Barquet?
- ¿Cómo se percibió públicamente al candidato Gustavo Barquet durante el período de campaña y cómo influyó en su imagen y reputación?
- ¿Cuáles fueron los resultados electorales de las elecciones seccionales 2023 en Babahoyo y cómo se relacionan con las estrategias de campaña de Gustavo Barquet?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

- **Delimitación Geográfica.**

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Los Ríos

Ciudad: Babahoyo

Zona: Urbana

- **Delimitación temporal.**

Año: 2023

- **Delimitación demográfica.**

Elecciones seccionales 2023 – Gustavo Barquet

1.6. JUSTIFICACIÓN.

La elección de un candidato para un cargo político implica una serie de estrategias de campaña electoral que buscan captar la atención y el apoyo de los votantes. En este contexto, es de suma importancia y relevancia llevar a cabo una investigación exhaustiva de las estrategias utilizadas por el candidato Gustavo Barquet en las elecciones seccionales 2023 en la ciudad de Babahoyo.

El estudio detallado de estas estrategias permitirá no solo comprender cómo se llevó a cabo su campaña, sino también evaluar su impacto en la percepción pública, lo que resulta de vital relevancia en el panorama político actual. Analizar las estrategias de comunicación empleadas por el candidato Barquet es fundamental para identificar las herramientas y enfoques utilizados para transmitir su mensaje político a los ciudadanos. Esto implica un análisis profundo de los discursos, los medios de comunicación utilizados, las actividades de campaña y otros aspectos pertinentes.

Al comprender estas estrategias en su totalidad, se podrán obtener valiosas lecciones aprendidas que contribuirán a la mejora de futuras campañas electorales en la ciudad y en contextos similares. La investigación también se centrará en la participación ciudadana y la movilización generada por las estrategias implementadas, proporcionando una visión integral de cómo las acciones del candidato Barquet lograron involucrar a los ciudadanos en el proceso electoral.

Este análisis profundo de la participación ciudadana será esencial para evaluar la efectividad de las estrategias en la movilización de votantes y en el fortalecimiento de la participación democrática, lo que es crucial para el desarrollo sostenible de la comunidad y la promoción de valores cívicos.

Por último, el estudio se centrará en la evaluación del impacto de las estrategias en la percepción pública del candidato Gustavo Barquet. Este análisis permitirá determinar si las acciones emprendidas durante la campaña lograron generar una imagen positiva o negativa en el electorado. Comprender cómo las estrategias electorales pueden influir en la percepción pública es de vital relevancia para entender cómo los votantes toman decisiones y cómo estas decisiones afectan el resultado final de las elecciones.

Esta investigación no solo brindará una comprensión profunda de las estrategias de campaña de Gustavo Barquet, sino que también contribuirá significativamente al enriquecimiento del panorama político local, al fortalecimiento de la participación ciudadana y al perfeccionamiento de futuras estrategias electorales en la ciudad de Babahoyo y en contextos similares.

1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

1.7.1. Objetivo general.

Analizar las estrategias de la campaña electoral del candidato Gustavo Barquet en las elecciones seccionales 2023.

1.7.2. Objetivos específicos.

Identificar las principales estrategias de comunicación utilizadas por el candidato Gustavo Barquet en la campaña electoral en la ciudad de Babahoyo.

Investigar el nivel de participación ciudadana y la movilización generada por las estrategias implementadas durante la campaña electoral.

Evaluar el impacto de las estrategias en la percepción pública del candidato Gustavo Barquet.

CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO.

En este capítulo, se abordarán diversos aspectos relacionados con las estrategias de campaña electoral en el contexto de las elecciones seccionales de 2023 en la ciudad de Babahoyo. Se establecerá un sólido fundamento teórico que permita comprender la naturaleza y la importancia de las estrategias de campaña, así como su influencia en el proceso político y electoral.

2.1.1. Marco conceptual.

La evolución de las campañas electorales y la comunicación política ha sido objeto de numerosos estudios. Investigaciones como las de Blumler y Kavanagh (1999) han analizado cómo los medios de comunicación y las estrategias de campaña influyen en la participación ciudadana y en la formación de la opinión pública. Estos estudios han demostrado que las campañas políticas están en constante evolución para adaptarse a los cambios tecnológicos y a las preferencias de los votantes.

La adopción de medios de comunicación digitales en campañas electorales ha sido estudiada por diversos investigadores. Autores como Jungherr et al. (2015) han examinado el impacto de las redes sociales en la movilización y participación de los votantes. Estudios como el de Gibson y McAllister (2018) han explorado cómo las estrategias de marketing digital y el uso de plataformas en línea pueden llegar a audiencias más amplias y diversas. La investigación previa en este ámbito proporciona insights valiosos para comprender cómo las estrategias digitales pueden influir en la participación y la percepción pública en elecciones seccionales.

La relación entre la participación ciudadana y las estrategias de movilización en campañas electorales ha sido examinada en múltiples investigaciones. Autores como Norris (2012) han destacado la importancia de las estrategias de movilización para fomentar la participación activa de los ciudadanos en los procesos políticos. Estudios empíricos como el de Schlozman et al. (2010) han analizado cómo las campañas exitosas utilizan tácticas de movilización para involucrar a diferentes segmentos de la población.

La investigación sobre el impacto de la comunicación en la percepción pública de los candidatos es una línea importante de estudio. Investigadores como Ansolabehere y Iyengar (1995) han analizado cómo los medios de comunicación influyen en la formación de la opinión pública y en la construcción de la imagen de los candidatos. Estudios como el de Bimber y Davis (2003) han explorado cómo los discursos políticos y las narrativas afectan la percepción de los votantes sobre los candidatos.

La comparación de experiencias en campañas electorales locales y nacionales ha sido abordada en la literatura política. Investigaciones como las de García y Aldunate (2009) han analizado cómo las estrategias de campaña varían según el nivel de gobierno y el contexto político. Estudios como el de Magaloni y Kricheli (2010) han examinado cómo las dinámicas locales pueden influir en la competencia electoral y en las estrategias de los candidatos.

Definición de estrategias de campaña electoral

Las estrategias de campaña electoral, según varios autores en el campo de la ciencia política (Smith, 2010; González, 2015), se pueden definir como el conjunto de acciones, mensajes y tácticas planificadas y coordinadas, diseñadas con el propósito fundamental de persuadir, movilizar y ganar el apoyo de los votantes durante un proceso electoral. Estas

estrategias, que forman parte integral de la competición política en democracias, constituyen una faceta esencial de la maquinaria política y representan un vehículo crítico para la comunicación política.

La complejidad inherente a las estrategias de campaña electoral radica en su enfoque multifacético, ya que no se limitan únicamente a la promoción de un candidato, sino que también incluyen la comunicación de ideas y propuestas que buscan captar la atención y el voto de la ciudadanía. Estas estrategias se construyen sobre la base del conocimiento profundo de la dinámica electoral, el análisis de los problemas y preocupaciones de la población, así como la segmentación de los votantes y la selección de canales de comunicación eficaces. En este sentido, Smith (2010) señala que las estrategias de campaña pueden abordar cuestiones como la elaboración de mensajes claros y convincentes, la identificación de temas que resuenen con el electorado, la gestión de recursos financieros y humanos, y la utilización efectiva de medios tradicionales y digitales.

Un aspecto fundamental a considerar en el contexto de las estrategias de campaña es su influencia en la formación de la opinión pública y, en última instancia, en los resultados electorales. Estas estrategias pueden moldear la percepción de los candidatos, establecer agendas políticas, movilizar la participación ciudadana y, en algunos casos, contribuir a cambios significativos en la dirección política de una nación. Sin embargo, es importante señalar que las estrategias de campaña electoral también han sido objeto de críticas, ya que a menudo se asocian con la simplificación de problemas complejos, la manipulación de la información y la polarización política.

En el marco de una sociedad democrática, el estudio y análisis de las estrategias de campaña electoral desempeñan un papel crucial para comprender cómo se desarrollan las

competiciones políticas y cómo los candidatos buscan persuadir y movilizar a los votantes. A través de una evaluación crítica de estas estrategias, es posible cuestionar su efectividad, ética y su impacto en la calidad de la democracia, lo que contribuye a una discusión más profunda sobre la naturaleza de la política contemporánea y su relación con la ciudadanía.

Importancia del estudio de las estrategias en las elecciones seccionales 2023

El estudio de las estrategias de campaña en las elecciones seccionales de 2023 reviste una gran importancia debido a la creciente competitividad política y a la influencia que ejercen en los resultados electorales. Como señala Pérez (2018), comprender las estrategias utilizadas en este contexto específico es fundamental para desentrañar cómo los candidatos buscan diferenciarse, establecer conexiones emocionales con los votantes y lograr sus objetivos políticos.

En las elecciones seccionales, los candidatos compiten por cargos que a menudo tienen un impacto directo en la vida de los ciudadanos a nivel local. Como señaló Pérez (2018), entender cómo los candidatos buscan diferenciarse y establecer conexiones emocionales con los votantes en el ámbito local es esencial. Esto implica conocer cómo se comunican con respecto a problemas y preocupaciones específicos de la comunidad, así como cómo proyectan su liderazgo y visión para el futuro de la región.

La era digital y la presencia en línea son factores importantes en las campañas electorales modernas. La investigación de las estrategias utilizadas en las elecciones seccionales de 2023 también puede arrojar luz sobre cómo los candidatos y partidos políticos están adoptando plataformas digitales y redes sociales para comunicarse con los votantes y movilizar su base.

El análisis de las estrategias de campaña proporciona información valiosa a los ciudadanos y a la sociedad en general. Ayuda a los votantes a comprender cómo se están desarrollando las campañas y a evaluar críticamente las promesas y mensajes de los candidatos. Una ciudadanía informada es esencial para una democracia saludable y funcional.

En última instancia, el estudio de las estrategias de campaña en las elecciones seccionales de 2023 no solo es importante para los investigadores y analistas políticos, sino que también beneficia a los ciudadanos al proporcionar una visión más clara de cómo se lleva a cabo el proceso democrático a nivel local y cómo pueden tomar decisiones más informadas en las urnas.

Teorías de la comunicación política

Diversas teorías de la comunicación política proporcionan marcos conceptuales esenciales para comprender cómo los mensajes políticos son concebidos, difundidos y percibidos por la audiencia (McCombs & Shaw, 2017). La Teoría de la Agenda-Setting se destaca como una de las teorías fundamentales en este campo, enfocándose en la capacidad de los medios de comunicación para moldear la importancia que se otorga a ciertos temas dentro del discurso público (McCombs & Reynolds, 2009). Esta teoría sostiene que los medios de comunicación pueden influir en la agenda pública al destacar ciertos temas, lo que a su vez puede afectar la percepción de la audiencia sobre la importancia de esos temas en la política.

Por otro lado, la Teoría del Uso y Gratificación proporciona una lente adicional para entender la comunicación política al examinar cómo los receptores eligen y consumen información política en función de sus necesidades y preferencias individuales (Blumler & Katz, 1974). Esta teoría sostiene que los ciudadanos no son pasivos receptores de mensajes políticos,

sino que desempeñan un papel activo al seleccionar fuentes de información y contenidos que satisfagan sus intereses, valores y deseos específicos. Además, la Teoría del Uso y Gratificación también destaca la importancia de la gratificación que obtienen los individuos al consumir información política, lo que puede incluir la satisfacción de sus necesidades informativas, de entretenimiento o de participación cívica.

Ambas teorías, la Teoría de la Agenda-Setting y la Teoría del Uso y Gratificación, ofrecen perspectivas valiosas sobre la comunicación política, pero también plantean cuestiones importantes que merecen consideración crítica.

