



1859



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Unidad de Educación a Distancia y en Línea

Maestría en Comunicación Política

**Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel
Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la
parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero - febrero del 2023.**

Trabajo de Titulación, previo a la
obtención del título de Magíster en
Comunicación Política.

AUTOR:

Lic. Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

DIRECTOR:

Mg. Sc. Fredy Leonel Gaona Castillo

Loja – Ecuador

2024

Certificación

Loja, 17 de diciembre de 2023

Lic. Fredy Leonel Gaona Castillo. M.Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación: **“Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero - febrero del 2023”**. Previo a la obtención del título de **Magister en Comunicación Política**, de la autoría del estudiante **Iivar Clotario Jaramillo Cueva**, con **cédula de identidad Nro.1103041412**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.



firmado electrónicamente por:
**FREDY LEONEL GAONA
CASTILLO**

Lic. Fredy Leonel Gaona Castillo. M.Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Ilvar Clotario Jaramillo Cueva**, declaro ser el autor del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:



Cédula de identidad: 1103041412

Fecha: 8 de enero del 2024

Correo electrónico: ilvar.jaramillo@unl.edu.ec

Celular: 0980796172

Carta de autorización por parte del autor, para la consulta, reproducción parcial o total, y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.

Yo, **Ilvar Clotario Jaramillo Cueva**, declaro ser autor del Trabajo de Titulación denominado: **Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero - febrero del 2023**, como requisito para optar por el título de **Magister en Comunicación Política**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los nueve días del mes de enero del dos mil veinticuatro.

Firma:



Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Cédula de identidad: 1103041412

Dirección: calle Chile entre España y Argentina- Loja

Correo Electrónico: ilvarjaramillo@gmail.com

Teléfono: 0980796172

Dedicatoria

Mis logros, no serían posibles sin el apoyo de mi familia: Magali, Daniela y Leire. Este Trabajo de Titulación, es el resultado de un arduo trabajo y dedicación, pero también es el reflejo del amor, apoyo y comprensión que siempre me han brindado. Sin ustedes, este logro no sería posible.

Esta dedicatoria es un testimonio de mi amor y gratitud eterna hacia ustedes. Gracias por ser mi familia, mi mayor bendición y mi razón de ser.

Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a mis profesores y director Mg. Sc. Fredy Leonel Gaona Castillo, por su dedicación y paciencia al guiarme a lo largo de este proceso académico. Sus valiosos comentarios y sugerencias han sido fundamentales para el desarrollo de mi investigación y para la mejora de mi trabajo.

También quiero agradecer a mis familia y amigos por su incondicional apoyo moral y por brindarme un ambiente propicio para mi crecimiento académico. Sus palabras de aliento y confianza significaron mucho para mí y me impulsaron a seguir adelante en momentos de dificultad.

Además, quiero expresar mi gratitud a todos aquellos participantes de mi estudio quienes generosamente accedieron a formar parte de mi investigación. Su disposición y colaboración fueron esenciales para la recolección de datos y para el enriquecimiento de mi estudio.

Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	ix
Índice de Anexos.....	x
1. Título	1
2. Resumen	2
Abstrac.....	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1. Marco conceptual.....	6
4.1.1. <i>Comunicación Política</i>	6
4.1.2. <i>Democracia</i>	7
4.2 Consejo Nacional Electoral en Ecuador.....	8
4.3 Promoción Electoral.....	8
4.4 Voto Facultativo.....	10
4.5 Campaña Política.....	11
4.6 Contrato.....	11
4.7 Marketing digital.....	12
4.8 Candidato a alcalde.....	12
4.9 Jóvenes Adolescentes.....	13
4.10 Ecotel Televisión.....	15
4.11 Parroquia Urbana.....	15

4.12 Teoría del Desarrollo Cognitivo.....	16
4.13 Derecho al Sufragio.....	17
4.14 Analogía del Voto Facultativo.....	17
4.15 Participación de los jóvenes en la Comunicación Política.....	18
4.16 Participación Política de Jóvenes Ecuatorianos.....	19
4.17 Marketing político en la Televisión.....	21
4.18 La Comunicación Política en la Televisión Local.....	22
4.19 Fondo de Promoción en Denominaciones Seccionales (alcaldías).....	22
5. Metodología.....	23
5.1 Área de estudio.....	23
5.2 Procedimiento.....	26
5.2.1. <i>Enfoque Metodológico</i>	26
5.2.2 <i>Diseño</i>	27
5.2.3 <i>Tipo de investigación</i>	27
5.2.4 <i>Fases del autor</i>	27
5.3 Métodos.....	29
5.3.1 <i>Método Deductivo</i>	29
5.3.2 <i>Método Inductivo</i>	29
5.3.3 <i>Método Científico</i>	29
5.3.4 <i>Método Analítico-Sintético</i>	29
5.3.5 <i>Método descriptivo</i>	30
5.3.6 <i>Método histórico-lógico</i>	30
5.3.7 <i>Método Estadístico</i>	30
5.4 Técnicas.....	31
5.4.1. <i>Encuestas</i>	31
5.4.2 <i>Entrevistas</i>	31
5.5 Instrumentos de validación.....	31

5.5.1 <i>Tablas de Sistematización de datos</i>	32
5.6 Participación.....	32
5.6.1 <i>Población y muestra</i>	32
5.7 Materiales Utilizados.....	33
6. Resultados	33
6.1 Aplicación de instrumentos y recolección de datos.....	33
6.2 Candidatos a la alcaldía del cantón Loja 2023.....	34
6.3 Fondo de Promoción Electoral.....	35
6.4 Pauta contratada por los candidatos a alcalde de Loja en Ecotel TV.....	35
6.5 Porcentaje del fondo asignado, contratado en Ecotel TV.....	36
6.6 Plan de trabajo de candidatos a la alcaldía.....	37
6.7 Resultados de los candidatos a la alcaldía de Loja 2023.....	39
6.8 Resultados e Interpretación de Datos de Encuesta.....	40
6.9 Resultados e Interpretación Obtenido mediante Entrevistas.....	55
6.9.1. <i>La Televisión como medio de información</i>	55
6.9.2. <i>Calidad del voto en los jóvenes de 16 y 17 años</i>	57
6.9.3. <i>Redes Sociales y Televisión</i>	58
6.9.4. <i>Permanencia del voto facultativo para jóvenes de 16 y 17 años</i>	59
6.9.5. <i>Sugerencia de cambios</i>	59
7. Discusión de resultados	61
7.1 Verificación de Objetivos.....	61
7.1.1. <i>Objetivo General</i>	61
7.1.2 <i>Objetivos Específicos</i>	62
8. Conclusiones	63
9. Recomendaciones	64
10. Bibliografía	66
11. Anexos	69

Índice de Tablas:

Tabla 1. Ubicación de la Parroquia de San Sebastián	25
Tabla 2. Barrios de la Parroquia San Sebastián	25
Tabla 3. Candidatos a alcalde de Loja para las proceso del 5 de febrero del 2023	34
Tabla 4. Valores del fondo de promoción en la dignidad de alcalde de Loja.....	35
Tabla 5. Pauta contratada por los candidatos a alcalde de Loja en Ecotel TV	35
Tabla 6. Porcentaje del fondo asignado, contratado en Ecotel TV.....	36
Tabla 7. Resultados para alcalde del cantón Loja, parroquia de San Sebastián	39
Tabla 8. Resultados para alcalde de Loja, en todo el cantón	39
Tabla 9. Electores de voto facultativo que acudieron a sufragar en San Sebastián.	40
Tabla 10. Medios utilizados para informarse.....	42
Tabla 11. Resumen de respuestas con respecto a la población total.....	43
Tabla 12. Número de personas que vieron el mensaje del CNE en Ecotel Tv.	45
Tabla 13. Comprensión del mensaje de comunicación política.....	46
Tabla 14. Interés por los mensajes financiados por el CNE.	48
Tabla 15. Personas que se informaron sobre promoción electoral en Ecotel TV	49
Tabla 16. Número de personas que compartieron información electoral	51
Tabla 17. Motivación para participar en elecciones del 5 de febrero del 2023	52
Tabla 18. Volvería a hacer uso del voto facultativo	54

Índice de Figuras:

Figura 1. División generacional desde 1930.....	14
Figura 2. Países con voto para menores de 18 años.....	24
Figura 3. Mapa parroquia urbana San Sebastián	25
Figura 4. Diseño de la metodología.....	28
Figura 5. Captura de pantalla publicidad electoral candidato Bryan Cango	37
Figura 6. Captura de pantalla publicidad electoral candidato Carlos Escudero	38
Figura 7. Captura de pantalla publicidad electoral Freddy Altamirano.....	38
Figura 8. Captura de pantalla publicidad electoral Paúl Cueva.....	38
Figura 9. Electores de 16 y 17 años que acudieron a sufragar.....	41
Figura 10. Medios utilizados por los jóvenes de bachillerato de la UE Pio	43
Figura 11. Personas que vieron el mensaje en Ecotel tv.....	45
Figura 12. Comprensión del mensaje de los candidatos a la alcaldía de Loja.....	46
Figura 13. Interés por los mensajes financiados por el CNE.....	48
Figura 14. Información electoral	49
Figura 15. Personas de la misma edad que compartieron información electoral	51
Figura 16. Motivación electoral.....	52
Figura 17. Reiteración voto facultativo	54

Índice de Anexos:

Anexo 1. Cuestionario encuestas	69
Anexo 2. Autorización de ingreso a la UE Pío Jaramillo Alvarado	72
Anexo 3. Encuesta en línea.....	73
Anexo 4. Fotografías aplicación de encuesta	74
Anexo 5. Fotografías aplicación de encuesta	78
Anexo 6. Fotografías de las entrevistas	79
Anexo 7. Autorización de uso de entrevistas.....	79
Anexo 8. Validación de instrumentos de recolección de información	84
Anexo 9. Certificado de traducción Abstrac.....	100

1. Título

Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero - febrero del 2023.

2. Resumen

El presente trabajo: “**Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana san Sebastián, en el periodo de enero - febrero del 2023**”, se origina en el interés por estudiar de manera prolija la participación de los jóvenes adolescentes de 16 y 17 años de edad en el uso del voto facultativo, así como también, la influencia que se puede ejercer en ellos con mensajes que si bien no son elaborados por el Consejo Nacional Electoral, cuentan con su aprobación en cuanto a contenido, diseño y duración para promover el voto facultativo.

Se planteó establecer si los recursos que se asignaron a los candidatos a alcalde del cantón Loja para la promoción electoral y que fueron invertidos en Ecotel Televisión, resultaron efectivos para que el grupo etario estudiado se sintiera motivado a acudir a las urnas en el proceso electoral del 5 de febrero del 2023. Se estableció el valor individual para cada uno de los 15 postulantes a la alcaldía del cantón Loja, adquiriéndose información sobre la pauta contratada en el canal de televisión mencionado. Esto se ha podido demostrar por medio de un estudio Teórico, Conceptual y de Campo. Se ha empleado técnicas de encuestas a la Unidad Educativa Pío Jaramillo Alvarado, ubicada en la parroquia de San Sebastián del Cantón Loja, entre quienes allí se forman; se tomó en cuenta su residencia en el área geográfica abordada, con el propósito de encontrar resultados que nos acercan a la realidad del problema planteado. Asimismo, se atribuye a la aplicación de entrevistas a especialistas en el tema con la finalidad de identificar las estrategias que utiliza la televisión para dar a conocer de manera óptima el derecho que tienen los jóvenes de 16 y 17 años a ejercer el voto facultativo consiente e informado.

Palabras clave: voto facultativo, jóvenes, promoción electoral, televisión, derechos.

Abstrac

This research work entitled: Analysis of the electoral promotion contracted by the CNE in Ecotel Television, for the election of the mayor in the Loja canton, in young people from the San Sebastian Parish, during January - February 2023, seeks to study the participation of young adolescents between 16 and 17 years of age in the use of the vote, as well as know the influence that can be exerted on them with messages that, although not prepared by the National Electoral Council, have their approval in terms of content, design and duration to promote optional voting. This study was proposed to establish whether the resources that were assigned to the candidates for mayor of the Loja canton for electoral promotion, and which were invested in Ecotel Televisión, were effective. in order to motivate the sample selected to go to the polls in the electoral process carried out on February 5, 2023. The individual value was established for each of the 15 candidates for mayor of the Loja canton, acquiring information about the contracted guidelines on the aforementioned television channel. This has been demonstrated through a conceptual and field study, using the survey techniques at the Pio Jaramillo Alvarado Educational Unit, located in the San Sebastián Parish belongs to Loja Canton, among those who were trained there. In order to gather results that close to the current situation, it was chosen the aforementioned place. Likewise, the interviews were applied to specialists to identify the strategies that television uses to optimally publicize the right of 16 and 17-year-olds to exercise the right to optional, conscious and informed voting.

Key words: optional vote, young people, electoral promotion, television, rights.

3. Introducción

El presente trabajo de integración curricular titulado: **“Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero - febrero del 2023”**, me permitirá obtener el título de Magister en Comunicación Política. Esta problemática nace bajo un estudio político social.

El artículo 115 de la Constitución de la República del Ecuador vigente desde octubre de 2008 estableció que “El Estado, a través de los medios de comunicación, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas programáticas de todas las candidaturas.” Consagró además una prohibición a los sujetos políticos respecto a “contratar publicidad en los medios de comunicación y vallas publicitarias.”

Desde el texto Constitucional, también se habilita a quienes por su edad no eran considerados aptos para sufragar, nos referimos a aquellos jóvenes de 16 y 17 años de edad, dejándoles actualmente la posibilidad de acudir a las urnas si lo consideraban pertinente. Con este derecho, Ecuador se ubicó en la lista de una docena de naciones, en las que ya desde hace algunos años se aplica este experimento con características democráticas.

Los movimientos políticos, candidatos y sus estructuras, presentan ante el organismo regulador de las elecciones, sus planes de trabajo de manera general, sin ningún tipo de especificación para abordar a los nuevos electores, sin considerar que se trata de personas sin antecedentes en esta materia, pero que requieren atención específica para que su decisión tenga peso y sobre todo se tome en cuenta.

Sin que existan estudios previos sobre el tema, más allá de las estadísticas del Consejo Nacional Electoral, se buscan explicaciones para algunas situaciones que se han venido repitiendo en los últimos comicios, como lo son: autorización del Consejo Nacional Electoral para que se utilice discrecionalmente los recursos asignados como fondo de promoción electoral, sin reparar la efectividad de los mensajes, ni en la composición de las audiencias de los medios de comunicación en donde se pautan, en este caso en el canal de televisión Ecotel de la ciudad de Loja.

El presente trabajo investigativo tiene el firme propósito de dar a conocer un análisis completo a cerca de la reproducción de mensajes promocionales del voto facultativo para jóvenes adolescentes de 16 y 17 años, con recursos asignados por parte del Consejo Nacional Electoral en el medio de comunicación televisivo, Ecotel TV del cantón Loja. Se busca dar a

conocer a través de un espacio publicitario, la importancia y debido uso del voto facultativo en los jóvenes menores de edad, procurando generar interés por construir y fortalecer la democracia, que activamente los involucre en la búsqueda de soluciones adecuadas que a ellos les atañe en la sociedad.

El problema planteado en la investigación es: ¿Qué incidencia tuvo la promoción contratada por el Consejo Nacional Electoral en Ecotel televisión, en el comportamiento electoral de quienes ejercieron el voto facultativo, jóvenes de entre 16 y 17 años, en la parroquia de San Sebastián del Cantón Loja?

De la misma forma, para que se entienda la intención de mi trabajo investigativo, es preciso mencionar que este se encuentra constituido por el apartado de Revisión de Literatura, en el que se contempla el marco conceptual, teórico y metodológico. El marco conceptual analiza de forma meticulosa de los temas de: Comunicación Política, Democracia, Consejo Nacional Electoral en Ecuador, Promoción Electoral, Voto Facultativo, Campaña Política, Contrato, Marketing Digital, Candidato a alcalde, Jóvenes Adolescentes, Ecotel Tv y Parroquia Urbana. Con respecto al Marco Teórico, abarca temas sobre: Teoría del Desarrollo Cognitivo, Derecho al Sufragio, Analogía del Voto Facultativo, Participación de los Jóvenes en la Comunicación Política, Participación Política de Jóvenes Ecuatorianos, Marketing Político en la Televisión, La Comunicación Política en la Televisión Local y Fondo de Promoción Electoral en Alcaldías.

Para la obtención de provechosos resultados, he usado a diferentes métodos y técnicas de investigación, como: la encuesta y la entrevista. De las cuales he podido conseguir criterios técnicos de profesionales especialistas, para posteriormente simbolizarlos con la ayuda de cuadros representativos estadísticos y gráficos. Los elementos antes manifestados me han permitido verificar cada uno de los objetivos planteados al inicio de la investigación, el objetivo general radica en analizar la promoción electoral contratada por el Consejo Nacional Electoral en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de entre 16 y 17 años de la parroquia urbana de San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023. Del mismo modo, los objetivos específicos son; primero, justificar la inversión de los recursos públicos utilizados para la promoción electoral en Ecotel Tv, de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja en los jóvenes de entre 16 y 17 años de la parroquia urbana San Sebastián. Segundo objetivo, determinar el impacto de los mensajes del Consejo Nacional Electoral, difundidos por Ecotel Tv en los jóvenes de entre 16 y 17 años de la parroquia urbana San Sebastián. Y finalmente el tercer objetivo; presentar recomendaciones estratégicas para que, en el futuro, en la elaboración de los mensajes de promoción electoral para

televisión, dirigidos a los jóvenes de entre 16 y 17 años, se tomen en cuenta sus puntos de vista.

4. Marco teórico

4.1. Marco conceptual

El derecho al voto es considerado uno de los pilares fundamentales de la democracia, sin embargo, en muchos países, los jóvenes de 16 y 17 años no tienen la oportunidad de ejercer este derecho. Este marco conceptual tiene como objetivo proporcionar una visión general de las principales teorías, perspectivas y estudios relacionados con el voto de los jóvenes de 16 y 17 años y sobre todo las vías para que ese ejercicio se produzca con información y de forma consciente.

Para empezar, es adecuado entrar en contexto y apuntar los conceptos básicos la investigación, mismos que nos permiten tener una perspectiva clara del tema a desarrollar, para lo cual, presento los siguientes:

4.1.1. *Comunicación Política*

La comunicación política es el proceso mediante el cual se transmiten mensajes e ideas entre los actores políticos y el público con el fin de persuadir, persuadir o movilizar a las personas con respecto a una posición, propuesta o ideología política en particular (VV.AA, 2005). La comunicación política no se limita al ámbito de los políticos y sus discursos, esta incluye todas las representaciones de información e intercambio de ideas que tienen lugar en el entorno político, desde lo académico es un área de estudio que está en constante proceso de consolidación.

La comunicación política se nutre de estrategias de marketing político, debates, publicidad electoral, campañas de concientización y el uso de los medios y redes sociales. La comunicación política tiene como objetivo crear una imagen pública positiva, construir una identidad política sólida y generar conexiones emocionales y confianza con el público, y desde luego elaborar mensajes efectivos para la comprensión de un público objetivo (Chaves-Montero et al., 2017). El objetivo que envuelve a la Comunicación Política es el actuar con transparencia y responsabilidad frente a las magnitudes de poder ciudadano. Se presta como una herramienta fundamental para promover la participación pública, estimular el debate y comunicar las demandas sociales.

Es importante promover una comunicación política transparente, basada en valores como la responsabilidad, la honestidad y el respeto a las opiniones y necesidades de las personas. En resumen, la comunicación política es un proceso complejo y dinámico destinado a transmitir eficazmente mensajes políticos, influir en la opinión pública y contribuir a la formación de la voluntad política de la sociedad (Flores, 2018). Es importante enfatizar que esta tiene la obligación de llevarse a cabo estratégicamente, caso contrario se la tiende a manipular y usarse con fines poco éticos, como difundir desinformación y discursos de odio.

4.1.2. Democracia

La democracia es un sistema político que permite la participación activa y directa de los ciudadanos en las decisiones que afectan a la sociedad en su conjunto, se considera un pilar fundamental del desarrollo y bienestar de cualquier país, así en una sociedad democrática, todas las personas tienen el derecho y la obligación de expresar sus opiniones, elegir sus representantes y ser elegidas para cargos públicos (Cagé, 2021). Desde una perspectiva general, la democracia llega a ser el poder que tienen los ciudadanos ante decisiones de un gobierno democrático, llegando a promover el respeto de los derechos humanos, la libertad de expresión y la tolerancia de las diferencias de opinión, esto permite debates animados y pluralistas donde se pueden discutir ideas y buscar soluciones a problemas colectivos. Podemos decir, que esta igualdad de oportunidades es esencial para garantizar la equidad y la justicia en todos los ámbitos de la vida.

En un sistema democrático, las decisiones se toman por consenso, teniendo en cuenta los intereses y necesidades de todos los miembros de la sociedad, esto significa incluir todas las voces, independientemente de su origen étnico, religioso, económico o social, todos los ciudadanos (Lafont, 2021). A lo largo de la historia los países democráticos han ido instaurando sistemas de participación abiertas, uno claro ejemplo es el voto facultativo en menores de edad, dándoles la oportunidad de escuchados y participar activamente en la construcción de un futuro común.

Pero la democracia no es un sistema perfecto y estamos lejos de serlo, en ocasiones, enfrentan desafíos como la corrupción política, la falta de transparencia y la polarización social, Sin embargo, a pesar de sus imperfecciones, la democracia sigue siendo el mejor sistema político para promover la igualdad, la justicia y el progreso social (Padilla, 2021). Los

sistemas democráticos actualmente aspiran a volverse inclusivos, pero a cambio ambicionan por parte del pueblo, compromiso de participación en la vida política para influir en las decisiones que afectan nuestra vida. Su finalidad es contribuir al desarrollo de una sociedad más justa y equitativa.

