



Universidad  
Nacional  
de Loja

# Universidad Nacional de Loja

## Unidad de Educación a Distancia

### Carrera de Comunicación

**Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023: Estrategias de la comunicación política y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja.**

Trabajo de integración curricular, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación.

#### **AUTORA:**

Nasheli Morelia Briceño Ontaneda

#### **DIRECTOR:**

Mgtr. Victor Roberto Soto Lopes

**Loja - Ecuador**

2024

## Certificación



unl

Universidad  
Nacional  
de Loja

Sistema de Información Académico  
Administrativo y Financiero - SIAAF

### CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **SOTO LOPES VICTOR ROBERTO**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023: Estrategias de la comunicación política y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja**, perteneciente al estudiante **NASHELI MORELIA BRICEÑO ONTANEDA**, con cédula de identidad N° 1950178457.

#### Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 2 de Agosto de 2024



VICTOR ROBERTO SOTO  
LOPES  
F) \_\_\_\_\_  
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR

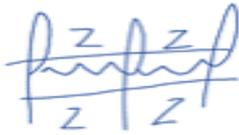


Certificado TIC/TT.: UNL-2024-001851

1/1  
*Educamos para Transformar*

### **Autoría**

Yo, **Nasheli Morelia Briceño Ontaneda**, declaro ser autora 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:** 1950178457

**Fecha:** 27 de octubre de 2024

**Correo electrónico:** nasheli.briceno@unl.edu.ec

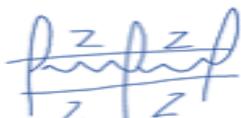
**Teléfono:** 0939798879

**Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.**

Yo, **Nasheli Morelia Briceño Ontaneda**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023: Estrategias de la comunicación política y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Comunicación**, 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 Integración Curricular que realice un tercero.

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



**Firma:**

**Autora:** Nasheli Morelia Briceño Ontaneda

**Cédula:** 1950178457

**Dirección:** Parroquia Malacatos

**Correo electrónico:** nasheli.briceno@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0939798879

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director del Trabajo de Titulación:** Mgtr. Victor Roberto Soto Lopes

## **Dedicatoria**

Estas palabras se dirigen a todos aquellos que estuvieron presentes en esta etapa de mi vida, que hoy culmina después de mucho tiempo, todo esto posible gracias a ellos y por primera vez a mí, que sin duda es el resultado de años de trabajo, esfuerzo, dedicación y disciplina.

Al final de esta maravillosa etapa de mi vida, quisiera agradecer a mis pilares, mis padres, Imelda Ontaneda y Miguel Briceño, por su amor incondicional en cada paso del camino. Su apoyo, amor, paciencia y arduo trabajo me permitieron alcanzar una meta más en mi vida, han sido mi mayor inspiración y apoyo incondicional desde el inicio de mi carrera académica. Sus palabras de aliento, sabios consejos y amor incondicional me impulsaron a alcanzar mis objetivos y nunca rendirme. Gracias por estar siempre ahí para mí, por creer en mí cuando dudaba y por sacrificarte para darme la oportunidad de estudiar.

Gracias a mis hermanos que siempre me apoyaron, estuvieron ahí para mí en los momentos difíciles y me alentaron a ser mejor cada día.

Gracias a mi hijo Liam, él es el motor de mi vida, una fuente de aprendizaje, amor, paciencia y respeto, por quien siempre me esforzaré por ser cada vez mejor y brindarle una madre de la que pueda estar orgulloso. Gracias por ser mi maestro, mi compañero, mi primer amor infinito. Dedico este logro a todos ustedes, mi familia, su apoyo y confianza fueron cruciales para lograr hoy uno de mis objetivos profesionales.

*Nasheli Morelia Briceño Ontaneda*

## **Agradecimiento**

Al llegar al final de este camino, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, en especial a la Unidad de Educación a Distancia y en Línea, por abrirme las puertas y brindarme la oportunidad de formarme en el campo de la comunicación.

Agradezco a las autoridades de la universidad por su visión y compromiso con la educación a distancia, que ha hecho accesible una educación de calidad a personas como yo que tenemos diversas responsabilidades por cumplir y buscamos alternativas para seguirnos preparando y tener un título universitario.

Un agradecimiento especial a mi director del Trabajo de Integración Curricular, el Mgtr. Roberto Soto, por su valiosa orientación, apoyo y paciencia durante todo el proceso de redacción de la tesis, su experiencia y conocimiento fue crucial para el desarrollo exitoso de este proyecto.

Finalmente, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi familia y amigos, quienes siempre han estado apoyándome incondicionalmente en transcurso de estos años de formación académica.

***Nasheli Morelia Briceño Ontaneda***

## Índice de Contenidos

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Carta de autorización</b> .....	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de Contenidos</b> .....	<b>vii</b>
Índice de tablas .....	x
Índice de figuras.....	xi
Índice de Anexos.....	xii
<b>1 Título</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Resumen</b> .....	<b>2</b>
Abstract .....	3
<b>3 Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>4 Marco teórico</b> .....	<b>7</b>
<b>4.1 Comunicación política</b> .....	<b>8</b>
4.1.1 Importancia de la Comunicación Política .....	9
4.1.2 Herramientas y Funciones.....	10
4.1.3 Comunicación política en campaña .....	10
<b>4.2 La imagen del Candidato</b> .....	<b>11</b>
4.2.1 Imagen pública.....	13
<b>4.3 Las estrategias de comunicación</b> .....	<b>15</b>
4.3.1 Clasificación de las estrategias de comunicación .....	17
<b>4.4 Redes sociales en campañas políticas</b> .....	<b>20</b>

<b>4.5</b>	<b>La opinión pública .....</b>	<b>22</b>
4.5.1	Líderes de opinión.....	24
<b>5</b>	<b>Metodología .....</b>	<b>26</b>
<b>5.1</b>	<b>Área de estudio.....</b>	<b>26</b>
<b>5.2</b>	<b>Procedimiento.....</b>	<b>27</b>
5.2.1	Enfoque metodológico .....	27
5.2.2	Alcance de la investigación .....	28
<b>5.3</b>	<b>Métodos.....</b>	<b>29</b>
5.3.1	Método Científico .....	29
5.3.2	Método Analítico .....	29
5.3.3	Método descriptivo .....	29
<b>5.4</b>	<b>Fases del autor.....</b>	<b>29</b>
<b>5.5</b>	<b>Técnicas.....</b>	<b>31</b>
5.5.1	Observación Web .....	31
5.5.2	Entrevistas.....	31
5.5.3	Encuestas.....	32
<b>5.6</b>	<b>Instrumentos.....</b>	<b>32</b>
5.6.1	Cuestionarios.....	32
5.6.2	Guía de entrevista .....	32
5.6.3	Matriz de observación.....	32
5.6.4	Validación de instrumentos .....	33
<b>5.7</b>	<b>Población.....</b>	<b>33</b>
<b>5.8</b>	<b>Muestra .....</b>	<b>33</b>
5.8.1	Explicación del procesamiento de los datos .....	34
5.8.2	Autorización de Identidad.....	34
<b>6</b>	<b>Resultados.....</b>	<b>35</b>

<b>7</b>	<b>Discusión .....</b>	<b>44</b>
<b>8</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>48</b>
<b>9</b>	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>49</b>
<b>10</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>50</b>
<b>11</b>	<b>Anexos .....</b>	<b>55</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Resultados de los electores de la provincia de Loja.....	33
--	----

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Mapa de los cantones de la provincia de Loja.....	26
<b>Figura 2.</b> Diseño de la metodología.....	30
<b>Figura 3.</b> Edad de los encuestados.....	35
<b>Figura 4.</b> Estrategias de comunicación política.....	36
<b>Figura 5.</b> Confianza y credibilidad.....	37
<b>Figura 6.</b> Aspectos que generaron confianza en la imagen de Noboa.....	39
<b>Figura 7.</b> Mensaje clave.....	39
<b>Figura 8.</b> Influencia al voto.....	41
<b>Figura 10.</b> Imagen de Noboa.....	42

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1.</b> Validación de instrumentos .....	55
<b>Anexo 2.</b> Matriz de Análisis del debate de la primera vuelta electoral .....	64
<b>Anexo 3.</b> Matriz de Análisis del debate de la Segunda vuelta electoral .....	72
<b>Anexo 4.</b> Encuesta aplicada en Google Forms .....	80
<b>Anexo 5.</b> Transcripción de entrevistas.....	80
<b>Anexo 6.</b> Entrevistas en zoom a expertos en comunicación política.....	80
<b>Anexo 7.</b> Fotos de entrevistas a expertos en comunicación política .....	80
<b>Anexo 8.</b> Autorización para identidad con fines académicos.....	82
<b>Anexo 9.</b> Certificación de traducción en ingles.....	85

## **Título**

**Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023: Estrategias de la comunicación política y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja.**

## Resumen

Esta investigación se enfocó en analizar la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa durante su campaña presidencial en las elecciones del 2023. El estudio se centró específicamente en las estrategias de comunicación política implementadas por su equipo de campaña y su efecto en la percepción pública en la provincia de Loja. La investigación es de carácter mixta, donde se utilizaron técnicas cuantitativas y cualitativas para determinar cómo se diseñaron y ejecutaron estas estrategias e influir en la opinión de los votantes lojanos, así como también, para examinar la comunicación verbal, comunicación no verbal, posicionamiento de la imagen y el discurso político que utilizó Noboa en el debate de la primera y segunda vuelta electoral. Una vez analizadas las encuestas que se aplicó a la ciudadanía lojana, las entrevistas a expertos en comunicación política y la observación de los debates, se pudo determinar que el 91% de los encuestados respondieron que la imagen de Noboa si influyó en su decisión de voto debido a que les genero confianza y credibilidad. Además, se estableció que la estrategia de comunicación política más predominante en la campaña de Noboa es el uso de las redes sociales y el mensaje clave de campaña es el desarrollo económico. Finalmente, los expertos en comunicación política determinaron que las herramientas más eficaces para difundir el mensaje y la propuesta de Noboa entre los electores de la provincia de Loja fue el uso de redes sociales específicamente TikTok, también mencionaron que las estrategias de comunicación política más efectivas implementadas durante su campaña fue su exposición en el debate y el mostrarse alejado de los conflictos. Las conclusiones resaltan la importancia de saber comunicar eficientemente, ya que todo comunica desde gestos, postura, expresiones faciales y vestimenta, con la finalidad de consolidar el posicionamiento de la imagen política.

**Palabras Claves:** *Imagen, Estrategias de comunicación política, Debate, Percepción pública.*

## **Abstract**

This research focused on analyzing the construction and projection of Daniel Noboa's image during his presidential campaign for the 2023 elections. The study specifically focused on the political communication strategies implemented by his campaign team and its effect on public perception in Loja province. The research is of a mixed nature, where quantitative and qualitative techniques were used to determine how these strategies were designed and executed and to influence the opinion of Lojan voters, as well as to examine the verbal communication, non-verbal communication, image positioning and political discourse used by Noboa in the debate of the first and second round of elections. Once the surveys applied to Lojan citizens, the interviews to experts in political communication and the observation of the debates were analyzed, it was determined that 91% of those surveyed responded that Noboa's image did influence their voting decision due to it generated confidence and credibility. In addition, it was established that the most predominant political communication strategy in Noboa's campaign is the use of social networks and the key campaign message is economic development. Finally, the experts in political communication determined that the most effective tools to disseminate Noboa's message and proposal among the voters of the province of Loja was the use of social networks specifically TikTok, they also mentioned that the most effective political communication strategies implemented during his campaign was his exposure in the debate and showing himself away from conflicts. The conclusions highlight the importance of knowing how to communicate efficiently since everything communicates from gestures, posture, facial expressions and clothing in order to consolidate the positioning of the political image.

***Keywords:*** *Image, Political communication strategies, Debate, Public perception.*

## Introducción

En el proceso electoral, la imagen de un candidato político juega un rol muy importante, ya que esta puede llegar persuadir en la aceptación que tiene ante población mediante sus cualidades como líder, el componente esencial es las estrategias de comunicación política que emplean los candidatos para proyectar una imagen sólida, siendo esta la pieza clave al éxito de su campaña ya que, el éxito o el fracaso de la campaña electoral de un candidato presidencial depende de su imagen pública, esto debido a que afecta la percepción, la valoración y la decisión de los votantes.

La estrategia de la campaña electoral se basa en la imagen que un partido presenta de su candidato a los ciudadanos, por lo tanto, es muy importante crear una imagen positiva que pueda transmitir la mayor confianza y credibilidad. Esta investigación profundiza en este tema tan importante de la comunicación política, enfocándose en analizar cómo se construyó la imagen de Daniel Noboa a través de las estrategias de comunicación que empleó en las elecciones presidenciales del 2023 y el impacto que tuvo en la provincia de Loja.

Según Callejón y Montalbán (2010) la creación de una caracterización simbólica que incluya una carga conceptual significativa de elementos que producen información, conocimiento y, por supuesto, atracción tiene como objetivo influir y condicionar la opinión pública. El poder, la competitividad y el fortalecimiento del liderazgo deben desarrollarse a través de la imagen.

Por ende, el papel de Daniel Noboa en la formación de la opinión pública es un fenómeno de investigación crucial para comprender las estrategias de comunicación política, esto debido a que, Noboa es un joven que recientemente se ha incluido en el tema político, cuya trayectoria se ha visto reflejada en el legado trascendental dentro de la empresa privada. Se dio a conocer frente al país dentro de estas elecciones con una imagen nueva, inquietante, que despertó el interés y la curiosidad por conocer cómo se formó esa imagen desde la comunicación verbal y la comunicación no verbal.

Noboa triunfó inesperadamente en la segunda vuelta de las elecciones anticipadas de Ecuador, superando a Luisa González, la candidata del correísmo, con más del 52% de los votos. En un país plagado de problemas económicos y de criminalidad, el empresario de 36 años se convirtió en el presidente más joven de Ecuador en la historia del país.

Como figura importante en la campaña a la presidencia, se reflejó un cierto grupo de estrategias que lograron conectar con algunas regiones específicas del país como el caso de la

provincia de Loja, dada las situaciones difíciles de inseguridad y violencia que atravesaba Ecuador, Noboa a pesar de su juventud se posicionó como opción viable en los electores lojanos, es por esto que es crucial entender cómo proyectó su imagen en un contexto político cada vez más competitivo y mediático.

Para influir en la opinión y el comportamiento de los ciudadanos, el campo de estudio de la comunicación política examina cómo los actores políticos construyen y proyectan su imagen pública mediante el uso del lenguaje, las imágenes y los símbolos.

Una pieza clave frente a la formación de la opinión pública, las propuestas de los candidatos, las actitudes frente a ellos y los partidos políticos son las tácticas de comunicación política y el uso que le dan los grupos de campaña y los candidatos. Además, tanto las redes sociales como los medios de comunicación están teniendo un crecimiento ampliamente importante dentro de la difusión de los mensajes políticos y como estos conforman las percepciones públicas de los candidatos.

Para Barbosa, Páez y Ríos (2020), se pueden crear estrategias de comunicación mediante la identificación de problemas potenciales en una organización u comunidad específica, sin embargo, también se pueden crear mediante un análisis de diagnóstico minucioso, se puede inferir de esto, que las estrategias de comunicación se crean para satisfacer las necesidades de comunicación, interacción, imagen, posicionamiento y participación ciudadana que surgen en un ambiente específico.