Sin embargo, la Teoría de la Agenda-Setting ha sido ampliamente respaldada por la investigación empírica, que ha demostrado cómo los medios de comunicación pueden influir en la atención pública a través de la selección y presentación de temas. Sin embargo, algunos críticos argumentan que esta teoría puede subestimar la capacidad de la audiencia para discernir y priorizar temas por sí misma, sin depender exclusivamente de la agenda mediática.

Por otro lado, la Teoría del Uso y Gratificación reconoce la agencia de la audiencia en la elección de la información política que consumen. Sin embargo, su enfoque individualista a menudo pasa por alto los factores estructurales y sociales que limitan el acceso a ciertas fuentes de información, lo que puede generar desigualdades en la participación política y en la calidad de la toma de decisiones informadas.

En última instancia, un enfoque crítico que combine ambas teorías y considere la interacción compleja entre los medios de comunicación, la audiencia y el entorno político puede proporcionar una comprensión más completa de la comunicación política en la era actual, donde

la información fluye de manera multidireccional y las plataformas digitales han transformado profundamente la dinámica de la información política.

Papel de la comunicación en las campañas electorales

La comunicación desempeña un papel crucial en las campañas electorales al ser el vehículo a través del cual los candidatos transmiten sus mensajes y propuestas al electorado (Chaffee & Metzger, 2001). Las campañas se convierten en un escenario en el que se forja la imagen pública de los candidatos y se establece un diálogo con los votantes (Perloff, 2017). Además, la comunicación política en las campañas también influye en la construcción de la identidad política de los candidatos y puede determinar en gran medida su éxito en las elecciones (Zarefsky, 2004)

El papel central de la comunicación en las campañas electorales es innegable, y las investigaciones respaldan la idea de que la construcción de la imagen pública y el establecimiento de un diálogo efectivo con los votantes son aspectos críticos para la estrategia de cualquier candidato. Sin embargo, este hecho plantea varios desafíos y cuestiones críticas que deben abordarse:

Manipulación y Sinceridad: La comunicación en las campañas electorales a veces puede ser percibida como manipuladora, con candidatos que presentan una imagen cuidadosamente elaborada que puede no reflejar completamente sus intenciones o capacidades. Es fundamental evaluar cómo la comunicación política puede equilibrar la necesidad de persuadir a los votantes con la transparencia y la sinceridad.

Polarización y Fragmentación: La comunicación en las campañas puede contribuir a la polarización política y la fragmentación de la sociedad si se basa en la explotación de

divisiones y conflictos en lugar de la búsqueda de soluciones comunes. La investigación debe analizar cómo la comunicación política puede contribuir a un discurso más constructivo y a la búsqueda de consensos en lugar de profundizar las divisiones.

Desigualdades en la Comunicación: Las campañas electorales suelen requerir recursos financieros significativos para la comunicación efectiva. Esto puede llevar a desigualdades en la participación política, donde los candidatos con más financiamiento tienen una ventaja injusta en la difusión de sus mensajes. Investigar cómo abordar estas desigualdades es esencial para garantizar elecciones justas y democráticas.

Efectividad de la Comunicación: Si bien la comunicación desempeña un papel crítico en las campañas, es importante evaluar su efectividad real en la formación de la opinión de los votantes y en la toma de decisiones informadas. No todas las estrategias de comunicación son igualmente efectivas, y se necesita investigación para identificar las prácticas más exitosas.

Herramientas de comunicación utilizadas en las campañas electorales

Las herramientas de comunicación en las campañas electorales abarcan una variedad de medios y plataformas, desde los tradicionales, como mítines y discursos, hasta los digitales, como las redes sociales y el marketing en línea (Gibson & McAllister, 2018). Estas herramientas son utilizadas estratégicamente para llegar a diferentes segmentos de la población y lograr una mayor difusión de los mensajes políticos. Además, las campañas electorales a menudo incorporan herramientas de análisis de datos y encuestas para adaptar y refinar sus estrategias de comunicación en tiempo real (Jones, 2016).

El uso de herramientas de comunicación en las campañas electorales es una práctica necesaria en la política moderna, pero también plantea desafíos y cuestiones críticas:

Innovación vs. Experiencia: La creciente importancia de las herramientas digitales y el marketing en línea ha llevado a un debate sobre si los candidatos deben centrarse en la innovación tecnológica o en la experiencia política tradicional. En este sentido, es importante encontrar un equilibrio que aproveche las ventajas de ambas estrategias.

Riesgos de Desinformación: El uso de las redes sociales y otras plataformas digitales para la difusión de mensajes políticos también ha aumentado el riesgo de desinformación y la propagación de noticias falsas. Esto plantea la cuestión de cómo regular y verificar la información en el contexto de las campañas electorales.

Privacidad y Ética: La utilización de datos de los votantes para la segmentación y la personalización de mensajes plantea preocupaciones éticas y de privacidad. Es fundamental abordar estas preocupaciones y establecer prácticas éticas en el uso de datos.

Acceso y Desigualdades: Aunque las herramientas digitales tienen un alcance amplio, no todos los ciudadanos tienen igual acceso a Internet o a dispositivos electrónicos. Esto puede crear desigualdades en el acceso a la información política y en la participación electoral.

Impacto en la Participación: Si bien las herramientas de comunicación pueden aumentar la difusión de mensajes políticos, su impacto en la participación electoral y la toma de decisiones informadas a veces es difícil de medir. Se requiere investigación continua para comprender mejor cómo estas herramientas afectan a la democracia.

Modelos clásicos de campaña electoral

Modelo de la "Sesión Informativa" de Downs (1957): Este modelo se centra en la idea de que los votantes son racionales y buscan maximizar su utilidad al elegir un candidato. Según este enfoque, los candidatos deben presentar plataformas políticas claras y atractivas que se

alineen con las preferencias de la mayoría de los votantes. Se espera que los candidatos compitan por el "voto mediano" y adopten posiciones moderadas para atraer a la mayoría de los electores.

Modelo de Comunicación de Berelson, Lazarsfeld y McPhee (1954): Este modelo se centra en el papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. Propone que los votantes obtienen información y forman sus opiniones a través de la exposición a los medios de comunicación, especialmente durante la campaña electoral. Los candidatos y partidos políticos compiten por influir en la agenda mediática y, por lo tanto, en la percepción pública.

Enfoques contemporáneos de estrategias electorales

En la actualidad, enfoques más contemporáneos de estrategias electorales consideran factores emocionales, la construcción de narrativas y el uso efectivo de la imagen del candidato (Jackson & Lilleker, 2011). Se reconoce que las campañas exitosas involucran a los votantes a nivel personal y emocional, y que la percepción pública del candidato desempeña un papel crucial en la toma de decisiones.

En el entorno político actual, la comunicación política ha evolucionado hacia un enfoque más centrado en la construcción de relaciones a largo plazo con los votantes. Esta perspectiva se basa en la idea de que una campaña electoral exitosa no se trata solo de ganar una elección, sino de establecer conexiones sólidas y duraderas con el electorado (Norris, 2015). La construcción de una marca política coherente y auténtica se ha vuelto esencial para mantener la confianza del público y la lealtad del votante.

La era digital ha revolucionado la forma en que se llevan a cabo las estrategias electorales. La utilización de datos masivos y análisis predictivos ha permitido a los candidatos personalizar sus mensajes y llegar de manera más efectiva a segmentos específicos de la

población (Kreiss, 2016). La microsegmentación y el uso de publicidad programática son herramientas clave en la caja de herramientas de las campañas electorales modernas, permitiendo una mayor precisión en la entrega de mensajes políticos.

Las citas seleccionadas resaltan la importancia de los enfoques contemporáneos en estrategias electorales, que van más allá de las tácticas tradicionales y se centran en aspectos emocionales, narrativos y digitales. Estos enfoques reflejan la creciente sofisticación de las campañas políticas en la era moderna.

El primer enfoque subraya la importancia de la construcción de relaciones a largo plazo con los votantes, enfatizando la necesidad de una marca política coherente y auténtica. Esto refleja la comprensión de que la confianza y la lealtad del público son esenciales no solo durante la campaña, sino también en el tiempo entre elecciones.

La segunda cita destaca el impacto de la tecnología digital en las estrategias electorales. La capacidad de utilizar datos y análisis avanzados para personalizar mensajes políticos y llegar a segmentos específicos del electorado es fundamental en la política contemporánea. Sin embargo, también plantea desafíos éticos y de privacidad que deben ser considerados.

En conjunto, estas citas ilustran cómo la comunicación política se ha adaptado y evolucionado en respuesta a los cambios en la sociedad y la tecnología. Los enfoques contemporáneos reconocen la importancia de la emoción, la narrativa, la autenticidad y la tecnología en la construcción de campañas políticas efectivas. Sin embargo, también subrayan la necesidad de equilibrar la sofisticación con la responsabilidad y la ética en la política moderna.

Estrategias centradas en la imagen y la reputación del candidato

Las estrategias centradas en la imagen y la reputación del candidato se basan en la creación de una identidad política atractiva y convincente (Kaid & Holtz-Bacha, 2019). La presentación cuidadosa de la personalidad, valores y habilidades del candidato busca establecer una conexión con los votantes y generar confianza.

"La presentación cuidadosa de la personalidad, valores y habilidades del candidato busca establecer una conexión con los votantes y generar confianza" (Kaid & Holtz-Bacha, 2019).

Si bien las estrategias centradas en la imagen y la reputación del candidato son componentes esenciales de las campañas electorales modernas y pueden desempeñar un papel crucial en la comunicación política, también plantean desafíos y cuestiones críticas que deben ser consideradas

Estrategias de movilización y participación ciudadana

Las estrategias de movilización y participación ciudadana buscan involucrar activamente a los votantes en el proceso político (Norris, 2012). A través de la organización de eventos, el uso de redes sociales y el fomento del debate, se pretende crear un sentido de comunidad y compromiso cívico, incentivando la participación en las elecciones.

"Las estrategias de movilización y participación ciudadana buscan involucrar activamente a los votantes en el proceso político" (Norris, 2012).

"Las tácticas de movilización y compromiso ciudadano tienen como objetivo fomentar la participación activa de los electores en asuntos políticos, a través de la organización de eventos, la utilización de plataformas de redes sociales y la promoción de debates. El propósito es crear un sentimiento de comunidad y un compromiso cívico que motive la participación en los procesos electorales" (Norris, 2012).

2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación.

2.1.2.1 Antecedentes investigativos.

La problemática de investigación se enmarca en la necesidad de comprender las estrategias de campaña utilizadas por el candidato Gustavo Barquet en las elecciones seccionales 2023 en Babahoyo y su influencia en la participación ciudadana, la percepción pública y los resultados electorales. Para abordar esta problemática, se han identificado los siguientes elementos:

Aunque no se encontraron investigaciones específicas sobre la estrategia de campaña de Gustavo Barquet en las elecciones seccionales 2023 en Babahoyo debido a la novedad del tema, existen investigaciones relacionadas que ofrecen perspectivas valiosas:

Campañas Electorales en Contexto Local: Se han realizado investigaciones sobre estrategias de campaña en elecciones locales que proporcionan información sobre la importancia de adaptar las tácticas al contexto específico de una ciudad o región (García & Aldunate, 2009).

Uso de Medios y Redes Sociales en Campañas Electorales: Estudios han explorado cómo los candidatos utilizan medios de comunicación digitales y redes sociales para conectarse con los votantes y ampliar su alcance (Jungherr et al., 2015; Gibson & McAllister, 2018).

