

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

DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO
DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA
DEL CANTON QUEVEDO, 2022

AUTORA:

MARIUXI GUADALUPE NORIEGA BARRERA

TUTORA:

MASTER. NAVARRETE ORTEGA ROSA ISABEL

QUEVEDO - ECUADOR 2023



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



DEDICATORIA

Le dedico el primer lugar para mi Dios por darme la vida, las fuerzas, la inteligencia y sabiduría, por permitirme llegar a donde estoy, en etapa de la culminación de una de mis metas, que, con dedicación, sacrificio y esfuerzo a costado lágrimas de empeño y dedicación, se la dedico a mis hijos y especialmente a mi madre, quien me dio esa chispa y fuerza para luchar por mis sueños.

Mariuxi Guadalupe Noriega Barrera



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



AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi padre celestial, por darme la vida, a mis hijos, a mi madre y a todas las personas que creyeron en que puedo lograr mis metas.

Agradezco a cada uno de mis docentes, quienes fueron mis guías para poder forjar mi camino profesional a lo largo de estos 4 años.

Agradezco a mis compañeros de clase por el apoyo y su acompañamiento en este camino que juntos logramos y esperamos lograr más.

Mariuxi Guadalupe Noriega Barrera



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



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **Noriega Barrera Mariuxi Guadalupe**, portadora de la cédula de ciudadanía **120538453-8**, en calidad de autora del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo, previo a la obtención del título de licenciada en comunicación social, declaro que soy la autora del presente trabajo de investigación, del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA
DEL CANTON QUEVEDO, 2022

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

NORIEGA BARRERA MARIUXI GUADALUPE

C.I. 120538453-8



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



Quevedo, 11 de octubre, 2023

CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL
INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A
LA SUSTENTACIÓN.

En mi calidad de Tutor del del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo, designado por el Consejo Directivo con **Oficio N° 073-UIC-FCJSE**, con fecha **del 13 de septiembre de 2023**, mediante **RESOLUCIÓN H.C. D – FAC.CJ.S.E.- N.º 011-2023**; certifico que la **Srta. Noriega Barrera Mariuxi Guadalupe**, ha desarrollado del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo denominado:

INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DEL CANTON
QUEVEDO, 2022.

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del informe final del proyecto de investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.

Lcda. Rosa Isabel Navarrete Ortega. Msc.

DOCENTE TUTOR DE LA FCJSE



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



RESUMEN

En el resumen del estudio realizado en el municipio del Cantón Quevedo, podemos dar por hecho que, la comunicación política actual, aún no está teniendo un funcionamiento efectivo, al entrar en materia de comunicación. Podemos darnos cuenta por medio de las encuestas y entrevistas realizadas, la falta de comunicación efectiva, tanto del municipio como de las instituciones. También podemos notar la importancia de la efectividad en las comunicaciones municipales y de instituciones públicas, que afecta de forma directa a los ciudadanos, tanto en el ámbito laboral como en el tema de seguridad. El no estar satisfecho con muchos temas que serían importantes se aclaren, como el puente de desnivel que conecta el centro con Los Guayacanes y el puente que conecta playa grande con la ruta del río, ambos con retraso en las obras y el municipio no ha sabido explicarlo de manera clara y efectiva.

El tema de la información asimétrica en el tema de la seguridad y la falta de comunicación entre el municipio y los ciudadanos.

Palabras claves: Comunicación política, Política, innovación, comunicación.



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



ABSTRACT

In the summary of the study carried out in the municipality of Cantón Quevedo, we can assume that current political communication is not yet having an effective operation, when entering into communication. We can realize through the surveys and interviews carried out, the lack of effective communication, both from the municipality and from the institutions.

We can also note the importance of effectiveness in municipal communications and public institutions, which directly affects citizens, both in the workplace and in the area of security.

Not being satisfied with many issues that would be important to clarify, such as the uneven bridge that connects the center with Los Guayacanes and the bridge that connects Playa Grande with the river route, both with delays in the works and the municipality has not known Explain it clearly and effectively. The issue of asymmetric information on the issue of security and the lack of communication between the municipality and citizens.

Keywords: Political communication, Politics, innovation, communication



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



RESULTADO DEL DEL DOCUENTO PROBATORIO EXAMEN
COMPLEXIVO

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DEL DOCUENTO PROBATORIO EXAMEN COMPLEXIVO, TITULADO: **INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DEL CANTON QUEVEDO, 2022**. PRESENTADO POR LA SEÑORITA **NORIEGA BARRERA MARIUXI GUADALUPE**

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

CHANG MUÑOZ WALTER LENIN
DELEGADO DEL DECANA

ARAGUNDI GARCIA LUIS IVAN
PROFESOR ESPECIALISTA

MACKENCIE ALVAREZ CLEOPATRA
JOHNNNA
DELEGADO DE LA UIC

SANDRA VITERI GARCIA
SECRETARIA DE LA
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



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



Quevedo, 10 de octubre, 2023

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

En mi calidad de Tutor del del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo, la Srta. **Garofalo Herrera Ketty Raquel,** cuyo tema es: **INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DEL CANTON QUEVEDO, 2022;** certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio, obteniendo como porcentaje de similitud de **[7%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

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

Se adjunta el informe del sistema antiplagio como evidencia del porcentaje indicado.

Lcda. Rosa Isabel Navarrete Ortega. Msc.

DOCENTE TUTOR DE LA FCJSE

Contenido

PORTADA	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.	5
RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
RESULTADO DEL DEL DOCUENTO PROBATORIO EXAMEN COMPLEXIVO.....	8
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO	9
Índice de tablas.....	13
Índice de gráficos	13
1. INTRODUCCION.....	14
2. DESARROLLO.....	15
2.1. Justificación.....	15
2.2. Objetivos.....	16
2.2.1. Objetivo General	16
2.2.2. Objetivos Específicos.....	¡Error! Marcador no definido.
2.3. Sustento teórico.....	17
2.3.1. Innovación.....	17
2.3.2. Comunicación Política	18

Comunicación:	20
Innovación:	20
Cantón:	20
Grupo de interés:	20
Diálogo:.....	20
Ciencia Política:	20
Comunicación política.....	20
Comunicación política ¿Qué es? Importancia, procesos.....	20
¿Qué es la comunicación política?	21
Ejemplos de comunicación política.....	21
¿Cuáles son los objetivos de la política de comunicación?	22
¿Qué es lo más importante en la comunicación política?.....	23
Procesos de comunicación política	23
Características de una buena comunicación política	24
Estrategias de comunicación política	25
Ejemplos de estrategias de comunicación política:.....	25
¿Para qué sirve la comunicación política?	27
Conoce al público objetivo.....	28
Define objetivos claros.....	28
Elige los canales adecuados	28
Sé auténtico	29
Escucha a la audiencia	29

