



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN.**

**ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y  
DERECHO.**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)**

**TEMA:**

**DIMENSIONES ÉTICAS EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA APLICADAS  
DURANTE EL PROCESO DE ELECCIÓN PRESIDENCIAL EN EL 2023**

**AUTOR:**

**MITE TIGRERO GANDARY YULEISKA**

**DOCENTE GUÍA:**

**PHD. CASTILLO ZUÑIGA VICTOR**

**PERÍODO ACADÉMICO**

**OCTUBRE 2023 - MARZO 2024**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a mi hijo Yahel Mite su afecto y cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo y ganas de buscar lo mejor. A mi hermana Yailin Sellan con su corta edad me ha enseñado y me sigue enseñando junto a mi hijo muchas cosas de esta vida.

A mis padres; Vanessa Tigreiro y José Sellan, que a pesar de no ser mi padre biológico siempre está presente apoyándome en todo momento, por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios que hicieron para darme la mejor educación posible, ellos son el pilar más importante para guiarme en mi camino.

A mi abuela Teresa Moreira que a pesar de todo me quiere incondicionalmente y a mis abuelas Margarita Moreira y Carmen Castro a pesar de nuestra distancia física siento que están con nosotros siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir, sé que este momento hubiera sido tan especial para ellas como lo es para mí.

A mis compañeros, por su ánimo, comprensión y alegría compartida en los momentos difíciles. A mis tutores, por su guía y conocimientos implantados.

A todos aquellos que de alguna manera contribuyeron a este logro, ¡GRACIAS POR CREER EN MI!

Con mucho cariño...

Gandary Yuleiska Mite Tigreiro.

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a mi mamá por ayudarme a llegar hasta aquí y realizar una meta más en mi vida. Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de esta tesis.

A la Universidad Técnica de Babahoyo por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional. A mi docente guía en este proyecto, PHD. Víctor Castillo Zúñiga por su esfuerzo y paciencia, quien compartiendo con sus conocimientos, su experiencia, y su motivación ha logrado en mí, que pueda terminar este proceso con éxito. Aprovecho para agradecer a todos mis maestros de toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena en mi formación. En especial a la Lcda. Nathaly Quiñonez, MSC. Manuel Piedrahita, a la MSC. Leticia Becilla y a la MSC. Cindy Montecé por creer siempre en mí y darme buenos consejos y más que todo por su amistad. A la Lcda. Mónica Ramos que desde mi corta edad está presente en mi vida hasta la actualidad.

También quiero agradecer a mis amigos Jordán Chipantiza y Luiggi Yépez por su ánimo, consejos y momentos de distracción que me ayudaron a mantener el equilibrio durante este tiempo.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que les encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias.

## INDICE

<b>CAPÍTULO I. – INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>7</b>
1.1 CONTEXTUALIZACIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	7
1.1.1 Contexto internacional.....	8
1.1.2 Contexto nacional.....	8
1.1.3 Contexto local.....	10
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	10
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	12
1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.4.1 Objetivo general .....	13
1.4.2 Objetivos específicos .....	13
1.5 HIPÓTESIS .....	13
<b>CAPÍTULO II. – MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>15</b>
2.1 ANTECEDENTES .....	15
2.2 BASES TEÓRICAS .....	16
2.2.1 Dimensiones éticas en la comunicación política.....	16
2.2.2 Era digital .....	18
2.2.3 Comunicación ética .....	19
2.2.4 Ética normativa.....	20
<b>CAPÍTULO III. – METODOLOGÍA.....</b>	<b>22</b>
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	22
3.2 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES.....	24

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN .....	25
3.3.1 Población .....	25
3.3.2 Muestra .....	25
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN .....	25
3.4.1 Técnicas .....	25
3.4.2 Instrumentos .....	25
3.5 PROCESAMIENTO DE DATOS .....	26
3.6 ASPECTOS ÉTICOS .....	26
<b>CAPITULO IV. – RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>29</b>
4.1 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS .....	29
4.2 DISCUSIÓN .....	43
<b>CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>47</b>
5.1 CONCLUSIONES .....	47
5.2 RECOMENDACIONES.....	48
REFERENCIAS .....	49

## **RESUMEN**

El texto destaca la importancia de la comunicación política y la ética durante las elecciones presidenciales del 2023 para preservar la legitimidad democrática, subrayando la necesidad de transmitir información veraz y evitar la difusión de noticias falsas. Se señala el papel crucial de los actores políticos y los medios de comunicación en reconstruir la confianza en las instituciones democráticas, especialmente en un contexto polarizado donde se espera un aumento de la desinformación y la retórica divisiva, principalmente en redes sociales. Además, plantea interrogantes sobre la transparencia en el financiamiento político. Se hace referencia a teorías éticas y se resalta la importancia de promover el diálogo constructivo y la toma de decisiones informadas, destacando la responsabilidad de los actores políticos y los medios en mantener la integridad del proceso democrático.

**Palabras claves:** comunicación política; ética; elecciones presidenciales 2023.

**ABSTRACT**

The text highlights the importance of ethical political communication during the 2023 presidential elections to preserve democratic legitimacy, underscoring the need to transmit truthful information and avoid the spread of fake news. The crucial role of political actors and the media in rebuilding trust in democratic institutions is noted, especially in a polarized context where an increase in disinformation and divisive rhetoric is expected, mainly on social networks. Furthermore, it raises questions about transparency in political financing. Reference is made to ethical theories and the importance of promoting constructive dialogue and informed decision-making is highlighted, highlighting the responsibility of political actors and the media in maintaining the integrity of the democratic process.

**Keywords:** political communication; ethics; 2023 presidential elections.

## **1 CAPÍTULO I. – INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Contextualización de la situación problemática.**

La comunicación política se ha vuelto fundamental en las campañas electorales, pero su práctica enfrenta desafíos éticos importantes que pueden afectar la percepción pública, la legitimidad democrática y el nivel del debate político. Uno de estos desafíos es asegurar la veracidad y transparencia de la información en un entorno donde las noticias falsas y la desinformación se propagan fácilmente a través de las redes sociales y otros medios digitales.

Es crucial que los candidatos y sus equipos de campaña mantengan altos estándares éticos que promuevan la honestidad y la precisión en sus mensajes. Además, garantizar la equidad en el acceso a los medios de comunicación y una distribución justa de los recursos de campaña es fundamental para preservar la integridad del proceso electoral.

La concentración desproporcionada de recursos y la manipulación de la información pueden distorsionar la competencia democrática y beneficiar injustamente a ciertos candidatos en detrimento de otros, lo que destruye los principios de igualdad y equidad. Asimismo, la responsabilidad en el uso de la tecnología y las redes sociales juega un papel crucial en la dimensión ética de la comunicación política.

La utilización de herramientas de micro segmentación y análisis de datos para dirigir mensajes específicos a grupos de votantes particulares plantea interrogantes éticas sobre la manipulación de la opinión pública y la fragilidad de la democracia frente a influencias externas.



### **1.1.1 Contexto internacional**

La rápida expansión de las redes sociales y las tecnologías de la información ha tenido un profundo impacto en la política a nivel mundial. Según investigadores como (Crespo, Carletta, Garrido, & Riorda, 2021). En varios países se ha observado un aumento en la polarización política y una mayor fragmentación de la opinión pública. Este entorno favorece la propagación de desinformación y noticias falsas, lo que ha generado un debate sobre la responsabilidad tanto de los actores políticos como de las plataformas tecnológicas en la verificación de la información y la preservación de la integridad de los procesos electorales.

(Vázquez, 2020), mencionó que la responsabilidad en el uso de la tecnología y las redes sociales también ha sido tema de debate en países como China, Rusia, India y Turquía en el tiempo de pandemia, donde se han utilizado herramientas digitales para controlar la narrativa política y suprimir la disidencia. La ética en la comunicación política se ha convertido en un tema de preocupación y debate en todo el mundo.

### **1.1.2 Contexto nacional**

En base con lo que mencionan (Nohlen, Zovatto, Orozco, & Thompson, 2007), países como Estados Unidos, Reino Unido, Brasil, Francia y España han enfrentado desafíos éticos en la comunicación política durante procesos electorales recientes. Estas naciones han tenido que lidiar con la propagación de noticias falsas y desinformación a través de plataformas digitales, así como con la concentración desproporcionada de recursos y la manipulación de la información para influir en la opinión pública.

En cuanto a (Martínez & Otoy, 2021) examinaron la comunicación política entre candidatos, ciudadanos y la Administración Pública con el objetivo de detectar los elementos que indican cambios en la gestión pública y establecer un marco de referencia para evaluar estas interacciones en tres aspectos: profundidad, impacto y restricciones. Se denomina "Efecto Alpízar-Mora" a esta dinámica, surgida del análisis de las deficiencias técnicas en el discurso político durante las elecciones presidenciales de Costa Rica entre 2018 y 2022. Este fenómeno facilita la discusión y evaluación de la comunicación política al proponer elementos clave para analizar la coherencia entre el discurso político y la planificación estratégica gubernamental.

(Marrufo, Morfín, Nuñez, & Valdivia, 2017) Analizaron y examinaron la elección presidencial de los Estados Unidos desde una perspectiva comunicativa para entender algunas de las características que la configuraron. Se destaca cómo las elecciones de 2016 marcaron el fin del sistema de comunicación política estadounidense del siglo XX y dieron paso a nuevas prácticas comunicativas, las cuales favorecieron la campaña de Donald Trump.