4.2. Consejo Nacional Electoral en Ecuador

Desde 1945 en el Ecuador existe un organismo electoral independiente en cuya designación tenía una influencia el Congreso Nacional. Era el Tribunal Supremo Electoral quien se encargaba de los procesos electorales del país, sin embargo sufrió dificultades graves a partir del 2003 con Lucio Gutiérrez, con cambios en el pleno del TSE hechos por las mayorías legislativas que al final llevaron a Jorge Acosta de Sociedad Patriótica a la presidencia del organismo. Este como presidente sería uno de los actores de la crisis legislativa de 2007, en la cual una pugna de poderes entre el TSE y el Congreso llevaría al final a la destitución de la mayoría de los diputados de la y la convocatoria un nuevo referéndum que llevaría a la Asamblea Constituyente.

En la nueva Constitución se creó dos nuevos organismos que reemplazarían al Tribunal Supremo Electoral: el Tribunal Contencioso, con atribuciones derivadas de la justicia electoral y con capacidad de sustanciación y sentencias, y el Consejo Nacional Electoral, encargado de organizar las elecciones, partiendo desde la promoción, el establecimiento de padrones, la inscripción y calificación de candidatos, el escrutinio de los votos, y la adjudicación y posesión de los ganadores en un proceso electoral.

Tras aprobarse la nueva Carta Magna, la Asamblea Constituyente eligió y posesionó el 24 de octubre de 2008 a los primeros consejeros que se encargarían de organizar los procesos democráticos desde esa fecha (González, 2018). Estos consejeros son sometidos a renovación en procesos organizados por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social cada 4 años.

4.3. Promoción Electoral

La promoción electoral se refiere a las estrategias y actividades que realizan los candidatos y partidos políticos para difundir su mensaje, ganar visibilidad y convencer a los votantes durante un periodo electoral. Incluye acciones como el uso de publicidad en medios de comunicación, participación en debates y actos públicos, organización de mítines y eventos

de campaña, distribución de material impreso y uso de las redes sociales (Electoral Ecuador), 2013). El objetivo principal de la promoción electoral es persuadir a los ciudadanos para que voten por un candidato o partido en particular.

La promoción electoral en Ecuador está bajo control del Consejo Nacional Electoral, contempla únicamente a los llamados medios de comunicación formales: prensa, radio, televisión y vallas publicitarias. Para este objetivo se asigna recursos de acuerdo a determinados parámetros. Los candidatos deberían proporcionar información verdadera y precisa sobre sí mismos y sus propuestas, evitando la exageración o la falsedad en su promoción, para ello existen normas establecidas para que una campaña de promoción electoral en Ecuador, sea aprobada.

- **Transparencia:** Los candidatos deben revelar cualquier conflicto de intereses potencial o existente, así como cualquier financiamiento externo que reciban para su campaña.
- **Respeto:** Los candidatos deben abstenerse de hacer declaraciones ofensivas o difamatorias sobre sus oponentes, enfocándose en ideas y propuestas en lugar de ataques personales.
- **Integridad:** Los candidatos deben cumplir con las reglas y regulaciones electorales establecidas, evitando prácticas ilegales o corruptas para obtener una ventaja injusta.
- **Participación ciudadana:** Los candidatos deberían fomentar la participación ciudadana y el debate abierto y constructivo sobre los problemas que afectan a la comunidad, buscando involucrar a los electores en el proceso electoral.
- **Rendición de cuentas:** Los candidatos deben ser responsables de sus promesas y compromisos durante la campaña, y estar dispuestos a explicar sus acciones y decisiones si son elegidos.

Una promoción electoral ética es esencial para mantener la confianza de los electores en el sistema democrático y garantizar elecciones justas y transparentes. También ayuda a elevar el nivel del debate político y a construir una sociedad más informada y comprometida (Telles & Moreno, 2015). En Ecuador específicamente en Consejo Nacional Electoral, destina una cantidad pecuniaria llamada "Fondo de Promoción Electoral" a las organizaciones políticas conjuntamente con los candidatos inscritos legalmente. El esparcimiento de publicidad

electoral va encaminado a principios democráticos de equidad e igualdad. Sin embargo, queda a voluntad de los partidos políticos invertir parte de su patrimonio en las campañas electorales de ser necesario. Es necesario mencionar que actualmente la publicidad política mediante plataformas digitales es de bastante connotación social, porque crean una relación más cercana entre candidato y elector.

4.4. Voto Facultativo

El voto facultativo, también conocido como voto voluntario, es el derecho que tienen los ciudadanos en una sociedad democrática a decidir libremente si participan o no en el proceso electoral. Según este sistema, el voto no es obligatorio y cada individuo es libre de decidir si ejerce su derecho al voto, se basa en el respeto a la libertad y autonomía de cada individuo y tiene en cuenta que no todos los ciudadanos quieren o están interesados en participar en el proceso electoral (Loor et al., 2022). Es una actividad de carácter electoral, considerado como un derecho de participación ciudadana, mas no obligación para jóvenes menores de edad, personas mayores de 65 años y algunas entidades dependiendo de la jurisdicción. Participar en elecciones electorales de forma opcional, permite a los jóvenes construir una relación con la política y a tener criterio un criterio formado para elegir a sus representantes.

El voto voluntario permite a los individuos habilitados, expresar libremente sus opiniones políticas sin la presión del voto forzado, además, quien decida ejercer su derecho al voto lo hará de manera consciente y reflexiva, promoviendo el compromiso y la responsabilidad cívica (Vélez-Luna et al., 2022). En el caso del Ecuador, la legislación determina la obligatoriedad del sufragio para individuos de entre 18 y 65 años de edad, tomando en cuenta a las personas privadas de la libertad sin sentencia condenatoria ejecutoriada. El voto facultativo es dirigido para jóvenes adolescentes de 16 a 18 años, personas mayores de 65 años de edad, ecuatorianos radicados en el exterior, integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional en servicio activo, personas con cierto grado de discapacidad y analfabetos.

De la misma manera, el voto voluntario puede aumentar la participación de grupos demográficos que tradicionalmente no votan, como los jóvenes y las personas que están menos interesadas en la política. Esto puede aumentar la diversidad de voces y opiniones expresadas en las mesas de votación y contribuir a una democracia más inclusiva y

relativamente más representativa (Redin, 2013). Para emplear un voto facultativo consiente, se debe facilitar el acceso a herramientas de porte creativo, informativo y motivador.

4.5. Campaña Política

Una campaña política, entre otras definiciones, se considera como una estrategia de comunicación y persuasión utilizada por candidatos o partidos políticos con el objetivo de promover sus propuestas y convencer a los votantes para que sufraguen en las elecciones (Ibinarriaga & Hasbun, 2012). Las campañas políticas son el esqueleto de la democracia, gracias a ellas funcionan y permiten a los candidatos presentar sus ideas y propuestas de trabajo a los votantes.

Además, las campañas políticas también brindan una oportunidad para educar al público sobre los problemas del país y fomentar un debate nacional civilizado sobre diferentes soluciones posibles (Económica (México), 2006). Una campaña política, representada por uno o varios candidatos jerárquicamente de ser el caso, es el aditamento de todos los esfuerzos y acciones encaminadas a obtener el éxito para desenvolverse en un cargo.

Las campañas electorales son ante todo una demostración de liderazgo, y se proyectan ante la mirada expectante y el análisis cuidadoso de los electores (Barba & Nieto, 2011). Exponen ante los ciudadanos soluciones a temas cruciales por los que se viven y posturas ideológicas, logrando focalizar que son la opción más idónea de elección para los electores.

4.6. Contrato

Un contrato es un acuerdo legalmente vinculante entre dos o más partes que especifican los derechos y obligaciones de cada parte. Es un documento que establece los términos y condiciones acordados para la realización de una transacción o relación comercial (Russell, 2014). El alcance de un contrato, determina los límites y obligaciones establecidos en un documento, define las obligaciones y derechos de las partes involucradas. Los expertos en temas legales recuerdan que, siempre es importante comprender estas áreas antes de firmar un contrato para evitar futuras disputas o incumplimientos.

Los contratos de difusión publicitaria, por otra parte, son contratos específicos en el ámbito de la publicidad y el marketing. Este tipo de contrato se utiliza cuando una empresa o

individuo contrata con un medio de comunicación (radio, televisión, sitio web o vallas) para difundir publicidad. Un contrato de distribución de publicidad normalmente especifica aspectos tales como: la duración de la campaña publicitaria, el costo de distribución, el espacio y tiempo reservado para el anuncio y las condiciones para la producción y transmisión del anuncio. Este tipo de acuerdo permite a las empresas, o instituciones promocionar sus productos y servicios en una amplia gama de medios y grupos objetivo.

4.7. Marketing digital

El marketing digital es la estrategia de promoción y comercialización de productos y servicios a través de canales digitales como Internet y las redes sociales (Selman, 2017). Es el cúmulo de estrategias inclinadas a la promoción de una determinada marca en el internet, usa canales de difusión que permiten analizar propuestas y resultados en tiempo real. Utiliza herramientas de tecnología digitales, para llegar a audiencias más amplias, analizando de manera más efectiva los resultados de su trabajo de mercadeo.

El marketing digital incluye actividades como la creación de sitios web, el uso de redes sociales, el marketing por correo electrónico, la publicidad online y el posicionamiento en buscadores (Fonseca, 2014). En definitiva, asumimos que los principales objetivos del marketing digital son aumentar la visibilidad, consumo y fidelidad de los clientes.

Como una especialidad, el marketing político es la aplicación de estrategias y técnicas de marketing en el ámbito político encaminadas a promover y posicionar candidatos, partidos políticos o movimientos en medios de comunicación, o de manera directa con los votantes (Zepeda, 2002) . Mediante el uso de plataformas digitales modernas y medios tradicionales, hoy en día, con las estrategias correctas, se puede llegar a todo tipo de audiencias, generar contenido relevante y atractivo fomenta la participación y el apoyo de los votantes. La finalidad es influir en la opinión pública, aumentar la visibilidad y el reconocimiento de las propuestas políticas.

4.8. Candidato a alcalde

En Ecuador un candidato a alcalde es una persona que busca ser elegido líder de un cantón, para convertirse en el representante o regente del gobierno local municipal. Esta persona debe postularse el cargo, asumir una candidatura; y promover un programa político,

participar en una campaña electoral y persuadir a los ciudadanos para que le voten (Ivoskus, 2022). Es un candidato legalmente apto para desempeñar funciones en una determinada jurisdicción, es quien lucha competitivamente por medio de una campaña política para ganar un puesto administrativo de un determinado lugar.

Su objetivo principal es mejorar la calidad de vida de los residentes locales, tomar decisiones en interés común, gestionar los recursos públicos y supervisar la administración de varios departamentos del gobierno local. En nuestro país, los candidatos a la alcaldía deben ser seleccionados mediante elecciones primarias, en cada partido u organización política.

Estos son los requisitos que están establecidos en la Constitución de la República de Ecuador y el Código de la Democracia para postular a la denominación de alcalde:

- Tener cumplidos los 18 años para inscribir su candidatura.
- Estar en goce de los derechos políticos.
- Haber nacido en la jurisdicción donde se inscribirá o haber vivido en ella de forma interrumpida en los dos últimos años previos a su candidatura.
- Constar en el Registro electoral del lugar que desea representar y haber votado en el mismo en las últimas elecciones (*Código-de-la-Democracia.pdf*, s. f.).

Los dos últimos requisitos se aplicaron por primera vez en las elecciones seccionales de febrero del 2023. De igual forma, las organizaciones políticas deben cumplir ciertos porcentajes de inclusión de mujeres un 30% y jóvenes 25%. Si el Consejo Nacional Electoral observa que no cumplen estos requisitos se pueden anular las candidaturas de una provincia o cantón. Si un postulante no cumple alguno de los puntos, el movimiento o partido podrá cambiar o reemplazar a esta persona.

4.9. Jóvenes Adolescentes

Los adolescentes son individuos en la etapa de desarrollo que se encuentra entre la niñez y la edad adulta. Se considera que esta etapa comienza alrededor de los 12 o 13 años y se extiende hasta los 18 o 19 años. Durante esta etapa, los adolescentes experimentan cambios físicos, emocionales, cognitivos y sociales significativos (Néstor et al., 2017). Son seres humanos aún en construcción y en búsqueda de un criterio. Existen varias clasificaciones de los jóvenes y desde que edad se los considera. En una conferencia las Naciones Unidas considera de forma global que jóvenes son aquellos que comprenden los 15 a 24 años de edad.

Según el Código de la Niñez y Adolescencia Ecuatoriano, en su artículo 4 establece que "Adolescente es la persona de ambos sexos entre doce y dieciocho años de edad". De acuerdo a la disposición, los jóvenes adolescentes se encuentran en un periodo de cambios cognitivos, sociales, emocionales, entre otros. Aunque, el límite de edad para definir la adolescencia media, esta puede variar, generalmente suele comprenderse entre los 14 a 17 años, edad en la que el cerebro va encaminándose hacia la adultez, desarrollando la capacidad abstracta de tomar decisiones que involucren el contexto cultural y social.

Los adolescentes jóvenes se encuentran en una etapa de transición y descubrimiento de su identidad personal y social. A medida que crecen, enfrentan desafíos únicos y deben lidiar con la toma de decisiones importantes que pueden moldear su futuro (Bruno, 2015). Es la continuidad en la que van aprendiendo y adquiriendo habilidades necesarias para enfrentar responsabilidades y demandas de la vida adulta.

Es necesario mencionar que los adolescentes y jóvenes, se pueden definir de manera general. El identificar y establecer límites generacionales es muy útil para los investigadores sociológicos y antropólogos. Tener información sobre un colectivo y sobre cómo este interactúa o reacciona a los sucesos económicos, sociales o tecnológicos que suceden a su alrededor, es una herramienta muy valiosa.

En la figura 1 se muestra la taxonomía de generaciones desde 1930

TAXONOMÍA DE GENERACIONES				
NOMBRE DE LA GENERACIÓN	MARCO TEMPORAL EN ESPAÑA	POBLACIÓN DE LAS GENERACIONES *	CIRCUNSTANCIA HISTÓRICA	RASGO CARACTERÍSTICO
Generación Z	1994 - 2010	7.800.000	Expansión masiva de internet	 Irreverencia
Generación Y <i>millennials</i>	1981 - 1993	7.200.000	Inicio de la digitalización	 Frustración
Generación X	1969 - 1980	9.300.000	Crisis del 73 y transición española	 Obsesión por el éxito
<i>Baby Boom</i>	1949 - 1968	12.200.000	Paz y explosión demográfica	 Ambición
<i>Silent Generation</i> Los niños de la posguerra	1930 - 1948	6.300.000	Conflictos bélicos	 Austeridad

Figura 1. División generacional desde 1930
Fuente: Diario Vanguardia de España

4.10. Ecotel Televisión

Es un canal de televisión con cobertura autorizada para los cantones de Loja y Catamayo, comenzó con emisiones de prueba en febrero de 1997. La inauguración del canal se realizó el 10 de mayo de 1997, la programación de arranque fueron 8 espacios en vivo, 4 de ellos fueron noticieros (A. S. Ruiz, 2011). Es el medio de comunicación tradicional pionero en el cantón Loja, con una larga trayectoria. Aunque no existan estudios de sintonía actualizada, es considerado el medio televisivo con mayor audiencia en la provincia de Loja.

Debido a la presión derivada del cierre de transmisiones en señal de aire en el año 2016, la programación establecida se redujo de manera notable, manteniéndose en la actualidad solo 4 noticieros, un programa de variedades y 2 programas deportivos (*Ecotel TV de Loja salió del aire tras incautación de equipos - El Comercio*, s. f.). En Ecotel Tv se desenvuelven actividades que ofrecen espacios publicitarios para comercios, instituciones públicas, incluyendo también la difusión de eventos de todo tipo como los procesos electorales. En este último caso representa un importante nivel de ingresos económicos para su financiamiento.

4.11. Parroquia Urbana

Ecuador cuenta con 221 cantones, que se subdividen en 1.074 parroquias, a su vez, una parroquia es una división territorial que se utiliza como unidad administrativa y política. Las parroquias están ubicadas dentro de los cantones y son administradas por un Gobierno Parroquial, que es electo democráticamente por los habitantes de la parroquia.

Las parroquias pueden tener diferentes características y funciones, dependiendo de su ubicación y tamaño. Algunas pueden ser urbanas, con una población más densa y una infraestructura más desarrollada, mientras que otras pueden ser rurales, con una población dispersa y una economía basada principalmente en la agricultura.

Las parroquias urbanas dependen del gobierno local o municipal, que se encarga de administrar los servicios públicos y el desarrollo de la infraestructura urbana, como el abastecimiento de agua potable, el manejo de desechos, el mantenimiento de calles, entre otros. También suelen contar con centros educativos, de salud y recreativos para atender las necesidades de la población, en lo electoral estas unidades territoriales permiten mapear la ubicación de los recintos electoral de manera más efectiva (*REXTN-ED108-05-Vivanco.pdf*, s. f.). El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial, se encarga de gestionar los

servicios públicos a nivel local, como el mantenimiento de vías, la recolección de basura, el suministro de agua potable, el cuidado de parques y áreas recreativas, entre otros. Igualmente, se encargan de promover el desarrollo social y económico dentro de la parroquia, así como de representar los intereses de sus habitantes ante las autoridades municipales y provinciales.

4.12. Teoría del Desarrollo Cognitivo

La teoría del desarrollo cognitivo sugiere que los adolescentes de 16 y 17 años tienen la capacidad suficiente para participar en la toma de decisiones políticas. Según esta teoría, a medida que los jóvenes alcanzan la etapa de las operaciones formales, desarrollan habilidades de pensamiento abstracto y capacidad para razonar de manera más sofisticada, lo cual los capacita para tomar decisiones informadas y participar en el proceso electoral (Castro, s. f.). Bajo las pautas indicadas anteriormente, los jóvenes adolescentes de 16 y 17 al tener en esa edad una formación académica, esta ayuda plenamente a la intervención de los mismos en la política, volviéndolos responsables en sus deberes civiles.

Sin embargo, es importante enfatizar que la participación política entre los jóvenes tiende a ser menor que la de otros grupos de edad. Esto puede deberse a una variedad de factores, incluida la falta de interés en la política, la falta de información sobre los candidatos, sus propuestas y la sensación de que su voto no marcará la diferencia.

El desarrollo cognitivo permite a las personas aprender nuevas habilidades y adquirir conocimientos a lo largo de su vida, influye también en las habilidades de razonamiento y resolución de problemas, el desarrollo cognitivo también está estrechamente relacionado con la capacidad de pensar creativamente, activa los procesos necesarios para la memoria. El desarrollo cognitivo también está relacionado con la capacidad de expresarse eficazmente y comprender a los demás (Rice, 1997). Es importante enfatizar que los jóvenes necesitan constante orientación de los adultos e instituciones educativas para desarrollar su potencial al máximo. Es necesario darles la oportunidad de participar y tener voz en la toma de decisiones para que puedan hacer una contribución significativa a la solución de los posibles conflictos, puesto que, al no hacerlos partícipes de estos eventos políticos, podrían ser objeto de manipulaciones sociales.

4.13. Derecho al Sufragio

El derecho al voto, también conocido como derecho al sufragio, es una garantía política fundamental que tienen los ciudadanos de un país para participar en la elección de representantes y la participación en decisiones fundamentales. Este derecho está reconocido y protegido por la mayoría de las constituciones y tratados internacionales de derechos humanos (Castilla, 2022). El derecho al sufragio o votación electoral es esencial para la democracia y la participación pública ante un gobierno. El acceso al mismo en buena parte de las naciones se garantiza al alcanzar la mayoría de edad legal, aunque en muchas legislaciones ya se aborda la necesidad de que los jóvenes de 16 y 17 años sufragan.

El debate sobre el voto de los jóvenes de 16 y 17 años también se enmarca en la discusión más amplia sobre los derechos y la ciudadanía. Los defensores argumentan que privar a esta población del derecho al voto es una violación de sus derechos y una forma de discriminación etaria. Esto plantea interrogantes sobre la igualdad de representación y el acceso equitativo a la toma de decisiones políticas (Chac, 2005). Si bien, algunos pueden argumentar que los jóvenes de esta edad carecen de la madurez o la experiencia necesaria para tomar decisiones políticas informadas, la participación política es un proceso de aprendizaje intervención continua. A esto se suma desde luego, la necesidad de que el voto facultativo de los jóvenes les otorgue protagonismo real.

4.14. Analogía del Voto Facultativo

La comparación de cómo se maneja este tema en otros países, puede ser un aspecto esencial en la investigación sobre el voto de los jóvenes. Diferentes naciones tienen enfoques diversos con respecto a la extensión del derecho al voto a esta población más joven, y sobre todo como se facilita el acceso a este derecho, para que los resultados sean efectivos (Valenzuela Fuentes, 2007). Es evidente que al igual que en Ecuador, en los países en los que está vigente el voto facultativo, se han distanciado cada vez más del ideal democrático que se ha pretendido transmitir por medio de este, dando como resultados la baja participación de los jóvenes ante eventos políticos.

Hay varios países donde los jóvenes de 16 y 17 años pueden votar en las elecciones nacionales o locales. Algunos ejemplos son:

- **Austria:** Los jóvenes de 16 y 17 años tienen derecho a votar en las elecciones generales, locales y europeas.
- **Escocia:** desde 2016, jóvenes de 16 años han podido votar en las elecciones al Parlamento escocés.
- **Brasil:** Los jóvenes de dieciséis y diecisiete años tienen derecho a votar voluntariamente en las elecciones generales.
- **Alemania:** Jóvenes de 16 y 17 años pueden participar en algunas elecciones locales. Argentina: Los menores de dieciséis años podrán votar en elecciones primarias, abiertas, simultáneas, obligatorias y generales.
- **Ecuador:** Jóvenes de 16 años en adelante, pueden votar en elecciones generales y locales.