Evalúa y ajusta	29
2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de la información	30
2.4.1. Tipo de Investigación	30
2.4.2. Método	32
2.4.3. Técnicas e Instrumentos	32
2.4.3.1. Investigación de encuesta cuantitativa	32
2.5. Resultados obtenidos.....	32
Análisis e interpretación de resultados:.....	33
1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	43
5.1 Conclusiones	43
5.2 Recomendaciones	44
Bibliografía.....	45

Índice de tablas

Tabla 1 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?	33
Tabla 3¿Alguna vez a escuchado de un proyecto antes de ser ejecutado?	34
Tabla 4 ¿Como describiría el lugar cree que ocupa su comunidad en la lista de obras municipales?.	35
Tabla 5 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?.....	36
Tabla 6 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?.....	37
Tabla 7 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?.....	38

Índice de gráficos

Gráfico 1 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?	33
Gráfico 2 ¿Alguna vez a escuchado de un proyecto antes de ser ejecutado?	34
Gráfico 3 ¿Como describiría el lugar cree que ocupa su comunidad en la lista de obras municipales?	35
Gráfico 4 ¿Por qué medios ha visto o escuchados proyectos municipales?.....	36
Gráfico 5¿Si pudiera hablar de un tema específico con el alcalde, ¿cuál sería?.....	37
Gráfico 6 ¿Qué tan eficiente es la comunicación del GAD municipal?	38

1. INTRODUCCION

La comunicación política es una herramienta fundamental, no solo porque trata de temas de comunicación clave para la sociedad. Veremos la importancia de esta rama de la Ciencia Política que presta herramientas de la Comunicación, principalmente usando condiciones, cuantitativas de equidad y cualitativas de calidad.

Teniendo en cuenta dos puntos importantes de nuestra sociedad, siendo la política clave causando efectos en la ciudadanía y por otro lado la comunicación que nos permite receptor la información de importancia cotidiana. Teniendo con objetivo el proyecto, la innovación y efectividad de la comunicación política, para una mejor sincronización entre el gobierno local y los ciudadanos.

La comunicación política ha avanzado a un ritmo vertiginoso. Particularmente, en la última década las nuevas tecnologías han modificado el escenario en el que los actores políticos deben desenvolverse. Incluso, las redes sociales no solo se han utilizado como medios para difundir información, sino que han dinamizado e innovado la forma de hacer comunicación en la sociedad contemporánea.

Esta revolución ha alcanzado las campañas de los candidatos que buscan ocupar alguna dignidad de elección popular. En este sentido, la presente investigación pretende analizar el uso brindado a la red social Facebook en el contexto de la campaña de la segunda vuelta electoral del 2021 en el Ecuador.

La comunicación política en las redes sociales ha ganado terreno con el paso de los años hasta consolidarse como una herramienta eficaz para los aspirantes a un cargo de elección popular. En este sentido, redes como Facebook han jugado un rol preponderante. De hecho, en la

actualidad se vuelve impensable emprender una campaña política obviando el empleo de esta red social.

Por lo anterior expuesto, este estudio justifica su importancia por cuanto la comunicación política en el contexto de las redes sociales constituye un elemento clave y en la actualidad resulta indispensable que las campañas políticas estén presentes en estas plataformas digitales, apoyadas de estrategias que permitan alcanzar los objetivos que se planteen.

Tomando en cuenta el respectivo esquema de la tesina se realizó la justificación para establecer la importancia del tema y a quienes vamos a beneficiar y así continuar con los objetivos no sin antes sustentar teóricamente la investigación a través de las técnicas de recolección de la información que me permitieron obtener los resultados estableciendo las situaciones detectadas para tratar de solucionar los problemas y de esta manera poder concluir con el trabajo investigativo.

2. DESARROLLO

2.1. Justificación

La comunicación es una herramienta fundamental en el uso cotidiano, mencionando lo importante que es la información que se genera de las instituciones públicas, municipio y gobiernos parroquiales.

Siendo de vital importancia la transparencia de la información, tal como lo menciona el art. 22 de la ley orgánica de comunicaciones, que todos tienen derecho de recibir información de calidad. En lo que es vital que todos los ciudadanos estén bien informados del contexto político y social.

Siendo la comunicación política, estrategias que forman estructuras y construyen relaciones con distintos actores y masas de la sociedad. En la cual se mantiene la opinión pública y forma parte como una herramienta fundamental para el desarrollo y beneficio de nuestra ciudad.

La presente investigación se inició con el análisis de las estrategias de interactividad en la comunicación política con los electores como un factor del marketing político, observamos los diferentes medios de comunicación que utilizan los partidos políticos y la opinión de los electores y los habitantes de la ciudad de Quevedo pues ellos son los que salen beneficiados ante esta nueva innovación que plantea la comunicación política.

Identificando los medios de comunicación política más efectivos para enviar el mensaje y lograr que decidan cuales son los principales fundamentos que están centrado en los partidos políticos sin importar el medio de comunicación utilizado sea moderno o innovador, el mensaje principal nunca cambia solo se retroalimenta, el objetivo en esta investigación fue analizar los medios de comunicación de mayor efectividad para los electores durante un proceso electoral, así mismo se pudo conocer que las estrategias de interactividad en la comunicación política donde los habitantes de la ciudad de Quevedo puedan dar su opinión y sobrellevar los temas políticos mediante la comunicación y sus innovaciones que representan.

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo General

- Analizar la innovación que tiene la comunicación política en la ciudad de Quevedo provincia de Los Ríos.

2.3. Sustento teórico

2.3.1. Innovación

Según Porter, la innovación es el elemento clave de la competitividad. La capacidad de una industria para innovar y mejorar determina la competitividad de una nación.

Algunos autores, como Knight, Utterback y Abernathy, y Damanpour, han destacado la importancia del empresario innovador en el proceso de innovación.

En un compendio de definiciones del concepto de innovación, se presentan diferentes concepciones del término según distintos autores.

Varios autores han ampliado el concepto de innovación a lo largo del tiempo., y se han realizado reflexiones sobre su significado y alcance.

David Allen Collier y James R. Evans definen la innovación como la capacidad para crear bienes y servicios nuevos.

En la teoría de la innovación, se han revisado y definido conceptos de innovación por parte de diferentes autores, considerando diferentes enfoques y tipos de innovación.