El estudio resalta cómo estos comicios operaron como una coyuntura significativa que trajo consigo una transformación fundamental en la dinámica de la comunicación política en Estados Unidos. El análisis detallado reveló cómo las estrategias comunicativas adoptadas por los candidatos y sus equipos de campaña jugaron un papel crucial en el resultado electoral.

Se evidenció cómo Donald Trump supo aprovechar de manera efectiva las nuevas formas de comunicación para conectar y movilizar a su base de seguidores durante la elección presidencial de 2016.

Empleó plataformas como las redes sociales y adoptó un estilo comunicativo directo y provocativo que resonó con ciertos sectores de la población. Este análisis ayuda a comprender mejor cómo las estrategias de comunicación política influenciaron el desarrollo de las elecciones de 2016 y cómo estas prácticas continúan impactando en el ámbito político y comunicativo de los Estados Unidos hasta el día de hoy.

### **1.1.3 Contexto local**

En cuanto (Mendoza, 2023) comenta que los contendientes a las elecciones presidenciales en Ecuador en 2021 se dirigieron hacia la innovación de las estrategias tradicionales de campaña mediante la incursión en el ámbito digital.

La meta era analizar y dar prioridad a las distintas tácticas de comunicación política en Twitter de los candidatos presidenciales que destacaron por su influencia y presencia durante la fase inicial de la campaña, que se extendió desde el 31 de diciembre de 2020 hasta el 4 de febrero de 2021.

Se eligieron a los candidatos de los dos principales partidos políticos: Guillermo Lasso, líder de la oposición, y Andrés Arauz, representante del correísmo. La investigación se centró en revisar las publicaciones de los candidatos en Twitter, evaluando su nivel de interacción y el momento de su publicación.

Se identificaron los temas principales de los tweets emitidos y el enfoque discursivo de sus publicaciones, con el propósito de analizar su audiencia potencial y el mensaje que se intentaba transmitir a los usuarios activos en las redes sociales.

## **1.2 Planteamiento del problema**

En las elecciones presidenciales del 2023 en Ecuador, las dimensiones éticas podrían desempeñar un papel crucial en la percepción de los ciudadanos hacia los candidatos y el

proceso electoral en su conjunto. Estas dimensiones éticas pueden abarcar desde la integridad personal de los candidatos hasta la transparencia y equidad del proceso electoral.

Sin embargo, existe una falta de estudios exhaustivos que analicen cómo estas dimensiones éticas específicas afectan la percepción de los ciudadanos ecuatorianos durante las elecciones.

En base a este planteamiento surge la siguiente pregunta, ¿cómo crees que las dimensiones éticas podrían impactar en la percepción de los ciudadanos ecuatorianos durante las elecciones presidenciales del 2023?

El estudio de este problema es relevante debido a la importancia de comprender cómo los aspectos éticos impactan en la toma de decisiones de los ciudadanos en contextos electorales.

Además, analizar el impacto de estas dimensiones éticas en un evento político reciente como las elecciones del 2023 en Ecuador pueden ofrecer lecciones valiosas para futuros procesos electorales en el país y en la región.

Se espera identificar los principales temas éticos que influenciaron la percepción de los ciudadanos ecuatorianos durante las elecciones presidenciales del 2023 y determinar cómo estos afectaron el resultado electoral. Asimismo, se espera contribuir al conocimiento sobre la importancia de las dimensiones éticas en la percepción política y electoral en Ecuador y en otros contextos similares.

Se espera que los resultados de esta investigación puedan servir como base para futuros estudios sobre ética política y percepción ciudadana en contextos electorales. Además, se espera que estos resultados puedan ser útiles para mejorar la calidad de la democracia en Ecuador y en otros países de la región.

### **1.3 Justificación**

Las dimensiones éticas en la comunicación política durante las elecciones presidenciales de 2023 son esenciales para preservar la legitimidad del proceso democrático. La integridad en la comunicación política implica la transmisión de información veraz y transparente, evitando la difusión de noticias falsas o desinformación que pueda distorsionar la percepción pública y perjudicar la toma de decisiones informada de los ciudadanos.

Es esencial resaltar que la participación activa y ética de los actores políticos, incluyendo candidatos y partidos, en la esfera pública de comunicación contribuye significativamente a la restauración de la confianza en las instituciones democráticas. Este aspecto se vuelve aún más crucial en un contexto donde la desconfianza hacia la política y las instituciones puede erosionar la estabilidad y eficacia del sistema democrático.

La responsabilidad de los medios de comunicación también desempeña un papel fundamental en este proceso. Su compromiso con la veracidad, imparcialidad y presentación equitativa de las diversas perspectivas políticas es esencial para brindar a los ciudadanos una cobertura informativa que les permita formar opiniones informadas y participar de manera activa en el proceso electoral.

Los ciudadanos son los principales beneficiarios de una comunicación política ética, ya que les proporciona la base necesaria para tomar decisiones informadas al ejercer su derecho al voto. Además, los candidatos y partidos políticos que adoptan prácticas éticas pueden construir una reputación sólida y generar la confianza del electorado, lo que resulta beneficioso tanto para ellos como para el sistema democrático en su conjunto.

En última instancia, el impacto deseado de estas dimensiones éticas en la comunicación política durante las elecciones presidenciales de 2023 es contribuir a una democracia más robusta y cohesiva. Una comunicación política ética no solo fortalece la legitimidad del proceso electoral, sino que también sienta las bases para un gobierno más transparente, responsable y representativo, reflejando así los principios fundamentales de la democracia.

## **1.4 Objetivos de investigación**

### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar las dimensiones éticas aplicadas en la comunicación política en las elecciones presidenciales en Ecuador en el 2023.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Fundamentar teóricamente las dimensiones éticas que debe cumplir una campaña de comunicación política presidencial.
- Determinar el cumplimiento de principios éticos aplicados en la comunicación política de las campañas presidenciales en los candidatos del 2023.
- Identificar los principios y dimensiones éticas que deben cumplir los candidatos en sus campañas políticas desde las normativas nacionales e internacionales.

## **1.5 Hipótesis**

Se hipotetiza que en un contexto político altamente polarizado, la intensa competencia entre candidatos y partidos puede ser un terreno propicio para prácticas comunicativas que plantean cuestionamientos éticos. La lucha por destacarse en medio de la polarización puede llevar a estrategias que buscan influir en la percepción pública de manera agresiva. En el ámbito de las estrategias políticas, la desinformación y la difamación pueden surgir

como herramientas para obtener el apoyo de los votantes. Este comportamiento puede dar lugar a un aumento en la desinformación, que se manifiesta a través de la propagación de noticias falsas y la manipulación de los hechos para influir en la opinión pública, el uso de tecnologías avanzadas, como la edición de imágenes y videos, puede ser más frecuente, lo que plantea importantes dilemas éticos en cuanto a la veracidad de la información durante la campaña electoral.

La creación de perfiles falsos en las redes sociales es otra preocupación que podría aumentar en un entorno político polarizado. La fabricación de identidades ficticias con el propósito de influir en la opinión pública puede comprometer la integridad del proceso electoral al distorsionar la percepción de la realidad y generar desconfianza en la información en línea.

Además, la polarización política extrema puede fomentar un discurso divisivo y una falta de respeto en la comunicación política. Las campañas pueden centrarse más en desacreditar al oponente que en presentar propuestas y argumentos fundamentados en hechos. Esto no solo contribuye a la degradación del debate democrático, sino que también puede intensificar la polarización y la hostilidad entre los ciudadanos.

## **2 CAPÍTULO II. – MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES**

Las redes sociales se han convertido en una herramienta crucial en las estrategias electorales, influenciadas por el concepto de *affordance*, que considera tanto las características tecnológicas como el entorno sociocultural y las preferencias de los usuarios. Esta interacción ha transformado el uso de las redes, desde la coordinación política hasta tácticas de ataque ideológico, especialmente cuando están influenciadas por el poder económico y político, y las estrategias de comunicación se vuelven más sofisticadas. Ejemplos notables incluyen el impacto de Twitter en España durante las protestas y el surgimiento de Podemos, el empleo de algoritmos en Facebook en la campaña de Donald Trump, y el uso de aplicaciones de redes sociales en Brasil durante las elecciones. (Lizán, 2019)

Las elecciones presidenciales y la consulta anticorrupción son el escenario idóneo para examinar tanto la comunicación política digital como el manejo tradicional de la propaganda publicitaria. En un proceso de construcción social que permite la interacción entre la realidad presente y diversos imaginarios, lo que configura nuestras percepciones del mundo y, por ende, influye en nuestras conductas. Se hace referencia a varios estudios que han demostrado cómo los mensajes pueden moldear la percepción y el juicio de las personas, especialmente en temas cruciales como la elección del presidente en Colombia en el año 2018, en un contexto de democracia participativa.

Según comentan (Ribero & Pedreros, 2018) la importancia de la comunicación política en el contexto contemporáneo, se centra en el impacto de las redes sociales y los medios digitales en la formación de la opinión pública y la toma de decisiones políticas.