Por esta razón, el presente trabajo de investigación busca dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles son las estrategias de comunicación política empleadas por el equipo de campaña del presidente Daniel Noboa para la construcción y proyección de su imagen en las elecciones del 2023? ¿Cuál es el impacto de estas estrategias en la opinión pública y en la percepción de los electores hacia el presidente Noboa como candidato presidencial? ¿Cómo influyen las estrategias de comunicación política en la formación de la opinión ciudadana y su participación en el proceso electoral, así como en el fortalecimiento de la democracia en Ecuador?

Con base a las anteriores interrogantes se formularon los siguientes objetivos; como objetivo general: Analizar la construcción y proyección de la imagen del presidente Daniel Noboa en las elecciones a la presidencia del Ecuador 2023, mediante el estudio de las estrategias de comunicación política que empleó y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja. Mientras que como objetivos específicos: Identificar y describir las

estrategias de comunicación política verbal y no verbal que utilizó el presidente Daniel Noboa para construir y proyectar su imagen. Medir el nivel de aceptación, credibilidad y preferencia que tiene el presidente Daniel Noboa entre los electores lojanos, en relación con su imagen y sus estrategias de comunicación política.

La creación de una imagen de éxito para un candidato es una labor difícil que comienza por examinar la realidad que nos rodea desde una perspectiva global, para llegar a una gran cantidad de detalles que la persona, la imagen y la actividad del candidato deben transmitir a su electorado.

Loja, con sus fuertes cualidades de provincia diversa en culturas y amplia en campo político, muestra un curioso y sorpresivo estudio donde las personas dan a reflejar sincera y transparentemente los efectos de la comunicación política y sus estrategias de la campaña electoral, es por esto que, esta provincia fue un espacio clave para constatar las estrategias de campaña electoral del candidato Daniel Noboa.

Por ende, en esta investigación se buscó profundizar dentro de la ciudadanía lojana, cual fue la imagen proyectada por el candidato que logro despertar el interés dentro de las personas como votantes y los llevo a estar claros y convencido de su decisión al voto.

## **Marco teórico**

La comunicación y las estrategias son fundamentales para crear una imagen sólida de un candidato desde hace décadas. El éxito o el fracaso de una campaña electoral se puede determinar creando una imagen basada en las necesidades de los votantes. Para Restrepo (2019) la comunicación política se ha convertido en una parte crucial de “la construcción de la imagen de los candidatos y de la educación cognitiva, es necesario desarrollar estrategias de campaña basadas en las tendencias sociales y políticas actuales, como una imagen que transmita el desempeño del país y las demandas” (p. 7).

Tradicionalmente a lo largo de la historia los líderes políticos han puesto énfasis en la aceptación de sus planes de trabajo y campañas, para ello han utilizado la comunicación política como herramienta para despertar el interés de las personas, además de permitirles informar, persuadir y comunicar. También facilita un mejor acceso y movilidad de las ideas de las personas, sus planes de trabajo y sus propuestas políticas. Rísolo (2020) señala que el apoyo de los votantes se expresa en la capacidad del candidato para comunicar ideas, que depende enteramente de interactuar con la comunidad a través de discursos para transmitir sus propuestas innovadoras.

El enfoque para presentar la imagen política de un candidato es muy amplio ya que se centra en la percepción de la comunidad y la perspectiva transmitida de liderazgo, honestidad y originalidad; Va más allá de lo que es visualmente evidente. Una imagen exitosa incluye centrarse en las relaciones públicas, construir una conexión emocional con las personas y crear una imagen positiva entre los votantes. Dado que esto puede tener un impacto significativo en el éxito del respectivo sistema electoral, los resultados electorales dependen de cómo el candidato crea su representación según la opinión de la comunidad.

Las estrategias de comunicación política utilizadas para construir y presentar una imagen pueden verse influenciadas por una variedad de factores, entre los cuales se incluyen la competencia electoral, la inclinación de los votantes y el contexto cultural y político. Las estrategias de comunicación tienen como objetivo crear un impacto social y atraer la atención del público dentro del ámbito de la comunicación y la proyección de imagen. El componente más importante en la creación de una estrategia de comunicación es la construcción de la imagen.

La comunicación política no se limita a la promoción del plan de trabajo y las propuestas de un candidato, también analiza el factor de riesgo, aborda las circunstancias

adversas y elabora una estrategia de comunicación coherente durante la campaña electoral. La habilidad de un candidato para reaccionar y enfrentar los desafíos o transformaciones en el entorno político y social determina su impresión del público.

Ahora vivimos en un boom tecnológico donde las redes sociales, las plataformas sociales y digitales brindan fácilmente acceso directo a los candidatos para cubrir un amplio rango de personas para que sus mensajes puedan ser mejor difundidos y tener una mayor conexión con los votantes. En la estrategia de comunicación política implementada por los candidatos se han creado herramientas indispensables como la presencia de las redes sociales y el marketing digital (Canel, 2006).

Daniel Noboa buscó la reelección presidencial en las elecciones presidenciales del Ecuador del 2023, un evento político demasiado importante. Como resultado, la creación y la difusión de la imagen son fundamentales para la ciudadanía como votantes.

### **1.1 Comunicación política**

La comunicación política tuvo un gran desarrollo a lo largo de la historia, en el siglo XV se percibió la invención de la imprenta y con esto se vio un gran avance en la comunicación política, esto debido a que se logró difundir con más amplitud las ideas de los políticos, así como también permitió que la gente se movilizara apoyando las diferentes causas, todo esto fue gracias al periódico que fue una fuerte herramienta de difusión. En el siglo XX los líderes políticos se permitieron llegar a una audiencia más abierta y amplia, esto dado a que la comunicación política tuvo una revolución con el arribo de la radio.

El componente esencial en el que se basa el desarrollo y la edificación de la imagen de los personajes políticos es la Comunicación Política, ya que “es la vía por la cual se transmiten las ideas, mensajes, planes y propuestas, todo esto con el fin forjar una imagen la cual los ciudadanos puedan percibir” (Meadow en Mazzoleni, 2010, p. 4)

La percepción de la imagen política que el pueblo pueda desarrollar es decisiva en la gestión de la personalidad o imagen que debe adoptar un político ya que si desarrolla una buena imagen política esto se verá proyectado en unos buenos resultados, incluso generará confianza y empatía en la gente, así como por el contrario si el candidato político llega a manifestar una mala comunicación política dañará su imagen, perderá la confianza e interés del pueblo.

En siglo XXI, la comunicación política ha llegado a su cúspide alcanzando un nuevo nivel de desarrollo esto gracias al apogeo de las redes sociales y las plataformas digitales, tanto los partidos políticos como los candidatos tienen un mayor repertorio, ya que existen nuevas

estrategias de comunicación las cuales pueden ser en tiempo real, en línea, todo esto favoreciendo a que los políticos puedan tener mayor audiencia y una mejor comunicación con su público objetivo.

La comunicación política en sí tiene un propósito el cual es convencer, informar y movilizar al pueblo ante los intereses públicos con estrategias comunicativas métodos y tácticas. Según Hernández (2021) la comunicación política es aquel campo que estudia el mensaje político tanto en su creación, difusión e influencia desde de la comunicación social en pequeña escala, hasta los medios de comunicación masivos en gran escala, dentro de un concepto político. La comunicación política también examina la relación que tiene la información política, la opinión pública y los medios, debido a que es un campo de investigación académica.

### ***1.1.1 Importancia de la Comunicación Política***

Según Hernández (2020) el mensaje político es transmitido mediante la comunicación política esto sea evidenciado desde la ideología del partido político o del punto de vista del candidato. La comunicación política es analizada como un escenario dentro del cual se desarrolla el intercambio de ideas de varios personajes para obtener objetivos particulares, aquí los personajes son los ciudadanos y los políticos. También la comunicación política se muestra a lo largo del tiempo, pero tiene un auge el cual es en los procesos electorales, ya que en este espacio es usada con el fin de transmitir el mensaje político para persuadir a los votantes.

López (2021) recalca la gran importancia de la comunicación política por las siguientes razones:

- Influir dentro de la toma de decisiones de los ciudadanos.
- Luchar por el acuerdo general y el acuerdo frente a los actores sociopolíticos.
- Impulsar e incluir la participación ciudadana dentro de los asuntos políticos.
- Promover la responsabilidad y la transparencia pública

Para Viñas (2023) el comportamiento de las organizaciones políticas tanto como la participación ciudadana están indiscutiblemente reflejadas a través de plataformas, las cuales son medios de comunicación tanto digitales como tradicionales. La comunicación política posee diversos efectos representativos y es muy fundamental dentro de cualquier sociedad democrática.

### ***1.1.2 Herramientas y Funciones***

La comunicación política se puede ver proyectada en varios espacios los cuales son diferentes tanto en su contenido como en sus funciones para la transmisión de mensajes con claridad, que sean auténticos, fuertes y distintivos, estos espacios pueden ser medios de comunicación, discursos o reuniones en vivo, debates, publicidad en el ámbito político o emisiones a través de medios digitales.

Filzmaier y Moreno (2013) señalan algunas de las funciones de la comunicación política las cuales son:

- Análisis del discurso, que comprende la evaluación de la forma, el contenido y el contexto de los mensajes políticos.
- Estrategia de comunicación, que comprende la planificación, el desarrollo y la implementación de actividades de comunicación dirigidas a lograr objetivos específicos.
- El objetivo de la comunicación persuasiva es influir, inspirar o alterar las actitudes o comportamientos de la audiencia.
- La comunicación de crisis implica la gestión de mensajes y elementos visuales durante emergencias o conflictos.
- La comunicación digital comprende la utilización de tecnologías de la información y la comunicación para la transmisión y recepción de mensajes políticos.

### ***1.1.3 Comunicación política en campaña***

La pieza fundamental en una campaña electoral es la comunicación política ya que es clave al difundir mensajes e ideas del candidato, así como sus virtudes y valores, a través de herramientas claves, como los discursos, debates, anuncios en medios digitales, redes sociales, entrevistas, que son estrategias de comunicación que habitualmente se utilizan en las campañas.

Es clave administrar la reputación y la imagen de un candidato optando por el uso de un lenguaje sociable, transparente, genuino, empático y concientizando que más que palabras son actos (Narváez et al., 2022). Además, lo que se busca es atraer la atención de los votantes y convencerles de la importancia y factibilidad de las propuestas e ideas plasmadas por los candidatos teniendo como objetivo una comunicación contundente, clara y convincente.

La comunicación política como herramienta estratégica para movilizar la valoración u opinión pública sobre las propuestas políticas se refiere al uso táctico de la comunicación para impulsar, atraer, persuadir e informar.

La comunicación política ampliamente abarca una diversidad de sucesos comunicativos los cuales según Restrepo-Echavarría (2019), se los clasifica de varias formas, como: propaganda política, relaciones públicas o comunicación institucional. Estas tienen un papel muy importante el cual es el traslado y la emisión de las influencias políticas entre las instituciones gubernamentales y la ciudadanía sufragante.

Esta herramienta estratégica introduce la implementación de diversos medios de comunicación en los cuales se pueden presentar entrevistas, marketing político, discursos propagandas etc., todo esto con el fin de lograr finalidades políticas específicas llegando a persuadir o mover a la gente, conseguir apoyo legislativo y ganar votos (Stankova; Rice, 2019).

También se logra abarcar dentro de la comunicación política varias gestiones como la gestión de la imagen pública de políticos, la gestión de crisis y la construcción de una descripción que intente actuar en la perspectiva que el pueblo tenga de los partidos y de los líderes políticos.

Es indispensable tener una comunicación recíproca donde queremos ser escuchados, pero también debemos escuchar, atender a las inquietudes y opiniones del pueblo y darles una respuesta transparente a estas inquietudes (Gil et al., 2018).

## **1.2 La imagen del Candidato**

La construcción de la imagen de un candidato tiene una razón de ser tan primordial ya que es la imagen la que contribuye directamente en la aceptación por parte del grupo electivo y su efecto en el ámbito político, construir una imagen es una labor muy cuidadosa, es un talento que ha éxito a lo largo de la historia, aquí cada palabra o manera de actuar de un candidato electoral es esmeradamente diseñado para reflejar ante los votantes una imagen que convenza y genere positivismo.

Los líderes políticos desde tiempos muy lejanos, han concluido que la forma en la que un candidato se muestra ante el pueblo o la sociedad, se ha basado tanto en apariencia física, como en su manera verbal de desenvolverse y proyectarse en propuestas o discursos, esto es crítico para llegar a ganarse el interés y la confianza del pueblo. Una imagen verdadera y auténtica puede llegar a generar afición y conexión emocional con el electorado, puede llegar a marcar la diferencia entre lograr el triunfo o caer en el fracaso en una lucha electoral.

La construcción de la imagen de un candidato, no solo se llega a limitar frente a los aspectos visuales, como su manera de vestir, su manera de peinar, su manera de verse, sino que también llega a enfocarse y abarcar aspectos simbólicos. Es un procedimiento muy cuidadoso de programación y planificación en el que se busca destacar las fortalezas y cualidades del candidato al cargo público. Un aspirante al cargo público que lleve consigo un mensaje claro y lógico puede transmitir un mensaje que genere confianza y confiabilidad a su postura.

Para Sevilla (2021) que no es suficiente que el político tenga una imagen personal coherente, no basta elegir si debe usar un blazer o un traje oscuro. Su vestimenta, por supuesto que tiene un impacto y comunica, sin embargo, un aspecto aislado no es suficiente para crear una percepción y mucho menos para trabajar con una estrategia en imagen, si tienen una imagen o un comportamiento malo, esto afectará la percepción del político o candidato.

Según Callejón y Montalbán (2010), mediante la imagen se debería lograr el desarrollo progresivo del liderazgo, la competitividad y poder. El propósito de contribuir y condicionar la opinión pública se basa en forjar particularidades simbólicas que contengan cargas conceptuales relevantes, llena fundamentos que produzcan información, desarrollo y destacablemente persuasión.

Las redes sociales y los medios de comunicación tienen un impacto cada vez más grande ya que este mundo es cada vez más mediático y visual, la imagen de un candidato juega el papel clave y más importante o fundamental en la impresión que se tiene de él o la candidata. Los medios comunicativos tienen un choque muy representativo en el desarrollo de la imagen del candidato, ya que estos son plataformas por las cuales se esparce y se hace pública la imagen que ellos moldean de un candidato, aquí una imagen correcta logra captar la atención del pueblo como votante y resaltar al candidato de su competencia.

Hoy en día se ha evidenciado un cambio significativo dentro de la sociedad ya que se enfocada en la búsqueda de gestores audaces los cuales se puedan hacer cargo de abordar las problemáticas que actualmente afectan a la ciudadanía en general. Según Valdivia y Stefanu (2010), la sociedad pretende un cambio de perfil entre los candidatos ya que en la actualidad no se buscan líderes ideológicos que atraigan seguidores defensivos sobre la creación de una política social definida sino todo lo contrario.

Una imagen sólida y bien trabajada es muy importante, está no solo se debe limitar a la campaña electoral, sino que tiene que trascender a lo largo de la carrera política de un candidato, las puertas se pueden ver abiertas con la construcción de una buena imagen así

logrando mayores oportunidades en el ámbito político. Además, su imagen y la valoración de ella se puede fortalecer siempre y cuando se contribuya con una buena imagen sobre el desempeño y gestión del candidato en el cumplimiento de su cargo público.

### ***1.2.1 Imagen pública***

La imagen pública es en sí una percepción la cual está definida por varios aspectos como: la comunicación, la reputación de los sujetos presentes en ella, las acciones, el comportamiento. Dicha percepción, es una percepción colectiva ya sea de una persona, de una empresa o institución o de una organización en sí.