Fomentar la investigación y el desarrollo: Invertir en investigación y desarrollo es fundamental para impulsar la innovación. Esto puede incluir la financiación de proyectos de investigación, la creación de centros de innovación y la colaboración entre empresas y universidades.

Estimular el espíritu emprendedor: Apoyar a los emprendedores y facilitar la creación de nuevas empresas es crucial para fomentar la innovación. Esto puede incluir la provisión de financiamiento, asesoramiento y capacitación empresarial.

Crear un entorno propicio para la innovación: Es importante establecer políticas y regulaciones que fomenten la innovación, como la protección de la propiedad intelectual, la simplificación de los trámites burocráticos y la promoción de la colaboración entre empresas y sectores.

Fomentar la educación y la capacitación: Promover la educación y la capacitación en áreas relacionadas con la innovación, como la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las habilidades empresariales, es esencial para desarrollar una fuerza laboral capacitada y creativa.

Establecer redes y colaboraciones: Fomentar la colaboración entre empresas, instituciones educativas y otros actores puede facilitar el intercambio de conocimientos, la transferencia de tecnología y la generación de nuevas ideas.

La innovación es un proceso continuo y dinámico que requiere un enfoque proactivo y una mentalidad abierta al cambio. Al fomentar la innovación, las organizaciones y las sociedades pueden enfrentar los desafíos actuales y futuros de manera más efectiva y generar un impacto positivo en el mundo.

2.3.2. Comunicación Política

Dado que la comunicación política es una idea joven, se comenzó a pronunciar por la década de los cincuenta, pero se empezó a conceptualizar, cuando se comenzaron a formar las sociedades en relación al poder en coexistencia.

La comunicación es tan vieja como la política (Wolton, 1998), juntas nace su relación en el momento que los hombres hacen organizaciones y fortalecimiento.

Heródoto menciona que eran nombrados como “ojos del rey” los informadores independientes de la autoridad.

Esta estrategia que fue implementada por los romanos como herramienta para poder obtener la opinión pública, las noticias que circulaban dentro de su ciudad, fueron los primeros pasos de la comunicación política. (Berrocal, 2010).

La comunicación política se refiere al proceso de transmisión de información, ideas y mensajes relacionados con la política y el gobierno a través de diferentes canales de comunicación. Implica la interacción entre los políticos y el público en general, con el objetivo de informar, persuadir, construir una imagen pública y fomentar la participación ciudadana.

La comunicación política es fundamental en cualquier sistema democrático, ya que permite a los ciudadanos ya los líderes intercambiar ideas políticas, informaciones y opiniones sobre temas de interés común. A través de la comunicación política, los políticos pueden transmitir sus propuestas, programas y decisiones a la ciudadanía, y los ciudadanos pueden expresar sus preocupaciones, expectativas y demandas a los políticos.

La comunicación política se lleva a cabo a través de diversos canales, como discursos políticos, debates, entrevistas, mensajes dirigidos a los medios de comunicación, redes sociales, campañas publicitarias, entre otros. Los políticos deben tener en cuenta la selección cuidadosa de las palabras y adaptar su mensaje a diferentes audiencias y canales de comunicación.

La comunicación política también implica la construcción de una imagen pública, la cual puede influir en la percepción y la confianza que los ciudadanos tienen hacia los políticos.

Una buena estrategia de comunicación política debe ser consistente, creíble y coherente, para generar confianza en la gente.

Comunicación: es el acto de intercambiar información conscientemente entre dos o más participantes con el propósito de transmitir o recibir información y opiniones diferentes. (Mendoza, 2012)

Innovación: realizar un cambio en algo conocimiento o concepto, con el fin de mejorar o crear ideas con el objetivo de mejorar el proceso y la sociedad, (Mendoza, 2012)

Cantón: es la división administrativa de un país, por lo general son pequeños en superficie y población.

Grupo de interés: grupo de personas organizadas en torno a intereses comunes y que actúan juntas para defenderlos, buscando formas de influir en la opinión pública.

Diálogo: Es una conversación entre dos o más personas en la que se intercambia información y se transmiten pensamientos, ideas y deseos, que están formados de dos elementos siendo el interlocutor y el mensaje, de tipo oral o escrito.

Ciencia Política: Ciencias Políticas o Ciencia Política es otro nombre para las ciencias sociales que estudian la teoría y la práctica de la política, los sistemas políticos y el comportamiento en la sociedad. Su objetivo es encontrar la explicación más precisa posible de cómo funcionan, basándose en observaciones de los hechos de la realidad política.

Comunicación política

Comunicación política ¿Qué es? Importancia, procesos

La comunicación política es el campo que se ocupa de la interacción entre los políticos y el público en general. La comunicación política se refiere al proceso de transmitir información, ideas y mensajes relacionados con la política y el gobierno a través de diferentes canales de

comunicación, desde discursos políticos y debates hasta mensajes dirigidos a medios de comunicación, redes sociales o campañas publicitarias. (Estrategos, 2023)

¿Qué es la comunicación política?

La comunicación política tiene como objetivo persuadir, informar e influir en las actitudes y comportamientos políticos de los ciudadanos. Los candidatos, los partidos políticos y los gobiernos utilizan estrategias de comunicación para construir una imagen pública, transmitir sus propuestas políticas, ganar apoyo y obtener resultados electorales en las urnas. (Estrategos, 2023)

Esta forma de comunicación implica la elaboración de mensajes que sean efectivos y persuasivos para captar la atención del público, transmitir un mensaje claro y convincente, y movilizar a la ciudadanía hacia una determinada posición política. Los profesionales de la comunicación política, como los que forman parte del equipo de consultores de **Estrategos**, utilizan técnicas de investigación de mercado, análisis de datos y estrategias de relaciones públicas para diseñar campañas que lleguen al público objetivo de manera efectiva.

La comunicación política también abarca la gestión de la imagen pública de los políticos, el manejo de situaciones de crisis y la interacción con los medios de comunicación. Por otro lado, los avances en la tecnología y las redes sociales han cambiado significativamente el panorama de la comunicación política, permitiendo una mayor interacción directa entre los políticos y el público, así como la rápida difusión de información y la formación de comunidades en redes sociales.