En España ha habido casos de financiación irregular de partidos políticos durante las elecciones, lo que ha generado escándalos y cuestionamientos sobre la transparencia y la ética en el financiamiento político, de acuerdo a lo que dice (Dader & Eva Campos, 2011) la campaña electoral de noviembre de 2011 en España demostró la integración total de Internet como una herramienta cotidiana de comunicación política. Sin embargo, el uso de recursos online por parte de los actores políticos no ha superado a los medios de comunicación tradicionales en términos de intensidad o seguimiento. En comparación con la experiencia de las elecciones presidenciales estadounidenses de 2008, donde se combinaron tecnologías modernas con formas de impacto mediático tradicional y creación de comunidades interpersonales, la utilización de las nuevas tecnologías en las elecciones españolas de 2011 ha sido más conservadora. Esto puede atribuirse al entorno de crisis económica y un electorado aparentemente decidido de antemano. Los partidos políticos desplegaron una amplia gama de recursos durante la campaña, pero en su mayoría se utilizaron como complemento a la atención mediática convencional.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1 Dimensiones éticas en la comunicación política**

Al abordar las dimensiones éticas en la comunicación política en Ecuador en el 2023 es necesario tomar el tema con cuidado, tal y como lo ha hecho (Jürgen Habermas, 2007) en el cual se destaca la importancia de un diálogo público basado en la honestidad y la transparencia, la ética de la comunicación política se centra en los principios morales que deben guiar la conducta de los actores políticos y comunicadores durante las campañas electorales.

La importancia de las dimensiones éticas en la comunicación política es indiscutible en el ámbito de la ciencia política y la comunicación. En la era actual, donde la información y las redes sociales son pilares en la formación de opiniones y decisiones políticas, la ética en la comunicación política cobra aún más relevancia. Esta dimensión ética implica consideraciones más allá de la simple difusión de mensajes políticos, abarcando aspectos como la honestidad, la apertura, el respeto a la diversidad de pensamientos y la protección de la privacidad de los individuos.

Uno de los principales desafíos éticos en la comunicación política moderna radica en el uso responsable de las herramientas digitales y las redes sociales. Si bien estas plataformas ofrecen oportunidades sin precedentes para la participación ciudadana y la difusión de información, también pueden ser fácilmente manipuladas para la desinformación, la difamación y la polarización. En este sentido, los actores políticos y los comunicadores tienen la responsabilidad ética de garantizar la veracidad y la imparcialidad de la información que difunden, así como de proteger la integridad del proceso democrático.

Otro pilar esencial de la ética en la comunicación política es el respeto hacia la dignidad humana y los derechos fundamentales de los ciudadanos. Esto implica evitar el uso de discursos que promuevan el odio, la difamación personal o la manipulación emocional con el fin de obtener ventajas políticas. Los comunicadores políticos deben promover un diálogo público basado en el respeto mutuo, la tolerancia y la promoción del bienestar colectivo, evitando cualquier forma de manipulación o presión que pueda socavar la autonomía y la dignidad de las personas.

Asimismo, la ética en la comunicación política también incluye la responsabilidad de los medios de comunicación y los periodistas en la cobertura de los asuntos políticos. Los medios tienen la obligación ética de informar de manera imparcial y equitativa, proporcionando a los ciudadanos una visión completa y variada del panorama político. Esto implica rechazar el sensacionalismo, la parcialidad y el amarillismo, al mismo tiempo que se asegura la independencia editorial y se defiende la libertad de expresión.

### **2.2.2 Era digital**

La llegada de la era digital ha provocado una transformación completa en la manera en que nos relacionamos, comunicamos y comprendemos nuestro entorno. Desde la introducción de internet hasta la expansión de dispositivos móviles y plataformas de redes sociales, la digitalización ha influido en todos los ámbitos de la vida moderna. Este cambio ha abierto nuevas posibilidades, pero también ha presentado importantes desafíos en lo que respecta a la privacidad, la seguridad y la igualdad en el ámbito digital.

Así mismo, la teoría de la ética de la información de (Luciano Floridi, 2020) que sirvió como inspiración en el abordaje de esta problemática donde explica las discusiones sobre la ética digital que proporcionan un marco para comprender cómo las tecnologías digitales afectan la ética en la comunicación política.

La rápida progresión de la tecnología digital ha inaugurado una época de conectividad sin precedentes, donde las fronteras geográficas y culturales se desdibujan en gran medida. Este fenómeno ha dado lugar a un flujo constante de información y conocimiento, facilitando la colaboración global y el intercambio de ideas. No obstante, también ha planteado cuestionamientos sobre la autenticidad y veracidad de la información en un entorno marcado por la difusión de noticias falsas y la manipulación de datos.

La era digital ha democratizado el acceso a la información y ha fortalecido a individuos y comunidades en todo el mundo. A través de plataformas en línea y redes sociales, las voces previamente marginadas ahora pueden hacerse oír y las causas sociales pueden obtener una visibilidad a una escala sin precedentes. Sin embargo, esta democratización digital no ha sido uniforme, y persisten brechas significativas en cuanto al acceso a la tecnología y la alfabetización digital.

### **2.2.3 Comunicación ética**

La comunicación ética es esencial para establecer relaciones de confianza y respeto con colegas, clientes y público en general. Esto implica ser veraz y transparente en la presentación de información, respetar la privacidad y confidencialidad de la información, y evitar la manipulación o distorsión de los hechos con fines particulares. Una comunicación ética en el ámbito profesional no solo contribuye a la reputación y la imagen de una organización o individuo, sino que también fomenta un ambiente de trabajo saludable y colaborativo.

La teoría deliberativa de la democracia, desarrollada por (Amy Gutmann y Dennis Thompson, 2016), aborda cómo la comunicación ética puede fomentar el diálogo constructivo en la esfera pública. La ética en la comunicación política también se relaciona con la promoción de la participación ciudadana informada y el respeto por la diversidad de opiniones.

La ética en la comunicación desempeña un papel esencial en fomentar un intercambio constructivo de ideas, un debate fundamentado y una toma de decisiones consciente. Esto implica mostrar respeto por la diversidad de opiniones, evitar la difusión de información

falsa o engañosa, y fomentar el respeto mutuo y la empatía en nuestras interacciones sociales.

La comunicación ética constituye un principio básico que debe orientar nuestras relaciones en todas las áreas de la vida. Propugna por la honestidad, la transparencia y el respeto hacia los demás, aspectos fundamentales para el funcionamiento efectivo de la sociedad y el crecimiento personal y profesional de las personas.

#### **2.2.4 Ética normativa**

Las teorías de la ética normativa, como el utilitarismo, el deontologismo y la ética de la virtud, pueden proporcionar enfoques para la creación de estándares éticos en la comunicación política. La regulación ética tiene como objetivo establecer directrices y límites para asegurar prácticas justas y éticas durante los períodos de campaña electoral.

Comprender las consecuencias éticas a largo plazo implica analizar cómo las prácticas éticas o no éticas durante el proceso electoral pueden afectar la confianza ciudadana y la estabilidad política. Teóricos como (John Rawls, 2006) y su teoría de la justicia pueden proporcionar un marco para discutir las implicaciones éticas a largo plazo de las decisiones políticas.

Una de las perspectivas más destacadas en la ética normativa es el deontológico enfoque deontológico, que sostiene que ciertas acciones poseen un valor intrínseco de corrección o incorrectitud, independientemente de las consecuencias que puedan derivarse de ellas. En síntesis, este enfoque se enfoca en el deber moral y en el cumplimiento de las obligaciones éticas, en lugar de evaluar las acciones exclusivamente por sus resultados. De acuerdo con lo señalado por (Gordón, 2021) esta perspectiva ética fue desarrollada

por filósofos como Immanuel Kant, quien argumentó que la moralidad de una acción reside en su concordancia con el deber moral, el cual se expresa a través de principios como el imperativo categórico.

Por otro lado (Diamantino, 2012) indica que la ética normativa también incluye perspectivas de consecuencias, que evalúan la moralidad de las acciones en función de sus resultados o consecuencias. Según estos enfoques, una acción es moralmente correcta si produce el mayor bienestar o felicidad posible para el mayor número de personas incluyen el utilitarismo, desarrollado por filósofos como Jeremy Bentham y John Stuart Mill, que sostiene que debemos buscar maximizar la utilidad o el bienestar total en nuestras acciones.

### 3 CAPÍTULO III. – METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

Para analizar las dimensiones éticas en la comunicación política durante las elecciones presidenciales en Ecuador en 2023, es necesario emplear dos tipos de investigación, de las cuales son la investigación cualitativa y la investigación cuantitativa al fusionar este tipo de investigación se obtendrá una investigación mixta.

**Investigación cualitativa.** - Según (Balcázar Nava; Patricia Gonzales & Arratia López, 2013), en los últimos 25 años, ha surgido como un nuevo enfoque en las ciencias sociales como respuesta a las vivencias de individuos y comunidades que, aunque no pueden cuantificarse, contribuyen al entendimiento de la experiencia humana y los fenómenos sociales. En este contexto, disciplinas como la Antropología, la Psicología y la Educación son aquellas donde se ha observado un mayor desarrollo de métodos y técnicas asociadas a este paradigma.

Se utilizará esta investigación para realizar entrevistas, analizar las campañas de los candidatos (Luisa Gonzales y Daniel Noboa) y examinar los casos de las dimensiones éticas en la comunicación política.

**Investigación cuantitativa.** - Desde el punto de vista de (Juan Carlos Argibay, 2009), la dimensión del grupo de participantes está directamente ligada al concepto de significación estadística y a nuestra capacidad para confirmar o refutar las hipótesis planteadas en nuestras investigaciones

Se aplicará esta investigación para desarrollar entrevistas a unos licenciados sumergidos en el campo de la comunicación política para cuantificar la percepción pública sobre la ética en la comunicación política, analizar los datos sociales y electorales.