Es importante señalar que las condiciones y los derechos de voto pueden variar de un país a otro. Algunos países limitan los derechos de voto de los jóvenes de 16 y 17 años a ciertos tipos de elecciones o imponen ciertos requisitos. Además, las leyes electorales pueden cambiar con el tiempo (Morduchowicz, 2022). En última instancia, la relación entre la participación de los jóvenes de 16 y 17 años y los niveles más altos de democracia de cada país depende de muchos factores, incluido el contexto político, la educación cívica, el compromiso de los jóvenes, inclusive cultura política.

4.15. Participación de los jóvenes en la Comunicación Política

La participación de los jóvenes en la comunicación política es crucial para el desarrollo de una sociedad democrática, pues tienen nuevas perspectivas, ideas innovadoras y una amplia experiencia en el uso de la tecnología, lo que los convierte en una fuerza importante en el ámbito político (López & Alfredo, 2011). Los jóvenes pueden tener un impacto positivo en la Comunicación Política con aportes frescos en la democracia de un determinado territorio; a través de la participación en campañas políticas, los jóvenes pueden trabajar como voluntarios en campañas, realizar llamadas telefónicas ir de puerta en puerta, participar en eventos de campaña, involucrarse en la redacción de discursos, realizar el diseño de materiales de campaña, la planificación estratégica digital entre muchas cosas más.

El activismo es otra forma que tienen los jóvenes de participar en la comunicación política, participan cada vez más en movimientos sociales y luchan por causas cercanas a sus corazones, pueden organizar protestas, marchas y manifestaciones para expresar su descontento con las políticas y acciones gubernamentales, el activismo juvenil es particularmente destacado en temas como el cambio climático, los derechos LGBTQ+, el racismo y la igualdad de género (Feixa et al., 2014). Queda en evidencia que los jóvenes actualmente se vinculan a las actividades políticas por otras vías, sobre todo con fines de aceptación y reconocimiento de sus derechos ante la sociedad por medio de esta.

Los jóvenes están expuestos a una variedad de información a través de medios como noticias, programas de entrevistas y redes sociales. Estos canales influyen en su percepción de los candidatos y partidos políticos, juegan un papel importante en sus decisiones de votación. La política hoy en día pretende involucrar al joven en temas que directamente: como educación, empleo, medio ambiente y derechos civiles.

4.16. Participación Política de Jóvenes Ecuatorianos

Sharp (1997) citado por García Sánchez en la Revista Políticas de participación de los jóvenes en el Ecuador 2020 manifiesta: existen dos tipos de actores sociales: nominales y colectivos. El actor colectivo es aquella entidad cuyos miembros: Están integrados en torno a iguales o convergentes intereses, percepciones y creencias con respecto a un problema; cuenta con cierto grado de organización y recursos y con mecanismos para la resolución de conflictos internos; tiene los medios y la capacidad para decidir y/o actuar intencionada y estratégicamente para la consecución de un objetivo común como unidad suficientemente cohesionada, lo que le identifica y diferencia frente al resto y, se le puede atribuir alguna responsabilidad por sus decisiones y/o actuaciones. En el actor nominal, la integración sólo se da en el plano del análisis entre sus miembros, no existe relación alguna entre ellos, su único nexo de unión son las similitudes que el investigador les atribuye y que pueden no tener ninguna significación para sus miembros (Vélez Cantos, Flores Urbáez, & Zambrano Zambrano, 2020). Con la clasificación expuesta, se puede evidenciar que el actor colectivo está conformado por personas con un mismo propósito solventada por ellos mismos. A diferencia del actor colectivo, principalmente el nominal se caracteriza por acoger a personas aleatoriamente, pero con mismas características destinadas a trabajar en unidad de decisión y acción responsable entre sí. Dentro de estas dos, los jóvenes tienen la opción de irse inmiscuyendo de acuerdo a sus preferencias.

Es un área de investigación importante en el estudio del voto de los jóvenes de 16 y 17 años. Esta línea de investigación se centra en comprender los motivos, actitudes y comportamientos de participación política de los jóvenes, así como las barreras y facilitadores para su participación. Estudios han demostrado que permitir el voto a edades más tempranas podría aumentar la participación política de los jóvenes y fomentar un mayor compromiso cívico a largo plazo (Maldonado, 2005). A fin de cuentas, lo que se busca es que los resultados de las elecciones reflejen el más alto nivel de representación de los jóvenes, puesto que cuentan con portales encauzados hacia su participación política y esta debe seguirse fomentando.

El artículo 62 de la Constitución de la República del Ecuador en su inciso segundo expresa: El voto será facultativo para las personas entre dieciséis y dieciocho años de edad, las mayores de sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad. (Asamblea Nacional del Ecuador , 2008). Al tratarse de una Constitución garantista, el legislador constituyente busca que los niveles de representación fueran lo más amplios posibles, por ello instrumentó el acceso al sufragio como una vía para lograrlo. Los jóvenes al pertenecer a un grupo etario extenso, su participación es elemental.

La Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, mejor conocido como Código de la Democracia en su artículo 11 inciso segundo manifiesta: El voto será facultativo para las personas entre dieciséis y dieciocho años de edad, las mayores de sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los y las integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional en servicio activo, las personas con discapacidad y las personas analfabetas. Lo será también para las extranjeras y extranjeros desde los dieciséis años de edad que hayan residido legalmente en el país al menos cinco años y se hubieren inscrito en el Registro Electoral. El Consejo Nacional Electoral reglamentará y establecerá las condiciones necesarias para facilitar el ejercicio del sufragio a las personas con discapacidad. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2023). La legislación ecuatoriana cumple con uno de sus principios básicos democráticos, en los que se hace notar con la participación de todos los grupos sociales antes mencionados. Se enfoca principalmente en facilitar el uso de este derecho, en las mismas condiciones.

4.17. Marketing político en la Televisión

El marketing político en televisión es una de las estrategias más comunes utilizadas por candidatos y partidos políticos para promocionar sus propuestas, sensibilizar y persuadir a los votantes (Herrero, 2020). Según la teoría, a través de la televisión a lo largo del tiempo, los políticos pueden llegar a amplias audiencias locales y nacionales para comunicar eficazmente sus mensajes. Las tácticas utilizadas en el marketing político televisivo incluyen; los conocidos spots o cuñas de campaña; la creación productos televisivos por parte de los candidatos destacando sus logros, propuestas y cualidades personales. Estos anuncios suelen ser de corta duración y aparecen en horario de máxima audiencia, durante una programación específica.

Es importante tener en cuenta que la efectividad del marketing político en la televisión depende de diversos factores, como el alcance de la audiencia, el mensaje transmitido, la calidad de la producción y la reputación del candidato. Además, diversas investigaciones sugieren que la credibilidad y la confianza en los medios de comunicación tradicionales, incluida la televisión, ha disminuido en los últimos años (Rivera, 2018). Un claro ejemplo del marketing político, se ve representado por los debates políticos televisados, mismos que brindan a los políticos la oportunidad de defender sus ideas y contrarrestar las propuestas de sus oponentes. Estos debates suelen retransmitirse en directo para que el público pueda verlos y formarse una opinión sobre los mismos, estos espacios actualmente en Ecuador, están normados por el Consejo Nacional Electoral como obligatorios.

Los medios de televisión cubren con frecuencia eventos políticos como mítines, convenciones y discursos en vivo. Estas transmisiones permiten a los candidatos llegar a una audiencia más amplia, aumentando interés de participación en sus campañas. Las entrevistas en noticieros televisivos son otra importante oportunidad para discutir temas relevantes y promover sus propuestas, éstas le permiten al candidato expresar su posición y responder preguntas de periodistas y entrevistadores. Pese a la gran competencia que existe hoy en día entre la televisión y los medios digitales, está siempre busca en focalizarse para mantener su esencia informativa.

4.18. La Comunicación Política en la Televisión Local

Según el director de Cadena Ecotel de la ciudad de Loja Ramiro Cueva Atarihuana, existen aspectos que se pueden mencionar en cuanto a la comunicación política en los medios de comunicación en general y el televisión en particular, según el comunicador : por ejemplo son pocos los espacios en donde se presentan elementos nacidos de la planificación y la técnica para la elaboración de espacios en los que se alude a este tema, asegura que en la mayoría de casos estos procesos están contruidos sobre la improvisación e incluso el sesgo (Cueva, 2023). Hace referencia que en la ciudad de Loja la Comunicación Política de cierto modo es poco formal, porque limitados son los profesionales dedicados a cumplir con total cabalidad el verdadero sentido de la Comunicación Política expuesto en televisión. En la mayoría de los casos, en temas políticos se ha visto desinterés por parte de los actores involucrados, como lo son: periodistas y políticos que en muchos casos dejan al azar su participación en espacios informativos.

En su momento en los canales de televisión locales, se evitó el tratar temas políticos que pudieran contravenir lo determinado por la Ley Orgánica de Comunicación, vigente en el país desde el 2013 hasta el 2021, con cambios solo en su reglamento (Ulloa, 2022). Incluso en Loja, se sacó del aire en el 2015 y durante 37 meses al canal en el que se realizó parte de esta investigación, bajo el argumento de incumplimientos de carácter legal y técnico, aunque su propietario argumenta lo contrario.

El desarrollo político local y nacional, debe enfrascarse en sus principios, llevando una comunicación responsable, y, sobre todo, comprometida con los ciudadanos, porque sin ellos no existiría la misma.

4.19. Fondo de Promoción en Denominaciones Seccionales (alcaldías)

Por definición del Código de la Democracia, el Fondo de Promoción Electoral es: El monto económico que el estado destina a las organizaciones políticas que participarán con candidatos legalmente inscritos en las elecciones, para difundir sus propuestas de gobierno, a través de los medios de comunicación: televisión, prensa, radio y vallas publicitarias; este monto es exclusivo para la difusión de propaganda y publicidad electoral con base a principios de igualdad y equidad (Asamblea Nacional del Ecuador, 2023). El Consejo Nacional Electoral asigna una cierta cantidad de dinero a todos los candidatos por cada dignidad. El dinero físicamente no lo entrega el Consejo Nacional Electoral a las

organizaciones políticas, sino que estas deben indicar dónde quieren pautar y este Consejo es el encargado de pagar directamente a los medios de comunicación elegidos. El monto establecido por cada candidatura en las elecciones seccionales de febrero 2023 es diferente para cada una de las dignidades, pues se fija de acuerdo al número de electores de cada jurisdicción.

En las reformas al Código de la Democracia del 2020, en el artículo 233, se establece que las organizaciones políticas o candidatos que haya recibido este financiamiento deberán reintegrar el 50% de ese monto si no logran obtener, al menos, el 4% de votos válidos en dos elecciones (*Ley-Orgánica-Electoral-Código-de-la-Democracia.pdf*, s. f.). Es decir, el monto que recibe cada candidato se calcula de acuerdo con el número de electores empadronados; por lo que los postulantes de los cantones y provincias más grandes reciben siempre una mayor asignación.

5. Metodología

Con el objeto de asegurar autenticidad y rigurosidad científica en los resultados que se pretenden obtener del estudio titulado "Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes adolescentes de entre 16 y 17 años, de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023", se presentan a continuación las fases y elementos metodológicos que respaldan esta investigación. Estos comprenden la delimitación del ámbito de estudio, un proceso íntegro que detalla las acciones llevadas a cabo en consonancia con los objetivos previamente establecidos, así como el análisis y la evaluación de los datos recolectados.

5.1. Área de estudio

En el mundo, no son más de 12 los países en los que se reconoce el derecho al voto facultativo a quienes han superados los 16 años, pero no han alcanzado los 18 años, que es la edad en la que se considera existe la mayoría de edad y se habilita a los jóvenes para tomar determinadas decisiones incluso con peso y efectos legales. En el caso de Europa, Escocia y Austria, fueron las primeras naciones que adaptaron sus legislaciones a esta realidad en el 2008, poco tiempo después lo hizo Ecuador con la Constitución de la República del Ecuador aprobada en la Asamblea Constituyente de ese mismo año.

He llevado a cabo la construcción de las siguientes tablas:

En la tabla 1 se presentan algunos datos de ubicación geográfica de la parroquia de San Sebastián.

Tabla 1. Ubicación de la parroquia de San Sebastián

Datos importantes		
Temperatura		16°C– 21°C
Clima		Templado andino
Precipitación		900 mm/año
Altitud		2140 m.s.n.m.
Hidrografía	Río Malacatos, Río Zamora Huayco, Quebrada Punzara Alto	
Coordenadas	Longitud	79-12W Latitud:4-02S
Fuente: Municipio de Loja		
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva		

La parroquia urbana de San Sebastián, está conformada en la actualidad por 7 barrios, que se constituyen en los más conocidos de la urbe lojana. En la tabla 2 se enumera los barrios que integran a la parroquia de San Sebastián.

Tabla 2. Barrios de la parroquia San Sebastián

Barrios parroquia San Sebastián
Pucará
Pradera
Yahuarcuna
Los Geranios
El Rosal
Capulí
Zamora Huayco

Fuente: Municipio de Loja
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 3 consta el mapa de la parroquia urbana del cantón Loja.



Figura 3. Mapa parroquia urbana San Sebastián
Fuente: Municipio de Loja

El análisis del comportamiento electoral de los jóvenes menores de edad, nos acerca a escharbar en los principios básicos de la neurociencia, la misma que habla de un cerebro inmaduro demasiado emocional, en el que calan con facilidad los mensajes extremos y negativos. En cambio, el razonamiento lógico funciona de manera similar al de un adulto. Igual que solucionan problemas matemáticos o físicos, están capacitados para valorar qué candidatura política les encaja más (Torrens, 2019). El voto facultativo ha generado polémica ante la opinión pública, pues hay quienes defienden su capacidad para tomar decisiones desde el análisis y la reflexión. Así como también, hay quienes los quieren tener alejados a los adolescentes jóvenes de la política, argumentando que no tienen la capacidad psicosocial para tomar decisiones concernientes al ámbito político. Sin embargo, con el presente estudio se llegará a obtener resultados que permiten obtener criterios firmes a cerca de la promoción del voto facultativo en jóvenes adolescentes de 16 y 17 años.

5.2. Procedimiento

El presente trabajo de investigación tuvo un enfoque mixto, combinó lo cuantitativo y cualitativo. Además es importante tomar en cuenta que, los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, lo que les otorga fiabilidad (Ochoa et al., 2020). Durante el proceso de investigación, se utilizó el método deductivo desde una visión general para llegar a determinaciones particulares. En este caso, población de jóvenes lojanos de 16 y 17 años, se redujo para fines de análisis a un grupo particular, siendo estos los estudiantes de la Unidad Educativa Pío Jaramillo Alvarado.

También nos valimos del método analítico- sintético descriptivo, histórico-lógico y estadístico para segmentar la visión holística de los jóvenes en subtemas y así estudiarlos seccionalmente para llegar a conclusiones y recomendaciones verificadas.

5.2.1. Enfoque Metodológico

Esta investigación fue de tipo transversal, cumplió con los estudios descriptivos-explicativos del enfoque cuantitativo. Además, presentó un diseño no experimental, sin que se haya programado manipulación de datos, se hizo una medición estadística de una sola vez. Patricio Díaz Narváez señala que la investigación no experimental es sistemática y empírica,

donde las variables independientes no se pueden manipular, pues el fenómeno que las implica ya ha ocurrido (Narváez, 2006). Al hablar del enfoque de la investigación, es necesario recalcar que la naturaleza de estudio, parte del analizar Análisis de la promoción electoral contratada por el Consejo Nacional Electoral en Ecotel Televisión, para la elección del alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero - febrero del 2023. Se empleo los métodos investigativos antes detallados.

5.2.2. Diseño

La presente investigación se desarrolló bajo una línea de investigación no experimental, puesto que se averiguo datos específicos, sin ningún tipo de maniobras. Principalmente se buscó analizar la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes adolescentes de entre 16 y 17 años, de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023.

5.2.3. Tipo de investigación

- **Investigación Descriptiva**, me permitió armar mi investigación desde un inicio, puntualizando características, determinado el enfoque de estudio e información cuantificable para el análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes adolescentes de entre 16 y 17 años, de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023.
- **Investigación Documental**, me permitió cualificar información selectiva y concreta para construir mi marco conceptual y teórico, mismo que fue de gran ayuda a mi investigación.
- **Investigación de Campo**, me permitió delimitar el espacio geográfico sobre el cual se basa mi investigación en este caso el análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes adolescentes de entre 16 y 17 años, de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023.

5.2.4. Fases del autor

Mi trabajo investigativo tuvo una secuencia previamente planeada en un orden específico de contenidos.

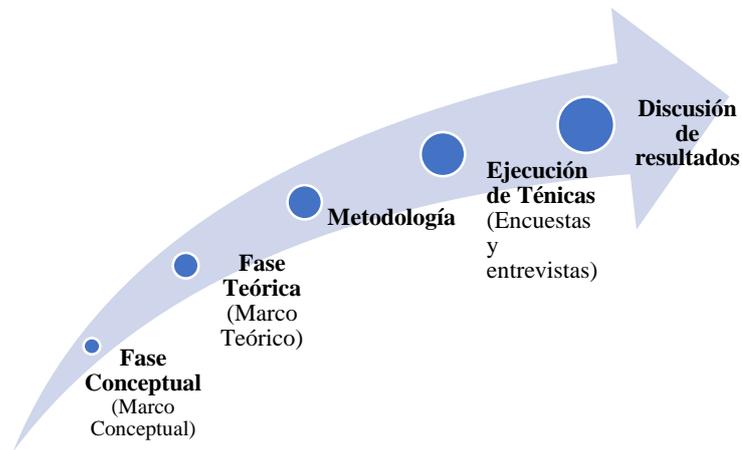


Figura 4. Diseño de la metodología

Fuente: En base a la elaboración de la investigación de análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes adolescentes de entre 16 y 17 años, de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

- **Fase conceptual**, se trabajó con todas las definiciones que atañen al tema, apoyado en bibliografía formal, revisión literaria y legal.
- **Fase teórica**, este proceso me ha facilitado resolver mi problema, con la aplicación de aspectos necesarios conocer los resultados al finalizar mi investigación. Me permití construir en base a relaciones y hechos que involucran a la comunicación política y el voto facultativo en los jóvenes adolescentes.
- **Metodología**, para llegar a este apartado, he concretado una población de estudio, delimitándolo en jóvenes adolescentes de 16 y 17 años de edad de la parroquia urbana de San Sebastián del cantón Loja, así como el comportamiento del CNE frente a los mensajes publicitarios que envía a los jóvenes con la intención de hacerlos partícipes del voto facultativo.
- **Ejecución de técnicas**, se empleó la técnica de encuesta y entrevista, contrastado en un banco y preguntas con la finalidad de recoger significativos datos para mi investigación. Dichos resultados, son manifestados en tabulación de las encuestas e interpretación de entrevistas.
- **Discusión de resultados**, en el orden estipulado, con los debidos métodos y técnicas, he logrado demostrar mi contribución real, contrastada con la debida interpretación y justificación de resultados.

5.3. Métodos

5.3.1. Método Deductivo

Se basa en el principio de validez lógica, que establece que, si las premisas son verdaderas y el proceso lógico se realiza correctamente, entonces la conclusión es verdadera. Sin embargo, es importante recordar que la verdad de las premisas es fundamental para que el método deductivo funcione correctamente (Tiberius, 2020). Este método investigativo me ha permitido hacer una referencia de razonamiento lógico por parte de premisas generales y llegar a una conclusión particular de manera necesaria y lógicamente válida.

5.3.2. Método Inductivo

La inducción se utiliza ampliamente en diversos campos como las ciencias naturales, las ciencias sociales y las matemáticas para determinar leyes y principios generales a partir de la observación y el análisis de casos específicos (Serrano, 2020). Este método me ha consentido señalar temáticas abarcadas desde lo particular a lo general, generándose así las conclusiones generales.

5.3.3. Método Científico

Para abordar la investigación, se utilizó el método científico, mismo que se refiere a una serie de etapas en la que se obtiene un conocimiento válido desde el punto de vista científico, utilizando elementos confiables, puesto que se requiere adquirir un conocimiento amplio y profundo para comprender un fenómeno en toda su dimensión (Huaire-Inacio et al., 2022). Este método ha hecho posible la exposición y confirmación de teorías axiomáticas a través de la presente investigación. Su finalidad es crear relaciones para enunciarlas bajo un análisis.

5.3.4. Método Analítico-Sintético

Se fundamentó en la premisa de que a partir del todo absoluto se puede analizar y comparar la efectividad de las estrategias de comunicación utilizadas por el Consejo Nacional Electoral y por los candidatos y organizaciones políticas para posicionarse entre los electores de 16 y 17 años de edad. En este método se recomienda recopilar toda la información para ser sometida a un análisis minucioso por separado (Moguel, 2005). El método mencionado se utilizó para desarrollar habilidades de pensamiento crítico y fomentar el razonamiento lógico. Me permitió obtener datos que respaldan mi investigación de forma metódica y ordenada.

5.3.5. Método descriptivo

El método descriptivo permitirá obtener una visión objetiva y sistemática de las estrategias más utilizadas, brindando una información precisa del fenómeno en el contexto estudiado, lo que usualmente se aplica para las tesis de maestrías (Jaramillo & Ramírez, 2006). Este me ha facilitado interpretar tal cual es un fenómeno, me fue útil para recopilar información detallada sobre las estrategias narrativas utilizadas por los candidatos a alcalde del cantón Loja, para llegar con sus mensajes a los jóvenes lojanos, mediante la programación de Ecotel TV, principalmente sus espacios de noticias.

5.3.6. Método histórico-lógico

El método histórico-lógico es una forma de investigación que combina la investigación histórica y el pensamiento lógico para analizar eventos, procesos y fenómenos del pasado, se basa en la premisa de que comprender y explicar la historia requiere tanto una investigación exhaustiva de las fuentes históricas como un análisis lógico de los datos recopilados (Torres, 2020). Este método me permitió recopilar información para examinar a modo de fuentes primarias, diversos materiales históricos, como documentos, testimonios, imágenes e instrumentales para reconstruir el marco teórico.