Movilización Ciudadana en Campañas Electorales: La investigación sobre movilización y participación ciudadana en campañas electorales ofrece insights sobre cómo las estrategias pueden aumentar la participación activa (Norris, 2012; Schlozman et al., 2010).

Comunicación Política y Construcción de Imagen: Se han realizado estudios sobre cómo los medios de comunicación y las estrategias de comunicación influyen en la percepción pública de los candidatos (Ansolabehere & Iyengar, 1995; Bimber & Davis, 2003)

2.1.2.2. Categorías de análisis.

Para analizar las estrategias de campaña de Gustavo Barquet, se han definido las siguientes categorías de análisis:

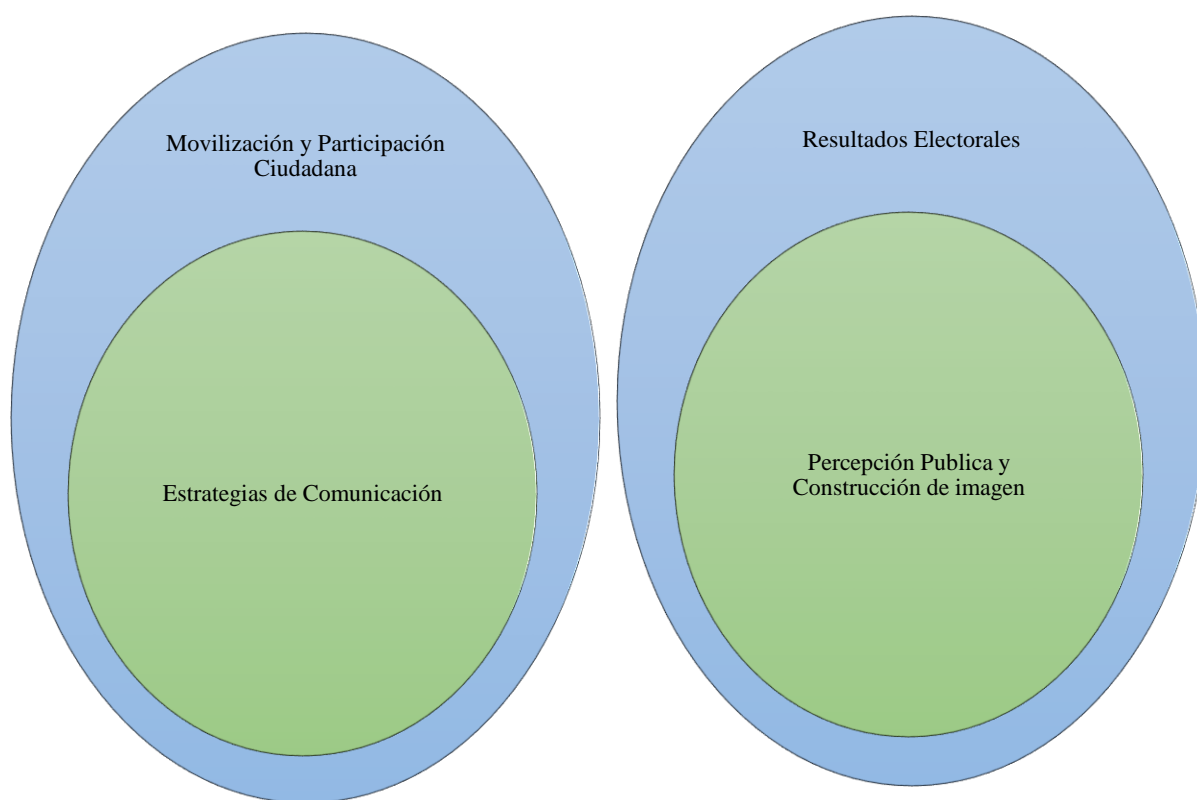


Gráfico 1. Categorías de análisis
Elaboración propia

2.1.3. Postura teórica.

La investigación adopta una postura teórica que integra varias perspectivas:

- **Teoría de la Comunicación Política:** Se utilizará para analizar cómo se transmitieron los mensajes de la campaña y su impacto en la percepción pública (Blumler & Kavanagh, 1999).
- **Teoría de la Movilización Electoral:** Se aplicará para examinar cómo las estrategias de movilización influyeron en la participación ciudadana (Norris, 2012).
- **Teoría de la Construcción de Imagen Pública:** Ayudará a entender cómo se gestionó la imagen de Gustavo Barquet durante la campaña y su impacto en la percepción pública (Ansolabehere & Iyengar, 1995).

- **Teoría de Estrategias Electorales Contemporáneas:** Se considerará para evaluar las estrategias modernas, incluyendo el uso de medios digitales y el enfoque en la imagen del candidato (Jackson & Lilleker, 2011).

2.2. HIPÓTESIS.

2.2.1. Hipótesis general.

Las estrategias de comunicación utilizadas por el candidato Gustavo Barquet durante su campaña electoral en la ciudad de Babahoyo tuvieron un impacto positivo en la percepción pública, lo que se reflejará en un aumento del apoyo y los resultados electorales a su favor.

2.2.2. Subhipótesis o derivadas.

Las estrategias de comunicación de Gustavo Barquet lograron un mayor alcance y visibilidad entre los votantes en comparación con estrategias de campaña convencionales, lo que contribuyó a un aumento en el conocimiento de su candidatura.

Las estrategias de movilización y participación ciudadana implementadas durante la campaña electoral de Gustavo Barquet lograron involucrar a un segmento significativo de la población, aumentando la participación activa en el proceso electoral.

La implementación efectiva de estrategias de comunicación contribuyó a la diferenciación de Gustavo Barquet de otros candidatos, destacando sus propuestas y posicionándolo como la opción preferida en la mente de los votantes.

2.2.3. Variables.

En el marco de la investigación, se han identificado las siguientes variables:

Variable Independiente: Estrategias de Campaña de Gustavo Barquet, que incluyen estrategias de comunicación, movilización ciudadana y construcción de imagen.

Variable Dependiente 1: Participación Ciudadana, medida por la tasa de participación en las elecciones seccionales 2023 en Babahoyo.

Variable Dependiente 2: Percepción Pública de Gustavo Barquet, evaluada a través de encuestas de opinión pública y análisis de medios.

Variable Dependiente 3: Resultados Electorales, medidos por el porcentaje de votos obtenidos por Gustavo Barquet en las elecciones seccionales.

CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.

- **Pruebas estadísticas aplicadas.**

El cálculo del tamaño de la muestra es fundamental en cualquier investigación o encuesta, ya que determina cuántos individuos deben ser incluidos en la muestra para obtener resultados confiables que sean representativos de la población total. En este caso, se ha aplicado una fórmula estándar para calcular el tamaño de la muestra en una población infinita.

La elección de un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 0.5% refleja la intención de obtener resultados con un alto grado de confianza y precisión. El valor del puntaje Z (1.96) se utiliza comúnmente para este nivel de confianza.

La estimación de la proporción poblacional en 0.5 se realiza cuando no se tiene información previa sobre la proporción real. Esta elección es conservadora y maximiza el tamaño de la muestra, lo que asegura que se obtengan resultados representativos incluso si la verdadera proporción poblacional difiere de 0.5.

En conclusión, las pruebas estadísticas aplicadas en este caso están destinadas a garantizar que la muestra sea lo suficientemente grande y representativa de la población de Babahoyo para que los resultados de la investigación sean confiables y precisos. El uso de una metodología estándar y bien fundamentada en estadísticas es esencial para obtener conclusiones válidas y significativas en cualquier estudio de investigación.

Tabla 1. Sujeto de estudio

Sujeto de estudio	Número	Instrumento
Ciudadanos	384	Encuestas
Campañas publicitarias	5	Ficha de Observación
Expertos en Comunicación política	2	Entrevista

Elaborado por Laura Solorzano

La población de la provincia de Los Ríos, según el último censo de 2010 de Población llevado a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), muestra que el número total de habitantes en la ciudad de Babahoyo asciende a 153.776 personas. Considerando el total de la población. El tamaño de la muestra necesario se ha calculado utilizando la fórmula para calcular el tamaño de nuestra población infinita:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Donde:

n es el tamaño de la muestra necesario.

N es el tamaño de la población (153.776 en este caso).

Z es el valor del puntaje Z correspondiente al nivel de confianza deseado. Para un nivel de confianza del 95%, Z es aproximadamente 1.96.

p es la estimación de la proporción poblacional (usualmente se utiliza 0.5 para maximizar el tamaño de la muestra cuando no hay información previa sobre p).

E es el margen de error deseado (0.005 en este caso)

Sustituyendo los valores en la fórmula:

$$n = \frac{153776 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{(153775 - 1) \cdot (0.005)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$

Calculando:

$n=384$ personas.

Por lo consiguiente, para obtener un margen de error del 0.5% en una población de 153.776, se necesita una muestra de alrededor de 384 habitantes encuestados.

3.1.2. Análisis e interpretación de datos.

Según los datos obtenidos de las encuestas realizada a los 384 habitantes de la ciudad de Babahoyo, determinados como la muestra se ha obtenido los siguientes datos:

1. ¿Participo en las elecciones seccionales 2023 en la ciudad de Babahoyo?

Tabla 2. Participación en elecciones seccionales 2023

Descripción	Número de personas	Porcentaje
No, voto en las elecciones	120	31,3%
Sí, voto en las elecciones	264	68,8%
Total	384	100%

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

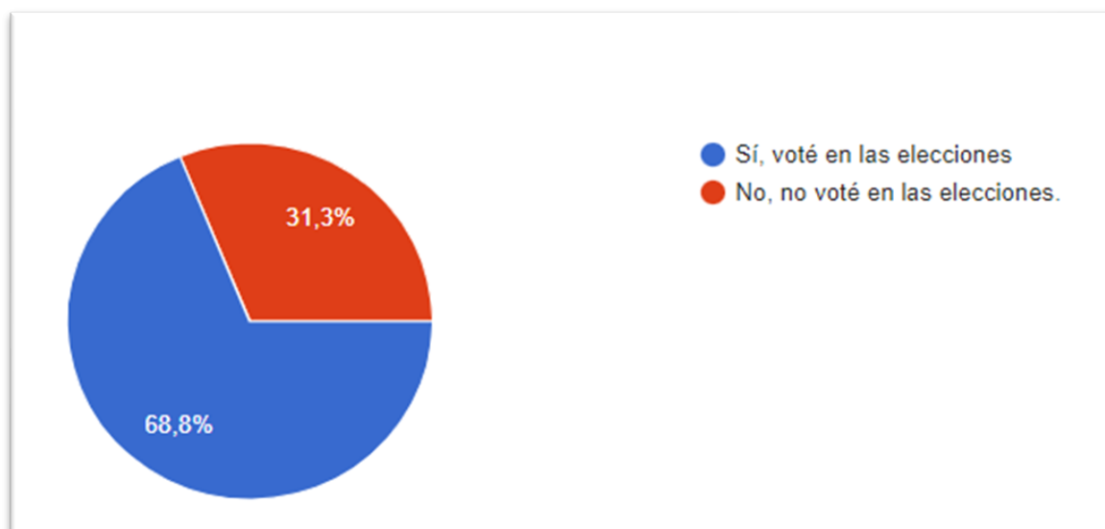


Gráfico 2. Participación en elecciones seccionales 2023

Análisis e Interpretación

Este análisis muestra que aproximadamente el 31.3% de los encuestados no participaron en las elecciones seccionales de 2023 en la ciudad de Babahoyo, mientras que el 68.7% si lo hicieron.