**Metodología deductiva.** - Como opina (Mariana Pagot, 2003), la deducción es como un tipo de razonamiento en el cual la verdad de la conclusión está asegurada cuando se parte de proposiciones verdaderas. La veracidad de la conclusión se logra cumpliendo dos condiciones: la verdad de las premisas y la validez de la inferencia.

Esta metodología se utiliza para razonamientos lógicos para poder deducir lo que se va a investigar y demostrar recopilando datos mediante la técnica de la entrevistas para comprobar la veracidad.

**Metodología descriptiva.** – Se centran en describir un fenómeno o situación específica, señalando sus características más destacadas o distintivas (Frank Morales, 2020).

Se empleará este enfoque para describir y analizar información detallada y precisa utilizando la técnica de la entrevistas.



### 3.2 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operalización de variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM/ INSTRUMENTO
<b>INDEPENDIENTE</b> Dimensiones éticas	La dimensión ética es reconocida como valoraciones, significados e interpretaciones éticas que incluyen valores morales, inmersos en el proceso de investigación científica, lo cual se materializa en su formación como investigadores y como normas a cumplir en el ejercicio docente.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Justicia</b></li> <li>2. <b>Responsabilidad</b></li> <li>3. <b>Respeto</b></li> <li>4. <b>Veracidad</b></li> <li>5. <b>Autonomía</b></li> </ol>	<p><b>Comunicación ética.</b></p> <p><b>Ética normativa.</b></p>	<b>análisis</b>
<b>DEPENDIENTE</b> Comunicación política	La comunicación política es el área de la ciencia política, que se ocupa de la producción, difusión y diseminación de los efectos de la información, tanto a través de los medios de comunicación masiva, cuanto de los interpersonales, en un contexto político.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Imagen publica</b></li> <li>2. <b>Discurso político</b></li> <li>3. <b>Opinión publica</b></li> <li>4. <b>Redes sociales</b></li> <li>5. <b>Liderazgo</b></li> </ol>	<p><b>Dimensiones éticas en la comunicación política.</b></p> <p><b>Era digital.</b></p>	<b>análisis</b>

Realizado por: Gandary Mite (2024)

### **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1 Población**

La población utilizada en la investigación se centra en los profesionales en la comunicación de la provincia de Los Ríos, con un total de 34 medios tradicionales (15 radios, cuatro canales de televisión, 9 medios digitales verificados, y tres medios de prensa escrita)

#### **3.3.2 Muestra**

De un total de 34 medios tradicionales se seleccionaron a 6 licenciados en comunicación ubicados en la provincia de Los Ríos, de la cual ayudará en la comprensión de los mensajes y tener una clara percepción de los candidatos del Ecuador.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de medición**

#### **3.4.1 Técnicas**

**Entrevistas.** – Una entrevista es un encuentro entre dos o más personas en el que una parte, el entrevistador, hace preguntas para obtener información de la otra parte, el entrevistado (Denzin & Lincoln, 2015).

Se examinará y empleará con el propósito de derivar conclusiones, reconocer patrones, tomar decisiones fundamentadas y validar las hipótesis de investigación.

#### **3.4.2 Instrumentos**

**Formulario de entrevista.-** es un documento estructurado que se utiliza para recopilar información de manera organizada durante una entrevista. Este formulario suele contener preguntas específicas que el entrevistador hace al entrevistado, con el objetivo de obtener datos relevantes sobre un tema o situación particular (Andrés Ortiz, 2005).

Se utilizará para asegurar que la información sea estructurada y ordenada.

### 3.5 Procesamiento de datos

*Tabla 2. Preguntas utilizadas en la entrevista.*

<b>Entrevista</b>	
<b>ITEM</b>	<b>OPCIONES</b>
<b>1. NOMBRE</b>	<b>RESPUESTA ABIERTA</b>
<b>2. ¿Cuál ha sido su trayectoria en el ámbito de la comunicación?</b>	<b>RESPUESTA ABIERTA</b>
<b>3. ¿Qué opinión le merece la forma de cómo se ejerce la comunicación política en el País?</b>	<b>RESPUESTA ABIERTA</b>
<b>4. Desde su experiencia profesional ¿considera que se puede ejercer éticamente la comunicación en temas políticos?</b>	<b>RESPUESTA ABIERTA</b>
<b>5. El Ecuador vivió recientemente un proceso de elecciones en el que resultó ganador el presidente Daniel Noboa desde el punto de vista de la comunicación, ¿considera que se manejó éticamente los mensajes emitidos por el candidato hacia los ciudadanos?</b>	<b>RESPUESTA ABIERTA</b>

*Realizado por Gandary Mite (2024)*

### 3.6 Aspectos éticos

Los aspectos éticos en las dimensiones éticas de la comunicación política durante el proceso de elección presidencial son fundamentales para garantizar un proceso transparente y justo.

Algunos de los aspectos éticos, incluyen:

- **Veracidad y Honestidad.** - Es esencial que la comunicación política sea veraz y honesta, los candidatos y sus equipos deben proporcionar información precisa y no distorsionar hechos con el objetivo de engañar a la opinión pública.
- **Respeto por la Diversidad de Opiniones.** - La comunicación política ética debe respetar la diversidad de opiniones y evitar la difamación o descalificación injusta de otros candidatos, se debe fomentar un debate respetuoso que permita a los ciudadanos tomar decisiones informadas.
- **Equidad en el Acceso a los Medios.** - Todos los candidatos deben tener acceso equitativo a los medios de comunicación. La parcialidad en la cobertura mediática puede distorsionar la percepción pública y afectar negativamente la integridad del proceso electoral.
- **Financiamiento Transparente:** La financiación de las campañas políticas debe ser transparente y estar sujeta a regulaciones éticas, la opacidad en el financiamiento puede dar lugar a prácticas corruptas y socavar la confianza en el proceso electoral.
- **Respeto por las Instituciones Democráticas:** Los candidatos deben respetar y acatar las instituciones democráticas y el proceso electoral, cualquier intento de socavar la integridad de las elecciones va en contra de los principios éticos de la comunicación política.
- **Inclusividad y Representación:** La comunicación política ética debe trabajar en la inclusión y la representación de la diversidad presente en la sociedad, evitando cualquier discurso que fomente la discriminación o la exclusión de ciertos grupos.
- **Promoción de la Participación Ciudadana:** Los aspirantes políticos éticos deben promover la participación activa y consciente de la ciudadanía. Esto implica

ofrecer información transparente y de fácil acceso acerca de sus propuestas políticas y compromisos.

Prestar atención a estos aspectos éticos ayuda a desarrollar una comunicación política que consolide la integridad del proceso electoral y fomente la confianza de la ciudadanía en la democracia.

Durante el proceso de elección presidencial, las dimensiones éticas en la comunicación política adquieren una importancia crucial. En este contexto, la integridad, la transparencia y el respeto por la verdad son aspectos éticos fundamentales que deben prevalecer. Los candidatos, partidos políticos y medios de comunicación desempeñan un papel esencial en la formación de la opinión pública, por lo que es imperativo que sus mensajes sean veraces y éticamente responsables. El manejo ético de la información, la no manipulación de hechos y la promoción de un diálogo respetuoso contribuyen a fortalecer la confianza de la ciudadanía en el proceso democrático y en las instituciones.

Además, para asegurar la integridad ética en la comunicación política durante los comicios presidenciales, es crucial considerar la equidad en la cobertura mediática, el respeto a la diversidad de puntos de vista y la salvaguardia de la privacidad de los candidatos. Es fundamental resaltar la importancia de los elementos éticos que impactan en diversas áreas. La transparencia al presentar información, el reconocimiento de la variedad de opiniones y la veracidad al difundir mensajes son componentes éticos esenciales. Del mismo modo, la responsabilidad en el manejo de datos personales y la reprobación de prácticas engañosas contribuyen a establecer un entorno ético en la comunicación política. La honestidad y la integridad al exponer propuestas y argumentos

refuerzan la confianza de los votantes, promoviendo así un proceso electoral basado en principios éticos que resguardan la solidez del sistema democrático.

#### **4 CAPITULO IV. – RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

##### **4.1 Resultados de las entrevistas**

###### **1er. ENTREVISTADO: LICENCIADO DANIEL SANDOVAL**

###### **1. Pregunta**

Al inicio comencé desarrollando un trabajo de entrevistas especializadas, también he trabajado en radio, televisión, reportero, jefe de piso, director de noticias luego de este paso en los medios de comunicación me he dedicado a trabajar en la comunicación desde la parte organizacional, relacionista público, entidades del ministerio de educación económica social, nacional electoral, y en algunas ocasiones como director del municipio de Babahoyo, campañas electorales tanto como políticas e instituciones y la mayoría hemos sido victoriosos. En la actualidad trabajo en la asamblea electoral en el despacho del doctor Camilo Salinas.

###### **2. Pregunta**

Como opinión personal por la formación que he tenido, porque me he dedicado a la comunicación me he capacitado en comunicación política y por último en la comunicación política digital. Y siempre he visto el desenlace que han tenido los periodistas, en el desenlace me refiero porque han tenido complicaciones al momento de poder desarrollar su trabajo en la actualidad. Porque antes se cumplían otros roles con la misma mecánica de la comunicación y además por el mismo proceso que hay que desarrollar.