5.3.7. Método Estadístico

Un método estadístico, es una técnica que se utiliza para recopilar, organizar, analizar e interpretar datos numéricos con el objetivo de realizar inferencias o tomar decisiones basadas en la información obtenida. Los métodos estadísticos permiten resumir y describir los datos, detectar patrones o tendencias, realizar estimaciones o predicciones, estudiar las relaciones entre variables, probar hipótesis y tomar decisiones basadas en la evidencia empírica (Azcu y Breña, 2020). Este método me fue de vital utilidad para visualizar los datos y estadísticas del caso, se preocupa por hacer generalizaciones o inferencias sobre una población a partir de una muestra. Me facilitó llevar a cabo una correcta tabulación de encuestas y entrevistas bajo un meticuloso análisis e interpretación de los datos obtenidos de los jóvenes adolescentes encuestados de 16 y 17 años de edad de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado.

5.4. Técnicas

Las técnicas utilizadas en un proceso de investigación, se convierten en herramientas fundamentales para el estudio de las relaciones sociales, y que las organizaciones contemporáneas, políticas, económicas o sociales, utilizan esta técnicas como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos se debe determinar de manera prolija la ruta elegida (Izquierdo et al., 2011). De manera concreta, el utilizar una u otra técnica, definirá el éxito, entiéndase los resultados de la investigación.

5.4.1. Encuestas

Los resultados cuantitativos se determinaron con la debida aplicación de las encuestas, en las que he podido recolectar información precisa para mi investigación por medio de 9 preguntas vinculadas específicamente al tema, mismas que fueron aplicadas a la población de jóvenes adolescentes de 16 y 17 años de edad de la Unidad Educativa Pío Jaramillo Alvarado, parroquia urbana San Sebastián del cantón Loja. Lo dicho, con la finalidad de dar cumplimiento a mis objetivos planteados.

4.1.2 Entrevistas

Tomando en cuenta que la entrevista proporciona un excelente instrumento heurístico dentro del enfoque cualitativo para ajustar enfoques prácticos, analíticos e interpretativos. Esta estuvo integrada por 9 preguntas que se realizaron a 5 profesionales expertos en el tema de investigación con un cuestionario previamente elaborado.

- Ab. Luis Cisneros- director provincial Consejo Nacional Electoral
- Dr. Willan Espinoza- Rector del Colegio Pio Jaramillo Alvarado
- Dr. Patricio Valdivieso- Dirigente organización política
- Lic. Erwin Cueva- Productor general Ecotel Tv
- Dra. Fabiola Ludeña- Docente de psicología de la UTPL

4.5 Instrumentos de validación

En el marco de esta investigación, se llevó a cabo la validación de los instrumentos utilizados mediante la participación de expertos en el campo de la investigación y

comunicación de la Universidad Nacional de Loja; este proceso de validación es de vital importancia en la investigación científica, ya que permite obtener conclusiones acertadas basadas en un análisis riguroso de los instrumentos empleados (Pereyra, 2020). Los expertos designados, evaluaron los instrumentos en términos de su pertinencia, claridad, coherencia y relevancia para el estudio. Sus aportes y recomendaciones fueron consideradas para mejorar y ajustar los instrumentos, garantizando así su calidad y confiabilidad. Este proceso de validación fortaleció la validez de los instrumentos utilizados en esta investigación, asegurando la obtención de datos precisos y significativos para el logro de los objetivos planteados.

4.5.1 Tablas de Sistematización de datos

Respecto a mi investigación, por medio de las tablas sistematizadas de datos he logrado clasificar información precisa de total utilidad a mi estudio. Como lo son: Ubicación de la Parroquia de San Sebastián, Barrios de la Parroquia San Sebastián, Candidatos a alcalde de Loja para las proceso del 5 de febrero del 2023, Valores del fondo de promoción en la dignidad de alcalde de Loja, Pauta contratada por los candidatos a alcalde de Loja en Ecotel TV, Porcentaje del fondo asignado, contratado en Ecotel TV, Resultados para alcalde del cantón Loja, parroquia de San Sebastián, Resultados para alcalde de Loja, en todo el cantón, Electores de voto facultativo que acudieron a sufragar en San Sebastián, Medios utilizados para informarse, Resumen de respuestas con respecto a la población total, Número de personas que vieron el mensaje del CNE en Ecotel Tv, Comprensión del mensaje de Comunicación Política, Interés por los mensajes financiados por el CNE, Personas que se informaron sobre promoción electoral en Ecotel TV, Número de personas que compartieron información electoral, Motivación para participar en elecciones del 5 de febrero del 2023, Uso del voto facultativo.

4.6 Participación

4.6.1 Población y muestra

La población y muestra que se tomó para determinar el análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección del alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero - febrero del

2023, fueron los electores hombres y mujeres de 16 y 17 años 11 meses y 29 días Sebastián del cantón Loja provincia de Loja.

En la definición de la muestra objeto de estudio, se utilizó una calculadora de muestra, de la plataforma QuestionPro, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% que dio como resultado 378 muestras en total.

Luego de obtener los resultados numéricos desde la base de datos del Consejo Nacional Electoral, fueron sometidos a comparación para determinar la relación entre la inversión, el número de jóvenes y propuesto. Esta es una forma de aproximación sistemática al estudio de una realidad apoyándose principalmente en el análisis de variables categóricas y numéricas y utilizando preferentemente técnicas estadísticas con fines didácticos (Hidalgo, 2019). Los resultados obtenidos, están sometidos a un análisis comparado, dándonos confiabilidad en las muestras recogidas.

4.7 Materiales Utilizados

Para la elaboración del presente trabajo investigativo se ocupó recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, mismos que accedieron a una apropiada justificación del trabajo de titulación. Los recursos materiales que se utilizaron para el desarrollo del tema investigado son: obras literarias físicas y digitales, revisión bibliográfica de internet, revistas digitales, entre otros. Además, se hizo uso otros materiales como: internet, computadora, y materiales de oficina.

6. Resultados

6.2. Aplicación de instrumentos y recolección de datos

En primera instancia, me referiré a los obtenidos mediante las encuestas realizadas a estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Pio Jaramillo de 16 y 17 años de edad y posteriormente a las entrevistas especialistas en el tema. Apoyándome en las técnicas antes mencionadas, he logrado recolectar información, por medio de las encuestas y entrevistas, mismas que me han proporcionado datos precisos que sustentan y enaltecen mi trabajo investigativo. A continuación, me permito detallar los resultados conseguidos, situándolos en figuras, tablas, estadísticas y análisis de la siguiente forma. Primeramente detallaré; la lista de los candidatos para la alcaldía periodo 2023-2027 junto a la organización política a la que

pertenecen; información acerca del Fondo para promoción electoral para alcalde de Loja; Pauta contratada por los candidatos a alcalde de Loja en Ecotel TV; Porcentaje del fondo asignado, contratado en Ecotel TV; contenido publicado por candidatos a la alcaldía 2023; resultados de los candidatos a alcalde de Loja en la parroquia de San Sebastián; resultados de encuesta obtenidos mediante encuestas realizadas a los jóvenes adolescentes de 16 y 17 años de la Unidad Educativa Pío Jaramillo Alvarado, parroquia San Sebastián del cantón Loja, tomándose en cuenta su residencia en el área estudiada y entrevistas a especialistas.

6.3. Candidatos a la alcaldía del cantón Loja 2023

En la tabla 3 se incluye a los candidatos a alcalde de Loja calificados para las elecciones del 5 de febrero del 2023.

Tabla 3 Candidatos a alcalde de Loja para el proceso del 5 de febrero del 2023

Candidatos a alcalde de Loja 2023	Organización política
Jorge Reyes Jaramillo	Movimiento Centro Democrático
Carlos Escudero	Alianza Somos el Cambio
Jonathan Calva	Partido Sociedad Patriótica
Ligia Rodríguez	Movimiento PÍD
Juan Carlos Torres	Movimiento Revolución Ciudadana
Cesar Guerrero	Partido Social Cristiano
Vanessa Vinces	Partido Izquierda Democrática
Fredy Altamirano	Partido Socialista Ecuatoriano
Brayan Cango	Movimiento Democracia SI
Nixon Granda	Movimiento SUMA
Paúl Cueva	Movimiento RETO
José Castillo	Movimiento ARE
Franco Quezada	Movimiento SER
Patricio Valdivieso	Movimiento Renovación
Fernando Ayala	Movimiento Progresia

Fuente: Consejo Nacional Electoral
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

6.4. Fondo de Promoción Electoral

El Fondo de Promoción Electoral es el monto económico que el Estado destina a las organizaciones políticas que participarán con candidatos legalmente inscritos en las elecciones, este monto es exclusivo para la difusión de propaganda y publicidad electoral con base a principios de igualdad y equidad, para difundir sus propuestas de gobierno, a través de los medios de comunicación: televisión, prensa, radio y vallas publicitarias. Para la dignidad de alcalde del cantón Loja, se destinó 5.818 dólares para cada aspirante.

En la tabla 4 se encuentran los valores asignados por el CNE en la dignidad de alcalde de Loja.

Valores del fondo de promoción en la dignidad de alcalde de Loja

Tabla 4. Valores del fondo de promoción en la dignidad de alcalde de Loja.

Distribución Fondo para promoción electoral para alcalde de Loja	Monto asignado 5.818 dólares
Habitantes Cantón Loja	254,855
Asignación por cada elector	0,000171
Votantes cantón Loja	159.142
Votantes San Sebastián	23.435
Electores voto facultativo San Sebastián	2.847

Fuente: Consejo Nacional Electoral

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Las organizaciones políticas y candidatos, según su criterio determinan la forma en la que invierten aquellos recursos, de acuerdo a las tarifas que cada medio de comunicación determina, en el caso de Ecotel Televisión, se tarifó cada segundo de transmisión en 4,95 dólares; este valor es cancelado directamente por parte del Consejo Nacional Electoral y se descuenta de la asignación general. En el medio mencionado contrataron pauta, solamente 4 de los 15 candidatos.

6.5. Pauta contratada por los candidatos a alcalde de Loja en Ecotel TV

En la tabla 5 se presenta la pauta contratada por los candidatos a alcalde de Loja en Ecotel Tv.

Tabla 5. Pauta contratada por los candidatos a alcalde de Loja en Ecotel TV

Candidatos a alcalde de Loja 2023	Pauta en Ecotel tv	Total, en dólares
--	---------------------------	--------------------------

Jorge Reyes Jaramillo	NO	
Carlos Escudero	SI	715,00
Jonathan Calva	NO	
Ligia Rodríguez	NO	
Juan Carlos Torres	NO	
Cesar Guerrero	NO	
Vanessa Vines	NO	
Fredy Altamirano	SI	679,75
Brayan Cango	SI	2.940,25
Nixon Granda	NO	
Paúl Cueva	SI	896,00
José Castillo	NO	
Franco Quezada	NO	
Patricio Valdivieso	NO	
Fernando Ayala	NO	
Total	4	5.231

Fuente: CNE y Ecotel TV

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

6.6. Porcentaje del fondo asignado, contratado en Ecotel TV

En algunos de los casos mencionados, se invirtió más del 50 por ciento de lo asignado en la pauta contratada con Ecotel Televisión, bajo el argumento de los índices de audiencia de este medio

En la tabla 6 se muestra el porcentaje del fondo asignado, contratado en Ecotel TV.

Tabla 6. Porcentaje del fondo asignado, contratado en Ecotel TV.

Candidatos a alcalde de Loja 2023	Fondo asignado CNE en dólares	Pauta en Ecotel Tv en dólares	Porcentaje
Jorge Reyes Jaramillo	5.818	NO	
Carlos Escudero	5.818	715,00	12,28 %
Jonathan Calva	5.818	NO	
Ligia Rodríguez	5.818	NO	
Juan Carlos Torres	5.818	NO	
Cesar Guerrero	5.818	NO	
Vanessa Vines	5.818	NO	
Fredy Altamirano	5.818	679,75	11,68 %
Brayan Cango	5.818	2.940,20	50,53 %
Nixon Granda	5.818	NO	
Paúl Cueva	5.818	896,00	15,40 %
José Castillo	5.818	NO	
Franco Quezada	5.818	NO	
Patricio Valdivieso	5.818	NO	
Fernando Ayala	5.818	NO	
Total, cantón	87.270	5.231	

Fuente: Consejo Nacional Electoral

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 115 detalla que el Estado garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas de todas las candidaturas. Sobre los contenidos del material difundido, se deben cumplir con las exigencias de la Unidad de Participación Política de la Delegación Provincial del Consejo Nacional Electoral, sobre todo en cuanto al mensaje a presentar, que según el reglamento, debe destacar su plan de trabajo y evitar alusiones al resto de candidatos. Antes de que los spots, sean difundidos se debió obtener una certificación de su pertinencia.

6.7. Plan de trabajo de candidatos a la alcaldía

En un breve análisis semiótico de los videos presentados con los respectivos planes de trabajo a futuro de los candidatos, se pudo señalar lo siguiente:

- **Postura de los protagonistas como un mensaje;** se encuadran en actitudes estereotipadas, repitiendo sin mayor cuidado lo que siempre se ha hecho en este tipo de mensajes.
- **La composición de las imágenes** se advierte como artificial, se intenta dar un mensaje, pero el mismo no aporta ni en lo estético, ni el discurso para conseguirlo.
- **En la elaboración de las piezas de video,** no se advierte nada llamativo para generar empatía con los votantes, sobre todo en los jóvenes que son objeto de este estudio.

En la figura 5 se muestra una captura de pantalla de la publicidad electoral de Bryan Cango.

Figura 5. Captura de pantalla publicidad electoral candidato Bryan Cango



Fuente: video candidato alcaldía del cantón Loja
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 6 se muestra una captura de pantalla de la publicidad electoral de Carlos Escudero.

Figura 6. Captura de pantalla publicidad electoral candidato Carlos Escudero



Fuente: video candidato alcaldía del cantón Loja.
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 7 se muestra una captura de pantalla de la publicidad electoral de Freddy Altamirano.

Figura 7. Captura de pantalla publicidad electoral Freddy Altamirano



Fuente: video candidato alcaldía del cantón Loja
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 8 se muestra una captura de pantalla de la publicidad electoral de Paúl Cueva.

Figura 8. Captura de pantalla publicidad electoral Paúl Cueva



Fuente: video candidato alcaldía del cantón Loja.
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En los resultados que reportó el Consejo Nacional Electoral en su página web oficial, no pasa por desapercibido el aporte del voto facultativo en el segmento investigado, jóvenes

de 16 y 17 años de la parroquia urbana de Sebastián. Se trata de un consolidado general de toda la zona geográfica.

6.8. Resultados de los candidatos a la alcaldía de Loja 2023

En la tabla 7, se encuentran los resultados de los candidatos a alcalde de Loja en la parroquia de San Sebastián.

Tabla 7. Resultados para alcalde del cantón Loja, parroquia de San Sebastián

Candidatos a alcalde de Loja 2023	Resultados generales Parroquia San Sebastián	Porcentaje
Jorge Reyes	1444	6,64 %
Carlos Escudero	357	1,64 %
Jonathan Calva	98	0,45 %
Ligia Rodríguez	61	0,28 %
Juan Carlos. Torres	854	3,93 %
Cesar Guerrero	3433	15,78 %
Vanessa Vines	112	0,51 %
Fredy Altamirano	478	2,20 %
Brayan Cango	280	1,29 %
Nixon Granda	877	4,03 %
Paúl Cueva	679	3,12 %
José Castillo	4304	19,78 %
Franco Quezada	4921	22,62 %
Patricio Valdivieso	3727	17,13 %
Fernando Ayala	130	0,60 %
Blancos	379	1,62 %
Nulos	1302	5,56 %

Fuente: Consejo Nacional Electoral

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Como dato informativo se incluye también, los resultados obtenidos por los candidatos a alcalde del cantón Loja en todas las parroquias, tanto urbanas como rurales. Es importante observar que ninguno de los que obtuvieron la mayor votación: **Franco Quezada** (42125 votos), **José Bolívar Castillo** (21895 votos) y **Patricio Valdivieso** (21770 votos), destinaron parte de su fondo de promoción para ser utilizado en Ecotel Tv.

En la tabla 8 se muestran los resultados obtenidos por los candidatos a alcalde de Loja en todo el cantón.

Tabla 8. Resultados para alcalde de Loja, en todo el cantón

Candidatos a alcalde de Loja 2023	Resultados Cantón Loja	Porcentaje
Jorge Reyes	9318	6,47 %
Carlos Escudero	4533	3,15 %
Jonathan Calva	558	0,39 %
Ligia Rodríguez	480	0,33 %
Juan Carlos. Torres	5714	3,97 %
Cesar Guerrero	18583	12,90 %
Vanessa Vines	1097	0,76 %
Fredy Altamirano	2388	1,66 %
Brayan Cango	2279	1,58 %
Nixon Granda	8940	6,21 %
Paúl Cueva	3460	2,40 %
José Castillo	21895	15,20 %
Franco Quezada	42125	29,25 %
Patricio Valdivieso	21770	15,11 %
Fernando Ayala	130	0,63 %

Fuente: Consejo Nacional Electoral

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

6.9. Resultados e Interpretación de Datos de Encuesta

La presente encuesta se la empleó a una muestra de 378 jóvenes adolescentes de 16 y 17 años de la de la Unidad Educativa Pío Jaramillo Alvarado, parroquia San Sebastián del cantón Loja.

Pregunta N° 1

¿Asistió a votar en las elecciones seccionales en la ciudad de Loja, parroquia de San Sebastián?

En la tabla 9, se observa el número de jóvenes electores de 16 y 17 años de edad que hicieron uso del voto facultativo que acudieron a sufragar en la parroquia urbana San Sebastián.

Tabla 9. Jóvenes electores de 16 y 17 años que acudieron a sufragar en la parroquia urbana San Sebastián.

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
NO	126	33
SI	252	67
TOTAL	378	100

Fuente: Encuesta estudiantes de 16 y 17 años de bachillerato UE Pío Jaramillo Alvarado.

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 9 se observa el porcentaje de electores de voto facultativo que acudieron a sufragar en San Sebastián.

Figura 9. Electores de 16 y 17 años que acudieron a sufragar en la parroquia urbana San Sebastián.

Gráfico N°1



Fuente: Estudiantes de bachillerato la UE Pio Jaramillo Alvarado
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Interpretación:

En la pregunta número uno, 252 jóvenes adolescentes encuestados de bachillerato de la UE Pio Jaramillo Alvarado, San Sebastián del cantón Loja, es decir, el 67% de afirmaron que asistieron a votar en las elecciones seccionales el 5 de febrero del 2023. Por otro lado, 126 de los antes ya mencionados, representando el 33% indicaron que no asistieron a votar en las elecciones seccionales en esa área.

Análisis:

Es un resultado importante, si tomamos en cuenta que en apariencia los jóvenes no consideran importante el apersonarse en las urnas para ejercer el derecho al voto, más/ menos 6,7 de cada 10 jóvenes de 16 y 17 años acudieron a votar para elegir al alcalde de Loja en el 2023. Con las debidas directrices, hay que saber llegar a los jóvenes y cada vez irlos involucrando en estos eventos políticos, con la finalidad de hacer política responsable desde

temprana edad. El objetivo es cumplir los deberes civiles políticos por convicción consciente, mas no por ligereza.

Pregunta N° 2

¿Qué medios de comunicación utilizó, para informarse de las propuestas de los candidatos a la Alcaldía del cantón Loja? Seleccione una o más opciones.

En la tabla 10 se describe a los medios de comunicación utilizados por los jóvenes de bachillerato de la UE Pio Jaramillo Alvarado para informarse.

Tabla 10. Medios utilizados por los jóvenes de bachillerato de la UE Pio Jaramillo Alvarado para informarse

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
Ninguno	88	23,3
Periódicos	1	0,3
Periódicos, prensa	1	0,3
Periódicos, prensa, televisión	2	0,5
Prensa	5	1,3
Prensa, redes sociales	1	0,3
Prensa, redes sociales, radio, televisión	1	0,3
Prensa, redes sociales, televisión	1	0,3
Prensa, televisión	2	0,5
Prensa, televisión, radio	1	0,3
Prensa, televisión, redes sociales	2	0,5
Radio	3	0,8
Radio, periódicos	1	0,3
Radio, prensa, redes sociales	1	0,3
Radio, redes sociales	1	0,3
Radio, televisión	2	0,5
Radio, televisión, redes sociales	6	1,6
Redes sociales	99	26,2
Redes sociales, periódicos	2	0,5
Redes sociales, prensa	3	0,8
Redes sociales, prensa, periódicos	1	0,3
Redes sociales, prensa, televisión	1	0,3
Redes sociales, televisión	17	4,5
Televisión	36	9,5
Televisión, periódicos, redes sociales	1	0,3
Televisión, prensa	2	0,5
Televisión, prensa, periódicos, redes sociales	1	0,3
Televisión, prensa, radio	1	0,3

Televisión, prensa, redes sociales	2	0,5
Televisión, prensa, redes sociales, Periódicos	1	0,3
Televisión, radio	1	0,3
Televisión, radio, redes sociales	2	0,5
Televisión, redes sociales	88	23,3
Televisión, redes sociales, prensa	1	0,3
TOTAL	378	100

Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la tabla 11 se muestra el resumen de respuestas seleccionadas con respecto a la población total:

Tabla 11. Resumen de respuestas con respecto a la población total de los medios utilizados por los jóvenes de bachillerato de la UE Pio Jaramillo Alvarado para informarse.