Ejemplos de comunicación política

Las estrategias y herramientas de comunicación política más convencionales son:

1. **Los discursos políticos.**
2. **Las campañas electorales:** durante las elecciones, los candidatos y los partidos políticos diseñan campañas para difundir sus mensajes y ganar apoyo. Estas campañas incluyen grandes mítines, spots electorales en televisión y radio y publicidad impresa y digital, así como el uso de redes sociales para llegar a un público más amplio.
3. **Debates políticos:** Los debates entre candidatos son una forma de comunicación política en la que los aspirantes a un cargo discuten temas clave y contrastan sus posturas.
4. **Redes sociales:** Twitter, Facebook, Instagram y Tik Tok se han convertido en herramientas muy importantes para la comunicación política. Los políticos las utilizan para compartir mensajes, interactuar con sus seguidores, difundir noticias y promover su agenda.
5. **Relaciones públicas y mediáticas:** Los profesionales de la comunicación política trabajan en estrategias de relaciones públicas e institucionales para gestionar la imagen de los políticos y de sus partidos. Esto implica la planificación de eventos, ruedas de prensa, notas de prensa, entrevistas en medios de comunicación.
6. **Campañas de publicidad política:** los anuncios políticos en televisión, radio y medios impresos y digitales.

¿Cuáles son los objetivos de la política de comunicación?

1. Proporcionar información precisa y relevante sobre los temas políticos, las políticas gubernamentales, los logros, los programas y las propuestas de los líderes políticos.
2. Persuadir a la opinión pública y ganar su apoyo.
3. Construir una imagen y reputación positiva y sólida.
4. Movilizar y activar al público, especialmente durante las campañas electorales.

5. Construir coaliciones y alianzas con otros actores políticos, grupos de interés y la sociedad civil para promover objetivos comunes.
6. Controlar y gestionar la agenda mediática e influir en la cobertura mediática de los temas.

¿Qué es lo más importante en la comunicación política?

La comunicación política es de vital importancia por varias razones:

1. Participación ciudadana: fomenta la participación ciudadana en los asuntos públicos.
2. Contribuye a la transparencia y rendición de cuentas por parte de los gobiernos.
Ayuda a prevenir la corrupción y fortalecer la confianza entre el gobierno y la sociedad.
3. Busca construir consensos y generar acuerdos entre actores políticos y sociales.
4. Influye en la toma de decisiones de los ciudadanos y los responsables de la formulación de políticas.
5. Es importante para la construcción de la imagen pública de los políticos, los partidos y los gobiernos.
6. Desempeña un papel crucial en la transformación social. Permite impulsar cambios en la opinión pública y promover debates sobre temas importantes, como los derechos humanos, la igualdad de género, el medio ambiente y la justicia social.

Procesos de comunicación política

Estos procesos de comunicación política requieren una planificación cuidadosa, adaptación continua y evaluación constante para lograr los objetivos planteados.

1. Antes de diseñar una estrategia de comunicación política, es importante realizar investigaciones y análisis para comprender al público objetivo, identificar sus problemas y necesidades, y evaluar la situación política y social.
2. Definición de objetivos y mensajes clave. Los mensajes deben ser adaptados al público objetivo y respaldados por argumentos sólidos.
3. Segmentación del público objetivo: Esto implica dividir a la población en grupos demográficos, socioeconómicos o geográficos, con el fin de adaptar los mensajes y las estrategias a las características y necesidades de cada grupo.
4. Selección de canales de comunicación más adecuados para llegar al público objetivo.
5. Desarrollo de estrategias y tácticas para transmitir los mensajes políticos.
6. Evaluación y ajuste: Esto implica monitorear la recepción de los mensajes, medir los resultados y ajustar las estrategias según sea necesario.

Características de una buena comunicación política

Una buena comunicación política se caracteriza por diversas cualidades que permiten transmitir mensajes efectivos y lograr un impacto significativo en el público objetivo.

- Los mensajes políticos deben ser claros, comprensibles y concisos. La comunicación política efectiva evita la jerga técnica y utiliza un lenguaje accesible para el público objetivo.
- Autenticidad y credibilidad: Los políticos y los actores políticos deben ser percibidos como honestos y creíbles.
- Adaptación al público objetivo: Una buena comunicación política se adapta al público objetivo.
- Persuasión efectiva: La comunicación política busca persuadir al público y lograr un cambio en las actitudes y comportamientos.

- Escucha activa y empatía: escuchar y comprender las preocupaciones y perspectivas del público.
- Adaptación a los canales de comunicación utilizados por el público objetivo.
- Gestión de crisis y respuesta rápida a situaciones adversas. Es importante contar con planes de comunicación de crisis y ser capaz de proporcionar información clara y oportuna en momentos de incertidumbre.

Estrategias de comunicación política

Ejemplos de estrategias de comunicación política:

- Campañas publicitarias: Las campañas publicitarias son una estrategia común en la comunicación política. Utilizan anuncios de televisión, radio, prensa escrita y medios digitales para transmitir mensajes políticos a un amplio público. Estas campañas suelen enfocarse en resaltar los logros, las propuestas y la imagen de un candidato, partido político o gobierno.
- Uso de redes sociales: Las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial en la comunicación política. Las estrategias de comunicación aprovechan plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube para llegar a un público amplio y segmentado. Se utilizan para difundir mensajes políticos, interactuar con los seguidores, compartir contenido multimedia y movilizar apoyo.
- Eventos políticos: La organización de eventos políticos, como mítines, debates, foros públicos y conferencias de prensa, es una estrategia efectiva para interactuar directamente con el público objetivo. Estos eventos permiten a los líderes políticos presentar sus propuestas, responder preguntas, generar cobertura mediática y conectarse emocionalmente con los asistentes.

- **Comunicación de crisis:** Cuando surge una crisis política, como un escándalo o un problema de reputación, es necesario contar con una estrategia de comunicación de crisis. Esto implica gestionar la situación de manera transparente, proporcionar información precisa, asumir responsabilidades y trabajar en la restauración de la confianza del público.
- **Relaciones con los medios de comunicación:** La relación con los medios de comunicación es crucial en la comunicación política. Las estrategias incluyen el establecimiento de relaciones cercanas con periodistas y medios de comunicación, la organización de conferencias de prensa, la emisión de comunicados de prensa y la participación en entrevistas y debates televisados. El objetivo es generar una cobertura mediática positiva y una mayor visibilidad.
- **Movilización de base:** En las campañas electorales, es común utilizar estrategias de movilización de base para motivar a los partidarios y al público en general a participar activamente en el proceso político. Esto puede incluir actividades como la puerta a puerta, llamadas telefónicas, envío de mensajes de texto, organización de eventos locales y establecimiento de equipos de voluntarios.
- **Narrativa y storytelling:** Las estrategias de comunicación política a menudo utilizan la narrativa y el storytelling para conectar emocionalmente con el público. Se construyen historias y se utilizan testimonios para transmitir valores, experiencias personales y metas compartidas, con el fin de generar empatía y apoyo hacia los candidatos o las políticas.