Pero ahora como los comunicadores tienen una fuente especial como lo son, las redes sociales y todo lo que tiene que ver con los medios digitales. Así mismo como tenemos más accesos a estos medios para poder transmitir los mensajes. De la misma manera existen miles de personas que no son tituladas, que no son certificadas y que no han sido profesionalizadas, que no siguen los medios digitales aprobados y se dejan llevar por opiniones que no han sido verificadas.

### **3. Pregunta**

Es muy difícil plantearlo desde el punto que la comunicación tiene un rol específico y la política también tiene su rol específico. En el caso de los comunicadores o de las personas que están trabajando para la política actualmente, y con la seriedad que lleva el caso que hay que tomar en las decisiones y en sincerarnos con la comunidad, porque el periodista sabe que tiene que desarrollar y extrapolar las extra virtudes de un sujeto en una persona que nosotros queremos llevar a la ciudadanía.

Todo esto tiene que ver con la ética. La ética si se puede manejar, porque debemos basarnos en datos que sean reales, demostrar las virtudes del conglomerado político y que pueden ser poco manipuladas y que no sean de fiar para llegar a un sector colectivo. En el caso de la secretaria de comunicación que nosotros llevamos como movimiento CONSTRUYE en la provincia de Los Ríos, somos partidos de un movimiento decente del cual estipula que no somos partidarios ni de la izquierda ni de la derecha. Que tenemos una práctica que se apega más a la ideología ciudadana.

### **4. Pregunta**

Cada grupo político por historia, desde la más antigua, siempre hemos tomado decisiones políticas, y cuál es el tema de la política, es el poder del convencimiento de que nuestra

ideología y que nuestros propósitos se conviertan también en los anhelos de la ciudadanía. Daniel y su equipo tenían un escenario adverso que era obviamente por el tema del correísmo, entonces ellos lograron lo que era impensable. Lograron lo que se consideraba imposible, ganar una elección teniendo un partido que estaba en auge, a un partido político que estaba en teoría en alto.

## **2do. ENTREVISTADO: LICENCIADA NATHALY QUIÑONEZ**

### **1. Pregunta**

Empecé mis pasantías en el año 2017, en el medio radial Libre cuya frecuencia sigue siendo 93.9 Fm, aprendiendo así las bases necesarias para continuar el camino difícil de la comunicación. Posteriormente cuando la pandemia sacudió el mundo, incursioné en el manejo de redes sociales como Community Manager de diferentes locales comerciales, y a la vez aportaba mi voz en anuncios y publicidad radial de diferentes medios de Los Ríos.

Luego de esto y cuando la pandemia parecía apaciguarse, aperturé mi medio digital, no teniendo el éxito deseado por tener varias actividades a la vez cómo ser mamá, cerré la página digital y empecé a trabajar en otra radio babahoyense ‘‘Life 99.5’’ ocupando el lugar de Coordinadora de Noticias en los noticieros. Luego de esto actualmente me desempeño como CM de diferentes marcas y asesora política.

### **2. Pregunta**

Cada vez el término "Comunicación política" se ha visto empañado por intereses personales que impiden a la ciudadanía ver la realidad de cómo es o no un candidato, o cómo ejerce el cargo para el cual ha sido elegido. Sin embargo es algo que se espera que no se dé en todos los casos, pero que seguramente tenga continuidad o permanencia.



### **3. Pregunta**

Muy personalmente considero que la política es algo que no se puede manejar siempre de manera ética de parte del candidato, pero el comunicador sí podría hacer su mayor intento por omitir situaciones no favorables para la persona, partido o movimiento del cuál informa o al cual asesora. Pese a que la brecha de opiniones puede ser amplia o polémica... Siempre habrá algo que la ciudadanía no verá, algo que jamás dicen o dirán.

### **4. Pregunta**

Más que éticamente, fue muy conveniente el tipo de mensaje y discurso que se emitió hacia la ciudadanía. Al igual que todos los candidatos, más a profundidad se podrá responder después de que haya terminado su tiempo en la presidencia, para poder a su vez comparar el discurso, lo ofrecido y lo que haya cumplido a la nación.

## **3er. ENTREVISTADO: LICENCIADO JORDY ANGAMARCA**

### **1. Pregunta**

El gusto por la comunicación nace desde muy temprana edad cuando cursaba mi primaria, siempre tenía el gusto por la Cámaras, los micrófonos, consolas y aparatos que, de una u otra forma van ligadas a la comunicación. Y es así conforme pasaron los años y ligué lo antes mencionado con una profesión como fue la comunicación.

### **2. Pregunta**

La comunicación política se ha vuelto cada vez más manipuladora y polarizante, lo cual dificulta el debate democrático y la búsqueda de consensos. La comunicación política es una herramienta fundamental en la democracia moderna, ya que permite a los líderes políticos y a los partidos transmitir sus ideas, propuestas y mensajes a la ciudadanía. Sin

embargo, la forma en que se ejerce la comunicación política a menudo puede ser manipulativa, engañosa e incluso perjudicial para la sociedad.

Muchos políticos y partidos recurren a la desinformación, la propaganda y las mentiras para influir en la opinión pública y obtener votos, lo que puede socavar la confianza en la política y en las instituciones democráticas. Además, la comunicación política a menudo se centra más en la imagen y el espectáculo que en los problemas y necesidades reales de la ciudadanía, lo que puede llevar a un distanciamiento entre los políticos y los ciudadanos.

Es importante que los líderes políticos y los partidos sean transparentes, honestos y respetuosos en su comunicación con la ciudadanía para fortalecer la democracia y promover un debate político saludable y constructivo.

### **3. Pregunta**

Sí, considero que se puede ejercer éticamente la comunicación en temas políticos. La ética en la comunicación política implica ser honesto, transparente y respetuoso en la transmisión de información. Así como también, evitar la manipulación, la difusión de rumores falsos y la desinformación.

Es importante que los comunicadores políticos actúen con responsabilidad y busquen siempre la veracidad y la objetividad en sus mensajes, para contribuir a un debate público sano y constructivo.

### **4. Pregunta**

Para determinar si la comunicación del candidato Daniel Noboa durante las elecciones se manejó éticamente, es importante analizar varios aspectos. En primer lugar, es

fundamental evaluar si los mensajes emitidos por el candidato fueron veraces y transparentes, evitando la desinformación o la manipulación de la verdad. Y sí, así lo fue; uno de los candidatos que fue pensativo y no fue a atacar sino a proponer a la ciudadanía su plan de trabajo que efectivamente se ha visto hasta ahora que lo está realizando.

Además, se debe considerar que el candidato si respetó a sus adversarios políticos y evitó la difamación y la descalificación personal en sus mensajes. Es importante que la comunicación política se base en propuestas y argumentos sólidos, y se evite recurrir a ataques personales o descalificaciones. En resumen, la comunicación del candidato Daniel Noboa durante las elecciones se manejó éticamente. Podemos considerar que la comunicación del candidato fue ética.

#### **4to. ENTREVISTADO: LICENCIADA BELLA PAREDES**

##### **1. Pregunta**

Actualmente ya llevo 4 años en el periodismo de manera independiente a través de mi página de Facebook. Empecé con noticias de redacción pero comencé a agarrar confianza y a transmitir en vivos, siendo mi fuerte los relatos de crónicas y también las entrevistas a emprendimientos. Pero por razones diversas pues casi ya deje de andar en territorio y comencé a enfocarme en ciertas fortalezas que yo ya tenía, entre ellas mi habilidad de comunicación y también para hablar.

Entonces ahí cree en mi segmento la exclusiva, que trata de entrevistas a personajes público y entrevistas a emprendedores, que a través de su acción nos aporta cosas positivas como ejemplo el realce a su comunidad, como contribuye a la sociedad o simplemente proyectos o acciones que estas personas hagan y se consideren representativas de alguna manera. Entonces me quede con mi fortaleza que son las

entrevistas que considero las manejo muy bien, por el cual recibí incluso reconocimiento; como son las entrevistas a personajes públicos. Y lo importante es resaltar siempre, me considero y caracterizo por dar siempre lo mejor en el lugar donde yo crecí y nací como es mi parroquia Barreiro.

## **2. Pregunta**

Bueno, la comunicación política que también la he hecho y la hago, una vez que uno entra al periodismo digital. Tienes que abarcar todo el abanico en general, prácticamente porque te manejas más por las demandas de las noticias y eso puede ser que esta semana la agenda sea de las principales crónicas. Por ejemplo, en estos momentos tenemos el tema del invierno entonces, los temas principales son las inundaciones y afectaciones y obviamente con el tiempo político también se convierte la noticia en un tema importante y relevante, que se debe llevar en cada medio. Sobre todo, si es un medio actualizado que este informando de todo los acontecimientos, desde la política nacional.

Y haciendo un pequeño englobado de la experiencia que tengo en la provincia de los ríos, es que lamentablemente si se tienen que decir, que muy pocos medios manejan una versión independiente de lo que es política. Porque dependen de los pautajes que se dan con estas mismas personas, y resulta que una vez que manejan un pautaaje con un político que es una buena fuente de ingresos, es mayor la comunicación ya sea digital o tradicional (radio o periódico), que se aprovechan mucho en la temporada política. Entonces esto te limita a informar las cosas como son y comienza a ponerse el peso de la balanza a un solo lado, dependiendo el pago de lo que hace un político.