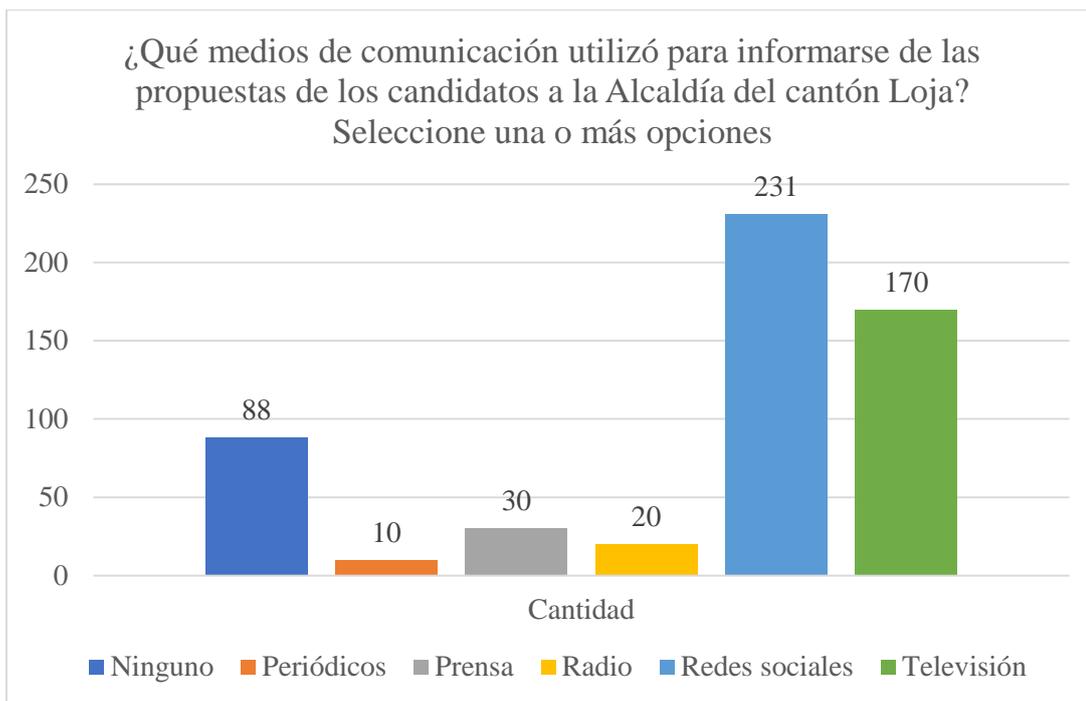
Respuestas	Cantidad	%
Ninguno	88	23
Periódicos	10	3
Prensa	30	8
Radio	20	5
Redes sociales	231	61
Televisión	170	45

Fuente: Estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 10 se muestra el porcentaje de respuestas seleccionadas con respecto a la población total:

Figura 10. Medios utilizados por los jóvenes de bachillerato de la UE Pio Jaramillo Alvarado para informarse

Gráfico N°2



Fuente: Encuesta a Estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Análisis:

La mayoría de los encuestados (aproximadamente el 61%) utilizaron las redes sociales para informarse sobre las propuestas de los candidatos, un número significativo de personas, (alrededor del 45%) también utilizó la televisión para informarse sobre las propuestas de los candidatos, un grupo minoritario (aproximadamente el 23%) de los encuestados indicó que no utilizó ningún medio de comunicación específico para informarse sobre las propuestas de los candidatos, algunas personas (aproximadamente el 16%) utilizaron tanto redes sociales como televisión para informarse sobre las propuestas y un número relativamente bajo de personas (menos del 10%) utilizó medios tradicionales como periódicos, prensa y radio para informarse sobre las propuestas de los candidatos.

Interpretación:

La televisión sigue siendo una fuente importante de información política, se determina que los jóvenes acuden a la combinación de diferentes fuentes de información. Esto sugiere que estos medios tienen un alcance más limitado en comparación con las redes sociales y la televisión en esta comunidad encuestada. Al existir este tipo de eventos políticos, es crucial hacerse notar en medios de comunicación tradicionales como digitales.

Pregunta N° 3

El Consejo Nacional Electoral (CNE) se encarga de dar a conocer los procesos electorales y quienes hacen uso del voto facultativo y obligatorio. ¿Usted observó en Ecotel TV el mensaje difundido por el CNE relacionado con el uso del voto facultativo para jóvenes de 16 a 17 años de edad? (en caso de haberlo observado a través de otro medio señale en cuál)

En la tabla 12 encontramos el número de personas que vieron el mensaje del CNE en Ecotel TV.

Tabla 12. Número de jóvenes de 16 y 17 años que vieron el mensaje del CNE en Ecotel Tv

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
NO	158	42
SI	146	39
Otras	74	20
TOTAL	378	100

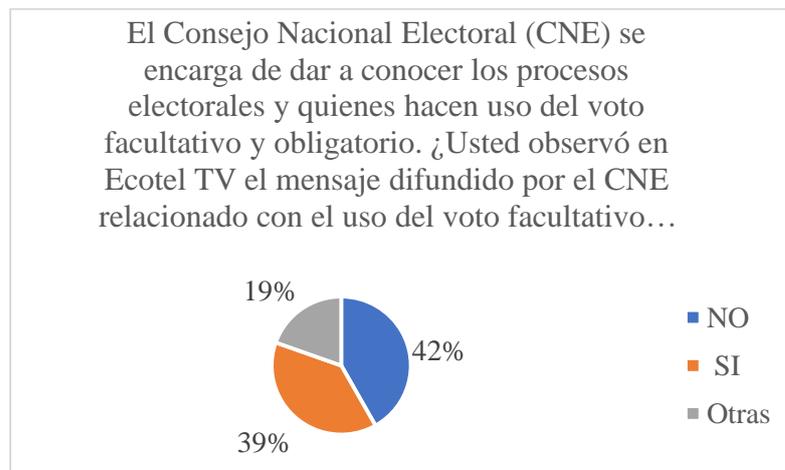
Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 11 encontramos el porcentaje de personas que vieron el mensaje del CNE en Ecotel TV.

Figura 11. Personas que vieron el mensaje en Ecotel tv

Gráfico N°3



Fuente: Encuesta a Estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Interpretación:

De los estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado encuestados, el 42% es decir, 158 personas no observaron el mensaje; mientras que el 39% es decir, 146 personas afirmaron haber observado el mensaje del CNE relacionado con el uso del voto facultativo para jóvenes de 16 a 17 años, finalmente el 19% esto es 74 personas, accedieron al mensaje con otras plataformas.

Análisis:

Esto sugiere que una parte significativa de la muestra estuvo al tanto de este mensaje. El 42% (158 personas) indicaron que no observaron el mensaje, lo que significa que una porción ligeramente mayor de la muestra no tuvo conocimiento de la difusión de este mensaje y el 20% (74 personas) seleccionaron "Otras" como respuesta, entre las mencionadas por los encuestados son: redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter) y Google. Hoy en día los jóvenes tienen totalmente normalizado el uso de las plataformas digitales, sin embargo, los resultados arrojados en esta pregunta, nos muestran un considerable porcentaje de consumo televisivo (Ecotel tv) por jóvenes en la ciudad de Loja, lo cual hay que mantenerlo así y en lo posible mejorar para abarcar aún a más televidentes jóvenes.

Pregunta N° 4

¿Usted considera que el mensaje de promoción política de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja fue comprensible?

En la tabla 13 encontramos el nivel de comprensión del mensaje de comunicación política.

Tabla 13. Comprensión del mensaje de promoción política de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
MUCHO	81	21
NADA	132	35
POCO	165	44
TOTAL	378	100

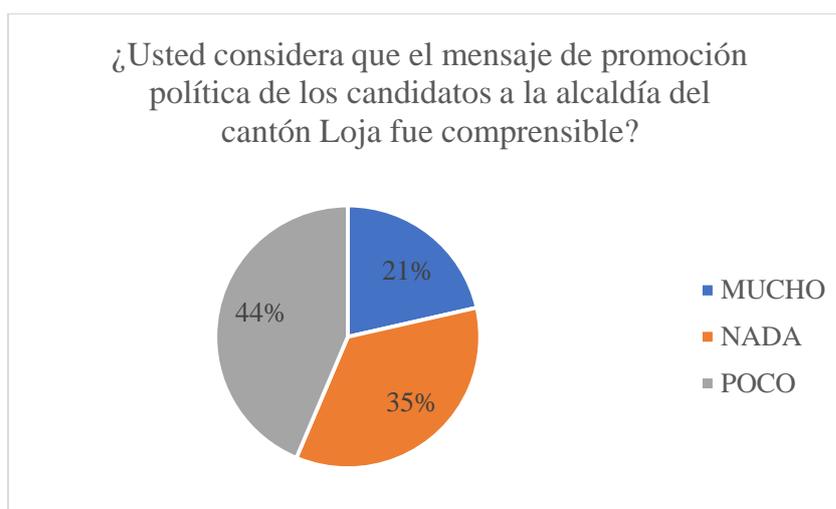
Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 12 encontramos los porcentajes de comprensión del mensaje de comunicación política.

Figura 12. Comprensión del mensaje de los candidatos a la alcaldía de Loja

Gráfico N°4



Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Interpretación:

De los estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado encuestados, el 21% es decir, (81 personas) consideraron que el mensaje de promoción política de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja fue "MUCHO", o sea comprensible. Esto indica que una minoría de la muestra percibió un alto nivel de claridad en los mensajes de los candidatos. El 35% es decir, (132 personas) afirmaron que el mensaje no fue comprensible en absoluto, calificándolo como "NADA", y el 44% es decir 165 personas lo calificaron como "POCO" comprensible.

Análisis:

Esto sugiere que una parte significativa de la muestra no pudo entender los mensajes políticos de los candidatos, el 44% (165 personas) de los encuestados consideraron que el mensaje fue "POCO" comprensible. Esto indica que una parte importante de la muestra encontró cierta dificultad en comprender los mensajes de los candidatos y solo el 21% es decir, (81 personas) lo comprendieron al mensaje en totalidad "MUCHO" y finalmente el 35% es decir, (132 personas) comprendieron a medias. Menos de la mitad de la población encuestada ha interpretado el mensaje del CNE relacionado al voto facultativo transmitido por Ecotel Tv, lo que indica que, para un futuro, empleen un mensaje más atrayente hacia esta población.

Pregunta N° 5

¿Los mensajes de promoción política financiados por el Consejo Nacional Electoral CNE, despertaron su interés por informarse más sobre el proceso electoral?

En la tabla 14 encontramos los índices de interés por los mensajes financiados por el CNE.

Tabla 14. Interés por los mensajes financiados por el CNE

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
NO	234	62
SI	144	38
TOTAL	378	100

Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 13 encontramos el porcentaje de interés por los mensajes financiados por el CNE.

Figura 13. Interés por los mensajes financiados por el CNE

Gráfico N°5



Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Interpretación:

El 62%, es decir, 234 estudiantes encuestados de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado indicaron que los mensajes de promoción política financiados por el CNE no despertaron su interés por informarse más sobre el proceso electoral. Esto sugiere que una

mayoría considerable de la muestra no se sintió motivada por estos mensajes para buscar más información sobre las elecciones seccionales 2023 y el 38% es decir, 144 estudiantes encuestados de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado respondieron que sí despertaron su interés por informarse más sobre el proceso electoral.

Análisis:

Aunque esta cifra es menor en términos porcentuales referente a no despertar ningún interés por informarse a cerca del proceso electoral, el 38% es un porcentaje que representa una parte significativa de las respuestas de los jóvenes que consideraron que los mensajes tuvieron un impacto positivo en su interés por el proceso electoral.

Pregunta N° 6

¿Usted se informó con la promoción electoral en Ecotel Tv sobre las elecciones seccionales del cantón Loja?

EN LA TABLA 15, encontramos el número de personas que se informaron sobre promoción electoral en Ecotel TV.

Tabla 15. Personas que se informaron sobre promoción electoral en Ecotel TV

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
MUCHO	83	22
NADA	160	42
POCO	135	36
TOTAL	378	100

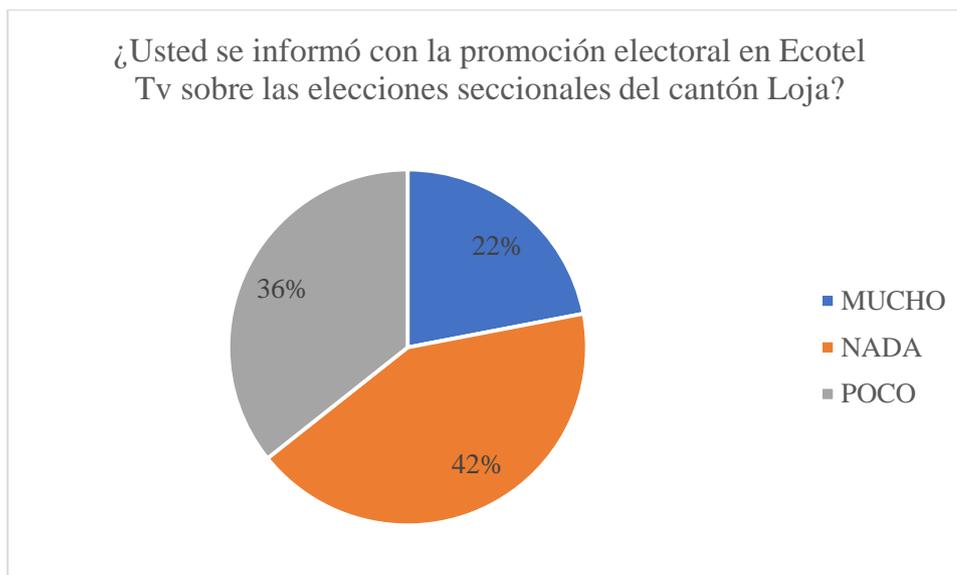
Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 14 encontramos el porcentaje de personas que se informaron sobre promoción electoral en Ecotel TV.

Figura 14. Información electoral

Gráfico N°6



Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Interpretación:

El 22%, es decir, 83 estudiantes encuestados de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado indicaron que se informaron "MUCHO" con la promoción electoral en Ecotel TV sobre las elecciones seccionales del cantón Loja. Esto sugiere que una minoría de la muestra percibió que la promoción en la televisión tuvo un alto impacto en su nivel de información sobre las elecciones. Por otro lado, el 42%, es decir, 160 estudiantes encuestados de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado respondieron que no se informaron en absoluto ("NADA") con la promoción electoral en Ecotel TV. Esto indica que una parte significativa de la muestra no consideró que la promoción televisiva fuera efectiva para informarles sobre el proceso electoral y el 36% (135 personas) de los encuestados indicó que se informaron "POCO" con la promoción en la televisión.

Análisis:

Esto sugiere que hubo cierto nivel de información proporcionada por la promoción, pero que no fue suficiente para la mayoría de los encuestados, en buena parte de casos esto se puede interpretar como un trabajo a medias, tanto del Consejo Nacional Electoral, como de los candidatos y organizaciones políticas al momento de elegir las plataformas para difundir los mensajes, deben hacerlo de forma estratégica para que se justifique progresivamente su inversión.

Pregunta N° 7

¿Usted ha compartido información sobre las elecciones seccionales del cantón Loja, con amigos de su misma edad?

En la tabla 16, se muestra el número de personas que compartieron información electoral.

Tabla 16. Número de personas de la misma edad que compartieron información electoral

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
NO	241	64
SI	137	36
TOTAL	378	100

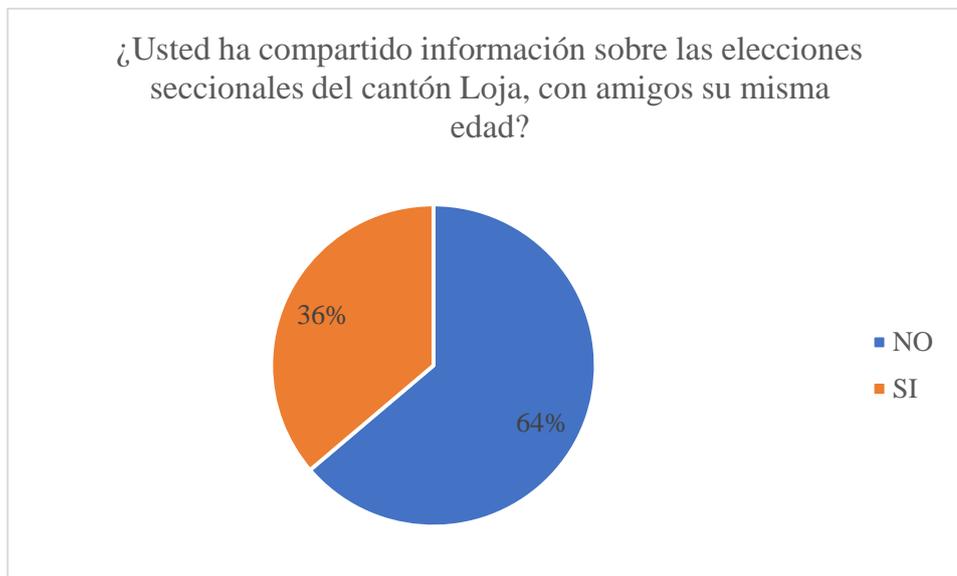
Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 15 se muestra el porcentaje de quienes compartieron información electoral.

Figura 15. Personas de la misma edad que compartieron información electoral

Gráfico N°7



Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Interpretación:

El 64%, es decir, 241 estudiantes encuestados de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado, indicaron que no han compartido información sobre las elecciones seccionales con amigos de su misma edad. Esto sugiere que una mayoría significativa de la muestra no ha estado involucrada activamente en la difusión de información sobre el proceso electoral entre sus pares. Además, el 36% (137 personas) respondió que sí compartieron información con amigos de su misma edad.

Análisis:

Aunque el 36% representa una cifra significativa en la que se involucraron los jóvenes de cierto modo en hablar acerca del proceso electoral por el que se atravesaba, es necesario reforzar los mecanismos para compartir información en el tema electoral.

Pregunta N° 8

¿La promoción electoral difundida en Ecotel TV, lo motivó para participar en las elecciones seccionales de la ciudad de Loja?

En la tabla 17, encontramos datos sobre la motivación para participar en las elecciones del 5 de febrero del 2023

Tabla 17. Motivación para participar en elecciones del 5 de febrero del 2023

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
NO	236	62
SI	142	38
TOTAL	378	100

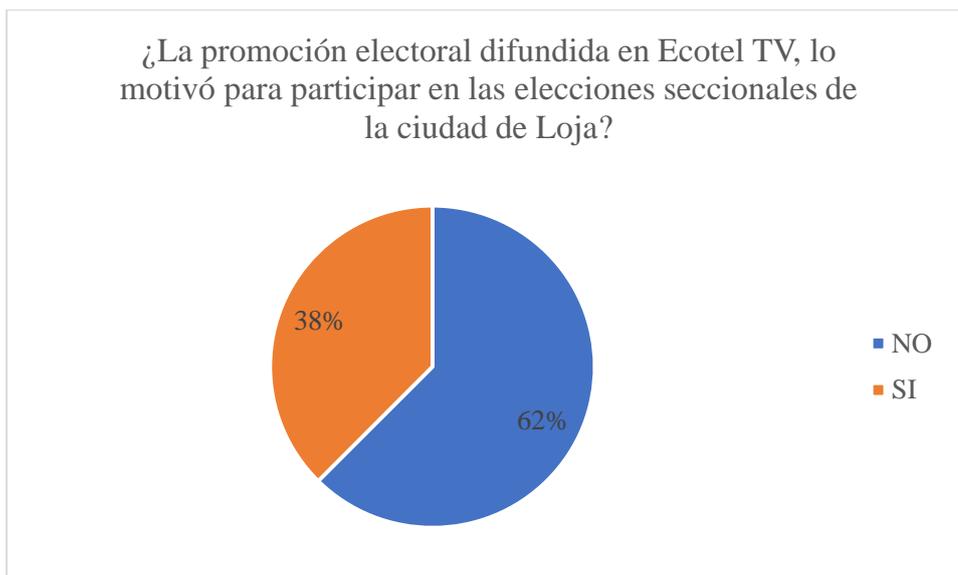
Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 16 encontramos porcentajes sobre motivación para participar en las elecciones.

Figura 16. Motivación electoral

Gráfico N°8



Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado
Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Interpretación:

El 62%, es decir, 236 estudiantes encuestados de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado indicaron que la promoción electoral en Ecotel TV no los motivó para participar en las elecciones seccionales de la ciudad de Loja. Esto sugiere que una mayoría considerable de la muestra no consideró que la promoción televisiva haya tenido un impacto significativo en su decisión de participar en las elecciones. Mientras que el 38% es decir, 142 encuestados de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado respondieron que sí se sintieron motivados para participar en las elecciones seccionales 2023 debido a la promoción en la televisión.

Análisis:

Aunque esta cifra de participación en elecciones seccionales 2023 es menor en términos porcentuales, aún representa una parte significativa de las respuestas que consideraron que la promoción en Ecotel TV influyó positivamente en su participación electoral. El Consejo Nacional Electoral en conjunto con las respectivas organizaciones políticas, no deben bajar la guardia y estar en constante interacción para que los jóvenes se sientan motivados a participar.

Pregunta N° 9

¿En caso de seguir siendo menor de edad, usted haría uso del voto facultativo en las próximas elecciones después de haber visto la promoción electoral en Ecotel TV?

Tabla 18 con datos sobre reiteración del voto facultativo.