Martínez (2011) deduce que la imagen influye en la percepción de la misma por el sujeto que puede ser, el público, los inversores, los empleados o los clientes. También afirma que es indispensable la imagen pública para el éxito y la credibilidad de una compañía o empresa, por lo cual es muy necesario gestionar de manera efectiva la imagen pública para dar una impresión muy segura y creíble.

La imagen pública para Martínez Berfort (2019) está compuesta por varios elementos tanto personal o institucional, elementos conformados en seis ramas: profesionales, verbales, visuales, físicas, audiovisuales y ambientales. Estos elementos se denominan imágenes subordinadas.

- Imagen externa: está se ve reflejada a la primera impresión, en la persuasión y la credibilidad transmitida. Se refiere a los aspectos físicos como peinado, ropa, accesorios o maquillaje esto dependiendo de que sea una persona o empresa.
- Imagen profesional: esta incurre en lo que se proyecta ya sea la confianza, la autoridad y el respeto. La imagen profesional también vincula a los conocimientos con las habilidades, destrezas, experiencias y logros que tanto las organizaciones como personas han reflejado dentro de su campo laboral.
- Figura retórica: narra la manera en la que tanto una organización o persona logra expresarse verbalmente como el tono, el vocabulario, el ritmo del fraseo o el volumen adecuado. Las imágenes verbales influyen en la persuasión, la empatía y la claridad de la expresión.
- Identidad visual: la identidad visual influye sobre la profesionalidad, la coherencia y la calidad de una imagen. Esta abarca todo lo cual se puede observar dentro de la forma

de expresión por escrito tanto de una persona y organización, aquí se encuentra el color, la gramática, el diseño etc.

- **Audiovisual:** Las imágenes audiovisuales se influyen mucho en la innovación y la creatividad expresada. En la imagen audiovisual se refiere a la proyección a través de medios audiovisuales los cuales son medios relacionados con el sonido como, animaciones, videos, rells, sonidos.
- **Imagen ambiental:** esta imagen se enfoca en el entorno físico de operación tanto de una organización como una persona, se enfoca en aspectos como la decoración, la limpieza, la iluminación etc.

### ***1.2.1.1 Factores que influyen en la Imagen Pública***

Muñoz et (2020) apoya que la imagen pública está sujetamente condicionada por varios factores los cuales interaccionan entre sí para dar lugar a las percepciones públicas de individuos, empresas o instituciones. En estos elementos se encuentran la comunicación, la imagen visual, el entorno, el comportamiento, las acciones, las experiencias, la imagen visual, el entorno y el contexto.

**Comportamiento y acciones:** aquí se ve integrado todo, partiendo desde la forma en la cual se interactúa, hasta la manera en cómo se maneja las situaciones adversas frente a los demás. Dentro de los comportamientos varios factores pueden afectar a la imagen pública los cuáles son la forma en la que una persona, empresa o institución se comporta públicamente.

**Comunicación:** esta tiene un impacto muy veras dentro de la percepción pública tanto en la forma en la cual se expresan las ideas, el mensaje el cual se transmite y en la forma en la que se logra conectar con la audiencia. También la imagen pública se ve significativamente afectada por factores como la forma de expresión a través de su manera de expresar, sus gestos o acciones esto ya sea personal o institucional o de una empresa.

**Reputación:** directamente existen varios aspectos que afectan la imagen pública como la forma en la que los demás observan, esto influye ya sea positiva o negativamente. Lo que determina la reputación de una empresa, institución o persona está fijada en su modo de comunicación ya sea en el comportamiento, acciones o estilos al comunicar esto influye directamente en la imagen pública.

**Imagen visual:** juega un rol imprescindible en la percepción del público desde la forma en la que las personas observan, su imagen visual general hasta su lenguaje y expresiones corporales al expresarse. Además de esto un par de factores también afectan a la imagen pública

factores como el estilo, presentación y apariencia de una persona, o empresas e instituciones en general.

**Entorno y contexto:** lo que influye dentro de la imagen pública a través del entorno y el contexto son algunas condiciones externas como los acontecimientos o asociaciones. También afecta a su imagen pública el lugar o entorno de operación de una persona, organización o institución, acompañada del contexto dentro del que opera.

**Experiencia pasada:** dentro de este contexto importa e influye mucho ante la impresión pública actual los antecedentes pasados como los acontecimientos, acciones y decisiones. Influye también en la imagen pública la historia transcurrida, y las experiencias obtenidas a lo largo de la historia de una persona, empresa o institución.

### **1.3 Las estrategias de comunicación**

Las estrategias comunicativas son un proceso estructuralmente detallado con el fin de comunicar eficientemente a un grupo en específico sobre un mensaje, estos procesos son utilizados por individuos, organizaciones o empresas. Dentro de estas estrategias frecuentan varios factores como el contenido y el mensaje que se quiere transmitir, los canales que se usa para transmitir este mensaje y llegar al público adecuado, la descripción de objetivos de comunicación claros y medibles.

Según Sordo (2023), también dentro de las estrategias de comunicación podemos ver incluidos varios elementos como lo son, publicidad, presencia en las redes sociales, ejecución de eventos específicos, gestión de marca, relaciones públicas y desarrollo de planes de marketing.

Para Barbosa, Páez y Ríos (2020), las estrategias de comunicación tienen un fin el cual es satisfacer las necesidades que surgen en un ambiente específico como, necesidades de interacción, participación ciudadana, comunicación, imagen y posicionamiento. La identificación de problemas es la clave mediante la cual se puede crear estrategias de comunicación dentro de una organización o comunidad, pero también se puede obtener estrategias mediante un análisis diagnóstico específico.

Esto no implica que los votantes elijan al candidato por su sonrisa o por el color de su camisa en un anuncio publicitario, la imagen del político no se limita a esto, aunque es importante en una época dominada por los medios de comunicación. El aspecto, en términos de apariencia personal, el estilo, es decir, los modos, formas de comportamiento, costumbres, modas y cualquier otro atributo personal que los votantes consideren relevante para

desempeñar el cargo, deben ser considerados en la administración de la imagen, por eso decimos que la imagen ayuda, pero también requiere pruebas de honestidad, habilidad y empatía con el público para que un político genere confianza. Las campañas intentan transmitir esto en su figura mediante gestos o acciones específicas.

El candidato debe instituir un convenio sobre sus cualidades como su profesionalismo, su humanidad, personalidad, presencia esto especificando los objetivos constituidos por el partido político. El punto de partida de una estrategia de campaña exitosa es el nombramiento del candidato.

El marketing digital abarca muchas estrategias de comunicación, una de ellas es el marketing viral el cual se enfoca en la implantación de campañas a través de plataformas de fácil manejo y con mayor alcance y efectividad, las cuales son las redes sociales asegura Duque (2020). Esas estrategias de comunicación se basan en la utilización de un contenido de lo más llamativo, eficaz, atractivo acompañado de un mensaje bien claro y concreto. Gracias a esto estas estrategias poseen el potencial de atraer a los usuarios de internet y con ellos lograr el desarrollo de un mercado electoral.

Una función de la estrategia, es analizar el terreno político, el ambiente donde se desarrollará la campaña, las circunstancias, la imagen de los opositores y del candidato, la competencia que será derrotada y los que serán neutralizados y por ultimo los objetivos. La estrategia es el sendero a seguir para que se pueda llevar a cabo el propósito político, está nos permite fijar con claridad como conseguir los votos de los electores.

A lo que agrega la Escuela de Gobierno y Economía (2023), si los políticos no construyen la comunicación política no son capaces de lograr difundir sus ideas o mensajes debido que la decisión de la ciudadanía al votar depende mayormente de la imagen reflejada de los candidatos para la toma de sus decisiones, por lo cual la comunicación política debe ser la mejor, para que político logre el éxito en sus campañas la comunicación es lo más fundamental.

La estrategia es la que orienta el mensaje y todas las acciones que se ven dentro de una campaña política, así como es la que establece el espacio más adecuado para un candidato dentro del espacio electoral que puede ocupar en el mercado electoral que está compuesto por todas las personas que son partícipes dentro del proceso de una contienda o campaña política.

### ***1.3.1 Clasificación de las estrategias de comunicación***

Existe una clasificación de categorías en diferentes clases según el enfoque y los objetivos dentro de las estrategias de comunicación esto afirma Franco (2022). Aquí algunas de las clasificaciones más comunes abarcan:

- **Publicidad:** son las herramientas proyectadas por medio de publicidad pagada a través de radios, periódicos, televisión y muchos otros medios, esto con el fin de promocionar ya sea un servicio, marca o producto en sí.
- **Relaciones públicas:** tácticas por la cuales se busca lograr mantener dentro de una organización su reputación, mediante una administración efectiva de crisis y de mensajes que transmitan positivismo.
- **Marketing digital:** esto abarca toda aquellas estrategias cuyo enfoque está puesto en lograr comercializar y promocionar ya sea productos o servicios mediante algunos medios digitales como correos electrónicos, redes sociales etc.
- **Comunicación interna:** son las relaciones que se ven internamente dentro de las organizaciones con la finalidad de lograr con estrategias de comunicación, motivar, involucrar e informar a los empleados y asegurar un ajuste de los valores empresariales con la alineación de los objetivos.
- **Marketing de contenido:** tácticas visualizadas en lograr la atracción y retención de audiencias específicas, esto a través de la creación y la asignación de temas sobresalientes y de muy alto valor.
- **Comunicación interpersonal:** el centro de la comunicación personal está en estrategias para lograr la comunicación personal frente a frente a través de acercamiento mediante discursos, presentaciones, reuniones ente otros.

#### ***1.3.1.1 Estrategias de comunicación política verbal***

La comunicación política oral está centrada en estrategias que buscan emitir mensajes de manera efectiva, esto a través de estrategias que según Santander (2021) abarcan:

- **Mensajes claros y precisos:** busca la transmisión de forma directa y comprensible de ideas siempre evitando indeterminaciones.
- **Habla persuasiva:** busca la obtención del apoyo ante la audiencia y también la persuasión frente a ella, esto con la utilización de conclusiones firmes, un lenguaje convincente e intangible de ideas.

- Narrativa convincente: se busca atraer tanto psicológica y emocionalmente a la audiencia narrando una historia interesante que refuerce visiblemente los valores y con ello la afinidad del partido político.
- Implemente metáforas y símbolos: esto ayuda a facilitar mediante abreviaciones la captación de los conceptos complejos con el fin de conectarse con la audiencia emocionalmente mediante la implementación de metáforas y símbolos.
- Ajustarse al público objetivo: frecuente ante el público concreto la búsqueda de la captación del mensaje designado mediante un estilo de lenguaje y tono apropiado.

Estas estrategias de comunicación orales son muy eficientes para lograr el desarrollo de la emisión de un mensaje mucho más concreto ante la audiencia esto se puede ver reflejado ya sea en una entrevista debate o reunión entre otras formas de comunicación oral.

### ***1.3.1.2 Estrategias de comunicación política no verbal***

El centro de las estrategias de comunicación política no verbal según las creencias de Hernández (2021) dice que están enfocadas en el uso de señas, gestos, de expresiones no verbales, con la finalidad de buscar la emisión de un mensaje más efectivo, aquí se ve abarcado:

- Lenguaje corporal: para una mejor comunicación con la finalidad de transmitir mucha más seguridad y confianza se debe utilizar posturas acompañada de gestos y movimientos para una mejor proyección del mensaje hablado.
- Expresiones faciales: se busca lograr la conexión del mensaje hablado con las emociones a través de expresiones faciales, esto con la finalidad de lograr una mejor conexión con el público y generar empatía ante ellos.
- Contacto visual: un punto clave para lograr atraer al público, generar confianza ante ellos y mostrar una postura de honestidad, es el implementar el uso del contacto visual ya sea con el público o el interlocutor.
- Tono: para el desarrollo de una conexión entre el estado de ánimo y el mensaje a emitir se implementa la utilización de un tono apropiado acompañado de un lenguaje claro, con una pronunciación precisa y lenta.
- Vestimenta y apariencia: esto es clave ya que desarrolla la primera impresión donde la mayor parte de la audiencia fija su atención ante la apariencia personal y lo asocia a un

mensaje político, buscando la creación de un vínculo de credibilidad a través de la imagen personal.

Cada una de estas estrategias juegan un papel muy clave en la construcción de la comunicación política, influyendo muy ampliamente ante la audiencia y la percepción que desarrollan los partidos políticos a través de un mensaje no verbal.

### ***1.3.1.3 Lenguaje Corporal***

De manera no verbal el lenguaje corporal en varias ocasiones se encarga de transmitir nuestras emociones y sentimientos de manera involuntaria, ya que este tipo lenguaje no verbal es aquel por el cual transmitimos a través de gestos expresiones y posturas faciales nuestros mensajes. Debemos tomar en cuenta varios aspectos importantes del lenguaje corporal según Toledo (2015).

**Gestos:** con los gestos se puede indicar varios aspectos de comprensión que muestran desacuerdo o afirmación, se va reforzado nuestro mensaje mediante gestos, movimientos ya sean de manos, brazos, cabeza o cuerpo entero.

**Postura:** se debe cuidar mucho su aspecto ya que mediante nuestra postura transmitimos demasiados aspectos como la confianza o los nervios, por ejemplo, tener una postura firme y sólida puede mostrar la seguridad en nosotros mismos a la hora de comunicarnos, mientras tanto tener una postura encorvada o con los brazos inestables podemos dar a entender que estamos distraídos o retraídos frente a la audiencia.

**Expresiones faciales:** las expresiones son puntos claves para mostrar ante el público nuestras actitudes ya que con ella transmitimos una multitud de emociones a través de expresiones faciales como una sonrisa o un levantamiento de cejas entre otras expresiones.

**Contacto visual:** los ojos son una ventana para reflejar nuestra transparencia tanto en emociones como en nuestra manera de ser. El contacto visual lograr desarrollar una conexión, también con contacto visual podremos mostrar nuestro interés en la comunicación, proyectar la confianza o la sinceridad.

Es clave tener en cuenta que cada cultura tiene sus diferentes maneras de lenguaje ya sea corporal o en general, tanto el desarrollo del mensaje corporal, pero también es importante aprender a comprender el mensaje y lo que tratan de comunicar con el fin de una mejor comunicación no verbal.

#### ***1.3.1.4 Lenguaje Paraverbal***

Este tipo de lenguaje paraverbal es un lenguaje donde se incluye todo tipo de aspecto verbal relacionado con la voz ya sea su tono, volumen, claridad y otros factores más. Es un lenguaje clave en la comprensión de la audiencia dentro de la comunicación oral.

Existen algunos aspectos importantes dentro del paralenguaje en los cuales se puede ver según Ochoa (2018) los siguientes:

**Entonación:** la voz es un punto clave en la transmisión de emociones, esto enfocado a la calidad emocional de la voz que se usa a la hora de comunicarnos, en algunas ocasiones un tono grave de voz agitado puede definirse o darse a entender dentro de la audiencia como una alteración o una ansiedad, mientras que un tono más pausado, más suave puede dar a entender confianza en sí mismo y calma al hablar.

**Ritmo y velocidad:** aquí se debería optar por un tono lento, pausado para una mejor comprensión del público, caso contrario de hablar demasiado corrido o demasiado lento puede afectar a la comprensión del mensaje y con ello la atención de la audiencia.

**Volumen:** mediante el volumen de la voz usada a la hora de transmitir el mensaje, se logra transmitir muchas emociones e incluso estados de ánimo, todo dependiendo del volumen ya que hablar en voz alta puede transmitir emociones muy fuertes como entusiasmo o ira, por lo contrario, hablar demasiado bajo podría transmitir algún tipo de duda o misterio.