2. ¿Conocía previamente al candidato Gustavo Barquet antes de las elecciones? 384 respuestas

Tabla 3. Conocimiento del candidato Barquet

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Sí, ya conocía al candidato	196	51 %
No, no lo conocía antes de las elecciones	188	49 %
Total	384	100%

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

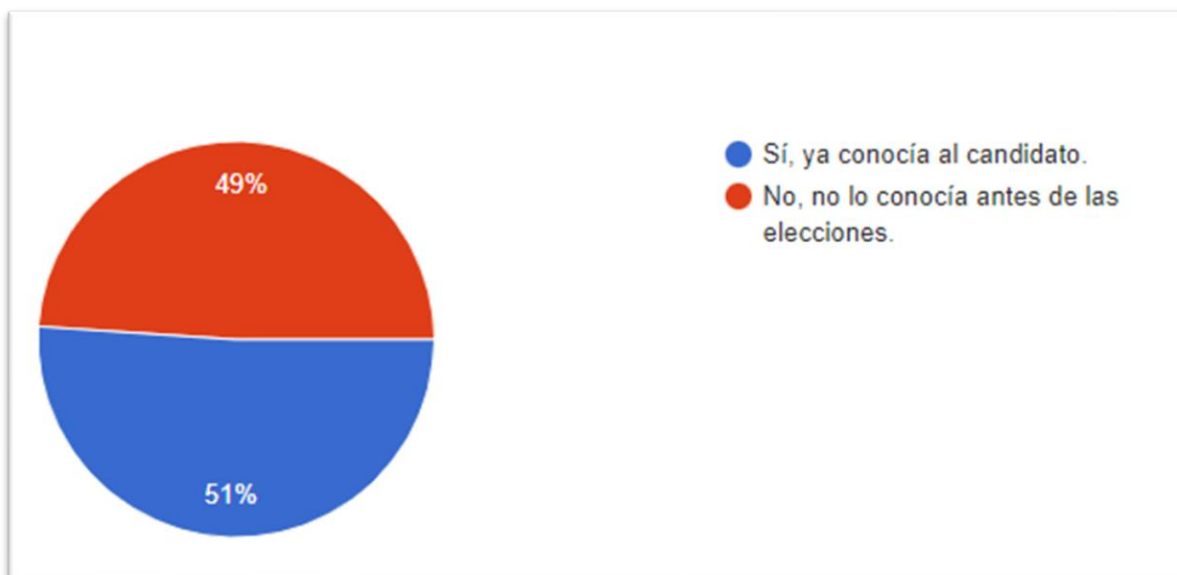


Gráfico 3. Conocimiento del Candidato Barquet.

Análisis e Interpretación

Este análisis muestra que aproximadamente el 51% de los encuestados conocían previamente al candidato Gustavo Barquet antes de las elecciones, mientras que el 49% no lo conocía.

3. ¿En qué medida las siguientes estrategias de campaña influyeron en su percepción del candidato Gustavo Barquet?

Tabla 4. Estrategias de Campaña Barquet elecciones seccionales 2023

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Tuvo una influencia muy positiva.	131	34,1 %
Tuvo una influencia positiva.	86	22,4%
No tuvo una influencia clara, me mantuve neutral	43	11,2%
Tuvo una influencia negativa.	3	0,8%
Tuvo una influencia muy negativa.	2	0,5%

No lo sé / No recuerdo	119	31%
Total	384	100%

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

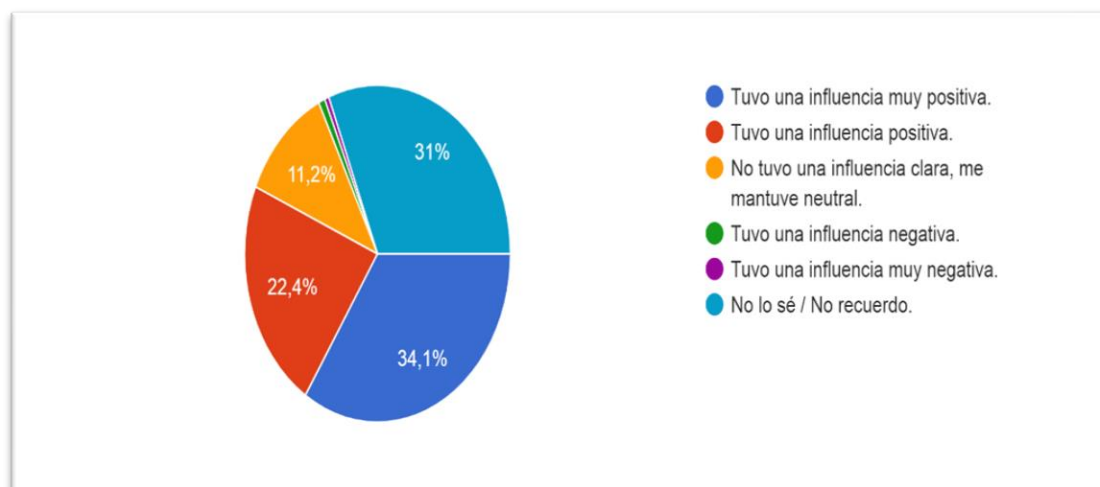


Gráfico 4. Estrategias de campañas Gustavo Barquet.

Análisis e Interpretación

Percepción mayoritariamente positiva: El 56.5% de las respuestas (131 + 86) indican una percepción positiva de las estrategias de campaña de Gustavo Barquet. Esto sugiere que una mayoría de los encuestados considera que las estrategias de campaña influyeron de manera positiva en su percepción del candidato.

Percepción neutra: Un 11.2% de los encuestados manifestaron que no tuvieron una influencia clara y se mantuvieron neutrales respecto a las estrategias de campaña. Estos votantes no muestran una percepción positiva ni negativa de las estrategias de campaña, lo que podría significar que estas estrategias no tuvieron un impacto claro en ellos.

Percepción mayoritariamente negativa: El 1.3% de las respuestas (3 + 2) indican una percepción negativa de las estrategias de campaña de Gustavo Barquet. Esto sugiere que una minoría de los encuestados considera que estas estrategias influyeron negativamente en su percepción del candidato.

Respuestas no definidas: Un 31% de los encuestados indicaron que no sabían o no recordaban cómo las estrategias de campaña afectaron su percepción del candidato. Esto podría ser el resultado de una falta de interés en las estrategias de campaña o la falta de una impresión clara sobre su impacto.

Se puede concluir que, según los datos de la encuesta, la mayoría de los encuestados tuvo una percepción positiva o neutral de las estrategias de campaña de Gustavo Barquet, aunque hubo una minoría que las consideró negativas. Es importante destacar que una parte significativa de los encuestados no tenía una opinión clara sobre el impacto de estas estrategias. Este análisis proporciona una visión general de cómo las estrategias de campaña pueden haber influido en la percepción de los votantes en las elecciones seccionales de 2023.

4. ¿Qué estrategias de campaña del candidato Gustavo Barquet le parecieron más efectivas para transmitir su mensaje político?

Tabla 5. Estrategias de Campaña efectivas de Gustavo Barquet.

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Uso de redes sociales y medios digitales.	144	37,5 %
Participación en eventos y mitin públicos	47	12,2 %
Publicidad en medios tradicionales	36	9,4%
Campaña de puerta a puerta y contacto directo con los votantes.	98	25,5%
Otros	45	11,7%

No lo sé / No recuerdo	14	3,7%
Total	384	100%

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

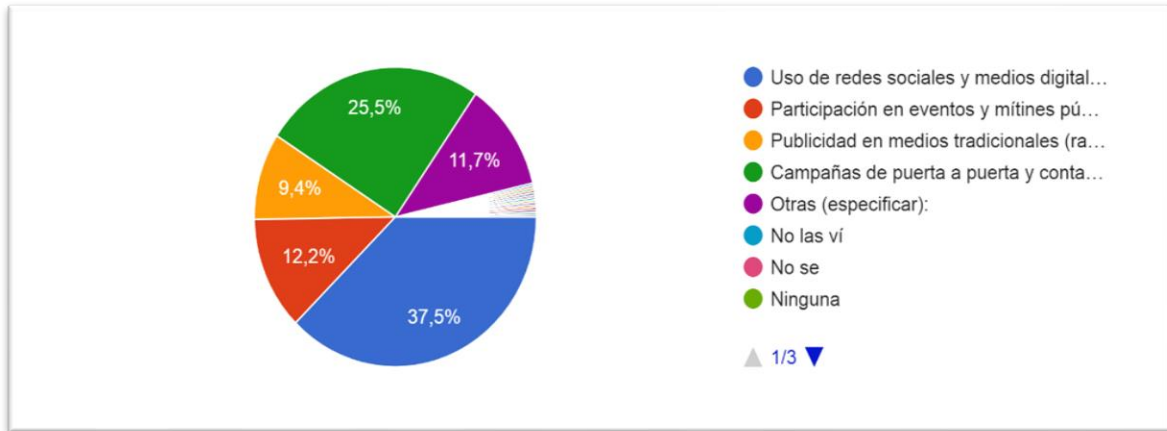


Gráfico 5. Estrategias de campañas efectivas de Gustavo Barquet.

Análisis e Interpretación

En esta pregunta se plantea para realizar el análisis de la campaña del candidato Gustavo Barquet que se consideraron más efectivas para transmitir su mensaje político, podemos observar los datos proporcionados en la encuesta:

Uso de redes sociales y medios digitales (37.5%): La estrategia más destacada en la encuesta es el uso de redes sociales y medios digitales. Esto sugiere que una parte significativa de la audiencia considera que la presencia en línea del candidato fue una estrategia efectiva para transmitir su mensaje político. Esto podría indicar un enfoque exitoso en la difusión de su plataforma a través de canales digitales.

Campaña de puerta a puerta y contacto directo con los votantes (25.5%): La estrategia de campaña de puerta a puerta y el contacto directo con los votantes también obtuvo un porcentaje sustancial de respuestas positivas. Esto sugiere que la interacción personal y

directa con los votantes fue una estrategia eficaz para llegar a la audiencia y transmitir el mensaje político de Gustavo Barquet.

Participación en eventos y mítines públicos (12.2%): Aunque esta estrategia recibió un porcentaje menor de respuestas positivas en comparación con las dos anteriores, aún representa un apoyo significativo. La participación en eventos y mítines públicos es una estrategia común en campañas políticas y puede generar entusiasmo y visibilidad.

Publicidad en medios tradicionales (9.4%): La estrategia de publicidad en medios tradicionales obtuvo un porcentaje menor de respuestas positivas en la encuesta. Esto podría sugerir que, aunque todavía es relevante, la publicidad en medios tradicionales puede ser menos efectiva en comparación con las estrategias digitales y el contacto directo.

Otros (11.7%): La categoría "Otros" incluye estrategias no especificadas en la encuesta, por lo que es difícil determinar cuáles fueron exactamente. Sería útil obtener más información sobre estas estrategias para comprender su efectividad.

No lo sé / No recuerdo (3.7%): Un pequeño porcentaje de los encuestados no pudo recordar o no estaba seguro de cuáles estrategias consideraban más efectivas. Esto puede reflejar una falta de conciencia sobre las estrategias específicas utilizadas por el candidato

5. ¿Considera que las estrategias de campaña del candidato Gustavo Barquet fueron innovadoras o similares a campañas anteriores?

Tabla 6. Estrategias de Campaña innovadoras o similares a campañas anteriores.