Tabla 18. Volver a hacer uso del voto facultativo

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
NO	215	57
SI	163	43
TOTAL	378	100

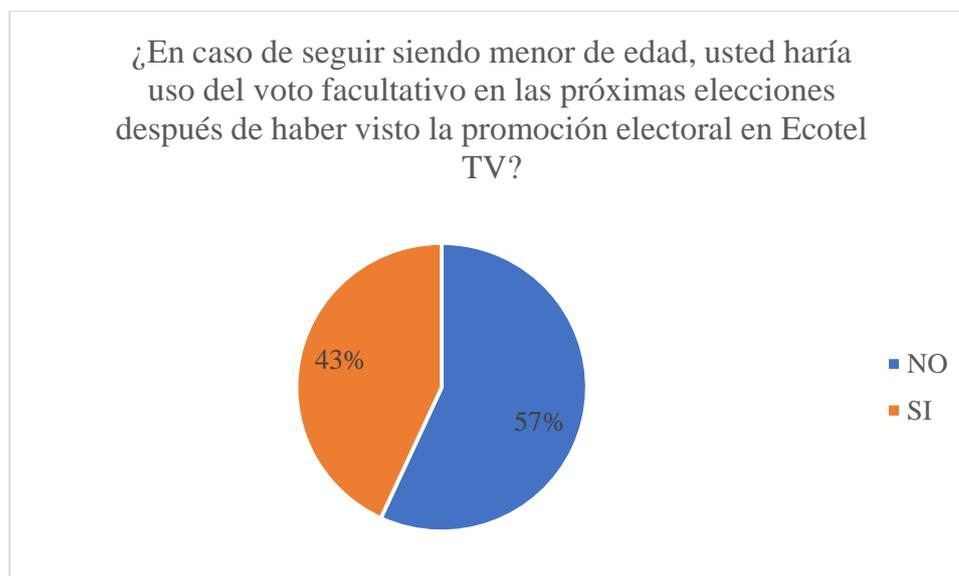
Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

En la figura 17, se muestran porcentajes sobre reiteración del voto facultativo.

Figura 17. Reiteración voto facultativo

Gráfico N°9



Fuente: Encuesta estudiantes de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado

Autor: Ilvar Clotario Jaramillo Cueva

Interpretación:

El 57%, es decir, 215 estudiantes encuestados de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado indicaron que, en caso de seguir siendo menores de edad, no harían uso del voto facultativo en las próximas elecciones después de haber visto la promoción electoral en Ecotel TV. Esto sugiere que una mayoría considerable de la muestra no considera que la promoción televisiva haya influido en su disposición para ejercer el voto facultativo en el futuro. Mientras que el 43% es decir, 163 estudiantes encuestados de bachillerato UE Pio Jaramillo Alvarado respondieron que sí harían uso del voto facultativo en las próximas elecciones después de haber visto la promoción en la televisión.

Análisis:

Aunque esta cifra: el 47%, es decir 163 personas es menor, en términos porcentuales, aún representa una parte significativa de las respuestas que consideraron que la promoción en Ecotel TV influyó positivamente en su disposición para ejercer el voto facultativo en el futuro, si todavía no cumplen la mayoría de edad. Los establecimientos educativos en conjunto con el CNE y organizaciones políticas, deben trabajar en políticas que impulsen ininterrumpidamente al joven ecuatoriano a participar de los eventos electorales y no solamente en fechas próximas a elecciones se hagan notar.

6.10. Resultados e Interpretación Obtenido mediante Entrevistas

La técnica de entrevista fue aplicada a cinco profesionales especialistas, entre ellos a; Licenciado Edwin Cueva, Productor general Ecotel Tv- Loja; Dra. Fabiola Ludeña, Docente UTPL; Patricio Valdivieso, Dirigente de Renovación Democrática – Loja; Dr. Willan Espinoza, Rector UE “Pio Jaramillo Alvarado- Loja; Ab. Luis Cisneros Jaramillo, director provincial del CNE en Loja, mismos que cuentan con extensos conocimientos en el ámbito de mi problemática investigada. Se logró aplicar las entrevistas obteniendo diferentes criterios valiosos para determinar paradigmas propensos a resolver la perspectiva de estudio y posteriormente a establecer conclusiones y recomendaciones respecto del tema.

6.10.1. La Televisión como medio de información

“De alguna manera los jóvenes aún consumen este tipo de mensajes, especialmente de tipo informativo. La televisión en general tiene todavía buena sintonía en este rango de edad y en toda edad, se establece de la retroalimentación de tipo formal e informal”.

Edwin Cueva, productor de Ecotel Tv.

“La televisión sigue siendo una plataforma válida para llegar con mensajes a este segmento de la población, sin embargo, poco a poco están migrando sin retorno hacia las redes sociales, con nuevos códigos de comunicación”.

Fabiola Ludeña, docente UTPL

“Los canales de televisión no entregan al organismo reportes de su audiencia, porque no es su obligación, sin embargo, esto serviría para que los candidatos y partidos políticos justifiquen la pauta en tal o cual medio”.

Luis Cisneros, director CNE Loja

“De lo que nosotros hemos podido establecer, la televisión ya no es un medio idóneo para difundir mensajes para este grupo etario, ellos prefieren buscar información en redes sociales y otras plataformas”.

Willan Espinosa, rector Unidad Pío Jaramillo A.

“Los mensajes formales emitidos en televisión y otros medios tradicionales, no llegan a los jóvenes, ellos prefieren “pastillas informativas”, memes y hasta chistes”.

Patricio Valdivieso, excandidato a alcalde del cantón Loja

Comentario Del Entrevistador

La televisión como medio de información, ofrece una amplia gama de programas y canales que cubren diversos temas como noticias, política, negocios, cultura, entretenimiento y deportes, esto permite a los espectadores seguir lo que sucede en el mundo en tiempo real. En la entrevista realizada a los especialistas seleccionados para esta investigación, determinamos que, esos hechos descritos serían ya relativos por la irrupción de nuevas alternativas. Cada uno hace notar la importancia del medio televisivo, sin embargo, hacen alusión a que los jóvenes de 16 y 17 años prefieren hacer uso de plataformas digitales, puesto que estas son más cercanas a ellos.

6.10.2. Calidad del voto en los jóvenes de 16 y 17 años

“Desde la neurociencia, el de los adolescentes es un cerebro inmaduro, demasiado emocional en el que podrían calar con facilidad mensajes o ideas negativas. La madurez emocional, y la madurez psicológica, se puede determinar dependiendo también de las características de la personalidad del adolescente”.

Fabiola Ludeña, docente UTPL

“Los jóvenes si pueden emitir un voto responsable, pues obtienen la información para justificar aquellos de mecanismos de comunicación alternativos, como son las redes sociales”.

Luis Cisneros, director CNE Loja

“Los jóvenes de 16 y 17 años en términos generales si están en condiciones de emitir un voto razonado. Sin embargo, hace falta que los políticos adapten sus propuestas para ellos, de lo contrario podrían ser objeto de manipulación”.

Willan Espinosa, rector Unidad Pío Jaramillo A.

“Los jóvenes no están preparados para emitir un voto razonado, se debería esperar que lleguen a los 18 años, y no incluirlos en asuntos que no son de su competencia”.

Patricio Valdivieso, excandidato a alcalde de Loja

Comentario del entrevistador

Según el criterio de los especialistas entrevistados, no se puede generalizar el comportamiento de todos los adolescentes y jóvenes, puesto que cada persona es única y toma decisiones de manera diferente. Aunque por parte de los jóvenes de 16 y 17 años podría existir irreflexión, en su mayoría ya se encuentran en capacidad de evaluar las propuestas políticas, comparas planes de trabajo políticos y sociales para tomar decisiones racionales en las que se verán afectadas sus vidas y el futuro del país.

6.10.3. Redes Sociales y Televisión

“Por supuesto que ciertos jóvenes consumen mucho las redes sociales, pero nosotros como medio televisivo, tratamos que en nuestras redes sociales oficiales se pueda resumir muchas veces noticias, información, y el mensaje mismo para engancharlos”.

Erdwin Cueva, productor de Ecotel Tv

“El mensaje político debe ser trabajado de manera integral para cumplir con el objetivo de informar a este segmento de votantes, como CNE cumplimos una tarea formal, pero se deben impulsar cambios en cuanto a contenidos adaptados no solo para televisión sino para redes sociales”.

Luis Cisneros, director CNE Loja

“Por la forma de emitir los mensajes, es raro que los jóvenes muestren interés genuino en lo que les dicen los partidos y movimientos políticos. De vez en cuando por ejemplo un tik tok los activa”.

Willan Espinosa, rector Unidad Pío Jaramillo A.

“Al tratarse de un voto facultativo depende del interés del joven, para buscar información sobre los candidatos y sus propuestas. Para aquello están disponibles plataformas como las redes sociales”.

Comentario Del Entrevistador

La elección entre redes sociales o televisión depende de las preferencias y necesidades individuales de cada joven. Aquí, hay algunos puntos para considerar de los especialistas: el acceso de los jóvenes de 16 y 17 años a las plataformas digitales, los encamina a un panorama informal de información política, en muchos de los casos interactúan con información errónea que no les deja tener un criterio reflexivo, a diferencia de ellos, la televisión se caracteriza por tener una programación en la que los temas políticos se los presenta de manera más protocolaria.

6.10.4. Permanencia del voto facultativo para jóvenes de 16 y 17 años

“El voto debería ser facultativo para todas las personas, inclusive para nosotros como adultos, y desde luego que se debe mantener esta opción para los adolescentes, eso como camino para que se escuchen sus inquietudes”.

Fabiola Ludeña- docente UTPL

“Yo creo que sí se debe mantener el voto facultativo, estoy convencido de qué estamos en una realidad en la que los jóvenes de esa edad, tienen bastante información, y tienen mucha capacidad inclusive de movilizar causas como se ha visto en otros países: causas ambientales, causas políticas, y desde luego causas sociales”.

Luis Cisneros, director CNE Loja

“Los políticos deben ser más serios en cuanto a sus propuestas, ya que en muchos casos presentan ofrecimientos irreales. Si desencantan a un joven, tendrán un votante inconforme de manera permanente”.

Willan Espinosa, rector Unidad Pío Jaramillo A.

“Los jóvenes no están preparados para emitir un voto razonado, se debería esperar que lleguen a los 18 años, y no incluirlos en asuntos que no son de su competencia”.

Patricio Valdivieso, excandidato a alcalde de Loja

Comentario Del Entrevistador

Permitir que los jóvenes de 16 y 17 años voten les brinda la oportunidad de tener una participación activa en la toma de decisiones políticas y en la construcción de su futuro. Esto según manifiestan los especialistas, fomenta el sentido de pertenencia y responsabilidad cívica desde una edad temprana.

6.10.5. Sugerencia de cambios

“El mensaje debe ser trabajado de manera integral para cumplir con el objetivo de informar a este segmento de votantes, como CNE cumplimos una tarea formal, pero se deben impulsar cambios en cuanto a contenidos”,

Luis Cisneros, director CNE Loja

“Por responsabilidad institucional eventualmente la entidad educativa aborda el tema político, aunque con limitaciones por el tema legal al tratarse de menores, para evitar malas interpretaciones. Se debería pensar en establecer una cátedra formal de educación para la democracia”.

Willan Espinosa, rector Unidad Pío Jaramillo A.

“Ante la realidad se debería impulsar el acceso a la información para los jóvenes. Una opción podría constituir las charlas y conferencias en los establecimientos educativos”.

Patricio Valdivieso, ex candidato a alcalde de Loja

Comentario Del Entrevistador

Hay coincidencia de criterios, la intención social en su mayoría, es que el derecho del voto facultativo, para que permanezca y “madure”, debe gestar por cambios prácticos.

- Educación cívica: Es fundamental proporcionar una educación cívica de calidad desde temprana edad apoyada por la sociedad desde sus diversos entornos sociales.
- Empoderamiento juvenil: Diseñar programas para promover el empoderamiento juvenil político y su participación en la toma de decisiones a nivel local y nacional.
- Información accesible: Desarrollar eventos políticos permanentes de educación y concienciación dirigidas específicamente a jóvenes
- Políticas inclusivas: Implementar políticas que fomenten la inclusión de los jóvenes en los procesos políticos.
- Programas de mentoría: Establecer programas de mentoría en los que jóvenes que ya han participado en procesos electorales, así como también, hacerlos compartir sus experiencias y conocimientos adquiridos ante la participación en las urnas.
- Fomentar debates y discusiones políticas: Organizar debates y foros juveniles en los establecimientos educativos y comunidades en general, para que los jóvenes den a

conocer a los candidatos sus puntos de vista, peticiones e inclusive hacerlos cuestionar sus propuestas.

Es importante destacar la recomendación de los especialistas, todas estas estrategias deben ser acompañadas por un ambiente político respetuoso y abierto de libre expresión, donde los jóvenes sientan que sus voces son escuchadas y sobre todo valoradas.

7. Discusión de resultados

He manifestado por medio del presente el estudio del tema, a través del planteamiento de una problemática, un marco conceptual y resultado producto de una pormenorizada investigación de campo que se detallan en el apartado anterior. Ahora bien, me corresponde indicar la respectiva verificación de los objetivos planteados al inicio, siendo el general y específicos.

7.2. Verificación de Objetivos

Los objetivos planteados en mi proyecto de investigación legalmente admitido conciernen a un objetivo general y dos específicos, mismos que los detallo a continuación.

7.2.1. Objetivo General

“Analizar la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de entre 16 y 17 años de la parroquia urbana de San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023”.

El objetivo general se ejecutó en su totalidad por medio de la revisión y perfeccionamiento humanístico, bajo un ordenado marco conceptual teórico y metodológico.

El marco conceptual se desarrolló los siguientes temas: Comunicación política, Democracia, Consejo Nacional Electoral, Promoción Electoral, Voto Facultativo, Campaña Política, Contrato, Marketing digital, Candidato a la Alcaldía, Jóvenes Adolescentes, Ecotel Televisión, Parroquia urbana.

En el marco teórico se impulsó temas concernientes a: Teoría del Desarrollo Cognitivo, Derecho al Sufragio, Analogía del Voto Facultativo, Participación de los jóvenes en la Comunicación Política, Participación Política de Jóvenes Ecuatorianos, Marketing político en la Televisión, La Comunicación Política en la Televisión Local, Fondo de Promoción Electoral en Denominaciones Seccionales (alcaldías).

Con la metodología planteada a través de técnicas (Tablas/Figuras de información), materiales e instrumentos, queda demostrada la verificación del objetivo general del actual trabajo investigativo.

7.2.2. Objetivos Específicos

Los tres objetivos específicos se lograron verificar mediante el resultado de las preguntas ejecutas en las encuestas y entrevistas empleadas a profesionales expertos en el tema.

Primer objetivo específico:

“Justificar la inversión de los recursos públicos utilizados para la promoción electoral en Ecotel Tv, de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja en los jóvenes de entre 16 y 17 años de la parroquia urbana San Sebastián”.

El primer objetivo específico buscó justificar la inversión de los recursos públicos utilizados para la promoción electoral en Ecotel Tv, de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja en los jóvenes de 16 a 17 años de la parroquia urbana San Sebastián. Se cumplió con la pregunta número 3 de la encuesta aplicada, *“El Consejo Nacional Electoral (CNE) se encarga de dar a conocer los procesos electorales y quienes hacen uso del voto facultativo y obligatorio. ¿Usted observó en Ecotel TV el mensaje difundido por el CNE relacionado con el uso del voto facultativo para jóvenes de 16 a 17 años de edad? (en caso de haberlo observado a través de otro medio señale en cuál)”*. Se determinó la cantidad de jóvenes que observaron los mensajes por este medio de comunicación televisivo Ecotel Tv, dicha inversión se justifica parcialmente, puesto que solo el 39 % (146 estudiantes de bachillerato de la UE Pio Jaramillo Alvarado) eligieron voluntariamente esta opción. De la misma forma, en la tabla 6 se estableció el Fondo de Promoción Electoral, mismo que detalla datos importantes auténticos para la justificación de este objetivo.

Segundo objetivo específico:

“Determinar el impacto de los mensajes del CNE difundidos por Ecotel Tv en los jóvenes de entre 16 y 17 años de la parroquia urbana San Sebastián”.

El segundo objetivo específico indicado en esta investigación, se cumplió con los resultados de la pregunta 8 de la encuesta aplicada, “*¿La promoción electoral difundida en Ecotel TV, lo motivó para participar en las elecciones seccionales de la ciudad de Loja?*”. Se entiende como “IMPACTO”, una reacción positiva para efectuar tal o cual actividad, en este caso el mensaje aprobado del Consejo Nacional Electoral y emitido por Ecotel Tv para motivar a los jóvenes a hacer uso de su derecho al voto facultativo. El resultado arrojó que un 32% (142 estudiantes de bachillerato de la UE Pio Jaramillo Alvarado) se sintió motivado para hacer uso de este derecho, resolvieron el objetivo número dos planteado.

Tercer objetivo específico:

“Presentar recomendaciones estratégicas para que, en el futuro, en la elaboración de los mensajes de promoción electoral para televisión, dirigidos a los jóvenes de entre 16 y 17 años, se tomen en cuenta sus puntos de vista”.

El tercer objetivo se justifica con las respectivas conclusiones y recomendaciones que se exponen al finalizar el estudio investigativo, mismas que van encaminadas a que se tomen en cuenta en los partidos políticos y el mismo Consejo Nacional Electoral, todo en beneficio de la juventud, que es el futuro del país.

8. Conclusiones

Luego de haber desarrollado la revisión bibliográfica, conformada por el marco conceptual, marco teórico y la debida metodología, con los elementos obtenidos a lo largo de la investigación de campo, puedo inducir las siguientes conclusiones:

1. Se determinó la inexistencia de un estudio completo por parte del Consejo Nacional Electoral, hacia la población juvenil referente al uso del voto facultativo, ocasionando

el desconocimiento de la realidad sobre la inversión de recursos en medios de comunicación, como parte del Fondo de Promoción Electoral.

2. Se comprobó que los mensajes o piezas de video que los candidatos y organizaciones políticas utilizan para ser difundidos en televisión; si bien cumplen con requisitos formales, no están elaborados pensando en públicos segmentados por edades o intereses, continuamente suelen publicar mensajes sin un previo análisis o control de calidad.
3. La deducción de los jóvenes frente al voto facultativo referente a la política en instituciones que la regulan es negativa, puesto que, ante la realidad social, la política para ellos está envuelta en temas de corrupción o a beneficios personales.
4. Se identificó que los jóvenes de 16 y 17 años de edad, no identifican al voto facultativo como una oportunidad para crear expectativas de cambio a beneficio de ellos o tener un mejor futuro, sino que simplemente lo ven como parte de un experimento, inclusive en la mayoría de casos lo hacen por curiosidad. Consideran que los mensajes que los candidatos emiten con autorización del Consejo Nacional Electoral, no los incluyen de forma dinámica.
5. Se determinó luego de aplicadas las encuestas, que existe una apatía creciente de los jóvenes para informarse a través de los medios de comunicación tradicionales. En la actualidad es poco probable que un joven permanezca sentado inmóvil, mientras transcurre un noticiero de una hora de duración. Pese al amplio uso de las redes sociales y medios digitales en los jóvenes, ni siquiera por ahí, interactúan en totalidad en temas políticos.
6. Se comprobó que las organizaciones políticas no tienen un interés real en que los jóvenes conozcan sobre sus actividades o proyectos, únicamente necesitan sus votos para sumar las cantidades que requieren para ganar las elecciones.
7. Se estableció que la televisión ha perdido el poder de penetración e influencia entre los jóvenes que tienen acceso al voto facultativo, y que este espacio lo están captando las redes sociales y otras plataformas digitales.

9. Recomendaciones

Una vez desarrollada la investigación, es oportuno exponer algunas recomendaciones encaminadas a mejorar las inexactitudes en relación a la problemática planteada:

1. El Consejo Nacional Electoral, debe realizar un levantamiento de información constante y prolijo, sobre las inversiones que se realizan para procesos de difusión y el impacto que aquello tiene en los distintos grupos poblacionales que se benefician del voto facultativo, con énfasis en los jóvenes de 16 y 17 años, considerando su nivel de vulnerabilidad. Esto permitirá que en el futuro los productos comunicacionales se ajusten a sus códigos y expectativas.
2. A los medios de comunicación, principalmente al canal de televisión en donde se aplicó el presente estudio, realizar procesos de investigación en torno a la conformación real de sus audiencias, lo que les permitirá adaptar sus propuestas de manera más coherente. Lo que podría complementarse con la habilitación de espacios alternativos en sus propias redes sociales, diferenciando a quienes consumen sus productos informativos en señal de aire, y quienes lo hacen en plataformas digitales.
3. A las organizaciones políticas, buscar mecanismos de acuerdo a lo que el Código de la Democracia permite, para en que los mensajes y propuestas dirigidas a los jóvenes de 16 y 17 años, se acentúe la ejecución de proyectos reales, extraídos de sus aspiraciones a beneficio de ellos.
4. A las agrupaciones defensoras de los derechos políticos de los jóvenes, tomar en cuenta que hasta ahora los niveles de representación de este colectivo son escasas. Se debería facilitar que ellos en primera persona se ocupen de posibles soluciones en los temas que les afectan.
5. A las instituciones educativas, que se establezca dentro del pensum de estudios una materia de “Educación para la Democracia”, en la que se desarrollen espacios de discusión sobre el verdadero alcance y beneficios del voto facultativo, con énfasis en la práctica de la democracia participativa.
6. La elaboración de las piezas comunicacionales, deberían adaptarse a la realidad de los jóvenes, sin descartar la posibilidad de establecer un grupo asesor para la validación de las mismas.
7. Recomendamos realizar mediciones de impacto, de manera independiente de los productos que se publiquen en los medios de comunicación en general, para evitar un gasto no justificado.