¿Para qué sirve la comunicación política?

Si tienes algo de curiosidad es normal hacerse este tipo de preguntas, sobre todo cuando estás descubriendo cómo funcionan los sistemas políticos, tus derechos y obligaciones como ciudadano y cuál es el peso que tiene tu voto en las elecciones.

Para responder a tu pregunta, podemos decir que la comunicación política es fundamental en cualquier sistema democrático, ya que permite a los ciudadanos y a los líderes políticos intercambiar ideas, información y opiniones sobre temas de interés común y, de esta manera, tomar decisiones informadas sobre cómo dirigir el país o la comunidad.

Por otra parte, también es esencial para que los políticos y líderes puedan persuadir a los ciudadanos y ganar su apoyo en campañas electorales, y para que los ciudadanos puedan hacer valer sus derechos y hacer que sus voces sean escuchadas por los líderes políticos. Además, la comunicación política también puede ser una herramienta poderosa para la movilización social y el cambio político... cuando las personas se comunican y se organizan entre sí, pueden unirse para abogar por una causa en particular y presionar a los líderes políticos para que tomen medidas al respecto. (iddigitalschool, 2023)

Asimismo, podríamos decir que la comunicación política es fundamental para una sociedad democrática porque permite a los ciudadanos y a los líderes políticos comunicarse y tomar decisiones informadas sobre el futuro del país o la comunidad. A través de la comunicación política, los políticos, partidos políticos, organizaciones y movimientos sociales pueden informar, persuadir y movilizar a los ciudadanos para que apoyen o se opongan a ciertas políticas, programas o candidatos. (iddigitalschool, 2023)

Una excelente característica que tiene la comunicación política es que puede tomar muchas formas, incluyendo discursos, debates, entrevistas, anuncios publicitarios, debates en redes sociales, mensajes en línea, entre otros. También puede implicar la utilización de técnicas de marketing, investigación de mercado y análisis de datos para identificar las necesidades, deseos y opiniones de los votantes. Siguiendo con esta idea, la comunicación política es una herramienta clave para la construcción de relaciones públicas, la promoción de una imagen pública y la construcción de una marca política. (iddigitalschool, 2023)

A continuación, te presentamos algunas características útiles para la gestión de la comunicación política:

Conoce al público objetivo

Es esencial conocer a quién va dirigido el mensaje y cuáles son sus intereses, necesidades y preocupaciones. La comunicación política debe estar adaptada al público al que se dirige para ser efectiva.

Define objetivos claros

La comunicación política debe tener objetivos concretos, como persuadir a los votantes, construir una imagen pública, o informar sobre un tema específico. Es importante tener una idea clara de lo que se quiere lograr para diseñar una estrategia efectiva.

Elige los canales adecuados

Es importante elegir los canales de comunicación adecuados para llegar al público objetivo. Cada canal tiene diferentes ventajas y desventajas, por lo que es importante seleccionar el canal que mejor se adapte a los objetivos y al público objetivo.

Sé auténtico

La autenticidad es esencial en la comunicación política. Los políticos y las organizaciones deben ser honestos y coherentes con sus valores y mensajes para construir confianza y credibilidad.

Escucha a la audiencia

La comunicación política no es solo unidireccional, también es importante escuchar y responder a las opiniones y preocupaciones del público objetivo. Esto puede mejorar la relación entre políticos y ciudadanos y ayudar a construir una reputación positiva.

Evalúa y ajusta

Es importante evaluar regularmente la efectividad de la comunicación política y hacer ajustes según los resultados. Esto puede ayudar a mejorar la estrategia y lograr los objetivos deseados.

En conclusión, la comunicación política efectiva requiere conocer al público objetivo, tener objetivos claros, elegir los canales adecuados, ser auténtico, escuchar a la audiencia, evaluar y ajustar regularmente. (iddigitalschool, 2023)

Algunos argumentos teóricos sobre la importancia de la innovación en la comunicación política incluyen:

1. **Adaptación al cambio:** En un entorno político en constante evolución, la innovación en la comunicación política es crucial para adaptarse a los cambios en la sociedad, la tecnología y las preferencias del público. Permite a los políticos mantenerse relevantes y conectados con la audiencia.

2. **Amplificación del mensaje:** La innovación en la comunicación política puede ayudar a amplificar el mensaje de un político y llegar a un público más amplio. El uso de plataformas digitales, redes sociales y otras herramientas innovadoras permite una mayor difusión y alcance de los mensajes políticos.
3. **Participación ciudadana:** La innovación en la comunicación política puede fomentar la participación ciudadana al proporcionar canales de comunicación más accesibles y transparentes. Esto puede fortalecer la democracia al permitir que los ciudadanos se involucren activamente en los procesos políticos.
4. **Construcción de confianza:** La innovación en la comunicación política puede ayudar a construir confianza entre los políticos y el público. El uso de estrategias innovadoras y transparentes puede generar credibilidad y mejorar la percepción de los políticos por parte de la audiencia.
5. **Mejora de la eficiencia:** La innovación en la comunicación política puede mejorar la eficiencia de los procesos políticos al utilizar herramientas y tecnologías que agilizan la comunicación y la toma de decisiones. Esto puede llevar a una mayor eficacia en la implementación de políticas y en la resolución de problemas.

2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de la información

2.4.1. Tipo de Investigación

Una técnica de investigación que podría utilizarse en una investigación sobre la comunicación política es la investigación cualitativa. La investigación cualitativa se centra en comprender y explorar en profundidad los fenómenos sociales y políticos a través de la recopilación de datos

no cuantificables, como opiniones, percepciones y experiencias. Algunas técnicas específicas que se pueden utilizar en la investigación cualitativa sobre la comunicación política incluyen:

Entrevistas en profundidad: Realizar entrevistas individuales con expertos en comunicación política, políticos, periodistas y ciudadanos para obtener perspectivas y opiniones detalladas sobre la comunicación política.

Grupos focales: Organizar grupos de discusión con participantes que tengan diferentes puntos de vista políticos para explorar cómo se comunican y perciben los mensajes políticos.

Análisis de contenido: Analizar discursos políticos, debates, mensajes en redes sociales y otros materiales de comunicación política para identificar temas, estrategias de comunicación y efectos en la opinión pública.

Observación participante: Participar activamente en eventos políticos, reuniones de campaña o debates para obtener una comprensión directa de la comunicación política en acción.