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Innovadoras diferentes a campañas anteriores.	163	42.4 %
Similares a campañas anteriores.	92	24%
No estoy seguro/ No lo se	129	33,6%

Total	384	100%
--------------	------------	-------------

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

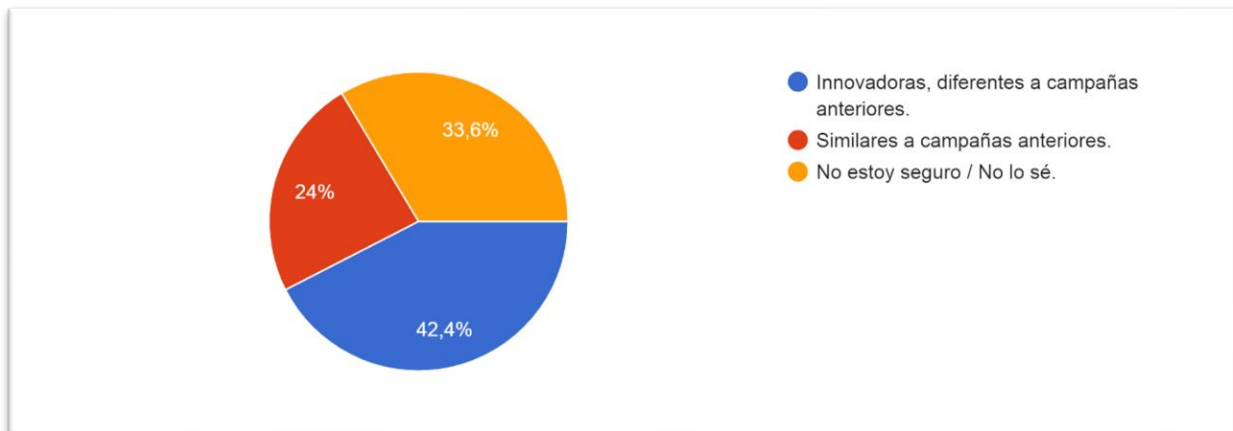


Gráfico 6. Estrategias de campañas innovadoras o similares a campañas anteriores.

Análisis e Interpretación

Para evaluar si las estrategias de campaña del candidato Gustavo Barquet fueron innovadoras o similares a campañas anteriores, se procede a analizar los datos proporcionados en la encuesta. Aquí hay un análisis basado en los porcentajes y números de respuestas de cada categoría:

Innovadoras, diferentes a campañas anteriores (42.4%): La mayoría de las personas encuestadas considera que las estrategias de campaña de Gustavo Barquet fueron innovadoras y diferentes a campañas políticas anteriores. Esto sugiere que el candidato pudo haber adoptado enfoques novedosos o creativos en su campaña que se destacaron en comparación con las estrategias tradicionales.

Similares a campañas anteriores (24%): Un porcentaje significativo de las personas encuestadas percibe las estrategias de campaña como similares a las utilizadas en campañas

políticas anteriores. Esto indica que algunas personas pueden haber visto continuidad en las tácticas utilizadas por el candidato, lo que puede ser una estrategia deliberada para mantener una imagen consistente.

No estoy seguro/No lo sé (33.6%): Un tercio de los encuestados no está seguro o no sabe si las estrategias de campaña fueron innovadoras o similares a campañas anteriores. Esto puede reflejar una falta de información o conciencia sobre las estrategias específicas utilizadas por el candidato.

Según los datos de la encuesta, una mayoría de las personas considera que las estrategias de campaña de Gustavo Barquet fueron innovadoras y diferentes a campañas políticas anteriores. Sin embargo, también hay un segmento significativo que las ve como similares a campañas anteriores. La percepción de la innovación en una campaña puede ser subjetiva y depender de la experiencia individual de cada votante.

6. ¿Cree que las estrategias de campaña de Gustavo Barquet lograron movilizar a más personas a votar en las elecciones?

Tabla 7. Estrategias de Campaña Gustavo Barquet lograron movilizar a más votantes.

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Sí, lograron movilizar a más votantes.	208	54.2 %
No, lograron movilizar a más votantes.	149	38.8%
No estoy seguro/ No lo sé	7	27%
Total	384	100%

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

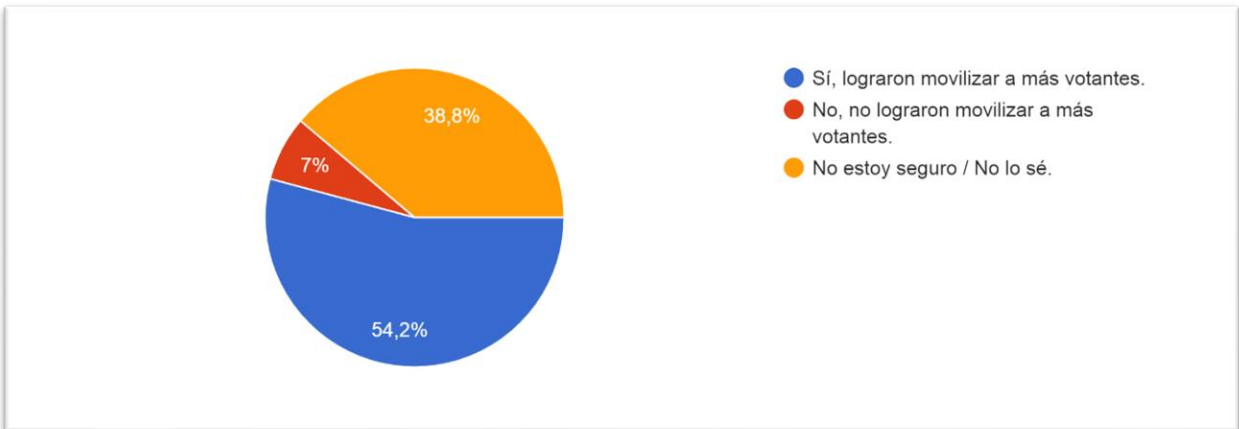


Gráfico 7. Estrategias de campañas Gustavo Barquet logan movilizar a más votantes

Análisis e Interpretación

Para determinar si las campañas del candidato Barquet logaron movilizar a más votantes, se procedió a analizar los resultados de la encuesta, en lo que se determina lo siguiente:

Sí, lograron movilizar a más votantes (54.2%): La mayoría de las personas encuestadas cree que las estrategias de campaña de Gustavo Barquet tuvieron éxito al movilizar a más votantes. Esto sugiere que estas estrategias se perciben como efectivas para estimular la participación electoral y aumentar la concurrencia a las urnas.

No, no lograron movilizar a más votantes (38.8%): Aunque un porcentaje menor que el primero, una parte considerable de los encuestados cree que las estrategias de campaña no lograron movilizar a más votantes. Esto puede indicar que, a pesar de las estrategias implementadas, la participación electoral no aumentó significativamente según la percepción de este grupo.

No estoy seguro/No lo sé (7%): Un pequeño porcentaje de los encuestados no está seguro o no sabe si las estrategias de campaña lograron movilizar a más votantes. Esto puede reflejar una falta de información o conciencia sobre los efectos específicos de las estrategias en la participación electoral.

Los datos de la encuesta, la mayoría de las personas considera que las estrategias de campaña de Gustavo Barquet tuvieron un impacto positivo al movilizar a más votantes en las elecciones. Sin embargo, aún existe una parte significativa que no percibe un aumento en la participación electoral como resultado de estas estrategias. La percepción sobre el impacto de las estrategias en la participación electoral puede variar según las experiencias y opiniones individuales de los votantes.

7. ¿Sintió que la campaña de Gustavo Barquet fue cercana a las preocupaciones e intereses de los ciudadanos?

Tabla 8. Estrategias de Campaña Gustavo Barquet se elaboraron tomando en consideración los intereses de los ciudadanos.

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Sí, la campaña abordó las preocupaciones ciudadanas.	198	51.6 %
No, la campaña abordó las preocupaciones ciudadanas.	44	11.5%
No estoy seguro/ No lo sé	142	37%
Total	384	100%

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

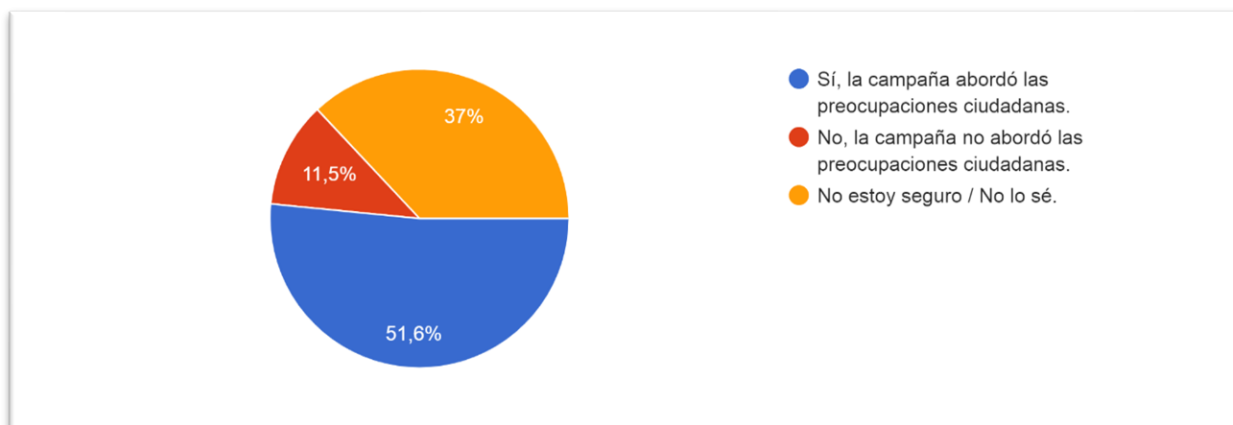


Gráfico 8.. Estrategias de campañas Gustavo Barquet se elaboraron tomando en consideración los intereses de los ciudadanos.

Análisis e Interpretación

Para evaluar si la campaña de Gustavo Barquet fue percibida como cercana a las preocupaciones e intereses de los ciudadanos, examinemos los datos proporcionados en la encuesta y se realizó un análisis más detallado:

Sí, la campaña abordó las preocupaciones ciudadanas (51.6%): La mayoría de las personas encuestadas siente que la campaña de Gustavo Barquet abordó las preocupaciones ciudadanas y fue cercana a los intereses del público. Esto sugiere que el candidato pudo haber conectado eficazmente con las preocupaciones y necesidades de los votantes, lo que es fundamental para establecer una relación sólida con la base de votantes.

No, la campaña no abordó las preocupaciones ciudadanas (11.5%): Un porcentaje considerable, aunque menor, de los encuestados cree que la campaña no abordó las preocupaciones ciudadanas ni se alineó con los intereses de la población. Esto puede indicar una

falta de conexión entre la estrategia de campaña y las preocupaciones reales de los votantes en la percepción de este grupo.

No estoy seguro/No lo sé (37%): Un porcentaje significativo de los encuestados no está seguro o no sabe si la campaña de Gustavo Barquet abordó las preocupaciones ciudadanas. Esto podría deberse a una falta de información o a la necesidad de una evaluación más detallada de la campaña.

El hecho de que más de la mitad de los encuestados sienta que la campaña fue cercana a las preocupaciones ciudadanas es un indicativo positivo para el candidato. Sin embargo, la presencia de un grupo considerable que no está seguro o no lo percibe de esa manera sugiere que puede haber espacio para mejorar la comunicación de la campaña en relación con las preocupaciones de la ciudadanía.

La percepción de si una campaña se ajusta a las preocupaciones ciudadanas es crucial en la política, ya que puede influir en la decisión de voto de los ciudadanos.