**Entonación:** este es un punto clave para la atención de la audiencia ante el mensaje que se transmite, implementar un tono interesante para que el mensaje o el discurso no se vuelva aburrido ante el público, buscar un mensaje mucho más atractivo mediante la entonación y cambios en el tono de la voz al hablar, es lo que hace referencia a la entonación.

Este tipo de lenguaje juega un rol demasiado significativo, el mismo tiene una actuación muy importante en el desarrollo de la comunicación oral ya que está directamente ligada a la percepción del mensaje. Se ven muy relacionados los diferentes tipos de lenguaje de forma eficaz o no conflictiva tanto el paraverbal con el lenguaje verbal y no verbal, ya que tanto el uno como el otro pueden entrar en conflicto, por ejemplo, al decir una afirmación en tono muy bajo y triste se contradice totalmente por lo tanto deberían enfocarse más en el paralenguaje.

#### **1.4 Redes sociales en campañas políticas**

En los últimos años, las redes sociales han cambiado la forma en que los políticos se comunican con el público. Las redes sociales son ventanas para el desarrollo del mensaje político ya que lograron ampliar muchos canales de comunicación que permitieron que los

partidos políticos directamente logren conectar su mensaje con el público votante rompiendo las barreras que existían entre el mensaje y el alcance de este ante el público. El objetivo de estos medios tecnológicos de comunicación es la interacción de las personas frente al mensaje del candidato.

Facebook fue uno de los medios digitales que adquirió gran influencia en la campaña electoral del 2021 en Ecuador según Basantes Ceballos (2022). Logró ser una de las plataformas que permitió que el mensaje se difundiera a mayor velocidad y con esto llegar a mayor cantidad de público votante ayudando a que las noticias pollitas logren mayor audiencia. Además, las redes sociales contribuyeron a la victoria del candidato Guillermo Lasso al permitir una campaña espontánea y orgánica con ideas que buscaban una recuperación ante la crisis económica grave.

Si nos centramos a la actualidad, TikTok al día de hoy es una de las plataformas que en Ecuador ha llegado a crear novedad y más en la última campaña electoral ya que de acuerdo a Benavides (2023) esta plataforma está en auge actualmente siendo una estrategia de comunicación muy eficaz usada por la mayoría de políticos esto debido a la gran aceptación de esta plataforma por parte del público.

Los beneficios que la plataforma de TikTok ofrece ante la difusión de las propuestas electorales son cada vez más eficaces, cuanto más frecuentemente un candidato comparta sus propuestas en esta plataforma, más influirá en la Generación Z, según Pesántez-Valarezo (2024). Como gran ejemplo se podría destacar la campaña electoral del candidato Daniel Novoa quién supo utilizar esta plataforma como una estrategia de difusión de su mensaje logrando un mayor alcance debido al marketing, sustentando la obtención de un respaldo muy visible en las urnas y resultando electo en las campañas electores del Ecuador.

Para López (2022), TikTok es una red social que está enfocada principalmente en la atención de la juventud logrando despertar el interés frente a los políticos sobre sus estrategias y mensajes electorales. Gracias a esto se ha logrado un gran crecimiento entre la conexión política, la proyección de las propuestas electorales y el alcance por las redes sociales. Por ende, TikTok se posiciona como una de las herramientas más nuevas y eficaces usadas por los políticos en los últimos tiempos debido a sus resultados muy significativos y notable.

Robledo (2022) indica que los medios digitales “cambian las reglas del juego del entorno político, en particular en la implementación de estrategias electorales, así como en la búsqueda del voto y la movilización del electorado, así como en el uso de las formas

tradicionales de comunicación” (p. 55). La creación de comunidades a través de los medios sociales es crucial para difundir el mensaje ideológico, fomentar la sensación de pertenencia a la organización política y fortalecer las acciones durante un proceso electoral.

Debido al gran impacto en las plataformas digitales se debe tener un seguimiento de la información ya que por su gran crecimiento no se tiene veracidad debido a la gran cantidad de información la cual puede ser verdadera o falsa, por lo tanto, se debería tener en cuenta una mayor búsqueda de la información basándose en fuentes confiables donde transmitan un mensaje verdadero y eficaz.

Para Suárez y Cochea (2022), como parte de la Web 2.0, las redes sociales no demandan un gran costo para la transmisión de la información por eso los candidatos políticos han empezado a la utilización de este tipo de plataformas, debido a que las redes sociales han logrado implementar habilidades de comunicación para la creación de la información acompañada de recursos multimedia, logrando una narrativa transmedia.

Mediante las plataformas, los partidos políticos han logrado conocer las necesidades de los votantes y tener una mayor conexión con ellos. Las redes sociales se han convertido en el medio más apropiado para que los partidos políticos logren conectar sus ideas con la población joven que es la que más está presente en este tipo de plataformas incluso así no dediquen su tiempo al consumo de información política.

Autores como García y del Orbe (2022) las redes sociales han tenido un gran impacto, con su uso se ha dado un gran cambio cultural frente a las organizaciones políticas, esto se enfoca en el contenido que se consume dentro de la plataforma y el debido método de control que se debería usar frente a esta ya que no sólo implica estar presente sino es más complejo que eso.

### **1.5 La opinión pública**

Desde los tiempos pasados ha existido un interés en las sociedades por querer comprender sobre temas comunes, los individuos han podido desarrollar suposiciones, conceptos y formar ideas. Un tema candente a lo largo del tiempo en la historia dentro de las ciencias sociales ha sido la opinión pública, muchas escuelas han estado envueltas a lo largo de la historia en el estudio de la opinión pública, desde la postura filosófica, a la psicológica y sociológica.

Con el desarrollo de los últimos avances dentro del mundo tecnológicos como el internet y las redes sociales, la televisión ha globalizado la opinión pública permitiéndole a

partes muy lejanas interactuar con más facilidad. Dentro del siglo XIX la opinión pública logro adquirir una difusión más amplia y rápida logrando una dimensión más crítica, esto gracias al desarrollo de los periódicos y la radio, ayudando a la extensión de declaraciones u opiniones que puedan actuar sobre la percepción general de la realidad.

La opinión pública, es la que ejecuta un papel muy puntual y decisivo, a medida que se desarrolla la sociedad moderna, está desempeña una función fundamental en la voluntad política de masas y la configuración del espacio público. La población comenzó a sentar principios para el estudio metódico de la opinión pública creyendo que la clave para el progreso social podría ser el debate público y la razón.

La investigación puede ser un instrumento usado para establecer una tendencia en la sociedad ya que según Habermas (2014) la investigación decide la opinión pública, está no tiene mucha referencia sobre lo que una población busca sino con lo imaginan dentro de sus necesidades. Puede ser manejada mediante los medios apropiados por los movimientos o partidos.

La opinión pública discursivamente se desarrolla con la disputa que se da entre la manera de expresarse mediante conflictos o abiertamente o despertar el interés o ideales sobre personajes frente al público mediante la participación del conflicto, sustentado por Flores et al. (2019).

Dentro de la toma de decisiones en el ámbito político, económico y social, la opinión pública se ha convertido en su factor primordial, estos aspectos influyen en la capacidad de difusión y movilización de masas a través de las redes sociales y los medios de comunicación sustentado por Rubio et al. (2009), gracias a la proyección del contenido político, definiendo que la opinión pública imprescindiblemente puede evolucionar de forma muy acelerada.

En la interacción que se da entre la ciudadanía y las redes sociales, los debates políticos, los medios de comunicación, entren otras formas que influyen socialmente, la sociedad logro estar de acuerdo en el conjunto de actitudes, ideas y creencias sobre un tema específico sustentado por Etecé et al. (2020).

Según Nosetto (2020), la opinión pública es un concepto filosófico liberal que busca la unión entre lo individual y lo colectivo; busca equilibrar las opiniones de los líderes y la mayoría, utilizando los principios de objetividad, racionalidad y universalidad.

La sociedad tiene la necesidad de expresar su opinión pública frente a las varias proposiciones que se vean propuestas por cualquier partido política, esto debido a los avances

tecnológicos según Davalos (2021). Dentro de esto se necesita más alcance de participación por lo cual se debe afrontar de manera rápida y organizadamente.

La opinión pública dentro de la toma de decisiones económicas políticas y sociales puede llegar a influir radicalmente, dependiente del entorno social político, cultural y de los mensajes recibidos, la opinión pública es una variable que puede cambiar de manera acelerada, cada persona tomando en cuenta las experiencias y evidencias de cada individuo, por esto es importante resaltar que la opinión no es rígida es decir monolítica.

### ***1.5.1 Líderes de opinión***

El impacto de la comunicación política en la opinión pública es muy importante porque esta apoya significativamente la opinión pública sobre los políticos, sus partidos y las políticas públicas. La opinión pública se ve tallada mayormente por el papel muy importante que juega la comunicación política en ella ya que esta influye de manera muy exponencial en la opinión de las personas sobre temas políticos y en el tema de la toma de decisiones.

Según Montoya y Horacio (2006), se puede ver un trabajo en equipo entre los medios de comunicación y los líderes políticos con la finalidad de conducir a varios asuntos al centro de debate político y con esto intervenir en la opinión pública. La comunicación política puede intervenir sobre los temas que están en debate y se consideran muy relevantes dentro de la opinión pública.

Laso (2009) la propaganda, la manipulación y la desinformación pueden influir en la opinión pública. Además, garantizar el derecho de los ciudadanos a ejercer su derecho al voto y a participar en la toma de decisiones gubernamentales.

Los líderes políticos buscan influir en la percepción del público a través de la comunicación política como medio para crear y transmitir una imagen positiva públicamente sobre ellos esto al contribuir una imagen pública. Dentro de esto se puede incluir varios factores claves como las gestiones de crisis o gestiones generales de la imagen o un análisis del sistema con mayor precisión.

Según Morales (2021) los líderes de opinión son personas que son reconocidas por una amplia gama de sectores sociales y que están formalmente constituidas, como los periodistas, los articulistas o las personas que reciben una compensación financiera por expresar sus opiniones.

Los líderes de opinión, según Jiménez (2011), pueden ser considerados como activistas políticos debido a su postura en contra de las políticas gubernamentales, sin embargo, no tienen

la intención de postularse como candidatos a cargos electorales. Estos líderes, al movilizar a la sociedad en torno a temas específicos, tienen una gran influencia en la opinión pública y en la toma de decisiones de los votantes.

La comunicación política es vista como una herramienta que logra la conducción a la opinión pública sobre temas concretos y lograr convencer a la población sobre dar su apoyo a políticas o posiciones específicas. En si la movilización y persuasión tiene varias herramientas para lograr su cometido las cuales son entrevistas o debates y anuncios o discursos políticos.

Finalmente, en escenarios muy importantes como las elecciones electorales y los consultas, la comunicación política se ve muy influyente en la toma de decisiones de los ciudadanos ante estos acontecimientos. Esto a través de la persuasión y la movilización de la información ya que el resultado se puede ver afectado positiva o negativamente por la influencia de la comunicación política.

## Metodología

Se presentan a continuación las fases y elementos metodológicos del estudio denominado: Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia de Ecuador en las elecciones del 2023: Estrategias de comunicación política y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja, con el fin de garantizar la veracidad y la solidez científica de los hallazgos que se han obtenido.

Estos incluyen la definición del área de estudio, el proceso completo de acción llevado a cabo en conformidad con los objetivos establecidos previamente, y el análisis y evaluación de los datos recopilados.

### 1.6 Área de estudio



**Figura 1.** Mapa de los cantones de la provincia de Loja

**Fuente:** Familysearch

Loja es una de las veinticuatro provincias de la República del Ecuador, ubicada en la región interandina o sierra del sur del país. Según los datos del INEC, la provincia de Loja, situada al sur de Ecuador, tiene una población de 485.421 personas, lo que la convierte en la décima provincia más poblada del país. Es limitado por el Oro en el noroeste, Zamora Chinchipe en el este y Azuay en el norte, por las provincias peruanas de Surana y Ayabaca al sur, y por Zarumila y Tumbes al oeste.

La provincia de Loja se compone de dieciséis cantones, de los cuales surgen sus parroquias urbanas y rurales. Estos cantones han sido tomados como área de estudio para desarrollo de la investigación.

El propósito de esta investigación es examinar las estrategias de comunicación política utilizadas por Daniel Noboa, uno de los candidatos a la presidencia de Ecuador en las elecciones del 2023, así como el impacto que tuvieron en la opinión pública en la provincia de Loja. Debido a su perfil, su discurso y su propuesta política, Daniel Noboa es uno de los candidatos más populares y polémicos de la contienda electoral, lo cual ha provocado tanto adhesiones como rechazos entre los electores.

## **1.7 Procedimiento**

La construcción y proyección de la imagen del presidente Daniel Noboa en las elecciones presidenciales de Ecuador del año 2023 se analizó a través de las estrategias de comunicación política que utilizó y su impacto en la opinión pública de la provincia de Loja, mediante el uso de un enfoque mixto.

Se realizó una observación web sobre el análisis del discurso, se interpretó los mensajes verbales y no verbales que emitió el presidente Daniel Noboa en sus debates de la primera y segunda vuelta electoral. Se utilizó una matriz que contiene los elementos a analizar, tales como la identificación de la observación, comunicación verbal, comunicación no verbal, posicionamiento de la imagen, discurso político y las observaciones adicionales.

De manera similar, se utilizó una guía de entrevistas para obtener la opinión y el análisis de los expertos en comunicación política sobre las estrategias de comunicación política que Noboa utilizó.

Finalmente, los datos numéricos de las encuestas realizadas se procesaron e interpretaron para demostrar la aceptación, la credibilidad y la preferencia del presidente Daniel Noboa entre los electores lojanos.

### ***1.7.1 Enfoque metodológico***

El enfoque de la investigación para el tema " Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023: Estrategias de la comunicación política y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja" fue mixto, ya que se utilizaron tanto enfoques cualitativos como cuantitativos en la recopilación y análisis de datos. Este paradigma metodológico se basa en la utilización de una

ficha de análisis que, en función de las variables establecidas, se diseñó para sistematizar y caracterizar las situaciones y comportamientos que se han observado (Hernández y Mendoza, 2018).

Una comprensión de las estrategias de comunicación política utilizadas por Daniel Noboa fue posible gracias al enfoque cualitativo. A través de entrevistas semiestructuradas con tres expertos en la comunicación política que ofrecieron un enfoque contextual y subjetivo que complementó los resultados cuantitativos, mejoraron la comprensión del fenómeno estudiado (Hernández y Mendoza, 2018).

El significado de las estrategias de comunicación política que el candidato utilizó para construir su imagen fue captado a través de la observación web.

Por otro lado, los datos numéricos sobre el impacto de estas estrategias en la opinión pública fueron obtenidos mediante el método cuantitativo. El nivel de aceptación, credibilidad y preferencia de Daniel Noboa entre los electores, en relación con su imagen y sus estrategias de comunicación política, se pudo medir con mayor precisión mediante encuestas.

Una comprensión más amplia y detallada de la creación y proyección de la imagen de Daniel Noboa, así como el impacto de sus estrategias de comunicación política en la opinión pública lojana, fue posible gracias a la combinación de ambos enfoques. Esto permitió una comprensión más amplia y completa del fenómeno estudiado y permitió la obtención de conclusiones más sólidas.