Análisis de redes sociales: Utilizar herramientas de análisis de redes sociales para examinar cómo se difunden y comparten los mensajes políticos en plataformas como Twitter, Facebook o Instagram.

Asumiendo que se trata de un análisis este caso, se llevara a cabo una investigación no experimental, dado que solo se trata de observación y recopilación de información, en caso de la investigación se trata de recopilación de datos.

2.4.2. Método

El método empleado en esta investigación será informativo y valorativo, cual es la opinión pública de Quevedo respecto a la comunicación política, mediante encuestas e información pública.

2.4.3. Técnicas e Instrumentos

2.4.3.1. Investigación de encuesta cuantitativa

Para obtener la información clasificada se creó un cuestionario de preguntas aplicando el modo entrevista y de forma sociológica.

2.5. Resultados obtenidos

Para la realización de la investigación se tomó una muestra de 100 personas al azar aplicando un cuestionario de seis preguntas las cuales se detallan a continuación

- 1. ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	9 %
NO	72	72 %
A VECES	19	19 %
TOTAL	100	100 %

Tabla 1 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE



Gráfico 1 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE

Análisis e interpretación de resultados:

Un 9% de las personas cree que sí, lo cual representa a un grupo minoritario con una opinión positiva y confianza en el municipio. Un 19% también cree que sí, mostrando que un número significativo de personas tiene una percepción positiva de la capacidad del municipio para atender las demandas. Sin embargo, la mayoría, un 72%, opina que el municipio solo escucha las demandas en ocasiones, lo que indica que hay margen de mejora. Estos resultados sugieren que existen áreas de oportunidad en la comunicación y atención a las demandas de la comunidad.

2. ¿Alguna vez a escuchado de un proyecto antes de ser ejecutado?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	6%
NO	81	81 %
A VECES	13	13 %
TOTAL	100	100 %

Tabla 2 ¿Alguna vez a escuchado de un proyecto antes de ser ejecutado?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE

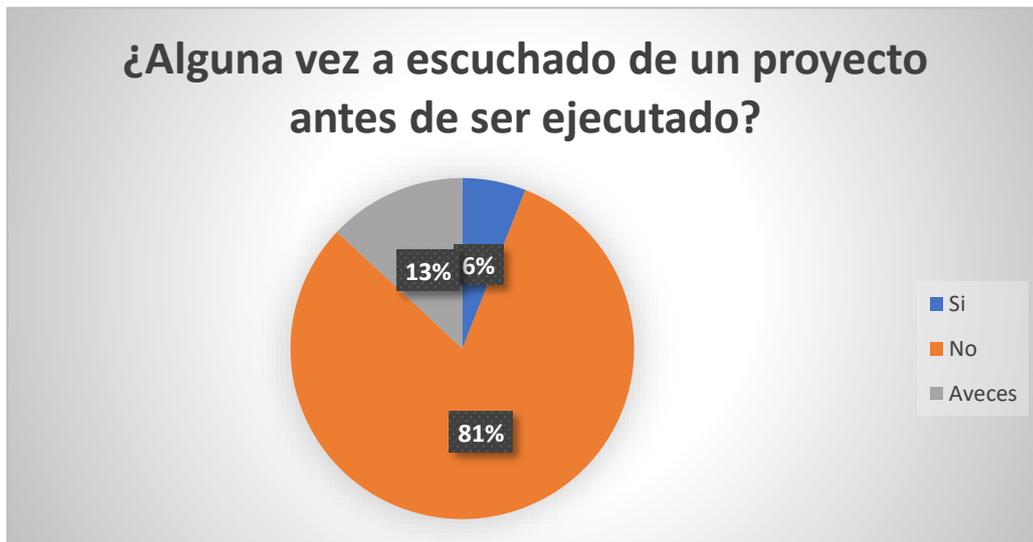


Gráfico 2 ¿Alguna vez a escuchado de un proyecto antes de ser ejecutado?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE

Análisis e interpretación de resultados:

El análisis de los resultados de la pregunta muestra que el 6% de las personas encuestadas ha escuchado de un proyecto antes de su ejecución, representando una minoría informada. El 81% no ha tenido conocimiento previo de los proyectos, evidenciando falta de información o comunicación. El 13% ha escuchado de proyectos en ocasiones, pero no de manera consistente, lo que indica deficiencias en la comunicación o desigualdad en la difusión de información. En conclusión, se requiere mejorar la comunicación y difusión para informar a la comunidad y fomentar la participación ciudadana en la planificación y ejecución de proyectos.

3. ¿Como describiría el lugar que ocupa su comunidad en la lista de obras municipales?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE PRESENTE	7	7 %
NUNCA PRESENTE	65	65 %
POCO PRESENTE	28	28 %
TOTAL	100	100 %

Tabla 3 ¿Como describiría el lugar cree que ocupa su comunidad en la lista de obras municipales?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE



Gráfico 3 ¿Como describiría el lugar cree que ocupa su comunidad en la lista de obras municipales?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE

Análisis e interpretación de resultados:

El análisis muestra que el 7% cree que su comunidad siempre está presente en la lista de obras municipales. El 65% cree que su comunidad nunca está presente y el 28% cree que está poco presente en la lista. Esto indica falta de inclusión y participación en la toma de decisiones. La mayoría siente que su comunidad no está considerada en la planificación de obras municipales. Es necesario mejorar la participación ciudadana y la atención a las necesidades de las comunidades en la planificación de obras municipales.

4. ¿Por qué medios ha visto o escuchados proyectos municipales?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET, REDES SOCIALES	63	63 %
RADIO	14	14 %
PERIODICO, TV	23	23 %
TOTAL	100	100 %

Tabla 4 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE



Gráfico 4 ¿Por qué medios ha visto o escuchados proyectos municipales?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE

Análisis e interpretación de resultados:

El análisis muestra que el 63% ha visto o escuchado proyectos municipales por Internet y redes sociales. El 14% los escucha por la radio y el 23% cree que su comunidad se informa a través del periódico y la televisión. Esto indica que la mayoría utiliza medios digitales para informarse sobre proyectos municipales. La radio sigue siendo relevante para una parte de la población y algunos también se informan a través de medios tradicionales como el periódico y la televisión. En resumen, hay una variedad de medios utilizados para acceder a la información sobre proyectos municipales, siendo Internet y las redes sociales los más utilizados.