8. ¿Qué impacto cree que tuvo la campaña de Gustavo Barquet en la percepción pública del candidato?

Tabla 9. Impacto de la Campaña Gustavo Barquet.

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Mejoró su percepción pública.	207	53.9%
No tuvo un impacto significativo en su percepción pública.	40	10.4%
Empeoro su percepción pública	9	2.3%
No estoy seguro/ No lo sé	128	33.3%
Total	384	100%

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

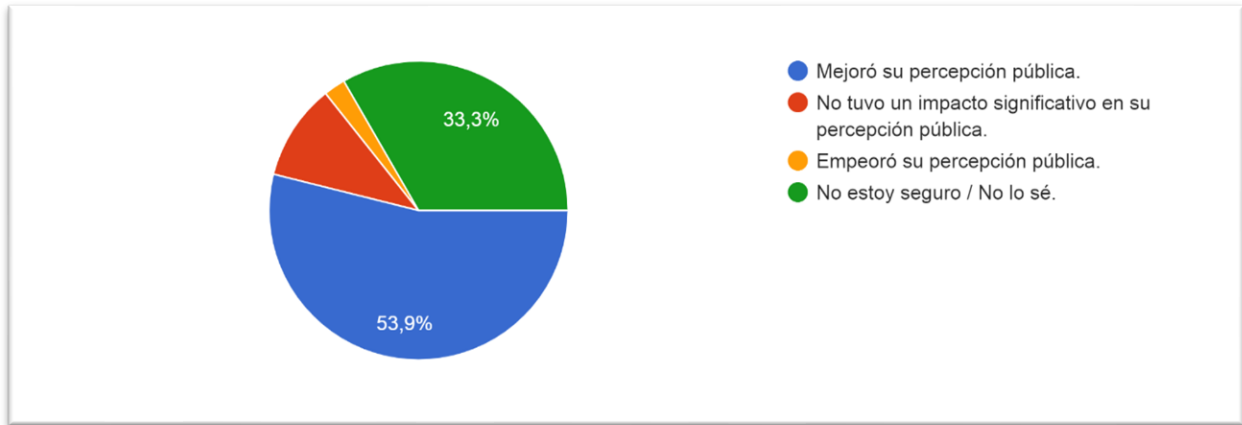


Gráfico 9. Impacto de campañas Gustavo Barquet.

Análisis e Interpretación

Para determinar si el impacto de la campaña de Barquet fue positivo o negativo se analizan los resultados de la encuesta, los cuales determinan lo siguiente:

Mejóro su percepción pública (53.9%): La mayoría de las personas encuestadas cree que la campaña de Gustavo Barquet tuvo un impacto positivo en la percepción pública del candidato. Esto sugiere que las estrategias de la campaña, en general, fueron efectivas para mejorar la imagen y la reputación del candidato ante el público.

No tuvo un impacto significativo en su percepción pública (10.4%): Un porcentaje menor de los encuestados considera que la campaña no tuvo un impacto significativo en la percepción pública de Gustavo Barquet. Esto podría indicar que, aunque la campaña pudo haber estado presente, no generó un cambio significativo en la percepción de la audiencia.

Empeoró su percepción pública (2.3%): Un porcentaje muy pequeño de los encuestados cree que la campaña empeoró la percepción pública del candidato. Esto sugiere que algunas personas perciben que la campaña tuvo un efecto negativo en la imagen de Gustavo Barquet.

No estoy seguro/No lo sé (33.3%): Un tercio de los encuestados no está seguro o no sabe cuál fue el impacto de la campaña en la percepción pública del candidato. Esto puede deberse a la falta de información o a la necesidad de una evaluación más profunda.

El hecho de que la mayoría de los encuestados perciba que la campaña mejoró la percepción pública del candidato es un indicio positivo y sugiere que las estrategias utilizadas fueron efectivas en este aspecto. Sin embargo, es importante tener en cuenta que una parte considerable de los encuestados no tiene una opinión clara sobre el impacto de la campaña, lo que indica que puede ser útil realizar una evaluación más detallada para comprender mejor cómo se percibió la campaña en diferentes segmentos de la población y por qué algunas personas no tienen una opinión definitiva al respecto.

9. ¿Cree que las estrategias de campaña de Gustavo Barquet influyeron en su decisión de votar por él o por otro candidato?

Tabla 10. Influencia de la Campaña Gustavo Barquet en los votantes

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Sí, influyeron en mi decisión de votar por él.	188	49%
No, influyeron en mi decisión de votar por él.	65	16.9%
No estoy seguro/ No lo sé	131	34,1%
Total	384	100%

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

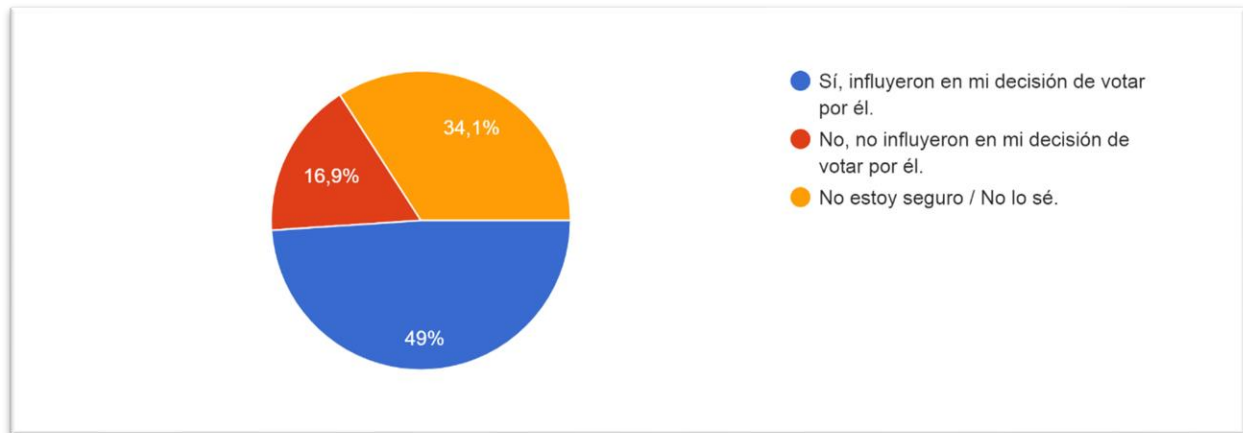


Gráfico 10. Influencia de la campaña Gustavo Barquet en los votantes.

Análisis e Interpretación

En esta pregunta se determina los siguientes resultados:

Sí, influyeron en mi decisión de votar por él (49%): Casi la mitad de las personas encuestadas cree que las estrategias de campaña de Gustavo Barquet tuvieron un impacto en su decisión de votar por él. Esto indica que estas estrategias fueron efectivas para persuadir a una parte importante del electorado.

No, no influyeron en mi decisión de votar por él (16.9%): Un porcentaje significativamente menor de los encuestados considera que las estrategias de campaña no tuvieron ningún impacto en su decisión de votar por Gustavo Barquet. Esto puede indicar que, para este grupo, otros factores o candidatos fueron más determinantes en su elección.

No estoy seguro/No lo sé (34.1%): Un tercio de los encuestados no está seguro o no sabe si las estrategias de campaña influyeron en su decisión de votar por Gustavo Barquet. Esto podría deberse a una falta de conciencia sobre cómo se tomaron las decisiones de voto o a la influencia de múltiples factores en la elección.

El hecho de que aproximadamente la mitad de los encuestados perciba que las estrategias de campaña influyeron en su decisión de votar por Gustavo Barquet es un indicio positivo y sugiere que estas estrategias desempeñaron un papel importante en la persuasión de los votantes. Sin embargo, también es relevante que un porcentaje considerable no esté seguro o no perciba una influencia clara de la campaña en su decisión de voto.

10. ¿Cómo calificaría globalmente la campaña electoral de Gustavo Barquet, en términos de eficacia y efectividad?

Tabla 11. Calificación de la campaña de Gustavo Barquet.

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Muy eficaz y efectiva.	134	34.9 %
Efectiva y eficaz.	86	22.4 %
Neutral, ni eficaz ni ineficaz.	59	15.4%
Ineficaz y poco efectiva	7	1.8%
Muy ineficaz y poco efectiva	2	0.5%
No lo sé / No recuerdo	96	25%
Total	384	100%

Elaborado por Laura Solorzano
Fuente: Encuesta de campo

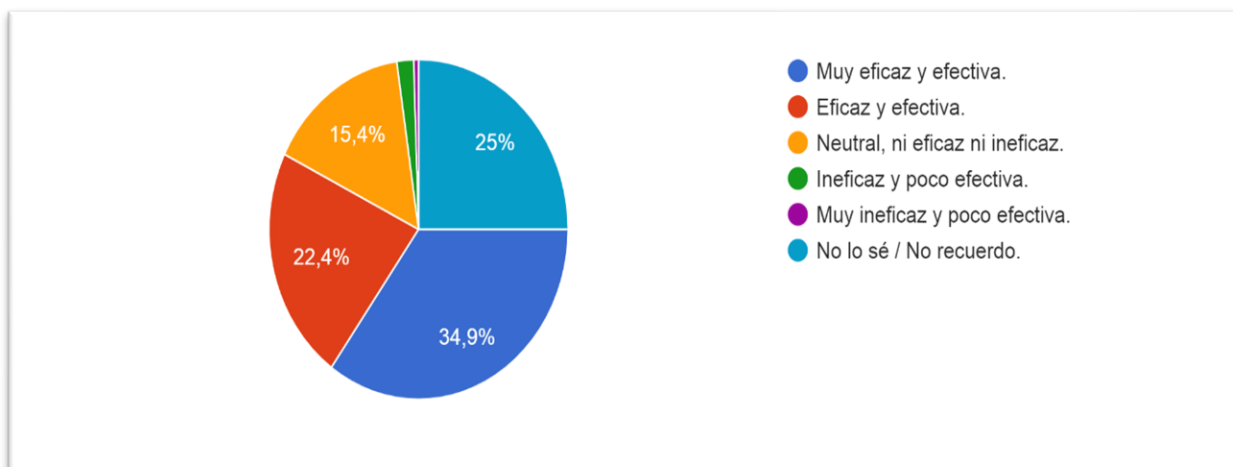


Gráfico 11. Calificación de la campaña Gustavo Barquet en los votantes.

Análisis e Interpretación

La pregunta sobre cómo se califica globalmente la campaña electoral de Gustavo Barquet en términos de eficacia y efectividad proporciona información valiosa sobre cómo los votantes perciben la campaña del candidato. Veamos un análisis más profundo de las respuestas:

Muy eficaz y efectiva (34.9%): El mayor porcentaje de encuestados considera que la campaña de Gustavo Barquet fue muy eficaz y efectiva. Esto sugiere que una parte significativa de los votantes cree que la campaña fue altamente exitosa en términos de alcanzar sus objetivos y persuadir a la audiencia.

Efectiva y eficaz (22.4%): Un porcentaje menor pero aún considerable de encuestados califica la campaña como efectiva y eficaz. Esto indica que otra parte importante de los votantes percibe que la campaña logró un nivel razonable de éxito y eficacia en sus esfuerzos.

Neutral, ni eficaz ni ineficaz (15.4%): Un grupo significativo considera que la campaña fue neutral, es decir, ni eficaz ni ineficaz. Esto sugiere que algunos votantes no tienen una opinión clara sobre la efectividad de la campaña o pueden no haber notado un impacto significativo en su percepción.