Porque lamentablemente el periodismo ya no se puede realizar como se realizaba años atrás. O como yo que crecí con la idea, de que se podía ser periodista independiente o

libre, primero porque la situación política social y la seguridad no te lo permiten como persona. A pesar de que somos periodistas tenemos una pasión, tenemos una vocación, así mismo somos personas que hacemos esta vocación como un trabajo entonces, a veces la necesidad de querer llevar sustento al hogar y la necesidad de querer mantenerte estable en un medio de comunicación hace que mucho de ellos vendan su opinión.

Al recibir con los puntajes de los políticos y que ellos también aprovechen esta situación de dependencia y economía a través de ellos hace que limiten a que los periodistas desarrollen información, entonces tú hablas mal de un político o digas algo que al político no le agrada, no tendrás apoyo de esa persona. Y en los tiempos de la actualidad, lamentablemente ningún medio o una persona que depende 100% del periodismo no quieren perder de pronto esta entrada de ingreso, que de pronto no lo puede tener con un auspiciante de un comercio.

### **3. Pregunta**

Considero que si se puede realizar un trabajo ético con respecto a la política, pero como ya te mencioné el periodista que decide hacer este tipo de cosas, que incluso yo lo he hecho. Y desde mi experiencia te cuesta que se te cierren puertas porque esta es la sociedad en la que vivimos actualmente, y si esta es la situación de nuestra capital fluminenses que es un cantón o una provincia pequeña, no me imagino como es en el guayas o en Quito donde prácticamente están relacionados con los medios nacionales.

Donde te hablan de miles de dólares para un pauta, entonces si aquí muchas veces te quieren vender lo que tú hablas o te expreses por 300, 200 o 400 dólares a lo mucho, y la mayoría de ocasiones lo muy mínimo porcentaje de dinero. Y te quieren callar o te

prohíben que digas ciertas cosas, algunos de ellos te prohíben que hables con otros partidos políticos y se han limitado en el desarrollo del periodista.

A que crezcamos y aquellos que queremos hacer las cosas de una manera independiente, nos limitan mucho en el desarrollo económico y social. Ya que si tú no estás a favor a de un político o no estas a favor de acciones políticas que se ha ejercido, simplemente te pueden tomar como un enemigo. Ya que los medios de comunicación, son voces y les importa mucho lo que uno dice y por ende te quieren tener controlado en todo lo que se informa.

Y cuando alguien informa algo que aparentemente está mal ante sus ojos pero, es una realidad en la sociedad comienzan a cuestionarlo, comienzan a supuestamente a desmentirlo o comienzan a hablar mal de la profesión del periodista para con esa opinión poder tratar de opacar o a hacer quedar mal al profesional. Y como la gente lamentablemente esta cegada a través de las redes, entonces el fanatismo por ciertos partidos por tilicos a veces también vuelve ciega a las personas en el sentido de su dependencia para poder analizar las cosas.

Cuando se hay esa afinidad de la ciudadanía que no han tenido estudios superiores, piensan que todo lo que está mal para ellos este bien, comienzan a defender y a aceptar las acciones que dice ese personaje político y eso también te trae consecuencias a la imagen de tu persona como periodista y esas, son unas consecuencias muy grandes. Quienes se arriesgan tienen consecuencias pero no es imposible hacerlo y algún día ser recompensado.

#### **4. Pregunta**

Te comento, Daniel Noboa llegó a ser presidente gracias a un debate donde prácticamente el Ecuador se sorprendió, pero no era el seleccionado por casi nadie a nivel nacional. Entonces durante todas sus campañas Daniel era ignorado por el resto de los partidos que ya tenían su partido establecido por años, y con una mayor fuerza notoria a nivel del país.

Resulta que cuando Daniel Noboa causa un gran impacto en el primer debate, las estrategias de las campañas cambian; antecedentes, defectos y cosas similares, en las cuales ya pasaba con otras campañas que parecían amenazas. Pero nadie se esperaba que Daniel Noboa se eleve en aceptación a nivel nacional, lo que provocó que todos los bombardeos se direccionaran hacia él, y ¿Qué demostró eso? Demostró que a nivel nacional siempre se ha dado una política sucia, una política no manejada ni desarrollada desde una perspectiva de la verdad.

Los políticos no se enfocan en proyectos sino que se enfocan en achacar, y se levanta por así decirlo sobre los cadáveres de otros políticos, que una vez que lo han acabado con palabras, con videos, con falsos rumores, o buenos rumores que sean ciertos o verdad. Y esa es la manera de hacer campañas aquí en el Ecuador.

No me parece ético que esa sea la manera de que se lleve una voz al país, los políticos deben enfrascarse en sus propios proyectos, no hablar de los candidatos anteriores o decir no puedo, sino enfocarse en la realidad social en la que vivimos y en las situaciones que se tienen que dar.

Desde ahí se entiende que los políticos manipulan lo que es la opinión del pueblo, tratan de persuadir y no miden consecuencias. Porque no les cuesta sacar o hablar algo de un contrincante de urnas, así sea, sobre su imagen, familia o trabajos. Siempre cada político

quiere quedar como lo mejor, el más digno, el más justo, entre otras cosas, pero resulta que cada uno de ellos tiene sus propios defectos, y lo que no se vale es que se juegue con la mente de nuestros hermanos ecuatorianos. Sobre todo, los que están en el sector rural que son la principal fuente para el desarrollo de este país; que es el comercio, entonces resulta que con ellos es que les sirve la manipulación de darles algo, de regalar algo para llamar la atención y tener cercanía. Y que una vez estando en el poder dejarlo en el olvido.

No me parece correcta la manera en cómo se maneja la política en el país, en lo personal creo que la política que manejo Daniel Noboa si es una campaña de las más dignas de ser aplaudidas, ya que su campaña de antes del debate fue una campaña limpia. No se dedicó a criticar ni achacar a nadie, creo yo que a la ciudadanía eso también le impulso para tenerle credibilidad. Que de pronto no fue un chico que demostró lo que podía ser o lo que quería hacer, lo que era capaz en el lugar y en el momento exacto. Y eso costo más que promesas que no serán cumplidas y sirvió mucha más que echar y de pronto hablar mal de alguien.

## **5to. ENTREVISTADO: LICENCIADO MARTÍN SOTO**

### **1. Pregunta**

Mi trayectoria es que he seguido mi camino en el ámbito de la comunicación, posteriormente ingrese a la universidad en la ciudad de Babahoyo y me gradué. Ingrese a medios locales y continúe por 10 años con la corresponsal de las noticias en tele amazonas y actualmente en RTS donde me mantengo, y con labores en mi oficio de comunicador social y asesor político en temas de comunicación política.

### **2. Pregunta**



La comunicación política varía mucho dependiendo de donde venga, es decir, de qué partido u organización vengan los partidos políticos. Uno de ellos que prefiero evitar mencionar, están basados en tener en algunos casos una ética muy pobre al momento de transmitir su información, de transmitir su comunicado y manejar la comunicación política. Otros lo manejan bastante bien dependiendo también del candidato que elija o lidere en ese momento, esa sería mi opinión en esa pregunta.

### **3. pregunta**

Si se puede ejercer la ética en la comunicación política, se puede transmitir un mensaje de esperanza o amor si es que se puede decir de alguna manera. Cuando no existe una ética es cuando se lo vinculan a mentir en la comunicación, entonces quién miente o quién engaña es quien no estaría aplicando la ética comunicacional.

En este ámbito de la comunicación política, creo yo que se puede mejorar, he visto a algunos candidatos que incluso no son parte de los grandes partidos políticos. Que son personas que han demostrado que tienen ética y esa ética se ve reflejado en los equipos de trabajos y considero que si puede haber ética al momento de comunicar al país, que tiene que sacar cuentas claras y objetivas al entrar en el populismo. El populismo se basa en darle a la gente lo que quiere y no siempre lo que quieren está bien, entonces si hay que tener ética en la política y eso se transmite con comunicación.

### **4. Pregunta**

Voy a limitarme a responder a lo que recuerdo, en el tema del candidato Daniel Noboa quien actualmente es el presidente de la república. Pienso yo que fue muy cauto y no es una persona que hable mucho, es una persona que habla más y piensa poco. Y estuve

observando las líneas discursivas de él en el tema de comunicación, fue muy claro en citar ejes principales, trabajo, seguridad y educación.

Está trabajando principalmente en el tema de inseguridad, en el tema de volver a tener espacios seguros en las provincias conflictivas que antes no la tenían, comunico eso con mucha transparencia, con mucha sencillez y lo hizo bastante ético en decirlo con palabras simples sin ser extremistas.

Recordemos que el tiempo que tiene el presidente que todos buscaban en su momento era solo un poco más de un año o año y medio, entonces manejar una línea política de comunicación para un gobierno de año y medio tienes que ser muy limitado, y ser estratégico con saber qué es lo que le va a ofrecer a la gente. Aunque la gente no es tonta, ellos piensan y meditan su voto y si querías decir algo en tus propuestas, algo muy extenso la ciudadanía no te iba a creer, porque para cualquier persona común y corriente iba a entender que no era posible de lograr.

De ahí parto de que se manejó bastante bien en la comunicación política, al inicio tenía los números muy bajos y el índice de aceptación de él eran muy pocos, sin embargo a partir del debate que fue un medio de comunicación política muy clara por lo mismo que acabe de mencionar, ser claro, objetivo y corto de palabras y que se entienda bien fue un éxito en el debate nacional.