10. Bibliografía

- Azcuy, F. J. R., & Breña, R. M. G. (2020). *Introducción a los Métodos Estadísticos*. Editorial Universitaria (Cuba).
- Barba, J. D., & Nieto, S. (2011). *El arte de ganar: Cómo usar el ataque en campañas electorales exitosas*. DEBATE.
- Bruno, D. S. (2015). *Las representaciones sociales de la política: En estudiantes del Área Metropolitana de Buenos Aires*. Editorial Académica Española.
- Cagé, J. (2021). *El precio de la democracia*. Grano de Sal.
- Castilla, E. R. C. (2022). *Derecho al sufragio*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- Castro, S. P. (s. f.). *Aproximación a los valores y estilos de vida de los jóvenes de 13 y 14 años en la provincia de A Coruña*. Univ Santiago de Compostela.
- Chac, M. C. (2005). *Derechos de ciudadanía: Responsabilidad del Estado*. Icaria Editorial.
- Chaves-Montero, A., Aiello, W. F. G., Hernández-Santaolalla, V., Mármol, I., Mejía, S. G., Marín, A. A., Morante, J. J., Santarén, V. R., Fernández, A. A., & Eguizabal, F. A. L. (2017). *Comunicación Política y Redes Sociales*. Lulu.com.
- Codigo-de-la-Democracia.pdf*. (s. f.). Recuperado 18 de noviembre de 2023, de <https://www.tce.gob.ec/wp-content/uploads/2022/01/Codigo-de-la-Democracia.pdf>
- Cueva, R. (2023). *Entrevista a Ramiro Cueva* [Investigación propia]. Texto.
- Económica (México), F. de C. (2006). *Como Ganar una Eleccion: Guia Para Planear Strategicamente una Campana Electoral*. Fondo de Cultura Economica USA.
- Ecotel TV de Loja salió del aire tras incautación de equipos—El Comercio*. (s. f.). Recuperado 17 de noviembre de 2023, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ecotel-television-loja-ecuador-arcotel.html>
- Elecciones libres y justas*. (2007). Inter-Parliamentary Union.
- Electoral (Ecuador), C. N. (2013). *Compilación normativa interna del CNE sobre procesos electorales*. Consejo Nacional Electoral.
- Feixa, C., Sánchez García, J., & Nofre, J. (2014). *Del altermundialismo a la indignación: Cronotopos del activismo juvenil en Barcelona*. <http://hdl.handle.net/10459.1/48954>
- Flores, R. D. P. (2018). *Ética de la comunicación*. Editorial GEDISA.
- Fonseca, A. (2014). *Marketing Digital en Redes Sociales: Lo imprescindible en Marketing Online para tu empresa en las Redes Sociales*. Alexandre Fonseca Lacomba.

- González, D. (2018). *El Sistema Electoral Ecuatoriano* (Primera, Vol. 1). Graficarte.
- Herrero, J. C. (2020). *Manual de marketing político. Cómo afrontar una campaña electoral*. Editorial Almuzara.
- Hidalgo, A. (2019). Técnicas estadísticas en el análisis cuantitativo de datos. *Revista Sigma*, 15(1), Article 1.
- Huaire-Inacio, E. J., Marquina-Luján, R. J., Horna-Calderón, V. E., Llanos-Miranda, K. N., Herrera-Álvarez, Á. M., Rodríguez-Sosa, J., & Villamar-Romero, R. M. (2022). *Tesis fácil. El arte de dominar el método científico*. Analéctica.
- Ibinarriaga, J. A., & Hasbun, R. T. (2012). *El arte de la guerra electoral: Guía esencial para entender cómo funciona una campaña política*. Penguin Random House Grupo Editorial México.
- Ivoskus, D. (2022). *Matrix política: La construcción del candidato*. Editorial Galerna.
- Izquierdo, A. F. V., Arroyo, Y. A., Ramírez, B. M., Rioja, L. A. C., Macho, J. M. A., & Mata, M. O. (2011). *Investigación social mediante encuestas*. Editorial Universitaria Ramon Areces.
- Jaramillo, I. D. T., & Ramírez, R. D. P. (2006). *Método y conocimiento: Metodología de la investigación : investigación cualitativa/investigación cuantitativa*. Universidad Eafit.
- Lafont, C. (2021). *Democracia sin atajos: Una concepción participativa de la democracia deliberativa*. Trotta.
- Ley-Orgánica-Electoral-Código-de-la-Democracia.pdf*. (s. f.). Recuperado 17 de noviembre de 2023, de <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Ley-Org%C3%A1nica-Electoral-C%C3%B3digo-de-la-Democracia.pdf>
- Loor, M. E. A., Siquilanda, C. F. R., Córdova, F. A. G., & Córdova, M. E. V. (2022). Derecho cívico y patriótico: El voto facultativo general en el Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 14(S4), Article S4.
- López, A. D., & Alfredo, D. L. (2011). *Estrategias de Comunicación Política Para Jóvenes*. Editorial Academica Espanola.
- Maldonado, M. F. (2005). *Cuando la economía entra en las urnas: El voto económico en España, 1979-1996*. CIS.
- Moguel, E. A. R. (2005). *Metodología de la Investigación*. Univ. J. Autónoma de Tabasco.
- Morduchowicz, R. (2022). *Adolescentes, participación y ciudadanía digital*. Fondo de Cultura Económica Argentina.
- Narváez, V. P. D. (2006). *Metodología de la investigación científica y bioestadística: Para médicos, odontólogos y estudiantes de ciencias de la salud*. RIL Editores.

- Néstor, L., Renato, O., & Carlos, V. T. (2017). *Adolescentes y jóvenes en realidades cambiantes: Notas para repensar la educación secundaria en América Latina*. UNESCO Publishing.
- Ochoa, R., Nava, N., & Fusil, D. (2020). Comprensión epistemológica del tesista sobre investigaciones cuantitativas, cualitativas y mixtas. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, 15(45), 13-22.
- Padilla, P. C. M. (2021). *La democracia amenazada: ¿Por qué surgen los populismos?* UNAM, Centro de Investigaciones Sobre América del Norte.
- Pereyra, L. E. (2020). *Metodología de la investigación*. Klik.
- Redin, C. B. (2013). Voto facultativo de jóvenes en Ecuador: Una cuestión de confianza y expectativas sobre la democracia. *Democracias*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.54887/27376192.3>
- REXTN-ED108-05-Vivanco.pdf*. (s. f.). Recuperado 18 de noviembre de 2023, de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/16293/1/REXTN-ED108-05-Vivanco.pdf>
- Rice, F. P. (1997). *Desarrollo humano: Estudio del ciclo vital*. Pearson Educación.
- Rivera, I. J. A. L. (2018). *La parcialidad de la comunicación política en los programas de noticias y su impacto en los votos en las elecciones federales de 2015*. INE, Instituto Nacional Electoral.
- Ruiz, A. S. (2011). *LA TELEVISIÓN LOCAL EN LOJA - ECUADOR. ESTUDIO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE SERVICIO, PARTICIPACIÓN Y CONTENIDOS PROPIOS, ENTRE JULIO Y AGOSTO DE 2009*.
- Ruiz, F. J. J. (2005). *Financiamiento a partidos políticos y teoría de juegos*. Univ. J. Autónoma de Tabasco.
- Russell, O. S. (2014). *Los contratos como fuente de normas: Contratos marco, contratos normativos y contratos de colaboración*. Editorial Reus.
- Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. IBUKKU.
- Serrano, J. (2020). *Metodología de la Investigación edición Gamma 2020: 1er semestre Bachillerato General*. Bernardo Reyes.
- Slimovich, A. (2023). *Redes sociales, televisión y elecciones argentinas: La mediatización política en la "era K"*. EUDEBA.
- Telles, H., & Moreno, A. (2015). *El votante latinoamericano: Comportamiento electoral y comunicación política*. CESOP.
- Tiberius, J. (2020). *El Método Científico Global*. Molwick.

- Torrens, D. B. (2019). *Neurociencia aplicada a la educación*. Síntesis.
- Torres, E. A. O. (2020). *La dialéctica en las investigaciones educativas*. Editorial Universitaria (Cuba).
- Ulloa, C. (2022). *En el ojo del huracán*. Universidad de las Américas Ecuador.
- Valenzuela Fuentes, K. (2007). Colectivos juveniles: ¿inmadurez política o afirmación de otras políticas posibles? *Ultima década*, 15(26), 31-52. <https://doi.org/10.4067/S0718-22362007000100003>
- Vélez-Luna, A. A., Macías, J. O. L., & Segura-Mariño, A. G. (2022). Percepciones de los jóvenes del voto facultativo, previo a las presidenciales del 2021 en Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 3944-3963. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2505
- VV.AA. (2005). *Comunicación política y campañas electorales: Estrategias en elecciones presidenciales*. Editorial GEDISA.
- Zepeda, A. V. (2002). *Teoría y práctica del marketing político*. Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios Políticos.

11. Anexos

Anexo 1. Cuestionario encuestas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Estimado joven:

Me encuentro desarrollando mi investigación en la modalidad de tesis titulada: "Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023". Por lo tanto, requiero de su criterio respecto a mi investigación. Le ruego se sirva contestar las siguientes interrogantes:

Recalcando que los datos expuestos serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad. Desde ya le anticipo mis más sinceros agradecimientos.

La presente encuesta tiene como finalidad determinar si la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Tv, influyó en los jóvenes de entre 16 y 17 años, residentes en la parroquia de San Sebastián del cantón Loja, por lo que le solicitamos su colaboración respondiendo las siguientes preguntas.

¿Asistió a votar en las elecciones seccionales en la ciudad de Loja, parroquia de San Sebastián?

SI	
NO	

¿Qué medios de comunicación utilizó para informarse de las propuestas de los candidatos a la Alcaldía del cantón Loja? Seleccione una o más opciones

Radio	
Televisión	
Prensa	
Periódicos	
Redes sociales	
Ninguno	

El Consejo Nacional Electoral (CNE) se encarga de dar a conocer los procesos electorales y quienes hacen uso del voto facultativo y obligatorio. ¿Usted observó en Ecotel TV el mensaje difundido por el CNE relacionado con el uso del voto facultativo para jóvenes de 16 a 17 años de edad?

SI	
NO	
OTRO MEDIO	

¿Usted considera que el mensaje de promoción política de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja fue comprensible?

MUCHO	
POCO	
NADA	

¿Los mensajes de promoción política financiados por el CNE, despertó su interés por informarse más sobre el proceso electoral?

SI	
NO	

¿Usted se informó con la promoción electoral en Ecotel Tv sobre las elecciones seccionales del cantón Loja?

MUCHO	
POCO	
NADA	

¿Usted ha compartido información sobre las elecciones seccionales del cantón Loja, con amigos su misma edad?

SI	
NO	

¿La promoción electoral difundida en Ecotel TV, lo motivó para participar en las elecciones seccionales de la ciudad de Loja?

SI	
NO	

¿En caso de seguir siendo menor de edad, usted haría uso del voto facultativo en las próximas elecciones después de haber visto la promoción electoral en Ecotel TV?

SI	
NO	

Gracias por su colaboración

Anexo 2. Autorización de ingreso a la UE Pío Jaramillo Alvarado

Loja 10 de septiembre del 2023

Dr. Willan Espinosa Ordoñez
Rector Unidad Educativa Pio Jaramillo Alvarado
Ciudad.

El suscrito Ilvar Clotario Jaramillo Cueva, con cédula de ciudadanía 1103041412, estudiante de la Maestría en Comunicación Política de la Universidad Nacional de Loja, autor de la tesis: Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero - febrero del 2023.

Tomando en cuenta que se trata de menores de edad, solicito a usted se me autorice el contacto con los estudiantes de bachillerato de la institución que usted dirige, con el propósito de pedir su colaboración para la aplicación de encuestas que sustenten este trabajo de investigación.

Por la atención que sepa otorgar a esta petición, anticipo mi agradecimiento.

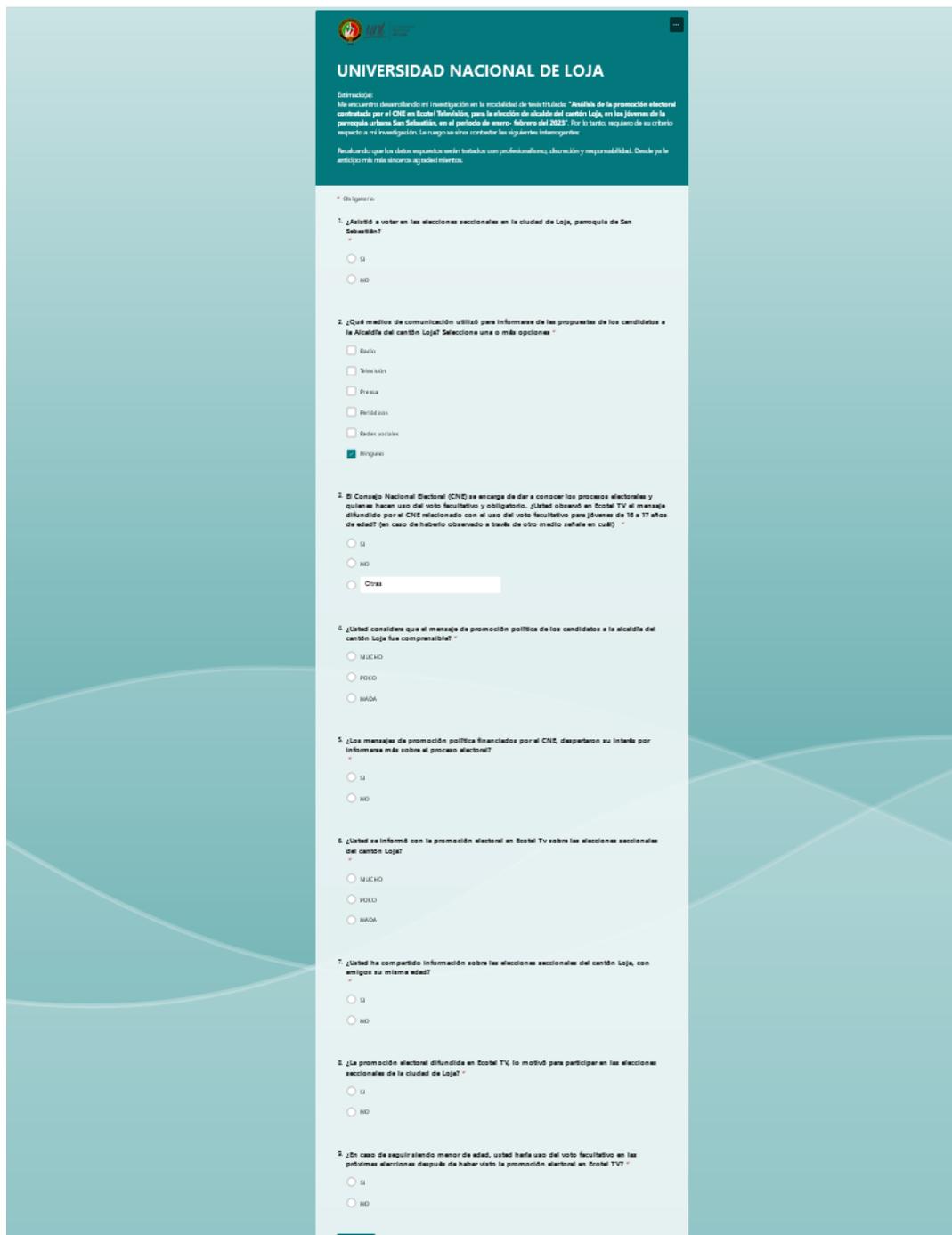
Atentamente

Ilvar Clotario Jaramillo Cueva
Maestrante UNL

APROBADO

Anexo 3. Encuesta en línea

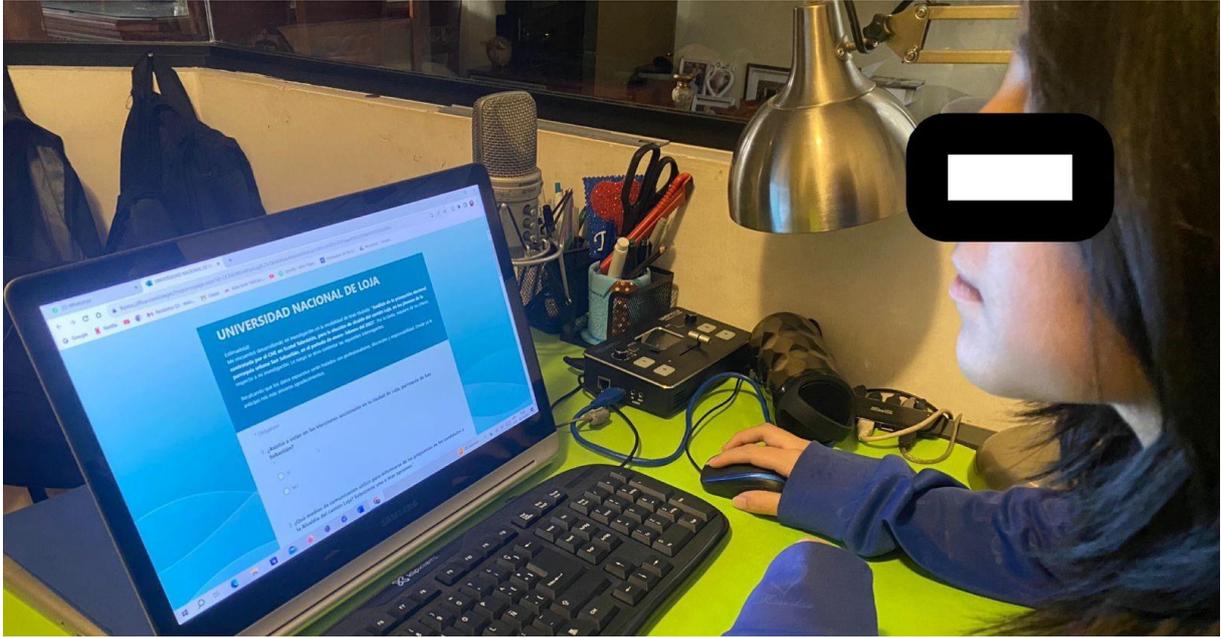
[https://forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=DQSIkWsW0yxEjajBLZtrQAAAAA
AAAAAAYAAALm5BVUOFIXTFdDVUowVDBTQ1IDWFRDTIJR1Y0Si4u](https://forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=DQSIkWsW0yxEjajBLZtrQAAAAA
AAAAAAYAAALm5BVUOFIXTFdDVUowVDBTQ1IDWFRDTIJR1Y0Si4u)

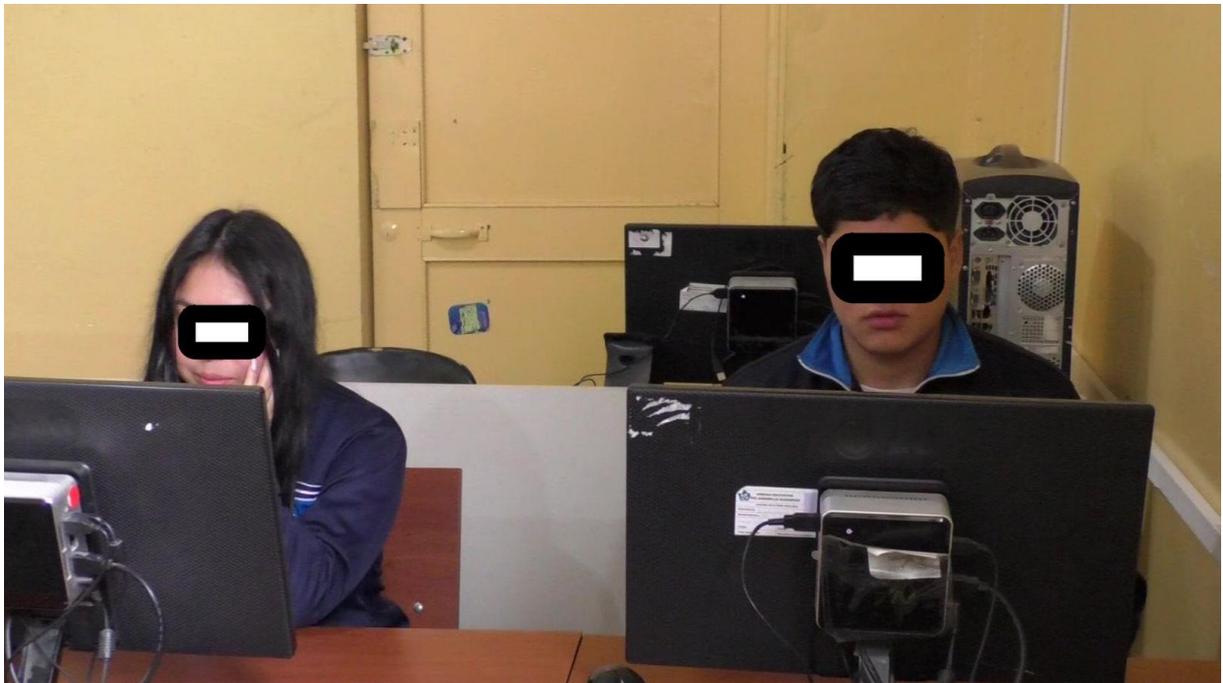


Anexo 4. Fotografías aplicación de encuesta

Centro de computo UE Pío Jaramillo Alvarado







Anexo 5. Fotografías aplicación de encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Estimados:

Me encuentro desarrollando mi investigación en la modalidad de tesis titulada: "Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023". Por lo tanto, requiero de su criterio respecto a mi investigación. Le ruego se sirva contestar las siguientes interrogantes:

Recalcando que los datos expuestos serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad. Desde ya le anticipo mis más sinceros agradecimientos.

ENTREVISTAS

¿Considera que el mensaje publicitario del CNE difundido por Ecotel TV respecto al voto facultativo ha sido efectivo para generar conciencia y motivar a los jóvenes de 16 y 17 años de edad del Cantón Loja al sufragio?

¿Según su criterio, los jóvenes de 16 y 17 años, pueden emitir un voto facultativo responsable?

¿A los partidos políticos, les preocupa lo que piensen los jóvenes de entre 16 y 17 años de la parroquia San Sebastián del cantón Loja sobre sus propuestas de campaña?

¿Usted cree que el presupuesto para la promoción electoral del CNE debe segmentarse para financiar mensajes efectivos para los jóvenes de 16 a 17 años?