Ineficaz y poco efectiva (1.8%): Un pequeño porcentaje califica la campaña como ineficaz y poco efectiva. Esto indica que algunas personas perciben que la campaña no tuvo éxito en alcanzar sus objetivos o persuadir a la audiencia.

Muy ineficaz y poco efectiva (0.5%): Un porcentaje mínimo considera que la campaña fue muy ineficaz y poco efectiva. Esto refleja una percepción muy negativa de la campaña en términos de su impacto y eficacia.

No lo sé/No recuerdo (25%): Un cuarto de los encuestados no tiene una opinión clara o no recuerda cómo calificar la campaña de Gustavo Barquet en términos de eficacia y efectividad. Esto puede deberse a la falta de información o al hecho de que algunos votantes pueden no haber seguido de cerca la campaña.

En resumen, los resultados muestran que una parte significativa de los encuestados considera que la campaña de Gustavo Barquet fue efectiva y eficaz, aunque hay variabilidad en las percepciones. La presencia de un grupo considerable que no tiene una opinión clara o no recuerda cómo calificar la campaña destaca la importancia de realizar evaluaciones más detalladas y analizar los factores que influyen en la percepción de la eficacia de la campaña por parte de los votantes.

Resultados de entrevistas.

Entrevista dirigida a un experto en Dircom y Comunicación Políticas, MSc. Antonio Rodríguez Pazos.

1.- ¿Cuáles cree que fueron las principales estrategias de comunicación utilizadas por el candidato Gustavo Barquet en la campaña electoral de las elecciones seccionales 2023 en la ciudad de Babahoyo?

En la campaña electoral del candidato Gustavo Barquet en las elecciones seccionales 2023 en Babahoyo, se utilizaron diversas estrategias de comunicación. Una de las estrategias clave fue la personalización de la campaña. Barquet se esforzó por conectarse directamente con los votantes a través de eventos locales y reuniones en los barrios. Además, aprovechó las redes sociales para difundir su mensaje y responder a las inquietudes de los ciudadanos en tiempo real. También implementó una estrategia de puerta a puerta para llegar a los votantes de manera más personal.

2.- ¿Puede mencionar ejemplos específicos de estas estrategias y explicar por qué cree que fueron efectivas o no?

Un ejemplo específico de una estrategia efectiva fue la utilización de videos cortos en las redes sociales donde Barquet presentaba sus propuestas de manera clara y concisa. Estos videos se volvieron virales y generaron un alto nivel de interacción y compartición entre los votantes. Además, la estrategia de escuchar y responder a las preocupaciones de los ciudadanos en las redes sociales demostró su compromiso con el electorado y le ayudó a ganar apoyo.

3.- ¿Qué canales de comunicación o plataformas cree que el candidato Barquet priorizó durante su campaña y cómo influyeron en su estrategia general?

El candidato Gustavo Barquet priorizó las redes sociales, especialmente Facebook y Tik Tok, para llegar a un público más amplio y joven. Estas plataformas le permitieron llegar a un gran número de votantes de manera económica y efectiva. También utilizó estratégicamente anuncios pagados en línea para aumentar su visibilidad. En general, su campaña fue exitosa en la creación de una presencia en línea sólida y coherente que complementó sus actividades de campaña tradicionales.

Entrevista dirigida al Sr. Ricardo Chiang experto en Publicidad y Comunicación Política.

1.- En su opinión, ¿cómo afectaron las estrategias de comunicación de Gustavo Barquet en la participación ciudadana y la movilización durante la campaña electoral?

Las estrategias de comunicación de Gustavo Barquet tuvieron un impacto significativo en la participación ciudadana y la movilización durante la campaña electoral. Al involucrar a los ciudadanos a través de las redes sociales y eventos locales, Barquet logró crear una sensación de pertenencia en su base de seguidores. La movilización se vio impulsada por su capacidad para inspirar a sus seguidores a participar activamente en la campaña, ya sea mediante la difusión de su mensaje o la asistencia a sus eventos.

2.- ¿Qué técnicas o tácticas específicas empleó el candidato Barquet para involucrar a los votantes y movilizar su base de seguidores?

Barquet empleó tácticas como la organización de mítines y reuniones comunitarias para interactuar directamente con los votantes. También alentó a sus seguidores a ser defensores de su campaña, lo que generó una movilización significativa en línea y fuera de línea. Además, utilizó mensajes claros y emocionales que conectaron con las preocupaciones de la ciudadanía, lo que contribuyó a la movilización de su base de seguidores.

3.- Finalmente, ¿cómo evalúa el impacto de las estrategias de comunicación en la percepción pública del candidato Gustavo Barquet? ¿Cree que estas estrategias contribuyeron significativamente a su éxito o fracaso en las elecciones seccionales 2023?

En el contexto en el que Gustavo Barquet ganó las elecciones seccionales de Babahoyo con un 41.31% de los votos, es evidente que las estrategias de comunicación desempeñaron un

papel fundamental en su éxito. Su capacidad para transmitir un mensaje claro y convincente a través de diversas plataformas de comunicación contribuyó significativamente a mejorar la percepción pública de su candidatura. Esto fue especialmente importante dado que compitió contra un rival fuerte, César Troya del Partido Social Cristiano.

El uso efectivo de las redes sociales y la interacción constante con los votantes ayudaron a consolidar su imagen como un candidato cercano a la gente y dispuesto a abordar sus inquietudes. Además, la movilización de su base de seguidores, como mencioné anteriormente, también fue un factor clave en su victoria, ya que estos votantes desempeñaron un papel importante en su éxito en las urnas.

Por consiguiente, las estrategias de comunicación de Gustavo Barquet no solo mejoraron su percepción pública, sino que también movilizaron su base de seguidores y lo llevaron a ganar las elecciones seccionales de Babahoyo con un margen significativo sobre su rival, César Troya del Partido Social Cristiano.

3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.

3.2.1. Específicas.

Estrategias de Comunicación Efectivas: Las estrategias de comunicación implementadas por Gustavo Barquet en su campaña electoral demostraron ser efectivas para llegar a los votantes en Babahoyo. La personalización de la campaña, el uso de las redes sociales y la interacción directa con los ciudadanos a través de eventos locales y reuniones contribuyeron significativamente a su éxito.

Movilización de la Base de Seguidores: La movilización de la base de seguidores fue un componente clave de la estrategia de Barquet. Al alentar a sus seguidores a convertirse en

defensores activos de su campaña, logró crear un movimiento en línea y fuera de línea que contribuyó a su victoria electoral.

Impacto Positivo en la Percepción Pública: Las estrategias de comunicación mejoraron la percepción pública de Gustavo Barquet como un candidato cercano a la gente y dispuesto a abordar sus inquietudes. Esto fue fundamental para ganarse la confianza de los votantes y superar a su rival, César Troya.

Diversificación de Plataformas: La diversificación de plataformas de comunicación, con un enfoque particular en las redes sociales, fue una estrategia acertada. Esto le permitió llegar a un público más amplio y joven, lo que fue especialmente relevante en el contexto electoral.

3.2.2. Generales.

Importancia de la Comunicación Política: La campaña de Gustavo Barquet subraya la importancia de una comunicación política efectiva en el éxito electoral. Las estrategias de comunicación bien planificadas y ejecutadas pueden influir significativamente en la percepción pública y la movilización de votantes.

El Uso Estratégico de las Redes Sociales: El éxito de la campaña de Barquet resalta la relevancia de las redes sociales en la política moderna. El uso efectivo de plataformas como Facebook y Tik Tok permitió una mayor interacción con los votantes y la difusión de su mensaje.

La Personalización de la Campaña: La personalización de la campaña, a través de eventos locales y reuniones, permitió que Barquet se conectara directamente con los votantes, creando un vínculo más fuerte y un sentido de pertenencia.

La Movilización de la Base de Seguidores: La movilización de la base de seguidores, alentándolos a ser activistas de la campaña, puede ser un recurso valioso para ganar elecciones, ya que estos seguidores desempeñan un papel crucial en la difusión del mensaje del candidato.

3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.

3.3.1. Específicas.

Capacitación en Comunicación Política: Se recomienda que los candidatos y equipos de campaña inviertan en capacitación en comunicación política. Esto les permitirá comprender mejor cómo diseñar y ejecutar estrategias de comunicación efectivas, incluyendo el uso de redes sociales y la organización de eventos locales.

Análisis de Público Objetivo: Cada campaña debe llevar a cabo un análisis detallado de su público objetivo. Esto les permitirá adaptar sus mensajes y estrategias de comunicación para llegar de manera más efectiva a los votantes clave.

Uso Estratégico de las Redes Sociales: Dada la importancia de las redes sociales, se recomienda que los candidatos y equipos de campaña desarrollen una estrategia sólida para estas plataformas. Esto incluye la creación de contenido atractivo, la interacción constante con los seguidores y la inversión en publicidad dirigida.

Personalización de la Campaña: La personalización de la campaña, a través de eventos locales y reuniones, debe ser una parte integral de la estrategia. Esto crea una conexión más profunda con los votantes y aumenta el compromiso.

3.3.2. Generales.

Transparencia y Autenticidad: Los candidatos deben mantener la transparencia y la autenticidad en todas sus interacciones. Esto contribuye a construir la confianza de los votantes y mejora la percepción pública.

Planificación Estratégica a Largo Plazo: Las estrategias de comunicación política deben ser planificadas a largo plazo. No se trata solo de la campaña electoral en sí, sino de construir una presencia sostenible en la comunidad a lo largo del tiempo.

Evaluación Continua: Después de la campaña, es importante realizar una evaluación exhaustiva para comprender qué estrategias funcionaron mejor y qué áreas necesitan mejora. Esto ayudará a ajustar las estrategias para futuras elecciones.

Participación Ciudadana: Fomentar la participación ciudadana es esencial. Los candidatos deben seguir interactuando con los votantes después de la elección y mantener una comunicación abierta con la comunidad.

CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN

4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS.

4.1.1. Alternativa obtenida.

La alternativa obtenida a partir de los resultados de la investigación es la implementación de una serie de programas de capacitación en comunicación política para candidatos y equipos de campaña en el contexto de las elecciones seccionales. Estos programas se basarán en las lecciones aprendidas de la estrategia de Gustavo Barquet y se centrarán en desarrollar habilidades en áreas como la planificación estratégica de comunicación, el uso efectivo de las redes sociales y la personalización de la campaña.

4.1.2. Alcance de la alternativa.

La alternativa propuesta tiene un alcance amplio y puede ser aplicada en contextos similares a las elecciones seccionales en cualquier lugar. Está diseñada para ser accesible tanto para candidatos independientes como para aquellos afiliados a partidos políticos.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa.

4.1.3.1 Antecedentes.

La propuesta se basa en la investigación sobre la estrategia de comunicación política de Gustavo Barquet en las elecciones seccionales de 2023 en Babahoyo. Se ha identificado que las estrategias efectivas de comunicación política pueden influir en el éxito electoral.

4.1.3.2. Justificación.

La justificación de esta alternativa radica en la necesidad de mejorar la calidad de las campañas electorales y fortalecer la comunicación política. Las elecciones seccionales son

fundamentales para la democracia local, y una comunicación política efectiva puede contribuir a un proceso electoral más transparente y participativo.

4.2.2. Objetivos.

4.2.2.1. Generales.

Mejorar la calidad de las campañas electorales en contextos de elecciones seccionales a través de la capacitación en comunicación política.

4.2.2.2. Específicos.

Desarrollar y ofrecer programas de capacitación en comunicación política.

Mejorar las habilidades de los candidatos y equipos de campaña en áreas clave de comunicación política.