Conecto con la ciudadanía a través de esa sencillez a dejar de ser un joven millonario y que podría equivocadamente dar una perspectiva de que podía ser ostentoso, o algo más parecido a Jan Topic quizás. Pero no, fue más humilde realmente, se defendió y hablo bien, de ahí en adelante creció en los números que se postulaba. Ya como un candidato fuerte a ganar la elección presidencial de ahí en adelante todo el panorama cambio. Se

quedó atrás Yaku, Otto Sonnenholzner, Jan Topic aunque nunca estuvo alto porque era un personaje nuevo también, y Villavicencio, empezó a caer el tema del correísmo y pues aprovecho y en cambio el no necesito armar una estrategia de comunicación política. Donde se base en mentiras o en engaños, no tuve que crear información alterna de desinformación sino más bien crear sus campañas estratégicas y llevar hacia delante y en lugar de crear insumos para engañar, creo insumos alternos para defenderse. Entonces no hubo una falta de ética porque si se defiende de una u otra manera no está mal, porque si te defiendes no estas faltando el respeto.

Entonces creo yo que la falta de ética incurrió en el partido que iba segundo. Aunque creo que los dos son personas preparadas, yo tuve la oportunidad de entrevistar al candidato Noboa en mi estudio, una persona respetuosa, sencillo, como cualquier candidato local que venga con su equipo, entro, converso, tomo una copa de agua y dialogamos sobre el tema.

En tanto a Luisa Gonzales no tengo una opinión porque no la conozco en persona, no he dialogado con ella, sin embargo considero que es una que hizo vas hacia su partido de ser y de ocupar un cargo en el sector público como asistente de universidad, luego encontrar una oportunidad en un partido político desde abajo e ir creciendo me parece que son dotes de una mujer inteligente, creo firmemente que los son personas muy inteligentes, Luisa goza de un carisma personal y peculiar que Noboa no tiene sin embargo creo yo que ambos podrían hacer un buen papel, la ventaja de Noboa es que no tiene un partido político por detrás que le esté exponiendo la agenda a diferencia de Luisa que si lo tenía.

## **6to. ENTREVISTADO: LICENCIADO MARLON AYALA**

### **1. Pregunta**

Trabajar para diferentes medios, como reportero, presentador, productor.

### **2. Pregunta**

Que es buena y que de a poco va evolucionando por las exigencias que existen de los mismos actores políticos al periodista ya que antes se manejaba de forma que no era tan posicionada

### **3. pregunta**

Por supuesto es donde siempre debe ganar lo ético en cada comunicador, más en temas políticos donde la ciudadanía nos escucha y va a decidir sus votos.

### **4. Pregunta**

Éticamente... creo que un 80% - 20%, 80% ético y un 20% no ético.

Aún existen campañas que de pronto denigró a otros candidatos y de pronto la comunicación estuvo bien pero estuvo mal asesorado y se perdió un poco la ética. En lo que concierne a Daniel Noboa y Luisa Gonzales se dijeron cosas y se acusaron y más allá de los candidatos tienen sus asesores políticos y los asesores son comunicadores puede que hayan manejado de forma no ética esos contenidos, porque si hubiera habido los candidatos no se han de haber dicho tolo lo que se dijeron como por ejemplo acusarse de narcotráfico o de que eran estafadores y cosas así.

### **4.2 Discusión**

En la pregunta 1 se conoce los nombres de los licenciados a entrevistar, presentándome de manera cordial para abrir el tema de una entrevista sobre comunicación y política.

De acuerdo con los resultados de las entrevistas, en la pregunta 2; ¿Cuál ha sido su trayectoria en el ámbito de la comunicación? tuvo una serie de respuestas que tenían la similitud de haber empezado en la escritura de artículos en redes o periódicos, en radios digitales o reales, en eventos de promoción, y otras experiencias en los diferentes ámbitos del mundo comunicacional. Así mismo explican que tuvieron sus dificultades para mantenerse en ese mundo de la comunicación, desde que empezaron en pasantías o en las redes sociales.

Conforme avanzamos en la pregunta 3, podemos decir que el centrar la atención en la comunicación política dio como resultado, la innegable mención en los avances tecnológicos que han influido. Con la pregunta, ¿Qué opinión le merece la forma de cómo se ejerce la comunicación política en el país? Los entrevistados comenzaron explicando su punto de vista en sobre la actualidad y sus conflictos políticos, entonces compararon las formas de periodismos de antes con las actuales donde el desarrollo en la rapidez y expresión de las noticias se han visto influenciadas de una mala manera en su mayoría. Después de todo, la era digital a pesar de facilitar la expansión de la información esta "Comunicación política" se ha visto empañada por intereses personales que impiden a la ciudadanía ver la realidad, también ha permitido a los líderes políticos y a los partidos transmitir sus ideas, propuestas y mensajes a la ciudadanía aunque en el proceso de transmitir la información pueda ser manipulativa, engañosa o incluso perjudicial para la sociedad.

Al final, la comunicación política a menudo se centra más en la imagen y el espectáculo que en los problemas y necesidades reales de la ciudadanía y es por esas razones que conforme avanza el tiempo y cambian las personas, los líderes políticos y los partidos deben ser transparentes, honestos y respetuosos en su comunicación para fortalecer la

veracidad de dicha comunicación que hará mejorar no solo el mundo político sino también los medios de comunicación.

Las experiencias y conocimientos que han adquirido estas personas entrevistadas dieron como fruto una opinión clara, positiva y actual sobre la comunicación en su transparencia y la ética que emplea. Con la pregunta 4; desde su experiencia profesional, ¿considera que se puede ejercer éticamente la comunicación en temas políticos? Todos los entrevistados mencionaron que si era posible ejercer la comunicación en temas políticos. Pero que ejercer dicha ética trae consigo una serie de conflictos como que el periodista sabe que tiene que desarrollar y demostrar las virtudes del conglomerado político y que pueden ser poco manipuladas y que no sean de fiar para llegar a un sector colectivo, porque aunque no siempre se puede mostrar total verdad habrá algo que la ciudadanía no vera o dirá. Y es por eso que la ética en la comunicación política implica ser honesto, transparente y respetuoso en la transmisión de información, así como también evitar la manipulación, la difusión de rumores falsos y la desinformación en post, y un debate público sano y constructivo.

Es cierto que quien tiene la última palabra es el periodista que da a conocer a información pero, aunque este pueda ser manipulado ya sea por razones personales o con dinero. La comunicación seguirá desarrollándose para demostrar la verdad, para evitar que puedan callar de cualquier forma a los periodistas, a favor de entregar la verdad a los ciudadanos buscando mejorar nuestro país.

Es por esto y más que podríamos poner como ejemplo las opiniones demostradas en la pregunta 5; el Ecuador vivió reciente un proceso de elecciones en el que resultó ganador el presidente Daniel Noboa. Desde el punto de vista de la comunicación ¿Considera que se manejó éticamente los mensajes emitidos por el candidato hacia los ciudadanos?

Tomando en cuenta los diferentes puntos de vista de los licenciados hacia las elecciones donde gano Daniel Noboa, sus respuestas fueron mayormente positivas mencionando el trabajo de su equipo en el escenario. En tanto a Luisa Gonzales, su partido a pesar de conocerlo mucho y que ella ocupó un cargo en el sector público como asistente de universidad, encontró una oportunidad en un partido político desde abajo e ir creciendo me pareció que son dotes de una mujer inteligente y constante, creería firmemente que son personas muy inteligentes ya que Luisa goza de un carisma personal y peculiar que Noboa no tiene.

Ganar una elección teniendo un partido que estaba en auge, a un partido político que estaba en teoría en alto fue muy conveniente en el tipo de mensaje y discurso que se emitió hacia la ciudadanía. Por lo que también fue fundamental la evacuación de los mensajes emitidos con veracidad y transparencia proponiendo a la ciudadanía su plan de trabajo, respetando a sus adversarios políticos y evitando la difamación por lo que su comunicación expresando sus propuestas fueron argumentos sólidos. Se demostró también que a nivel nacional siempre se ha dado una política sucia, una política no desarrollada desde una perspectiva de la verdad, los políticos no se enfocaban en proyectos sino en falsos rumores, videos maliciosos o palabras insultantes encubiertas con sarcasmo.

Sin duda la campaña de Daniel Noboa fue elogiada por su fuerte transparencia y buenas propuestas además de evitar los malos comentarios de otros políticos y centrarse en lo que quería hacer, comunicando sus ideas con un lenguaje simple y sencillo.

## 5 CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

### 5.1 Conclusiones

De acuerdo a las respuestas obtenidas de las entrevistas se puede extraer varias conclusiones...

En el país existe una preocupación sobre cómo se ejerce la comunicación política, la era digital ha sido una fuente para difundir información de la cual ha permitido la manipulación y la falta de transparencia en los mensajes que los políticos quieren transmitir.

Entre las dimensiones éticas que un comunicador político debe tener se destacan los valores como es la honestidad, responsabilidad, respeto, empatía, humildad y sobre todo tener compromiso con la verdad. Sin embargo, esto conlleva conflictos a la hora de equilibrar la fidelidad del partido político con la veracidad para poder transmitir una información transparente.