### ***1.7.2 Alcance de la investigación***

El diseño de esta investigación es transversal, no experimental, y cumple con los estudios descriptivos-exploratorios. Se recopilieron datos a través de encuestas, entrevistas semiestructuradas a expertos en comunicación política, observación web de discursos y mensajes para evaluar la efectividad, la coherencia y la consistencia de las técnicas de comunicación política verbal y no verbal utilizadas por Daniel Noboa en sus debates de la primera y segunda vuelta electoral. Además, se evaluó la aceptación, la credibilidad y la preferencia del presidente entre los electores en relación con su imagen y sus técnicas de comunicación política.

La investigación es descriptiva y exploratoria porque permitió comprender de manera detallada las técnicas de comunicación política utilizadas por Daniel Noboa en la provincia de

Loja, así como su impacto en la opinión pública; esto contribuyó al avance del conocimiento en este campo y proporcionó información relevante para investigaciones futuras.

Se empleó el método deductivo-inductivo. Para examinar las estrategias de comunicación política utilizadas por Daniel Noboa, se empleó el método deductivo en conjunto con el análisis se fundamentó en teorías previamente establecidas sobre comunicación política e imagen pública. Por otro lado, para recopilar información y observaciones particulares sobre las estrategias de comunicación política de Noboa durante las elecciones, se empleó un método inductivo.

## **1.8 Métodos**

### ***1.8.1 Método Científico***

A través de encuestas, entrevistas y observación web, este método permitió la recopilación de datos objetivos y verificables sobre el asunto. Esto aumentó la credibilidad y confiabilidad del estudio al apoyar las conclusiones y hallazgos con evidencia empírica.

### ***1.8.2 Método Analítico***

Método útil para comprender y descomponer los diversos componentes que componen la imagen de Daniel Noboa en las elecciones presidenciales de Ecuador en la provincia de Loja en el año 2023. Este enfoque llevó a cabo un análisis exhaustivo de las técnicas de comunicación política utilizadas, su impacto en la opinión pública y las motivaciones detrás de acciones y decisiones específicas.

### ***1.8.3 Método descriptivo***

Las estrategias de comunicación política utilizadas por Daniel Noboa, su contexto y su impacto en la opinión pública de la provincia de Loja fueron presentadas de manera detallada con este método. Esto permitió una explicación clara de los resultados y una comprensión profunda de la situación.

## **1.9 Fases del autor**

La investigación científica avanza a través de una serie de procesos meticulosamente organizados que se desarrollan en distintas fases, cada una de las cuales tiene objetivos y funciones particulares planificadas. Por lo tanto, se responden los siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son las estrategias de comunicación política empleadas por el equipo de campaña del presidente Daniel Noboa para la construcción y proyección de su imagen en las elecciones del 2023?
- ¿Cuál es el impacto de estas estrategias en la opinión pública y en la percepción de los electores hacia el presidente Noboa como candidato presidencial?
- ¿Cómo influyen las estrategias de comunicación política en la formación de la opinión ciudadana y su participación en el proceso electoral, así como en el fortalecimiento de la democracia en Ecuador?

El desarrollo de la investigación se pudo llevar a cabo en cuatro etapas secuenciales dentro del marco de este estudio, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos (tal como se describe en Briones, según lo citado por Romero-Rodríguez en 2014, p. 213):



**Figura 2.** Diseño de la metodología

*Nota:* fases de elaboración y desarrollo de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023 en la provincia de Loja: Estrategias de comunicación política y su impacto en la opinión pública.

- 1. Fase conceptual o teórica:** se describen y definen las técnicas de Comunicación Política empleadas para crear y proyectar la imagen de Daniel Noboa como candidato a la presidencia de Ecuador en las elecciones de la provincia de Loja en el año 2023. El problema objeto de estudio, junto con la revisión de la literatura académica y el desarrollo del marco teórico, fue definido, delimitado y formalizado en esta etapa.
- 2. Fase de diseño de la investigación:** se examinó las técnicas de comunicación política utilizadas para crear y proyectar la imagen de Daniel Noboa como candidato a la presidencia de Ecuador en las elecciones del 2023, así como su impacto en la opinión pública. Se establecieron el procedimiento y las técnicas que se utilizaron para recopilar y evaluar los datos que se muestran en la metodología durante esta fase.

3. **Fase de ejecución de las herramientas:** con el fin de recopilar información relevante para la investigación, se administró el cuestionario a la muestra seleccionada, la matriz de observación y el cuestionario semiestructurado. Se realizó más tarde la codificación y tabulación necesarias para los métodos analíticos.
4. **Fase de análisis de los resultados:** en esta fase se analizaron los resultados de la aplicación de los cuestionarios, así como su tabulación correspondiente.

### 1.10 Técnicas

Para el desarrollo de la siguiente investigación se utilizaron diversas técnicas que contribuyeron a obtener resultados que aportan al cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación, estas técnicas se detallan a continuación:

#### *1.10.1 Observación Web*

Permitió revisar el formato del debate electoral, realizar un análisis de las estrategias de comunicación política utilizadas por Daniel Noboa y su equipo de campaña en sus debates de la primera y segunda vuelta electoral. Se utilizaron las siguientes dimensiones de análisis en esta investigación:

- **Análisis de Discursos e Imagen:** se analizaron minuciosamente los discursos y mensajes de Daniel Noboa en los debates de la primera y segunda vuelta electoral, prestando atención a la retórica empleada, los temas tratados, el tono de los discursos, las promesas hechas, la persuasión empleada, entre otras cosas. Esto permitió reconocer los métodos discursivos que se emplearon para proyectar una imagen positiva ante la opinión pública, observando gestos, expresiones faciales, lenguaje corporal y tono de voz, durante sus debates de la primera y segunda vuelta electoral. Esto permitió evaluar cómo su imagen y la percepción pública fueron afectadas por su comunicación no verbal.

#### *1.10.2 Entrevistas*

Se realizó entrevistas semi estructuradas a 3 expertos en comunicación política como son: Darío Ayala, Pablo Ruiz, Paolo Muñoz, para obtener su visión y análisis sobre las estrategias de comunicación política utilizadas y su impacto en la opinión pública.

### ***1.10.3 Encuestas***

Se llevó a cabo encuestas online, dirigidas a personas mayores de 18 años de la provincia de Loja, para conocer su percepción sobre la imagen y las estrategias de comunicación de Daniel Noboa.

## **1.11 Instrumentos**

### ***1.11.1 Cuestionarios***

Para la presente investigación se estableció un cuestionario de 10 preguntas de las cuales 8 son cerradas y 2 abiertas, las mismas que fueron dirigidas a los residentes de la provincia de Loja, mayores de 18 años que tienen derecho al voto durante el proceso electoral de las elecciones de la presidencia en el Ecuador 2023, se aplicaron mediante la herramienta “Google Forms”. Este cuestionario para la encuesta ayudó a los investigadores a medir variables como el nivel de conocimiento, actitud, preferencia y satisfacción de los ciudadanos respecto al presidente y sus propuestas.

### ***1.11.2 Guía de entrevista***

Para comprender las estrategias de comunicación política que Daniel Noboa empleó en su campaña presidencial y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja, la guía de entrevista semiestructurada permitió obtener información valiosa y específica del tema.

Para complementar la investigación, se llevaron a cabo tres entrevistas con expertos en comunicación política; se creó un primer guion de entrevista que incluyó ocho preguntas abiertas y se llevó a cabo a través de zoom.

### ***1.11.3 Matriz de observación***

Para examinar la estrategia de comunicación política, la matriz de observación ofreció un enfoque cualitativo y detallado, permitió identificar elementos a analizar, como la identificación de la observación, la comunicación verbal y no verbal, el posicionamiento de la imagen, el discurso político y otras observaciones.

Para la creación y proyección de su imagen, se pudo analizar en profundidad las estrategias de comunicación política utilizadas por Daniel Noboa y su equipo durante la campaña mediante el uso de esta matriz de observación. Para identificar los temas y los métodos empleados para proyectar su imagen, se llevó a cabo una revisión del debate de la primera y segunda vuelta electoral.

#### **1.11.4 Validación de instrumentos**

Con la participación de expertos en comunicación política, los instrumentos utilizados fueron validados en el contexto de esta investigación. Los expertos evaluaron los instrumentos en términos de su relevancia para el estudio, pertinencia, claridad y coherencia durante la validación, sus aportes y sugerencias se tomaron en cuenta para mejorar y ajustar los instrumentos, asegurando así su confiabilidad y calidad. Para asegurar la obtención de datos precisos y significativos para el logro de los objetivos planteados, este proceso de validación mejoró la confiabilidad y la validez de los instrumentos utilizados en esta investigación.

#### **1.12 Población**

Para la presente investigación se consideró una población que se encuentra compuesta por todos los electores, todas las personas empadronadas con la facultad y habilitadas para votar en la provincia de Loja.

**Tabla 1.**

*Resultados de los electores de la provincia de Loja*

<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
198811	203269
<b>Total: 402.080</b>	

**Nota:** Esta tabla muestra los resultados de Elecciones Presidenciales, Legislativas Anticipadas 2023 en la provincia de Loja.

#### **1.13 Muestra**

Debido a la gran población electoral de la provincia de Loja se utilizó un muestreo probabilístico de tipo muestreo aleatorio simple para obtener información variada. Como indica Ortega (2023) este tipo de muestreo es el más factible para obtener datos porque la población se elige sumando la diversidad que se puede aportar porque todos tienen la misma posibilidad de dar su criterio.

Para entender su posicionamiento y perspectivas en las elecciones del 2023, se utilizó un muestreo aleatorio simple para medir el nivel de aceptación, credibilidad y preferencia del presidente Daniel Noboa entre los electores. Se convirtió en una herramienta esencial para alcanzar los objetivos del estudio, ya que permitió examinar las técnicas de comunicación política empleadas por Noboa, obtener una muestra representativa de la población de electores en la provincia de Loja y evaluar su impacto en la opinión pública Lojana.

Se utilizó la siguiente fórmula para proporciones:

$$N = (1 + N * e^2)$$

$$n = 154,615 + 95\% * 5 = 384$$

- Tamaño de la población: 402080
- Nivel de confianza: 95%
- Margen de error: 5%
- Tamaño de la muestra (385 personas)

En la calculadora QuestionPro (QuestionPro, 2023) se utilizó para calcular el tamaño de la muestra, con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 % seleccionando a 402080 electores de la provincia de Loja, hombres y mujeres de 18 a 60 años, a través de un cuestionario en línea utilizando Google Forms, con el objetivo de conocer su percepción sobre la imagen y las estrategias de comunicación de Daniel Noboa.

### ***1.13.1 Explicación del procesamiento de los datos***

Después de recopilar datos a través de encuestas, entrevistas y análisis de contenido, el procesamiento implica realizar una serie de operaciones, como la limpieza de datos para eliminar errores o valores atípicos ya que esto puede distorsionar los resultados. Además, se realizan tareas de transformación, como la codificación de respuestas abiertas en categorías predeterminadas o la normalización de datos para que estén en una escala similar. Para que los datos puedan analizarse de manera efectiva, primero se organizan y estructuran. Para facilitar la comprensión, se crearon diagramas de barras, para obtener una mejor comprensión de los datos cuantitativos, se calcularon estadísticas descriptivas como las desviaciones estándar, las medianas y los promedios.

### ***1.13.2 Autorización de Identidad***

Se solicitó autorización de identidad a los tres expertos en comunicación política, quienes proporcionaron información relevante sobre el tema objeto de estudio, para que pudieran explicar y contextualizar de manera más efectiva los hallazgos obtenidos en las entrevistas.

## Resultados

Para analizar la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa en las elecciones presidenciales del 2023, se procedió a realizar 385 encuestas, conformada de 10 preguntas a la ciudadanía de la provincia de Loja, así mismo se realizó una entrevista a tres expertos en comunicación política y finalmente se realizó la observación web del debate de la primera y segunda vuelta electoral para dar cumplimiento a los objetivos de investigación, las mismos que determinaron los siguientes resultados.

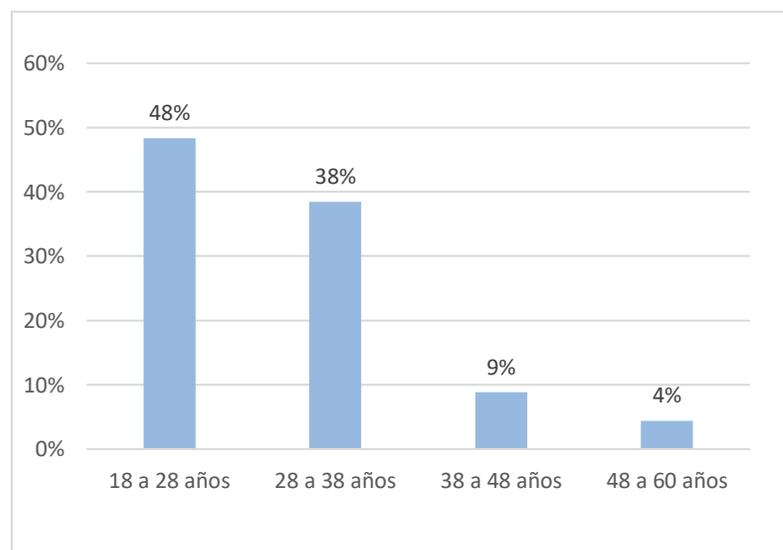
A continuación, se presentan los resultados de este estudio en relación con los objetivos específicos planteados y sus categorías.

### **Objetivo específico 1: Identificar y describir las estrategias de comunicación política verbal y no verbal que utilizó el presidente Daniel Noboa para construir y proyectar su imagen.**

En este punto es importante considerar las estrategias de comunicación tanto verbales como las no verbales utilizadas por Daniel Noboa para conectar con su público objetivo. Para indagar en torno a este tema, primero se parte desde la edad de los encuestados para determinar en base a que público objetivo se crearon las estrategias de comunicación política.

#### ***Estrategias de comunicación política verbal***

En este punto es importante considerar las estrategias de comunicación tanto verbales como las no verbales utilizadas por Daniel Noboa para conectar con su público objetivo. Para indagar en torno a este tema, primero se parte desde la edad de los encuestados para determinar en base a que público objetivo se establecieron las estrategias de comunicación política.

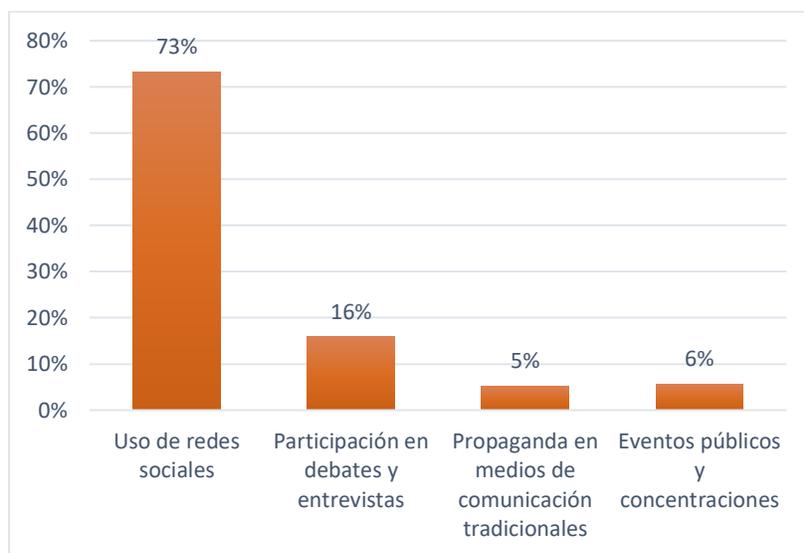


**Figura 3.** Edad de los encuestados

**Fuente:** Electores encuestados de la provincia de Loja

Partiendo desde el rango de edad de los encuestados, se puede concluir que las estrategias de Daniel Noboa estuvieron enfocadas para el público joven, esto debido a que se registró que el 48% corresponde al rango de 18 a 28 años de edad, seguido del 38% al grupo de 28 a 38 años, con el 9% se encuentran los encuestados de 38 a 48 años, finalmente con el 4% los que corresponden al rango de 48 a 60 años de edad.