Facilitar el acceso a recursos y herramientas necesarias para implementar estrategias de comunicación efectivas.

4.3.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.

4.3.3.1. Título.

"Fortalecimiento de Campañas Electorales Locales: Programas de Capacitación en Comunicación Política"

4.3.3.2. Componentes.

Programas de Capacitación en Comunicación Política.

El programa de capacitación en comunicación política constituye el núcleo de esta propuesta. Este programa estará diseñado para proporcionar a los candidatos y sus equipos las

habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo campañas electorales efectivas en el contexto de las elecciones seccionales. Aquí se detalla más sobre este componente:

Diseño Curricular: Cada programa se desarrollará cuidadosamente con un plan de estudios que abarque una variedad de temas críticos en comunicación política. Estos incluirán la planificación estratégica de comunicación, el manejo de redes sociales, la gestión de crisis, la oratoria efectiva y el uso de medios de comunicación tradicionales y digitales.

Modalidades de Entrenamiento: Se ofrecerán diversas modalidades de entrenamiento para adaptarse a las necesidades y disponibilidad de los participantes. Esto puede incluir cursos presenciales, seminarios web interactivos, tutoriales en línea y talleres prácticos.

Formadores Especializados: Cada programa contará con formadores altamente calificados y especializados en el campo de la comunicación política. Estos expertos aportarán su experiencia y conocimientos para guiar a los participantes a través de las sesiones de capacitación.

Recursos Didácticos y Materiales de Apoyo.

Este componente se centra en proporcionar los recursos necesarios para el aprendizaje efectivo de los participantes en los programas de capacitación:

Manuales y Guías: Se crearán manuales y guías de referencia que servirán como recursos didácticos fundamentales. Estos documentos contendrán información relevante, ejemplos prácticos y consejos aplicables a las estrategias de comunicación política.

Plataforma en Línea: Se establecerá una plataforma en línea que albergará materiales de capacitación, grabaciones de sesiones, ejercicios prácticos y otros recursos complementarios. Esto permitirá a los participantes acceder de manera continua y conveniente a los recursos.

Herramientas Interactivas: Se desarrollarán herramientas interactivas, como simulaciones de campañas, ejercicios de análisis de mensajes y cuestionarios de autoevaluación. Estas herramientas permitirán a los participantes aplicar lo aprendido de manera práctica y evaluar su propio progreso.

Evaluación y Seguimiento

La evaluación y seguimiento garantizará que los programas sean efectivos y se ajusten a las necesidades cambiantes de los candidatos y equipos de campaña:

Evaluación Continua: A lo largo de los programas, se implementará un sistema de evaluación continua para medir el progreso de los participantes. Esto incluirá pruebas, ejercicios prácticos y la revisión de proyectos de comunicación política que los participantes desarrollarán.

Feedback y Mejora: Se recopilará de manera regular el feedback de los participantes para identificar áreas que necesitan mejoras y ajustes en los programas. Esto permitirá una adaptación constante para satisfacer las necesidades cambiantes.

Seguimiento Posterior: Después de completar los programas, se establecerán mecanismos de seguimiento a largo plazo para evaluar el impacto en las campañas electorales de los participantes. Se recopilarán casos de estudio y testimonios para medir el éxito de la capacitación a largo plazo.

Estos componentes trabajan en conjunto para proporcionar una experiencia de capacitación completa y efectiva en comunicación política. Los programas se diseñarán para ser flexibles y adaptables a diferentes contextos y necesidades, con el objetivo de mejorar la calidad de las campañas electorales en elecciones seccionales y fortalecer la comunicación política en la democracia local.

4.4. Resultados esperados de la alternativa.

Se espera que la implementación de esta alternativa conduzca a los siguientes resultados:

- Mejora en la calidad de las campañas electorales a nivel local.
- Mayor participación ciudadana en elecciones seccionales.
- Candidatos y equipos de campaña más capacitados en comunicación política.
- Mayor transparencia y competencia en las elecciones locales.

4. BIBLIOGRAFÍA.

Ansolabehere, S., & Iyengar, S. (1995). *Going negative: How political advertisements shrink and polarize the electorate.* The Free Press.

Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. N. (1954). *"Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign."* University of Chicago Press.

Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). *The Third Age of Political Communication: Influences and Features.* *Political Communication*, 16(3), 209-230.

Costales, J. (2013). *Evolución de los medios de comunicación digitales en el Ecuador.* *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (1), 113-123.

Downs, A. (1957). *"An Economic Theory of Democracy."* Harper & Row.

García, S., & Aldunate, E. (2009). *Estrategias de Campaña en las Elecciones Presidenciales Chilenas 2005: Un Análisis Comparado.* *Revista de Ciencia Política*, 29(1), 17-38.

Gibson, R., & McAllister, I. (2018). *Online Political Campaigning: Past, Present and Future.* In R. Gibson, I. McAllister, & S. Romano (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication* (pp. 625-638). Oxford University Press.

González, A. (2015). Metodología de la investigación documental. *El Profesional de la Información*, 24(1), 89-95.

González, J. L. (2015). *Marketing Político*. Universidad de Medellín.

Jackson, N., & Lilleker, D. (2011). Building images: The portrayal of party leaders in contemporary British political marketing. *The Marketing Review*, 11(2), 173-190.

Jungherr, A., Jürgens, P., & Schoen, H. (2015). Why the Pirate Party Won the German Election of 2009 or the Trouble with Predictions: A Response to Tumasjan, A., Sprenger, T. O., Sander, P. G., & Welpe, I. M. *Social Science Computer Review*, 33(3), 1-6.

Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (2018). *The Sage handbook of political advertising*. SAGE Publications.

Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (2019). "The SAGE Handbook of Political Advertising." SAGE Publications.

Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (2019). *The Sage Handbook of Political Advertising*. Sage Publications.

Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaign and the data of democracy*. Oxford University Press.

Magaloni, B., & Kricheli, R. (2010). Political Order and One-Party Rule. *Annual Review of Political Science*, 13, 123-143

Mancinas-Chávez, R., y otros. (2018). Periodismo y narrativas transmedia: Reconfiguraciones de la noticia en medios digitales. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación Disertaciones*, 10(1), 18-32.

Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge University Press.

Norris, P. (2012). "Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited." Cambridge University Press.

Norris, P. (2012). *Making democratic governance work: How regimes shape prosperity, welfare, and peace*. Cambridge University Press.

Norris, P. (2015). *Why electoral integrity matters*. Cambridge University Press.

Pérez, J. (2018). Investigación descriptiva. En *Metodología de la investigación científica: Guía básica para investigadores en formación* (pp. 75-89). Universidad de Cuenca.

Recuero, R., Zago, G., & Bastos, M. T. (2018). Social media and political communication in Brazil: The role of Facebook in the 2014 elections. *International Journal of Communication*, 12, 17-34.

Smith, M. J. (2010). *Research methods in information*. Facet Publishing.

Strömbäck, J., & Kaid, L. L. (Eds.). (2017). *Handbook of election news coverage around the world*. Routledge.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La siguiente encuesta tiene por objetivo analizar las estrategias de la campaña electoral del candidato Gustavo Barquet en las elecciones seccionales 2023.

- 1. ¿Participó en las elecciones seccionales 2023 en la ciudad de Babahoyo?**
 - a) Sí, voté en las elecciones.
 - b) No, no voté en las elecciones.

- 2. ¿Conocía previamente al candidato Gustavo Barquet antes de las elecciones?**
 - a) Sí, ya conocía al candidato.
 - b) No, no lo conocía antes de las elecciones.

- 3. ¿En qué medida las siguientes estrategias de campaña influyeron en su percepción del candidato Gustavo Barquet?**
 - a) Tuvo una influencia muy positiva.
 - b) Tuvo una influencia positiva.
 - c) No tuvo una influencia clara, me mantuve neutral.
 - d) Tuvo una influencia negativa.
 - e) Tuvo una influencia muy negativa.
 - f) No lo sé / No recuerdo.

- 4. ¿Qué estrategias de campaña del candidato Gustavo Barquet le parecieron más efectivas para transmitir su mensaje político?**
 - a) Uso de redes sociales y medios digitales.
 - b) Participación en eventos y mítines públicos.
 - c) Publicidad en medios tradicionales (radio, televisión, periódicos).
 - d) Campañas de puerta a puerta y contacto directo con votantes.
 - e) Otras (especificar): _____.

5. **¿Considera que las estrategias de campaña del candidato Gustavo Barquet fueron innovadoras o similares a campañas anteriores?**
- a) Innovadoras, diferentes a campañas anteriores.
 - b) Similares a campañas anteriores.
 - c) No estoy seguro / No lo sé.
6. **¿Cree que las estrategias de campaña de Gustavo Barquet lograron movilizar a más personas a votar en las elecciones?**
- a) Sí, lograron movilizar a más votantes.
 - b) No, no lograron movilizar a más votantes.
 - c) No estoy seguro / No lo sé.
7. **¿Sintió que la campaña de Gustavo Barquet fue cercana a las preocupaciones e intereses de los ciudadanos?**
- a) Sí, la campaña abordó las preocupaciones ciudadanas.
 - b) No, la campaña no abordó las preocupaciones ciudadanas.
 - c) No estoy seguro / No lo sé.
8. **¿Qué impacto cree que tuvo la campaña de Gustavo Barquet en la percepción pública del candidato?**
- a) Mejoró su percepción pública.
 - b) No tuvo un impacto significativo en su percepción pública.
 - c) Empeoró su percepción pública.
 - d) No estoy seguro / No lo sé.
9. **¿Cree que las estrategias de campaña de Gustavo Barquet influyeron en su decisión de votar por él o por otro candidato?**
- a) Sí, influyeron en mi decisión de votar por él.
 - b) No, no influyeron en mi decisión de votar por él.
 - c) No estoy seguro / No lo sé.

10. ¿Cómo calificaría globalmente la campaña electoral de Gustavo Barquet, en términos de eficacia y efectividad?

- a) Muy eficaz y efectiva.
- b) Eficaz y efectiva.
- c) Neutral, ni eficaz ni ineficaz.
- d) Ineficaz y poco efectiva.
- e) Muy ineficaz y poco efectiva.
- f) No lo sé / No recuerdo.

ANEXO 2. ENTREVISTAS

Entrevista 1.

ENTREVISTA DIRIGIDA A UN EXPERTO, MSC. ANTONIO RODRÍGUEZ PAZOS.

- 1.- ¿Cuáles cree que fueron las principales estrategias de comunicación utilizadas por el candidato Gustavo Barquet en la campaña electoral de las elecciones seccionales 2023 en la ciudad de Babahoyo?**
- 2.- ¿Puede mencionar ejemplos específicos de estas estrategias y explicar por qué cree que fueron efectivas o no?**
- 3.- ¿Qué canales de comunicación o plataformas cree que el candidato Barquet priorizó durante su campaña y cómo influyeron en su estrategia general?**

Entrevista 2.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL SR. RICARDO CHIANG EXPERTO EN PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN POLÍTICA.

- 1.- En su opinión, ¿cómo afectaron las estrategias de comunicación de Gustavo Barquet en la participación ciudadana y la movilización durante la campaña electoral?**
- 2.- ¿Qué técnicas o tácticas específicas empleó el candidato Barquet para involucrar a los votantes y movilizar su base de seguidores?**
- 3.- Finalmente, ¿cómo evalúa el impacto de las estrategias de comunicación en la percepción pública del candidato Gustavo Barquet? ¿Cree que estas estrategias contribuyeron significativamente a su éxito o fracaso en las elecciones seccionales 2023?**