En las elecciones presidenciales se destaca la importancia de la ética al transmitir mensajes de los candidatos hacia la ciudadanía, la campaña de Daniel Noboa fue elogiada por la mayoría de los entrevistados al transmitir varias dimensiones éticas en sus propuestas, siendo claro, evitando la difamación y la desinformación en las redes sociales. Por otro lado, sobre la campaña de Luisa Gonzáles se mantuvieron al margen de los comentarios.

La comunicación política en el Ecuador se enfrenta a desafíos de mantener la información verídica y tener una campaña con transparencia pero también se presenta oportunidades para mejorar las campañas y así mejorar la calidad de información que será ofrecida a la ciudadanía.



## 5.2 Recomendaciones

- En el país existen varios comunicadores políticos pero se recomienda que reciban capacitación ética, esto ayudará a comprender la importancia de las dimensiones éticas en la comunicación política.
- Para la influencia de las redes sociales en la comunicación política es crucial que los políticos y los comunicadores tengan conciencia del impacto que pueden tener en la ciudadanía al transmitir información ya sea verídica o falsa, se recomienda que los políticos y los comunicadores se comprometan a ser transparentes al momento de transmitir una información.
- Es importante que los políticos y los comunicadores trabajen juntos para brindar una información precisa recomendando realizar más debates para mantener a los ciudadanos informados.
- En el último proceso electoral se observó que si hubo dimensiones éticas pero se recomienda que todos los candidatos tengan acceso equitativo en todos los medios para que puedan difundir sus propuestas y así nivelar a que la información les llegue a los ciudadanos asegurando que se respeten los niveles democráticos y los derechos electorales.

Estas recomendaciones ayudan a adaptar según las necesidades y desafíos que se presentan en los procesos electorales y en la comunicación política.

## Referencias

- Amy Gutmann y Dennis Thompson. (2016). Obtenido de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/137-2016-0707Bio%C3%A9tica%20Complutense%2026.pdf>
- Andrés Ortiz, R. (octubre de 2005). *La entrevista cualitativa*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33878051/2\\_entrevistacualitativa-libre.pdf?1401961355=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D2\\_entrevistacualitativa.pdf&Expires=1709966453&Signature=R~uQjxCu1NkbxmMJg6wQhDu1DUaoI1AihBo3lxIJclVh2j0spQWtO8K](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33878051/2_entrevistacualitativa-libre.pdf?1401961355=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D2_entrevistacualitativa.pdf&Expires=1709966453&Signature=R~uQjxCu1NkbxmMJg6wQhDu1DUaoI1AihBo3lxIJclVh2j0spQWtO8K)
- Balcázar Nava; Patricia Gonzales & Arratia López. (2013). Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12799/4641>
- Crespo, I., Carletta, I., Garrido, A., & Riorda, M. (2021). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña: candidatos, medios y electores en una nueva era*. Editorial Biblos.
- Dader, J., & Eva Campos, N. Q. (2011). *Las webs de los partidos en la campaña de 2011: Una panorámica cualitativa de su actividad y un análisis cuantitativo de su transparencia*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/12959>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2015). *Métodos de recolección y análisis de datos*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- Diamantino, S. (2012). *El fundamento ético del utilitarismo*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/26665/FIL-51.PDF?sequence=1&isAllowed=y>

- Frank Morales. (2020). Obtenido de [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica\\_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx)
- Gordón, F. d. (2021). *Filosofía de las ciencias cognitivas y educación* . Obtenido de <https://sophia.ups.edu.ec/index.php/sophia/issue/view/181>
- John Rawls. (2006). Obtenido de [https://ibero.mx/iberoforum/2/pdf/francisco\\_caballero.pdf](https://ibero.mx/iberoforum/2/pdf/francisco_caballero.pdf)
- Juan Carlos Argibay. (2009). Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-73102009000100001&script=ciencia\\_artetext&tlng=en](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-73102009000100001&script=ciencia_artetext&tlng=en)
- Jürgen Habermas. (2007). Obtenido de <http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sciarttext&pid=51315-52162007000400004>
- Lizán, M. D. (2019). *La introducción de las redes sociales en el campo de la política: los casos de twitter en España, facebook en Estados Unidos y whatsApp en Brasil*. Obtenido de <http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/handle/123456789/4815>
- Luciano Floridi. (2020). Obtenido de <https://temas.folha.uol.com.br/inteligencia-artificial-espanol/entrevistas/la-etica-cobra-importancia-en-un-mundo-menos-religioso-dice-luciano-floridi.shtml>
- Mariana Pagot. (2003). Obtenido de <http://www.facultad.efn.uncor.edu/webs/departamentos/estruct/Igodoy/Metodologia/Documentos/Patengo.pdf>

- Marín, A., & Noboa, A. (2013). *Conocer lo Social: Estrategias, técnicas de construcción y análisis de datos*. Madrid: Editorial Fragua.
- Marrufo, L., Morfín, C., Nuñez, J., & Valdivia, y. J. (1 de 03 de 2017). Trump, de amenaza latente a peligrosa realidad. *ITESO*, 1-58. Obtenido de <https://www.semanticscholar.org/paper/La-tormenta-perfecta-que-llev%C3%B3-a-Trump-al-poder%3A%3A-Larrosa%E2%80%93Fuentes/12e318e898175cf03dec74274d8a7504f9c4b8e8>
- Martínez, E. M., & Otoyá, C. A. (2021). *Efecto Alpízar-Mora: análisis tridimensional de la comunicación política aplicado en las elecciones costarricenses*. Obtenido de <https://plu.mx/plum/a/?doi=10.33571/teuken.v12n19a9>
- Mendoza, A. J. (15 de 02 de 2023). *Campaña electoral Ecuador 2021: Análisis comparativo de las estrategias de comunicación política de los candidatos a la presidencia Guillermo Lasso y Andrés Arauz en Twitter*. Obtenido de <https://doi.org/10.32719/26312514.2023.7.4>
- Monsalve, E. G. (2021). *Análisis de redes sociales Conceptos y técnicas para la investigación social*. Colombia: Fondo Editorial FCSH.
- Nohlen, D., Zovatto, D., Orozco, J., & Thompson, J. (2007). *Tratado de derecho electoral comparado de américa latina*. Obtenido de [https://yepesgomezabogados.com/wp-content/uploads/2022/05/TRATADO\\_DE\\_DERECHO\\_ELECTORAL\\_COMPARADO.pdf](https://yepesgomezabogados.com/wp-content/uploads/2022/05/TRATADO_DE_DERECHO_ELECTORAL_COMPARADO.pdf)
- Ribero, F., & Pedreros, J. (2018). *Comunicación política: una aproximación al modelo de análisis de la comunicación política en redes sociales desde la publicidad*.

Obtenido de  
<http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/1225/Comunicaci%C3%B3n%20pol%C3%ADtica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

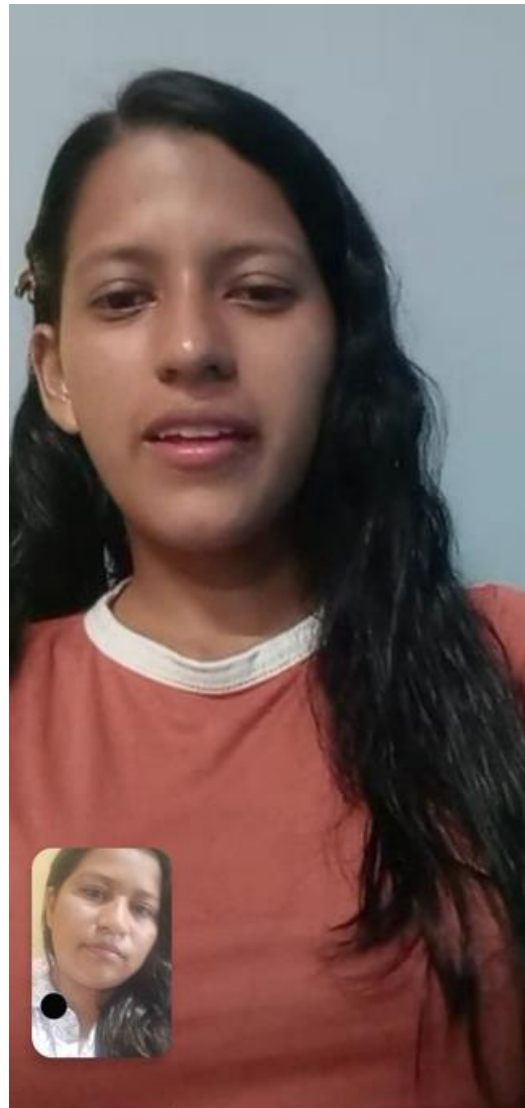
Simons, H. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. madrid: Ediciones Morata.

Vázquez, A. R. (02 de 10 de 2020). *La ética en tiempos de covid-19*. Obtenido de <https://www.scielosp.org/article/rcsp/2020.v46n4/e2689/es/#>

Anexos




Entrevista con el licenciado Daniel Sandoval 2024



☰ Busca o ingresa el código 

**Duo se actualizó a Meet**

Busca el nombre y el ícono de Meet, la única app para videollamadas y reuniones.



[Entendido](#) [Más información](#)

Historial

-  **Bella Paredes** Ayer 8:15 p. m. ↗  
Videollamada

Entrevista con la licenciada Bella Paredes vía google meet 2024



Entrevista con el licenciad Marlon Ayala 2024





Entrevista con el licenciado Martin Soto 2024



Entrevista con la licenciada Nathaly Quiñonez vía google meet 2024



Entrevista con el licenciado Jordy Angamarca vía google meet 2024