Los expertos en comunicación Política corroboraron que estas estrategias estuvieron diseñadas para un público joven que termina colocándose entre millennials y centennials recogiendo el 50% de la población que termina dándole mucho el voto a Noboa por las estrategias digitales, lo que lo impulsó a través de estos medios digitales sobre todo el tema del TikTok.



**Figura 4.** Estrategias de comunicación política  
**Fuente:** Electores encuestados de la provincia de Loja

Partiendo de que las estrategias de comunicación política estuvieron diseñadas para los jóvenes es importante mencionar que los sujetos de estudio comentan que la estrategia de comunicación política que más ha llamado su atención es el uso de las redes sociales, con un 73% en la población lojana.

Los expertos en comunicación política sugieren lo siguiente en relación a las estrategias de comunicación política utilizadas por Noboa durante su campaña:

“Tik Tok creo que su esposa también apoyó en el tema de su candidatura y lo impulsó a través de estos medios digitales sobre todo el tema del TikTok como para poder llegar a un público mucho más joven y empezar a dar mensajes mucho más alentadores como vuelvo y repito el tema del empleo”

**Paolo Muñoz**

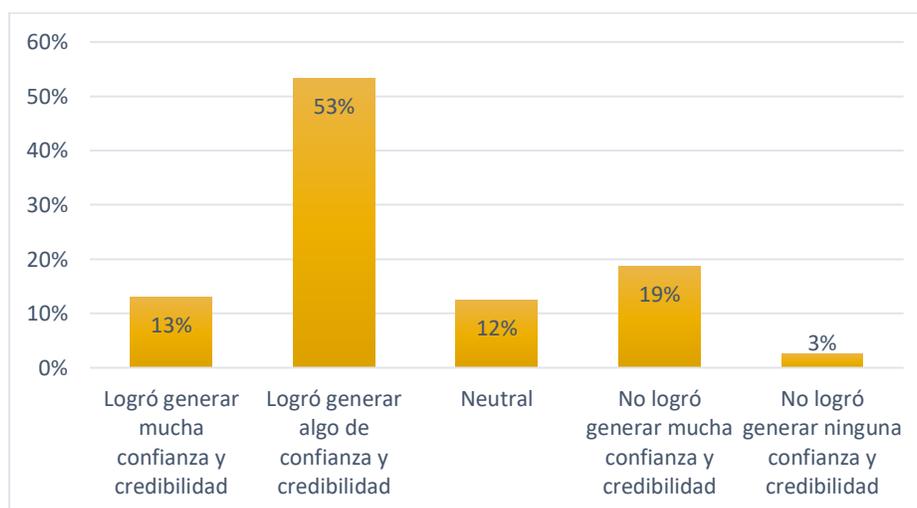
“Indudablemente los medios digitales, las redes sociales fueron determinantes en el triunfo de Daniel Noboa porque con un reel, con algo sencillo, con mensajes muy cortos lo que hacían era el poder potenciar la imagen de este joven líder, entonces fue determinante las redes sociales, Facebook, TikTok, Instagram todas las redes sociales hicieron que puedan robustecer y que pueda potencializar la campaña de Daniel Noboa y por el cual asumió el poder.”

**Darío Ayala**

“El éxito que tuvo en la provincia de Loja termina siendo a través de Instagram y a través de TikTok tanto de él como de la esposa, despertó muchísimo a jóvenes de Loja que también se sumaron a esta tendencia y eso es algo interesante porque digo que es algo interesante porque normalmente ahorita en los procesos políticos ya no tienes procesos políticos como antes es decir, no es que te vas a reunir un miércoles y todos los miércoles hacer un proceso de formación y de capacitación, no hay que buscar qué es lo que le mueve la gente y algo que le movió a la gente fue las redes sociales porque se puso de moda”

**Pablo Ruiz**

Las redes sociales, estrategia para la comunicación política y la información, son fundamentales para la formación de la opinión pública de la población y para los procesos electorales. Sin embargo, evaluar la credibilidad o la confianza que se le da, es crucial.



**Figura 5.** Confianza y credibilidad

**Fuente:** Electores encuestados de la provincia de Loja

En cuanto al nivel de confianza, se puede concluir que para un 53% de las personas encuestadas logro generar algo de confianza y credibilidad, para un 19% no logro generar mucha confianza y credibilidad, para un 13% de las personas logro generar mucha confianza y

credibilidad, un 12 % se encuentra en una posición neutral y para el 3% sobrante no logro generar ninguna confianza ni credibilidad.

A lo que los entrevistados indican que tiene toda la importancia sobre todo cuando se hace de manera profesional, mucho el tema del empirismo estado rondando sobre todo en elecciones seccionales la imagen que pueda irse construyendo es de esa futura reputación que pueda tener el candidato y el que puedas sembrar esa confianza para que le puedan dar el voto.

### ***Estrategias de comunicación política no verbal***

En base a la observación web de los debates de la primera y segunda vuelta electoral las estrategias de comunicación no verbales utilizadas por Daniel Noboa son diversas, mismas que contribuyeron a la construcción de una imagen bien trabajada por el equipo de campaña del candidato.

En cuanto a los gestos con las manos, Daniel Noboa utilizó movimientos moderados y controlados. Sus gestos estaban en línea con sus palabras y servían para enfatizar puntos clave o aclarar conceptos. Estos gestos tenían un significado de apoyo a sus argumentos y ayudaban a reforzar su mensaje. El levantamiento repetitivo de sus cejas demostraba que tiene ideas muy fijas y determinadas, es decir remarca con sus cejas sus ideas.

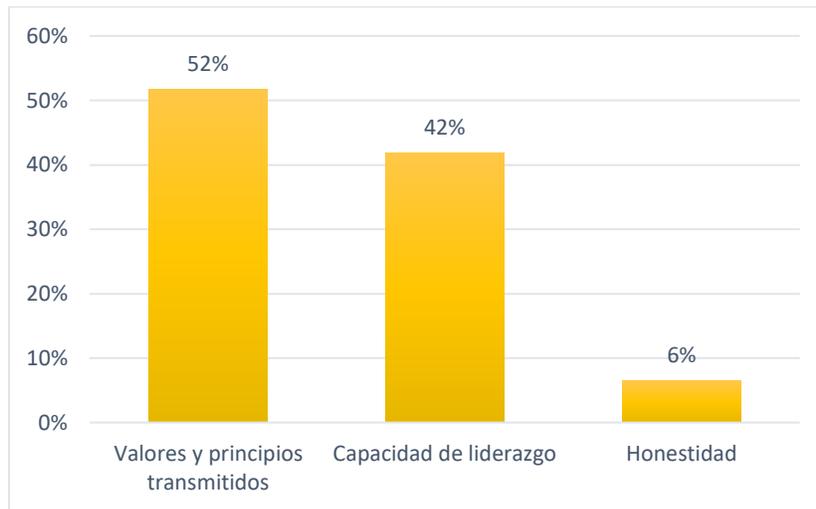
En momentos clave, Daniel Noboa utilizó sonrisas para transmitir empatía y conexión con la audiencia. Estas sonrisas eran cálidas y mostraban confianza en sus argumentos. Por otro lado, también frunció el ceño en momentos en los que se enfrentaba a cuestionamientos o intentos de desacreditar sus propuestas.

**Objetivo específico 2: Medir el nivel de aceptación, credibilidad y preferencia que tiene el presidente Daniel Noboa entre los electores lojanos, en relación con su imagen y sus estrategias de comunicación política.**

### **Construcción de la imagen**

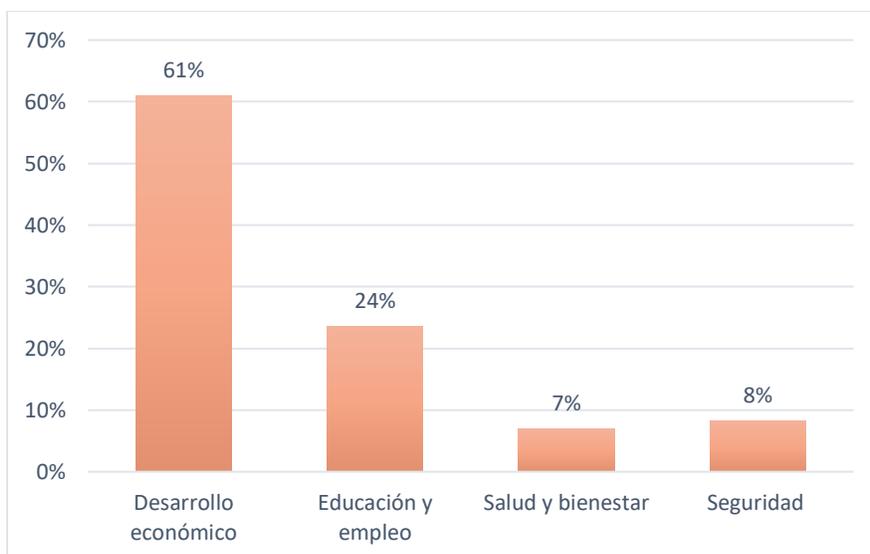
Para determinar la construcción de la imagen de Daniel Noboa en las elecciones presidenciales del 2023, es importante primero reconocer que en lo que respecta a la transparencia y veracidad en la comunicación política de Daniel Noboa durante su campaña en la provincia de Loja, el 44% de la población encuestada consideran que fue bastante transparente y veraz, esto indica que la estrategia de comunicación utilizada por Noboa ha sido efectiva para transmitir a los votantes un mensaje sincero y creíble. Para los entrevistados a través de sus actividades diarias, muestra una imagen de una persona común. Con el objetivo de crear una imagen que inspire

aspiraciones, su estrategia comunicativa se centra en temas personales, como su vida familiar y sus pasatiempos.



**Figura 6.** Aspectos que generaron confianza en la imagen de Noboa  
**Fuente:** Electores encuestados de la provincia de Loja

En cuanto a los aspectos de la imagen de Daniel Noboa como presidente que les generó confianza a los votantes, se observa una concentración del 52% en los valores y principios transmitidos, los expertos en comunicación política mencionan que la construcción de un personaje político a raíz de la comunicación política y a raíz del marketing político es fundamental y finalmente terminó incidiendo mucho en la estrategia que ejecutó Daniel Noboa, se mostró como una persona tranquila que no pelea con nadie, porque ese 50% de la población ya decía en las encuestas estaba cansada sobre todo del conflicto.



**Figura 7.** Mensaje clave  
**Fuente:** Electores encuestados de la provincia de Loja

Al identificar que los valores y principios transmitidos por Noboa les generó más confianza en la población lojana, es importante mencionar que su mensaje clave de la campaña que tuvo mayor aceptación es desarrollo económico con el 61% de elección.

Como parte de las declaraciones de los expertos en comunicación política, respecto a los mensajes claves de campaña de Noboa, ponen en evidencia lo siguiente:

“Un discurso totalmente alentador para el tema del país no solamente en temas de seguridad sino en el tema de progreso y de empleo le sirvió para llegar al tema de la Presidencia”

**Paolo Muñoz**

“Cercano al medio ambiente, cercano al feminismo, cercano a estrategias que tenían que ver no cierto con la tranquilidad del Ecuador, con la seguridad del Ecuador”

**Darío Ayala**

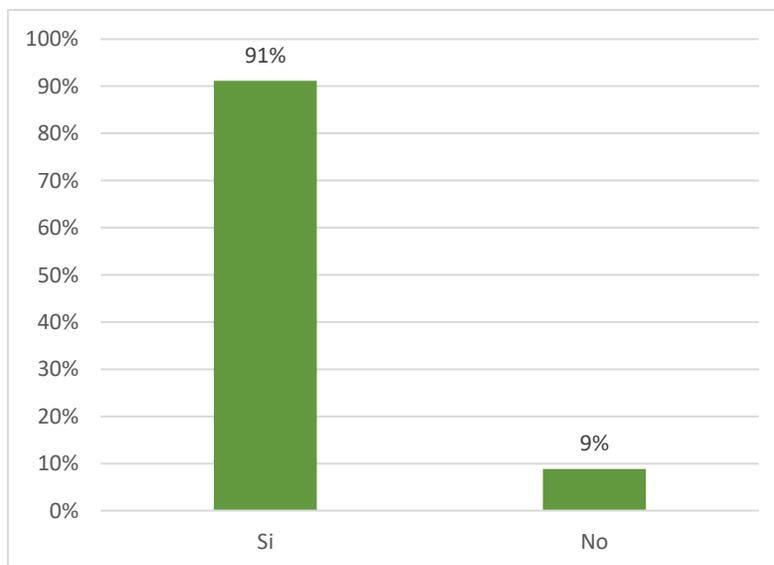
“Mensajes cortos, mensajes claros, mensajes sencillos sin tan trasfondo de idea, pero sí que sea diría yo clasificado el contenido que sea entretenido”

**Pablo Ruiz**

Noboa para construir su imagen desde la parte discursiva, se pudo evidenciar que a través de la observación web el discurso de Daniel Noboa entre el debate de la primera y la segunda vuelta electoral, existió una notable diferencia en su enfoque y contenido. En la primera vuelta, Noboa se centró en presentar su visión y propuestas de manera propositiva, buscando captar la atención de los votantes a través de un discurso fresco y optimista. Sin embargo, en la segunda vuelta, su discurso evolucionó hacia un enfoque más defensivo y consolidado, donde tuvo que responder a críticas directas de su oponente y defender sus posiciones ante cuestionamientos sobre su experiencia y capacidad para gobernar

### **Proyección de la imagen**

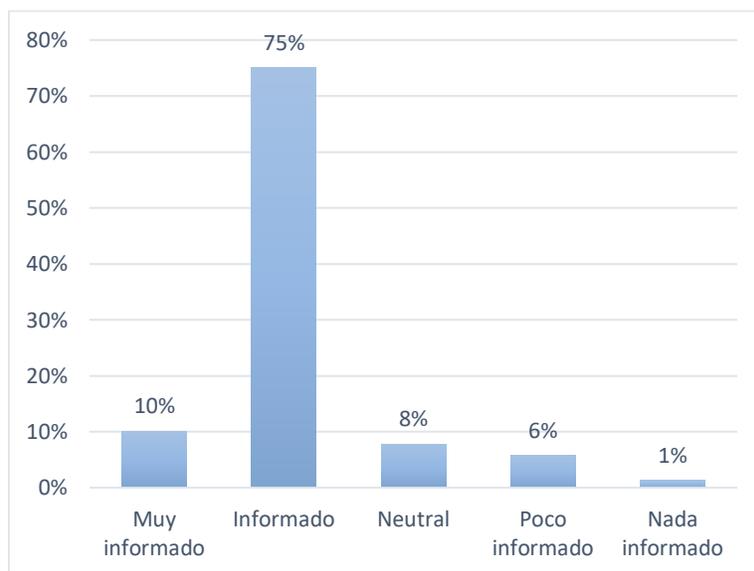
La popularidad de Daniel Noboa aumentó, en particular entre los grupos más jóvenes de la población, según las encuestas que muestran su influencia en la intención de voto. En su campaña, su presencia en las redes sociales y su habilidad para comunicar sus propuestas de manera clara han sido esenciales.