5. ¿Si pudiera hablar de un tema específico con el alcalde, cuál sería?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleo, estudio, festividades	6	6 %
Seguridad, empleo, estudio	89	89%
Estudio, seguridad, festividades	5	5 %
TOTAL	100	100 %

Tabla 5 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE

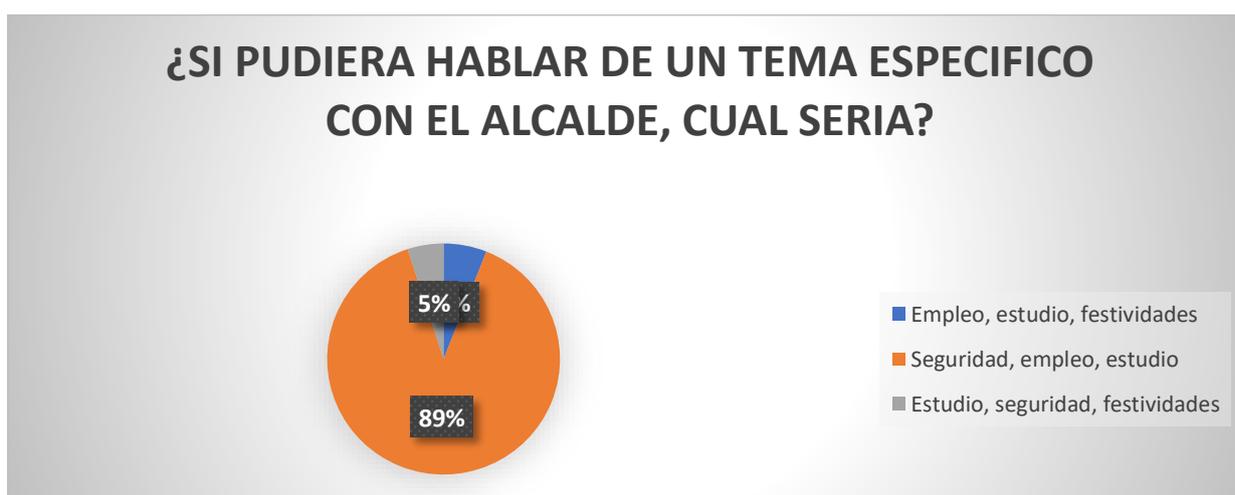


Gráfico 5 ¿Si pudiera hablar de un tema específico con el alcalde, ¿cuál sería?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE

Análisis e interpretación de resultados:

El análisis e interpretación de los resultados de esta pregunta muestra que el 6% de las personas encuestadas manifestaría que hablarían sobre empleo, estudio y festividades si pudieran hablar con el alcalde. Por otro lado, el 89% manifestaría que hablarían más sobre seguridad, empleo y estudio, mientras que el 5% hablaría sobre estudio, seguridad y festividades. Esto indica que la mayoría de las personas consideran que los temas de seguridad, empleo y estudio son prioritarios para discutir con el alcalde. También se observa que las festividades son un tema relevante para un porcentaje menor de la población. En resumen, los temas de seguridad, empleo y estudio son los más mencionados como prioritarios para hablar con el alcalde.

6. ¿Qué tan eficiente es la comunicación del GAD municipal?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	7	9 %
Media	18	72 %
Baja	19	19 %
TOTAL	100	100 %

Tabla 6 ¿Cree que el municipio escucha las demandas en su sector?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE



Gráfico 6 ¿Qué tan eficiente es la comunicación del GAD municipal?

Elaborado por: NORIEGA BARRAERA MARIUXI GUADALUPE

Análisis e interpretación de resultados:

El análisis muestra que el 7% considera que la eficiencia en la comunicación del GAD municipal es excelente. El 19% manifiesta que es aceptable, mientras que el 74% considera que tiende a ser baja. Estos resultados indican que la mayoría percibe que la eficiencia en la comunicación del GAD municipal no es satisfactoria. Es importante que el GAD municipal tome en cuenta estos resultados y trabaje en mejorar su comunicación para satisfacer las expectativas de la comunidad.

Situaciones Detectadas

La innovación en la comunicación está asociada a la adopción de tecnologías disruptivas o formatos novedosos ofrecidos por las herramientas digitales. Sin embargo, es un proceso inherente al desarrollo y la evolución de la humanidad, que impacta sus estructuras sociales, al igual que a la comunicación.

La adopción de estas novedades tecnológicas, hace necesario que la innovación también se de en la definición del propósito y el proceso de construcción del contenido que se transmitirá a través de estos nuevos canales y formatos. Innovar desde el origen de la comunicación, permitirá tener un mayor impacto y que el mensaje sea recibido de la forma que se desea.

Ser conscientes de la relación entre la innovación y la comunicación, así como la importancia de tenerla presente de forma transversal en la formulación de estrategias de comunicación, permitirá anticipar y gestionar con mayor claridad, las oportunidades y retos que se puedan presentar en el proceso de ejecución de estas estrategias.

En conclusión, los resultados de la encuesta muestran que existen áreas de oportunidad en la comunicación y atención a las demandas de la comunidad en el cantón de Quevedo. Se requiere mejorar la comunicación y difusión de información sobre proyectos municipales, así como fomentar la participación ciudadana en la planificación y ejecución de obras. Además, es importante tomar en cuenta los temas prioritarios para la comunidad y mejorar la eficiencia en la comunicación del GAD municipal. Estos hallazgos respaldan la necesidad de innovación en la comunicación política en el cantón de Quevedo.

Es necesario mejorar la participación ciudadana y prestar atención a las necesidades de las comunidades en la planificación de obras municipales.

Estos resultados indican que la mayoría percibe que la eficiencia en la comunicación del GAD municipal no es satisfactoria. Es importante que el GAD municipal tome en cuenta estos resultados y trabaje en mejorar su comunicación para satisfacer las expectativas de la comunidad. Se sugiere que existen oportunidades para mejorar la relación entre el municipio y la comunidad en términos de comunicación y satisfacción de las demandas. Se requiere mejorar la comunicación y difusión para informar a la comunidad y fomentar la participación ciudadana en la planificación y ejecución de proyectos. Es necesario prestar atención a las necesidades de las comunidades y mejorar la participación ciudadana en la planificación de obras municipales.

Además, se observa que la mayoría de las personas utilizan medios digitales, como Internet y las redes sociales, para informarse sobre proyectos municipales. Sin embargo, la radio sigue siendo relevante para una parte de la población, y algunos también se informan a través de medios tradicionales como el periódico y la televisión. En resumen, hay una variedad de medios utilizados para acceder a la información sobre proyectos municipales, pero los medios digitales son los más utilizados.

En cuanto a los temas prioritarios para discutir con el alcalde, se destaca que la mayoría de las personas consideran que la seguridad, el empleo y el estudio son los temas más importantes.