¿Según su criterio, ¿Se debe mantener el voto facultativo para este segmento de la población?

¿Considera que los jóvenes de 16 y 17 años, buscan informarse de las propuestas de los candidatos políticos?

¿La televisión sigue siendo una plataforma válida para llegar con mensajes a los jóvenes de 16 a 17 años?

¿Los canales de televisión en Loja, realizan estudios de sintonía, para determinar cómo se compone su audiencia?

¿Qué estrategias considera usted que podrían implementarse, para aumentar la participación de los jóvenes de entre 16 y 17 años en procesos electorales?

Anexo 6. Fotografías de las entrevistas



Enlaces de las entrevistas alojadas en youtube

Ab. Luis Cisneros

<https://www.youtube.com/watch?v=5oXcLCdYr9E>

Dr. Patricio Valdivieso

<https://www.youtube.com/watch?v=o5CkXSVPmyw>

Dr. Willan Espinoza

<https://www.youtube.com/watch?v=2CzxBBLD-5g>

Dra. Fabiola Ludeña

<https://www.youtube.com/watch?v=L64er2zwAJg>

Lic. Erdwin Cueva

<https://www.youtube.com/watch?v=C4PuHn8O6sg>

Anexo 7. Autorización de uso de entrevistas

**AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES
ACADÉMICOS**

En la ciudad de Loja el día 29 del mes de Septiembre de 2023, comparece el ciudadano/a Erduin Cristóbal Cueva Atarihuana con número de cédula 1102775713 de estado civil Casado con domicilio en Loja, de años de edad, de profesión, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación: **Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los adolescentes de entre 16 y 17 años, de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023**, del estudiante Ilvar Clotario Jaramillo Cueva, para obtener el título de cuarto nivel en Magister en Comunicación Política, en la que usted interviene como entrevistado.

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

Firma:



Nombres completos: Erduin Cristóbal Cueva Atarihuana
 Número telefónico: 0999 423 702
 Correo Electrónico: ecueva@ecotel.tv

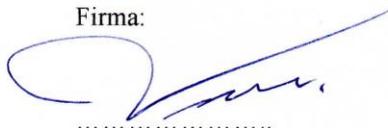
**AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES
ACADÉMICOS**

En la ciudad de Loja el día 5 del mes de octubre de 2023, comparece el ciudadano/a Fabida Enith Welma Jaramillo con número de cédula 110.20.404.01 de estado civil Divorceda con domicilio en Loja, de 56 años de edad, de profesión Dactiló, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación: **Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los adolescentes de entre 16 y 17 años, de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023**, del estudiante Ilvar Clotario Jaramillo Cueva, para obtener el título de cuarto nivel en Magíster en Comunicación Política, en la que usted interviene como entrevistado.

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

Firma:



Nombres completos:

Número telefónico:

Correo Electrónico:

Fabida Enith Welma Jaramillo
0999619731
fabidaldne@gmail.com

**AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES
ACADÉMICOS**

En la ciudad de Loja el día 2 del mes de Octubre de 2023, comparece el ciudadano/a Luis Hernán Cisneros Jaramillo con número de cédula 1103963367 de estado civil Soltero con domicilio en Loja, de 41 años de edad, de profesión Abogado, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación: **Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los adolescentes de entre 16 y 17 años, de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023**, del estudiante Ilvar Clotario Jaramillo Cueva, para obtener el título de cuarto nivel en Magíster en Comunicación Política, en la que usted interviene como entrevistado.

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

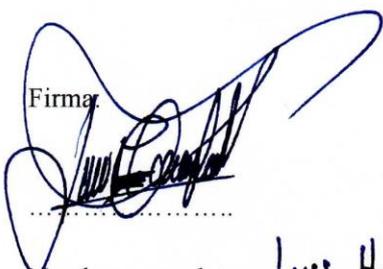
La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

Firma:

Nombres completos:

Número telefónico:

Correo Electrónico:


Luis Hernán Cisneros Jaramillo
0980173774
luscisnerosj@hotmail.com

**AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES
ACADÉMICOS**

En la ciudad de Loja el día 02 del mes de octubre de 2023, comparece el ciudadano/a Willow Espinoza O con número de cédula 1103158661 de estado civil casado con domicilio en Loja, de 50 años de edad, de profesión Psicólogo, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación: **Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los adolescentes de entre 16 y 17 años, de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023**, del estudiante Ilvar Clotario Jaramillo Cueva, para obtener el título de cuarto nivel en Magíster en Comunicación Política, en la que usted interviene como entrevistado.

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

Firma:



Nombres completos: Willow Armando Espinoza Orosco
Número telefónico: 0993158321
Correo Electrónico: Willow.espinosa1@gmail.com

Anexo 7. Validación de instrumentos de recolección de información

Investigación y Postgrados



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar los siguientes instrumentos de recolección de datos (anexo).

Los presentes instrumentos tienen como objetivo recolectar información directa para la investigación titulada: **“Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023”**, esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener el título de Magíster en Comunicación Política por la Universidad Nacional de Loja.

Los instrumentos a utilizar son: 1 encuesta a 378 jóvenes de entre 16 y 17 años de la parroquia urbana de San Sebastián del cantón Loja, y una entrevista a profundidad a 5 expertos en los temas vinculados al presente proyecto de investigación.

El banco de preguntas fue construido de modo que permitirá cumplir con el objetivo de Analizar la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana de San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023.

Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Anexo 8. Instrumentos de validación calificados

Investigación y Postgrados



JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada pregunta y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías para evaluar son: Redacción, claridad, precisión, amplitud, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

EVALUACIÓN DE BANCO DE PREGUNTAS PARA ENCUESTAS A JÓVENES (HOMBRES Y MUJERES) DE ENTRE 16 Y 18 AÑOS DE LA PARROQUIA URBANA DE SAN SEBASTIÁN DEL CANTÓN LOJA							
N.º de preguntas	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones
1	¿Usted asistió a sufragar en las elecciones seccionales en la ciudad de Loja, parroquia San Sebastián? SI NO	X					
2	¿Qué medios de comunicación utilizó para informarse de las propuestas de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja? RADIO TELEVISIÓN PRENSA PERIÓDICOS REDES SOCIALES	X					
3	El CNE se encarga de dar a conocer los procesos electorales y quienes hacen uso del voto facultativo/obligatorio. ¿Usted observó en Ecotel TV el mensaje difundido por el CNE relacionado con el uso del voto facultativo para jóvenes de 16 a 17 años de edad? SI NO	X					
4	¿Usted considera que el mensaje publicitario del CNE difundido en Ecotel TV fue comprensible? SI	X					

	NO						
5	El mensaje difundido por el CNE, relacionado con el uso del voto facultativo en Ecotel TV, ¿Despertó su interés por informarse más sobre el proceso electoral? MUCHO POCO NADA		X				
6	¿Usted se informó de la promoción electoral en Ecotel TV sobre las elecciones seccionales en la ciudad de Loja? MUCHO POCO NADA		X				
7	¿Usted ha compartido información sobre las elecciones seccionales en la ciudad de Loja, con amigos de su misma edad? SI NO		X				
8	¿La promoción electoral difundida en Ecotel TV lo motivó a participar en las elecciones seccionales de la ciudad de Loja? SI NO	X					
9	¿Usted haría uso del voto facultativo en las próximas elecciones seccionales de la ciudad de Loja después de haber visto la promoción electoral en Ecotel TV? SI NO	X					

EVALUACIÓN DE BANCO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTAS A EXPERTOS							
N.º de preguntas	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones
1	¿Considera que la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel TV ha tenido un impacto significativo en la participación de los jóvenes de entre 16 y 17 años en el proceso electoral? ¿Qué	X					

	evidencias o testimonios respaldan esta afirmación?						
2	¿Considera que el mensaje publicitario del CNE difundido por Ecotel TV ha sido efectivo para generar conciencia y motivar este grupo de edad?	X					
3	¿Qué estrategias considera usted que podrían implementarse, para aumentar la participación de los jóvenes de entre 16 y 17 años en procesos electorales?	X					
4	¿Según su criterio, los jóvenes de 16 y 17 años, pueden emitir un voto responsable?	X					
5	Desde su punto de vista, ¿Se debe mantener el voto facultativo para este segmento de la población?	X					
6	¿A los partidos políticos, les preocupa lo que piensen los jóvenes de entre 16 y 17 años?	X					
7	¿Usted cree que el presupuesto para la promoción electoral del CNE debe segmentarse para financiar mensajes efectivos para los jóvenes de 16 a 17 años?	X					
8	¿Considera que los jóvenes de 16 y 17 años, buscan informarse de las propuestas de los candidatos políticos?	X					
9	¿La televisión sigue siendo una plataforma válida para llegar con mensajes a los jóvenes de 16 a 17 años?	X					
10	¿Los canales de televisión en Loja, realizan estudios de sintonía, para determinar cómo se compone su audiencia?	X					

Evaluated by: Mg.Sc. Carlos Granda Cruz

C.I.: 1104726342

Firma:  Firma autenticada por:
CARLOS ANTONIO
GRANDA CRUZ

IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Granda Cruz Carlos Antonio, titular de la Cédula/Pasaporte de Identidad N.º 1104726342 de profesión Licenciado en Comunicación Social y con estudios de postgrado en Comunicación Estratégica mención Comunicación Digital.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento banco de preguntas para encuestas y cuestionario para entrevistas a expertos, planteadas por el maestrante de Comunicación Política Ilvar Clotario Jaramillo Cueva, en su proyecto de investigación denominado: **“Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023”**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia				X

En Loja, a los 19 días del mes de septiembre de 2023.

Evaluado por: Mg.Sc. Carlos Granda Cruz

C.I.: 1104726342

Firma:  Firmado electrónicamente por:
CARLOS ANTONIO
GRANDA CRUZ

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Estimado Validador: Víctor Roberto Soto Lopes

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar los siguientes instrumentos de recolección de datos (anexo).

Los presentes instrumentos tienen como objetivo recolectar información directa para la investigación titulada: **“Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023”**, esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener el título de Magister en Comunicación Política por la Universidad Nacional de Loja.

Los instrumentos a utilizar son: 1 encuesta a 378 jóvenes de entre 16 y 17 años de la parroquia urbana de San Sebastián del cantón Loja, y una entrevista a profundidad a 5 expertos en los temas vinculados al presente proyecto de investigación.

El banco de preguntas fue construido de modo que permitirá cumplir con el objetivo de Analizar la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana de San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023.

Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada pregunta y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías para evaluar son: Redacción, claridad, precisión, amplitud, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

EVALUACIÓN DE BANCO DE PREGUNTAS PARA ENCUESTAS A JÓVENES (HOMBRES Y MUJERES) DE ENTRE 16 Y 18 AÑOS DE LA PARROQUIA URBANA DE SAN SEBASTIÁN DEL CANTÓN LOJA							
N.º de preguntas	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones
1	¿Usted asistió a sufragar en las elecciones seccionales en la ciudad de Loja, parroquia San Sebastián? SI NO	x					
2	¿Qué medios de comunicación utilizó para informarse de las propuestas de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja? RADIO TELEVISIÓN PRENSA PERIÓDICOS REDES SOCIALES	x					
3	El CNE se encarga de dar a conocer los procesos electorales y quienes hacen uso del voto facultativo/obligatorio. ¿Usted observó en Ecotel TV el mensaje difundido por el CNE relacionado con el uso del voto facultativo para jóvenes de 16 a 17 años de edad? SI NO	x					
4	¿Usted considera que el mensaje publicitario del CNE difundido en Ecotel TV fue comprensible? SI	x					

	NO						
5	El mensaje difundido por el CNE, relacionado con el uso del voto facultativo en Ecotel TV, ¿Despertó su interés por informarse más sobre el proceso electoral? MUCHO POCO NADA	x					
6	¿Usted se informó de la promoción electoral en Ecotel TV sobre las elecciones seccionales en la ciudad de Loja? MUCHO POCO NADA	x					
7	¿Usted ha compartido información sobre las elecciones seccionales en la ciudad de Loja, con amigos de su misma edad? SI NO						
8	¿La promoción electoral difundida en Ecotel TV lo motivó a participar en las elecciones seccionales de la ciudad de Loja? SI NO	x					
9	¿Usted haría uso del voto facultativo en las próximas elecciones seccionales de la ciudad de Loja después de haber visto la promoción electoral en Ecotel TV? SI NO	x					

Nota: Tomar en consideración, el término jóvenes, porque la Ley de Democracia, establece en la edad de 18 a 29 años. Se consideran al grupo etario de 16 a 17 años como voto facultativo, para que lo consideren dentro del proyecto. Este rango de edad se lo considera generación Z.

EVALUACIÓN DE BANCO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTAS A EXPERTOS							
N.º de preguntas	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones

1	¿Considera que la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel TV ha tenido un impacto significativo en la participación de los jóvenes de entre 16 y 17 años en el proceso electoral? ¿Qué evidencias o testimonios respaldan esta afirmación?	X					
2	¿Considera que el mensaje publicitario del CNE difundido por Ecotel TV ha sido efectivo para generar conciencia y motivar este grupo de edad?	X					
3	¿Qué estrategias considera usted que podrían implementarse, para aumentar la participación de los jóvenes de entre 16 y 17 años en procesos electorales?	X					
4	¿Según su criterio, los jóvenes de 16 y 17 años, pueden emitir un voto responsable?	X					
5	Desde su punto de vista, ¿Se debe mantener el voto facultativo para este segmento de la población?	X					
6	¿A los partidos políticos, les preocupa lo que piensan los jóvenes de entre 16 y 17 años?	X					
7	¿Usted cree que el presupuesto para la promoción electoral del CNE debe segmentarse para financiar mensajes efectivos para los jóvenes de 16 a 17 años?	X					
8	¿Considera que los jóvenes de 16 y 17 años, buscan informarse de las propuestas de los candidatos políticos?	X					
9	¿La televisión sigue siendo una plataforma válida para llegar con mensajes a los jóvenes de 16 a 17 años?						
10	¿Los canales de televisión en Loja, realizan estudios de sintonía, para determinar cómo se compone su audiencia?	X					

Nota: Tomar en consideración, el término jóvenes, porque la Ley de Democracia, establece en la edad de 18 a 29 años. Se consideran al grupo etario de 16 a 17 años como voto facultativo, para que lo consideren dentro del proyecto. Este rango de edad se lo considera generación Z.

Incluir dentro de la pregunta a los expertos: ¿Cómo descifra el voto de la generación Z?

Investigación y Postgrados



Evaluado por:

C.I.: 1104888738



Firma: _____

IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Víctor Roberto Soto Lopes, titular de la Cédula/Pasaporte de Identidad N.º 1104888738 de profesión consultor político y docente, con estudios de postgrado en Comunicación Política, mención Transparencia Institucional.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento banco de preguntas para encuestas y entrevistas en profundidad, planteadas por el maestrante de Comunicación Política Ilvar Clotario Jaramillo Cueva, en su proyecto de investigación denominado: **“Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero-febrero del 2023”**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				x
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems				x
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Nota: Tomar en consideración, el término jóvenes, porque la Ley de Democracia, establece en la edad de 18 a 29 años. Se consideran al grupo etario de 16 a 17 años como voto facultativo, para que lo consideren dentro del proyecto. Este rango de edad se lo considera generación Z.

En Loja, a los 18 días del mes de septiembre de 2023

Evaluado por:

C.I.: 1104888738

Firma: _____



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar los siguientes instrumentos de recolección de datos (anexo).

Los presentes instrumentos tienen como objetivo recolectar información directa para la investigación titulada: **“Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023”**, esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener el título de Magíster en Comunicación Política por la Universidad Nacional de Loja.

Los instrumentos a utilizar son: 1 encuesta a 378 jóvenes de entre 16 y 17 años (La mayoría de edad para sufragar comienza a los 18 años) de la parroquia urbana de San Sebastián del cantón Loja, y una entrevista a profundidad a 5 expertos en los temas vinculados al presente proyecto de investigación.

El banco de preguntas fue construido de modo que permitirá cumplir con el objetivo de Analizar la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana de San Sebastián, en el periodo de enero- febrero del 2023.

Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada pregunta y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías para evaluar son: Redacción, claridad, precisión, amplitud, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

EVALUACIÓN DE BANCO DE PREGUNTAS PARA ENCUESTAS A JÓVENES (HOMBRES Y MUJERES) DE ENTRE 16 Y 18 ¿o 17? AÑOS DE LA PARROQUIA URBANA DE SAN SEBASTIÁN DEL CANTÓN LOJA							
N.º de preguntas	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones
1	¿Usted asistió a sufragar en las elecciones seccionales en la ciudad de Loja, parroquia San Sebastián? SI NO	X					
2	¿Qué medios de comunicación utilizó para informarse de las propuestas de los candidatos a la alcaldía del cantón Loja? RADIO TELEVISIÓN PRENSA PERIÓDICOS REDES SOCIALES		X				Se debe colocar un ítem que diga selecciones una o más opciones.
3	El CNE se encarga de dar a conocer los procesos electorales y quienes hacen uso del voto facultativo/obligatorio. ¿Usted observó en Ecotel TV el mensaje difundido por el CNE relacionado con el uso del voto facultativo para jóvenes de 16 a 17 años de edad? SI NO		X				¿Y, si no lo observó? Habría que poner entonces un ítem que diga. ¿Cuál otro medio utilizó?
4	¿Usted considera que el mensaje publicitario del CNE difundido en Ecotel TV fue comprensible? SI	X					

	NO						
5	El mensaje difundido por el CNE, relacionado con el uso del voto facultativo en Ecotel TV, ¿Despertó su interés por informarse más sobre el proceso electoral? MUCHO POCO NADA	X					
6	¿Usted se informó de la promoción electoral en Ecotel TV sobre las elecciones seccionales en la ciudad de Loja? MUCHO POCO NADA	X					
7	¿Usted ha compartido información sobre las elecciones seccionales en la ciudad de Loja, con amigos de su misma edad? SI NO	X					
8	¿La promoción electoral difundida en Ecotel TV lo motivó a participar en las elecciones seccionales de la ciudad de Loja? SI NO	X					
9	¿Usted haría uso del voto facultativo en las próximas elecciones seccionales de la ciudad de Loja después de haber visto la promoción electoral en Ecotel TV? SI NO		X				Bueno, no sería algo condicionante. Ya que es un deber y es de carácter obligatorio.

EVALUACIÓN DE BANCO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTAS A EXPERTOS							
N.º de preguntas	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones
1	¿Considera que la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel TV ha tenido un impacto significativo en la participación de los jóvenes de entre 16 y 17 años en el proceso electoral? ¿Qué		X				Hablas de una entrevista en profundidad y presentas entrevista estructurada. Pienso que la

	evidencias o testimonios respaldan esta afirmación?							pregunta debería ser menos compleja.
2	¿Considera que el mensaje publicitario del CNE difundido por Ecofel TV ha sido efectivo para generar conciencia y motivar este grupo de edad?	X						
3	¿Qué estrategias considera usted que podrían implementarse, para aumentar la participación de los jóvenes de entre 16 y 17 años en procesos electorales?		X					Un experto no da recomendaciones, da su criterio ante el fenómeno estudiado.
4	¿Según su criterio, los jóvenes de 16 y 17 años, pueden emitir un voto responsable?	X						
5	Desde su punto de vista, ¿Se debe mantener el voto facultativo para este segmento de la población?		X					Es una acción constitucional, la opinión del experto es limitada ante la pregunta.
6	¿A los partidos políticos, les preocupa lo que piensan los jóvenes de entre 16 y 17 años?		X					¿Los partidos políticos se preocupan? Los que se preocupan son los candidatos
7	¿Usted cree que el presupuesto para la promoción electoral del CNE debe segmentarse para financiar mensajes efectivos para los jóvenes de 16 a 17 años?	X						
8	¿Considera que los jóvenes de 16 y 17 años, buscan informarse de las propuestas de los candidatos políticos?	X						
9	¿La televisión sigue siendo una plataforma válida para llegar con mensajes a los jóvenes de 16 a 17 años?	X						
10	¿Los canales de televisión en Loja, realizan estudios de sintonía, para determinar cómo se compone su audiencia?	X						

Evaluado por:



C.I.:

Firma: _____

IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Eduardo Fabio Henríquez Mendoza, titular de la Cédula/Pasaporte de Identidad N.º 1754116802 de profesión Sociólogo y con estudios de postgrado doctor en Antropología social y cultural.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento banco de preguntas para encuestas y entrevistas en profundidad, planteadas por el maestrante de Comunicación Política Ilvar Clotario Jaramillo Cueva, en su proyecto de investigación denominado: **“Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel Televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en los jóvenes de la parroquia urbana San Sebastián, en el periodo de enero-febrero del 2023”**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia				X

En Loja, a los 18 días del mes de septiembre de 2023

Evaluado por: Eduardo Fabio Henríquez Mendoza



C.I.: 1754116802

Firma: _____

Anexo 9. Certificado de traducción Abstract

Loja, 22 de noviembre 2023

A quien concierna:

Por medio del presente certificó que yo, Verónica Soledad Espinoza Celi, en calidad de docente de inglés de la Universidad Técnica Particular de Loja, con varios años de experiencia he realizado la traducción del resumen del trabajo de investigación denominado **“Análisis de la promoción electoral contratada por el CNE en Ecotel televisión, para la elección de alcalde del cantón Loja, en jóvenes de la parroquia urbana san Sebastián, en el periodo de enero - febrero del 2023”**. el mismo que ha sido desarrollado por el estudiante Ilvar Clotario Jaramillo Cueva, con documento de identificación 1103041412

Doy fe de que la traducción es una representación fiel y precisa del contenido del resumen mencionado, manteniendo la coherencia y fidelidad al significado original.



Atentamente,

Verónica Soledad Espinoza Celi

Cédula: 1803125317

Registro Senescyt: 1031-2020-2243618

vsespinoza@utpl.edu.ec

teléfono 0989350422