**Figura 8.** Influencia al voto

**Fuente:** Electores encuestados de la provincia de Loja

Para los encuestados la imagen que Noboa proyectó en campaña electoral tuvo un gran impacto en su decisión de voto con un 91% de elección. Los expertos en comunicación política coinciden que la imagen proyectada tiene toda la importancia sobre todo cuando se hace de manera profesional, la imagen de los candidatos a lo largo de la historia ha jugado un papel preponderante y sobre todo en este siglo en donde empieza a digitalizarse las campañas electorales, donde la imagen se viene a tornar esencial, neurálgico para poder posicionar a un candidato.

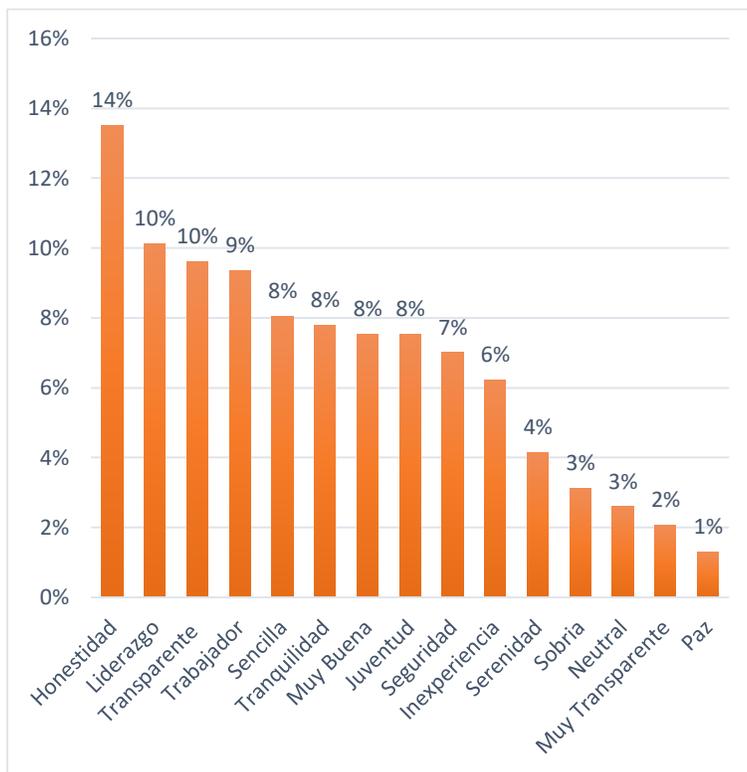


**Figura 9.** Propuestas y planes de gobierno

**Fuente:** Electores encuestados de la provincia de Loja

En la figura 5 se puede observar que para la mayoría de las personas que participaron en la encuesta que corresponde al 75% se sintieron suficientemente informados sobre las propuestas y

planes de gobierno de Daniel Noboa, esto demuestra que la campaña de publicidad y comunicación de Noboa logró llegar a una gran la audiencia, mientras que un 10% de la población se sintió muy informado, el 8% de los encuestados se mostraron neutrales, solo un pequeño porcentaje de los ieron poco informados y el 1% nada informados.



**Figura 10.** Imagen de Noboa

**Fuente:** Electores encuestados de la provincia de Loja

Conforme los resultados arrojados por la población lojana, el 14% que corresponde a 52 encuestados mencionan que lo que les proyectó la imagen de Daniel Noboa en campaña electoral fue honestidad.

Como parte de las declaraciones de los expertos en comunicación política, respecto a lo que proyectó la imagen de Daniel Noboa en campaña electoral, mencionan lo siguiente:

“El tema como un websider como una persona que no estaba contaminada dentro del tema político, como un empresario joven que quería en su tiempo en la campaña cambiar las riendas del país”

**Paolo Muñoz**

“Una imagen fresca, una imagen sencilla, descomplicada, una imagen que fue trabajada y fue interpretada y fue puesta en práctica por los asesores de Daniel Noboa”

**Darío Ayala**

“El candidato joven, el candidato empresario más joven, que aparte también era guapo, era preparado dentro de las mejores universidades del mundo y el candidato sin duda alguna era outsider que no había estado vinculado en la política, sino que venía a refrescar todo”

**Pablo Ruiz**

En base a la observación web del debate de la primera y segunda vuelta electoral, se puede recalcar que el segundo debate se notó la mejoría en la coherencia en los mensajes y propuestas, aunque sí hubo menos preparación en el segundo debate, debido a que esta vez tuvo el efecto contrario: repitió sus comentarios, no respondió preguntas directas y no dirigió el ataque. Mantuvo la misma línea enfocada y precisa en sus ideas, a pesar de que modificó su discurso para que estos se adapten a las audiencias adecuadas de cada debate.

## Discusión

Esta investigación tiene como objetivos identificar y describir las estrategias de comunicación política verbal y no verbal que utilizó el presidente Daniel Noboa para construir y proyectar su imagen. Medir el nivel de aceptación, credibilidad y preferencia que tiene el presidente Daniel Noboa entre los electores lojanos, en relación con su imagen y sus estrategias de comunicación política.

Para generara la discusión y plantear las conclusiones se ordena la información de acuerdo con los tres componentes basados en los objetivos de investigación como son: las estrategias de comunicación política verbales y no verbales utilizadas por Noboa, la construcción de su imagen y la proyección de imagen, para conocer cómo se construyó y proyecto su imagen atreves de sus estrategias y el impacto que tuvo en la opinión pública lojana.

En lo que respecta al primer componente, partiendo desde la edad de los encuestados, se puede concluir que las estrategias de Daniel Noboa estuvieron enfocadas para el público joven, esto debido a que se registró que el 48% corresponde al rango de 18 a 28 años de edad. A lo que concuerda con que mencionó el Doctor Paolo Muñoz, el rol jugaron las estrategias de comunicación política en la victoria electoral de Daniel Noboa en la provincia de Loja y a nivel nacional es el asunto de los jóvenes por las estrategias digitales, lo que lo impulsó a través de estos medios digitales sobre todo el tema del TikTok como para poder llegar a un público mucho más joven y empezar a dar mensajes mucho más alentadores.

Según López (2022), la conexión entre la imagen política y las redes sociales ha tenido un desarrollo significativo. Por ejemplo, TikTok es una red social de encuentro principalmente para los jóvenes, lo que lo convierte en un punto de interés en sus estrategias electorales. Por lo tanto, ha creado una nueva herramienta de información significativa que las organizaciones políticas han utilizado en sus partidos políticos.

Los sujetos de estudio comentan que la estrategia de comunicación política que más ha llamado su atención es el uso de las redes sociales, con un 73% en la población lojana, por su parte los expertos comentan que indudablemente los medios digitales, las redes sociales específicamente TikTok, fueron determinantes en el triunfo de Daniel Noboa porque con un reel, con algo sencillo, con mensajes muy cortos lo que hacían era el poder potenciar la imagen de este joven líder. Hicieron que pueda robustecer y que pueda potencializar la campaña de Daniel Noboa y por el cual asumió el poder. Lo que concuerda con un estudio de Pesántez-Valarezo (2024), las propuestas

difundidas en TikTok tienen un efecto cada vez más beneficioso en la toma de decisiones electorales. Cuanto más frecuentemente un candidato comparta sus propuestas en esta plataforma, más influirá en la Generación Z. En este caso un ejemplo destacado es el caso de Daniel Noboa, quien supo capitalizar eficazmente estas estrategias de marketing y obtuvo un respaldo palpable en las urnas, resultando electo como presidente de Ecuador.

Duque (2020), el marketing viral es una de las estrategias de marketing digital, se basa en la implementación de campañas a través de herramientas fáciles de usar y efectivas, como las redes sociales. Estas estrategias tienen el potencial de atraer la atención de los usuarios de Internet y de un posible nicho de mercado electoral mediante el uso de un contenido atractivo y un mensaje bien definido.

Para hablar de las estrategias de comunicación no verbales en base a la observación web de los debates de la primera y la segunda vuelta electoral, Noboa a lo largo de los debates mostró una gama de emociones que variaban desde la seriedad al abordar temas graves, hasta sonrisas sutiles cuando hacía referencia a sus propuestas más optimistas, empleó gesticulaciones adecuadas para enfatizar sus argumentos, utilizando sus manos para subrayar puntos clave y expresar entusiasmo, lo que contribuyó a mantener el interés de la audiencia, sin embargo en la segunda vuelta electoral Noboa mostró un constante bloqueo visual viendo hacia un lado, viendo hacia abajo, parpadeos muy largos, su tomo de voz es muy pasivo, muy bajo, lento, con muchas pausas lo que le quita esa fluidez al hablar que podría no ayudarlo a transmitir esa imagen de liderazgo. Esta variedad en sus expresiones contribuyó a humanizar su imagen, permitiendo que los votantes lo vieran no solo como un político, sino como una persona real con pasiones y preocupaciones.

Lo que concuerda con lo que menciona Hernández (2021) las estrategias no verbales están enfocadas en el uso de señas, gestos, de expresiones no verbales, con la finalidad de buscar la emisión de un mensaje más efectivo. Cada una de estas estrategias juegan un papel muy clave en la construcción de la comunicación política, influyendo muy ampliamente ante la audiencia y la percepción que desarrollan los partidos políticos a través de un mensaje no verbal.

En cuanto a la construcción de la imagen de Noboa, los electores lojanos reconocen que el aspecto de la imagen de Daniel Noboa como presidente que más les generó confianza son valores y principios transmitidos. Lo que se relaciona con lo que mencionan los expertos en comunicación política, la imagen se va construyendo desde la reputación que tiene el candidato y la que puedan sembrar esa confianza para que le puedan dar el voto, entonces en la actualidad es sumamente

importante el poder construir una imagen acorde a las a los estudios, a los análisis que se haga a las necesidades de la gente, en la actualidad los asesores políticos lo que hacen es en primera poder hacer un estudio respecto de las necesidades de la forma en que desearía la gente un candidato. y en base a eso se va a construir una imagen esto implica entonces, que la construcción de la imagen del candidato de lo que va a decir, que cómo se va a presentar frente a la gente, frente a las cámaras, frente a los medios tradicionales o digitales. También mencionaron que Daniel Noboa, se mostró como una persona tranquila que no pelea con nadie, porque ese 50% de la población ya decía en las encuestas estaba cansada sobre todo del conflicto. Algo que se pudo corroborar en la observación de los debates en donde Noboa, quien, a pesar de su limitado espacio, expresó su punto de vista, no causó controversia con los demás candidatos, sino que presentó una estrategia para formar un gobierno en poco tiempo, su comportamiento cuidadoso y disciplinado en el manejo de sus palabras y silencios, dio la impresión de que la gente estaba eligiendo al correcto.

De la misma manera, Sevilla (2021) indica que no es suficiente que el político tenga una imagen personal coherente, no basta con elegir si debe usar un blazer o un traje oscuro. Su vestimenta, por supuesto que tiene un impacto y comunica, sin embargo, un aspecto aislado no es suficiente para crear una percepción y mucho menos para trabajar con una estrategia en imagen, si tienen una imagen o un comportamiento malo, esto afectará la percepción del político o candidato. Esto indica que actualmente las personas se fijan en lo que el como persona logra transmitir, haciendo ver que la forma de hacer política ya no es la misma ahora, ya no transmite el candidato cómo partido político sino como un individuo.

Construir una imagen va más allá de su apariencia física, incluye aspectos como el discurso apegado al contexto económico y social de la población, un mensaje de personalización que busque persuadir y convencer a un público objetivo, se convierte en símbolo de definición de la imagen del candidato político. Según la población lojana, el mensaje clave de la campaña de Daniel Noboa que más resonó es desarrollo económico con un 61% de elección. Para los expertos en comunicación política, lo que más impacto fue las respuestas en la parte discursiva, la suavidad de sus respuestas, el lenguaje diplomático que utilizó, no confrontativo, cercano al medio ambiente, cercano al feminismo, que tenían que ver con la tranquilidad del Ecuador. La imagen pública está influenciada por múltiples factores, incluyendo el comportamiento y las acciones, la comunicación, la reputación, la imagen visual, el entorno y contexto, y las experiencias pasadas, lo cual es apoyado por Muñoz et al. (2020).

La imagen que Daniel Noboa proyectó en campaña electoral tuvo un gran efecto en la decisión de voto de la mayoría de la población encuestada, el 91% de los encuestados indican que la imagen de Noboa si influyó en su decisión de voto. Según el experto en comunicación política Darío Ayala indica la imagen de los candidatos a lo largo de la historia ha jugado un papel preponderante y sobre todo en este siglo en donde empieza a digitalizarse las campañas electorales donde la imagen se viene a tornar esencial, neurálgico para poder posicionar a un candidato o a un político en este caso la Presidencia de la República.

La opinión pública se ha convertido ahora en un factor importante en la toma de decisiones políticas, económicas y sociales, que influye en las agendas públicas y en la legitimidad de los líderes y autoridades sustentado por Rubio et al. (2009), la capacidad de las redes sociales y otros medios digitales para difundir contenidos y movilizar a un gran número de personas ha creado un nuevo contexto en el que la opinión pública puede evolucionar de forma rápida y, a veces impredecible.

La percepción es el punto de partida y de llegada en la comunicación política, aunque uno puede tener una imagen de sí mismo, la percepción que el ciudadano tiene de ti es la que influye, ya que es la que determina el voto. Los electores lojanos indican que la imagen de Daniel Noboa les proyecto honestidad. Para el experto Paolo Muñoz, se proyectó como un websider, como una persona que no estaba contaminada dentro del tema político, como un empresario joven que quería en su tiempo de campaña cambiar las riendas del país, un empresario que se unió al tema de la juventud para poder decir que con su gobierno se iba a impulsar muchas plazas de empleo, entonces el tema de su discurso, el tema de su forma de llegar al tema de la gente, fue muy fresca, no fue del político tradicional, no fue del típico político, incluso hasta con el tema de su expresión verbal de poder hablar o de poder expresarse tenía y tiene actualmente este otro contenido y tiene también otra forma de poder expresarse.

Según Orejuela (2009) la imagen de un candidato político no se limita a que las personas ejercer el voto solo por la apariencia física, por su manera de vestir, el color de su ropa o su sonrisa, aunque esto es importante por el dominio de los medios de comunicación en esta época. La imagen ayuda mucho pero también se requiere actos de honestidad, empatía y destreza con la ciudadanía para lograr despertar confianza, aunque por otro lado la administración de imagen es clave, es aquí donde se refleja la apariencia personal, manera de vestir, tradiciones y todo lo que tenga que ver con la forma de ser de un candidato.

## Conclusiones

La imagen que Daniel Noboa proyectó durante su campaña presidencial tuvo un impacto significativo en la decisión de voto de los electores de la provincia de Loja, esto demuestra la importancia de que una buena proyección de un candidato político es determinante para obtener resultados satisfactorios en el proceso electoral.

Como estrategia de campaña más predominante en Noboa fue el uso de las redes sociales, específicamente TikTok, enfocando sus estrategias de campaña en el público joven, en donde el candidato a la presidencia se mostraba como una persona común mostrando cercanía a través de actividades cotidianas y aspectos personales, con mensajes cortos y sencillos y empezando a dar mensajes más alentadores.

El éxito de Daniel Noboa en las elecciones se debe a su capacidad para conectarse con las preocupaciones y aspiraciones de la juventud ecuatoriana, así como a su habilidad para utilizar las herramientas de marketing digital.

En aspectos de la imagen de Daniel Noboa como presidente, lo que más ha generado confianza entre los lojanos es los valores y principios transmitidos, optó por evitar la confrontación y se unió a un electorado que rechaza las disputas políticas, construyeron una imagen de un candidato tranquilo que no es conflictivo, que no está contaminada dentro del tema político y así mostrarse como una persona descomplicada, utilizó el mensaje clave “desarrollo económico”, el cual fue el que más resonó en la provincia de Loja, tema expuesto en el debate presidencial.