Soluciones Planteadas

La comunicación política es una disciplina que permite generar espacios de diálogos, conversaciones y debates durante todo el proceso político, como en los inicios de la carrera de un líder o en épocas de campaña. Pero también cuando se ejercen funciones de gobierno o de oposición. Esta comunicación debe combinar estrategias tradicionales con las propias de los medios digitales para llegar a más ciudadanos.

Una buena comunicación política es clave en un proceso electoral. Los líderes que sepan transmitir mejor su mensaje y ganarse la confianza de la ciudadanía tendrán más oportunidades de ganar. Sin embargo, sería un error pensar que sus funciones se limitan a épocas de elecciones, porque desempeña un papel relevante tanto cuando se ejercen funciones gubernamentales como cuando se está en la oposición.

La comunicación política está basada en el uso de la palabra. Es importante que la comunicación sea clara y objetiva para que los electores logren entender los mensajes y acciones. Los políticos deben ser capaces de comunicarse en cualquier momento y lugar. Y deben estar preparados para afrontar y gestionar una crisis de reputación.

Soluciones para mejorar la comunicación y atención a las demandas de la comunidad en el cantón de Quevedo:

1. Mejorar la comunicación y difusión de información: El GAD municipal debe implementar estrategias efectivas para comunicar de manera clara y oportuna los proyectos municipales a través de diversos canales, incluyendo medios digitales, redes sociales, radio, periódicos y televisión. Esto permitirá llegar a un mayor número de personas y garantizar que la información sea accesible para todos.

2. Fomentar la participación ciudadana: Es importante promover la participación activa de la comunidad en la planificación y ejecución de proyectos municipales. El GAD municipal puede organizar reuniones, consultas públicas y encuestas para recopilar opiniones y sugerencias de los ciudadanos. Además, se pueden establecer plataformas en línea donde los ciudadanos puedan expresar sus ideas y preocupaciones.
3. Innovar en la definición del propósito y proceso de construcción del contenido: Es necesario que el GAD municipal se enfoque en innovar desde el origen de la comunicación, asegurándose de que el contenido transmitido a través de los nuevos canales y formatos sea relevante, atractivo y fácil de entender. Esto ayudará a captar la atención de la comunidad y garantizar que el mensaje sea recibido de la forma deseada.
4. Establecer indicadores de eficiencia en la comunicación: El GAD municipal debe establecer métricas y evaluar periódicamente la eficiencia de sus estrategias de comunicación. Esto permitirá identificar áreas de mejora y realizar ajustes necesarios para satisfacer las expectativas de la comunidad.
5. Capacitar al personal en habilidades de comunicación: Es importante que el personal del GAD municipal cuente con las habilidades necesarias para comunicarse de manera efectiva con la comunidad. Se pueden ofrecer capacitaciones en comunicación, manejo de redes sociales y uso de herramientas digitales para garantizar que el personal esté preparado para enfrentar los desafíos de la comunicación en la era digital.

En resumen, implementar estas soluciones ayudarán a mejorar la comunicación y atención a las demandas de la comunidad en el cantón de Quevedo. La innovación en la comunicación, junto con la participación ciudadana y la mejora de los canales de difusión de información, son elementos clave para lograr una comunicación más efectiva y satisfacer las necesidades de la comunidad.

1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

La comunicación política es muy baja de por parte del municipio de Quevedo, en mayor parte los ciudadanos tienen como opinión que el municipio los tiene olvidados, dando que el 75% de encuestados en la pregunta 6 indica que la eficiencia del municipio es baja llegando a ver que no toman en cuenta las solicitudes que brindan los ciudadanos para mejorar las actividades del municipio de Quevedo y que les brinden una mejor ayuda.

En tema de obras, no se sienten tomados en cuenta y tienen por opinión pública que hay obras no necesarias, sin ninguna comunicación al momento de elaborar el proyecto ni un estudio que pregunten cual es el daño del sector o comunidad.

El medio más visualizado del ciudadano para ver información del municipio es su página de Facebook “Municipio de Quevedo”.

En la opinión pública por parte de los ciudadanos, no creen en el municipio y ha perdido credibilidad, tanto por comunicados que nunca cumplieron especialmente en el tema de la seguridad y la reactivación económica, dando así un resultado bajo en la ciudad de Quevedo por mediante de que no se cumplen las obras prometidas ni dan solución a los sectores de la ciudad de Quevedo que representan deficiencia.

5.2 Recomendaciones

Realizar un análisis a fondo en el tema de la comunicación y tomar en cuenta al ciudadano, antes de ejecutar un proyecto, hacer un sondeo de opinión de los ciudadano o parroquia donde será implementado.

Se recomienda Comunicar a la ciudadanía las agendas municipales, las labores realizadas, las leyes implementadas, las políticas públicas y estrategias en el municipio visto que no un 80 % indica en la pregunta 2 que no brindan información sobre las obras ni comunican los proyectos que se vallan a realizar en la ciudad para así dar el visto bueno y mantener la precaución que se deban tomar mediante los proyectos o obras que se vallan a realizar

Establecer una comunicación menos burocrática y poder crear una relación entre el municipio y la ciudadanía.

Trabajar en una estrategia de comunicación tanto la tradicional como la digital, implementando todo el avance tecnológico moderno y al alcance del municipio.

Bibliografía

- ANDRADE, V. E. (2017). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL PROYECTO "VIVE JUVENTUD" EN EL CANTON QUEVEDO, AÑO 2016 (Doctoral dissertation)*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Ayala, F. G. (2019). *Impacto de los medios de comunicación audiovisuales en el desarrollo social y cultural en el Sector San José Tres de la Parroquia La Esperanza del Cantón Quevedo*. dspace utb.
- Canel, M. J. (2006). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.
- Del Rey Morató, J. (1996). ¿ De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política? *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 11.
- Estrategos. (30 de MAYO de 2023). <https://estrategos.org/es/actualidad/comunicacion-politica-que-es/>.
- iddigitalschool. (6 de JULIO de 2023). <https://iddigitalschool.com/para-que-sirve-la-comunicacion-politica/>.
- Mazzoleni, G. (2014). *La comunicación política*. . Alianza Editorial.
- Mendoza, L. (08 de 03 de 2012). *Innovación Incremental e Innovación Radical o Disruptiva y Sus Ejemplos*. Eoi.es. Retrieved 2023, from <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/03/08/innovacion-incremental-e-innovacion-radical-o-disruptiva-yDisruptiva-y-Sus-Ejemplos>. Eoi.es.
- Runciman, D. (2016). *Política*. Turner.