En el debate de la primera y segunda vuelta electoral Daniel Noboa logró comunicar tanto en la comunicación verbal como en la no verbal, en la comunicación verbal se evidenció la suavidad de sus respuestas, el lenguaje diplomático que utilizó, no confrontativo, cercano al medio ambiente, cercano al feminismo, cercano a estrategias que tenían que ver con la tranquilidad y seguridad del Ecuador, en la comunicación no verbal comunicó mucho con su lenguaje corporal, desde el movimiento de sus manos, el levantamiento repetitivo de sus cejas y el sufrimiento del ceño.

## **Recomendaciones**

Es fundamental que el candidato Noboa dedique tiempo y recursos a la difusión de una imagen positiva y coherente, que sea adecuada a lo que la población busca en un nuevo gobierno. La imagen proyectada debe estar acorde con los valores y preocupaciones de la ciudadanía para tener un impacto significativo, como se demostró en la provincia de Loja.

Para conectarse con audiencias, Noboa debe aprovechar las nuevas tecnologías, usar las redes sociales en especial la que está en auge como lo es TikTok. Los mensajes deben ser auténticos, accesibles y reflejar la personalidad del candidato. También es importante prestar atención y dar prioridades a los temas que son relevantes para el público objetivo.

En la campaña, el candidato debe resaltar claramente sus valores y principios, especialmente en temas cruciales para los electores, como el desarrollo económico, esto generara confianza y credibilidad, mostrándose como un candidato apto para tomar el mandato de un país. Es esencial reconocer al candidato como una persona de confianza, que se dedica al progreso y al bienestar de todos.

En tiempo de crisis, de inseguridad por la que atraviesa el país, el candidato tiene la responsabilidad de crear una imagen de estabilidad y paz, evitando conflictos innecesarios. Gracias a esta estrategia, los votantes que buscan un liderazgo pacífico y tranquilo podrán encontrar en ese candidato la persona idónea para un Ecuador más seguro.

Tanto en los debates como en las presentaciones públicas, el equipo de campaña de Daniel Noboa debe prestar atención a la comunicación verbal y no verbal. El mensaje de empatía y cercanía debe ser reforzado por el lenguaje corporal, que incluye gestos y expresiones faciales, así como respuestas diplomáticas y suaves. Una imagen persuasiva y coherente se mejora cuando ambas formas de comunicación están coherentes.

## Bibliografía

- Barbosa, J., Páez, H., Ríos, E. (2020). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: DISEÑO, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO*. (1ra E.). REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía.
- Bazantes-Cevallos, S. S. (2022). Medios nativos digitales y la opinión pública. Análisis de contenido de la campaña presidencial 2021 Ecuador [Trabajo de titulación de grado]. Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21743/4/TTQ566.pdf>
- Belfort, D. (3 de abril de 2019). *La imagen pública: qué es y cómo gestionarla en una organización*. Mujeres políticas. <https://mujerespolitica.webnode.mx/l/la-imagen-publica-que-es-y-como-gestionarla-en-una-organizacion/#:~:text=%22La%20teor%C3%ADa%20nos%20ense%C3%B1a%20que,%2C%20visual%2C%20audiovisual%20y%20ambiental>
- Benavides, W. (2023). Ecuador: la incidencia de TikTok y fake news en los procesos electorales comprendidos entre el período 2021 – 2023. *Revista Especializada Justicia Electoral y Democracia*, (7). <https://bit.ly/3MS0JSf>
- Buckley, N. (16 de octubre de 2023). *La izquierda ecuatoriana vive su “día de la marmota”: el empresario Daniel Noboa gana las elecciones. El ‘marketing’ político se ha adaptado a los nuevos tiempos y el nuevo presidente del Ecuador no es un viejo banquero, sino un joven empresario, Daniel Noboa, heredero de una de las grandes empresas bananeras del país*. EL SALTO. <https://www.elsaltodiario.com/ecuador/resultados-elecciones-ecuador-empresario-daniel-noboa-gana>
- Callejón, D., Montalbán, F. (2010). *LA CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA DEL CANDIDATO A TRAVÉS DE LA FOTOGRAFÍA EN LA PROPAGANDA ELECTORAL*. Asociación Cultural Arturo Cerdá y Rico.
- Canel, M. (2006). *Comunicación política una guía para su estudio y práctica*. Segunda edición. España
- Dávalos, A. (2021). La comunicación política ciudadana. En A. Dávalos (Ed.). *La comunicación política en tiempos de emergencia* (pp.9-34). Ediciones Abya Yala. ISBN: 9789942097521
- Escuela de Gobierno y Economía. (3 de enero de 2023). La importancia de las estrategias de comunicación política. Universidad Panamericana. <https://blog.up.edu.mx/licenciatura-en-gobierno/la-importancia-de-las-estrategias-de-comunicacion-politica>

- Etecé. (25 de noviembre de 2022). *Opinión pública*. Concepto.de.  
<https://concepto.de/opinion-publica/>
- Filzmaier, P., Moreno, G (2013). *Campañas con estrategia Fundamentos y herramientas para una comunicación política efectiva*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4753416>
- Flores, R., Arru, L. y Delgado, P. (2019). *Discursos sobre la comunicación política en el uso de las redes sociales*. En G. González (Ed.). *Comunicación política y redes sociales*. (pp. 41-64). La Plata: EDULP. ISBN 978-987-8348-07-0.
- Franco, M. (11 de febrero de 2022). *Estrategias de comunicación: qué son, ejemplos y cómo crearlas*. Inboundcycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estrategias-de-comunicacion/>
- García, D., y Del Orbe, K. (2022). El mensaje político en las redes sociales: un enfoque práctico en campaña electoral. Oportunidades para la participación y la democratización de las organizaciones en el siglo XXI. 266-292. <https://bit.ly/40QYIRq>
- Gil, E. (2018). *Comunicación Política. Caja de Herramientas*. Catarata. <https://cutt.ly/SwIPK6Ns>
- Habermas, J. (2014). *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gili, S.L. ISBN: 978-84-252-2708-0
- Hernández, A. (2020). *Análisis de la estrategia de comunicación política de los diferentes partidos candidatos a la alcaldía de Almansa*. Elecciones 26M [Tesis de grado, Universidad Politécnica de Valencia]. <https://bit.ly/3MUU35V>
- Hernández, I. (15 de diciembre de 2021). *COMUNICACIÓN POLÍTICA, Lenguaje corporal y comunicación no verbal*. Blog. <https://isaachernandez.es/comunicacion-politica/comunicacion-politica-lenguaje-corporal-y-comunicacion/>
- Hernández, G. (26 de marzo de 2023). *Comunicación política*. Prontuario. <https://prontuario-democracia.sociales.unam.mx/comunicacion-politica/>
- Jiménez, D. (2011). *La construcción de la Opinión Pública en Ecuador a partir de la participación política en redes sociales*. Facultad de Comunicación Universidad de Los Hemisferios. <https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/315495/405596>
- Laso, E. (2009). *Hacia una ciencia de la opinión pública*. Revista de Pensamiento e Investigación Social. <https://www.redalyc.org/pdf/537/53712934013.pdf>

- López, V. (2021). *LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA. ASOCIACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS SOCIALES*. Asies. [http://asies.org.gt/pdf/la\\_importancia\\_de\\_la\\_comunicacion\\_politica.pdf](http://asies.org.gt/pdf/la_importancia_de_la_comunicacion_politica.pdf)
- López, V. (2022). *Nuevos medios en campaña. El caso de las elecciones autonómicas de Madrid 2021 en TikTok*. *Universitas-XXI* (36), 221-241. doi: <https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.09>
- Martínez, D. (23 de mayo de 2011). *La imagen pública: qué es y cómo gestionarla en una organización*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/la-imagen-publica-que-es-y-como-gestionarla-en-una-organizacion/>
- Mazzoleni, G. (2010). *La comunicación política*. 301–322. <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/1660/1448>
- Mella, C. (20 de agosto de 2023). *Daniel Noboa, el joven empresario detrás del sueño presidencial de su padre*. EL PAIS. <https://elpais.com/america/2023-08-21/daniel-noboa-el-joven-empresario-detras-del-sueno-presidencial-de-su-padre.html>
- Montoya, B; Horacio, L. (10 de noviembre de 2006). *Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos*. Universidad de La Sabana Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/649/64900202.pdf>
- Morales, J. (2021). *Surgimiento, autopercepción y participación del líder de opinión en el espacio digital*. *Revista Mexicana de Opinión Pública*. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-49112021000100093](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112021000100093)
- Muñoz, A. (2020). *FACTORES QUE CONTRIBUYEN A CONSTRUIR LA IMAGEN PÚBLICA DE LA CIENCIA. LA RELACIÓN ENTRE PERCEPCIÓN, INTERÉS Y CONOCIMIENTO*. Centro de Investigaciones Energéticas, Medioambientales y Tecnológicas.
- Narváez, M. (8 de junio de 2022). *Comunicación política: Qué es, importancia y herramientas*. QuestionPro. <https://cutt.ly/NwIP3RoQ>
- Nosetto, L. (2020). *Revisión Teórica de la Opinión Pública: Delimitación, Historización, Analítica*. Uni Rioja. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7906595.pdf>
- Ochoa, J. (30 de abril de 2018). *El significado del lenguaje paraverbal*. LinkedIn. <https://es.linkedin.com/pulse/el-significado-del-lenguaje-paraverbal-jos%C3%A9-ochoa>

- Pesántez-Valarezo, B., Naguas-Nagua, N., Avila-Rivas, V., (2024). *Tiktok y su influencia en la generación Z en la intención de voto campañas presidenciales del Ecuador 2023: caso Daniel Noboa*. 593 Digital Publisher CEIT, 9(4), 27-37, <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.4.2399>
- Restrepo-Echavarría, N. (2019). *La comunicación política: un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales*. Correspondencia y análisis, (10). <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n10.09>
- Ríspolo, F. (2020). El campo de la comunicación política: el lugar de la comunicación de gobierno. *Posdata*, 25(1), 99-135. <https://bit.ly/46qjLGi>
- Romero-Rodríguez, L. M. (2014). *Pragmática de la desinformación: Estratagemas e incidencia de la calidad informativa de los medios*. [Tesis postgrado, Universidad de Huelva. Huelva, España]. <https://bit.ly/3oNdjDW>
- Rubio, J. (2 de marzo de 2009). *Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting*. *Gazeta de Antrologia*. [https://www.ugr.es/~pwlac/G25\\_01JoseMaria\\_Rubio\\_Ferreres.html](https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html).
- Santander, U. (6 de mayo de 2021). *Comunicación verbal y no verbal en el liderazgo femenino*. <https://www.becas-santander.com/es/blog/comunicacion-verbal-y-no-verbal.html>
- Sevilla, C. (2021). *Imagen Política: la estrategia que llegó para quedarse*. *Scielo*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (97), 79-89. <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi97.3936>
- Suárez-Tomalá, G. y Cochea-Panchana, G. (2022). Marketing Político 2.0: Estrategias de storytelling a través de TikTok de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 5(9), 118-135. <https://doi.org/10.46296/rc.v5i9.0039>
- Stankova, O; Rice, G. (22 de mayo de 19). *La comunicación como herramienta de política*. IMF. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2019/05/22/blog-Communications-as-a-Policy-Tool>
- Sordo, A. (27 de octubre de 2023). *Estrategias de comunicación: qué son, tipos y ejemplos*. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>
- Toledo, C. (30 de agosto de 2015). *Lenguaje corporal y comunicación no verbal*. Analisisnoverbal. <https://www.analisisnoverbal.com/lenguaje-corporal-y-comunicacion-no-verbal/>

Valdivia, A., Stefanu, Y. (2010). *EL CANDIDATO: CÓMO CONSTRUIR UNA IMAGEN EXITOSA EN UN ENTORNO CAMBIANTE*. Simposio internacional de investigadores en ciencias sociales Intercambio de saberes Universidad – Empresa – Estado Énfasis en modelos de intervención.

Viñas, R., Belinche, R., Secul, C., y López, Y. (2023). *Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio*. Revista Más Poder Local, 51, 43-59. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.118>

## Anexos

### Anexo 1. Validación de instrumentos

#### Validación de instrumentos

#### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

##### Estimado Validador: Javier Vire Riascos

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: **“ESTUDIO DE LA CONSTRUCCIÓN Y PROYECCIÓN DE LA IMAGEN DE DANIEL NOBOA A LA PRESIDENCIA DEL ECUADOR EN LAS ELECCIONES DEL 2023: ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA PROVINCIA DE LOJA”**, esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener el título de Licenciada en Comunicación por la Universidad Nacional de Loja.

Para hacer efectiva la validación del instrumento deberá leer cuidadosamente cada pregunta. Se considerará como muestra de estudio entrevista a tres expertos en comunicación política. También se analizará mediante una matriz de observación los discursos y mensajes para describir las estrategias de comunicación política verbal y no verbal utilizadas por Daniel Noboa en sus debates de la primera y segunda vuelta electoral. Igualmente aplicar una encuesta en la provincia de Loja para conocer su percepción sobre la imagen y las estrategias de comunicación de Daniel Noboa, así como su influencia en la intención de voto.

El banco de preguntas fue construido de modo que permitirá determinar la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa en las elecciones de 2023 y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja.

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.

<b>EVALUACIÓN DE BANCO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA (EXPERTOS POLITICOS)</b>							
N.º de preguntas	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones
1	¿Qué importancia tiene la construcción y proyección de la imagen de un candidato presidencial en el contexto ecuatoriano?	X					
2	¿Qué estrategias de comunicación política utilizó Daniel Noboa para posicionarse como una opción viable para la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023?	X					
3	¿Cuáles considera que han sido las estrategias de comunicación política más efectivas implementadas por Daniel Noboa durante su campaña presidencial en el 2023?	X					
4	¿Qué rol jugaron las estrategias de comunicación política en la victoria electoral de Daniel Noboa en la provincia de Loja y a nivel nacional?	X					
5	¿Cuál fue el papel de los medios de comunicación y las redes sociales en la construcción de la imagen de Daniel Noboa como candidato presidencial?	X					
6	¿Qué herramientas o medios de comunicación fueron más efectivos para difundir el mensaje y la propuesta de Daniel Noboa entre los electores de la provincia de Loja?	X					
7	¿Cómo describiría la imagen proyectada por Daniel Noboa durante su campaña presidencial y cuál fue su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja?	X					
8	¿Cree que la estrategia de comunicación política de Daniel Noboa logró conectar con la identidad y los valores de la población lojana?	X					

## JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

### INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cuantitativo 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							
N.º de preguntas	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones
1	¿Cree usted que la imagen proyectada por Daniel Noboa influyó en su decisión de voto en las elecciones del 2023? a) Sí b) No	X					
2	¿Qué aspectos de la imagen de Daniel Noboa como presidente le generan confianza como votante? a) Valores y principios transmitidos b) Capacidad de liderazgo c) Honestidad	X					
3	¿Cuáles han sido las estrategias de comunicación política que más han llamado su atención en la campaña de Daniel Noboa? a) Uso de redes sociales b) Participación en debates y entrevistas c) Propaganda en medios de comunicación tradicionales d) Eventos públicos y concentraciones	X					
4	¿Cree que Daniel Noboa ha cumplido con sus promesas de campaña desde que asumió la presidencia? a) Sí b) No	X					
5	¿Cuál fue el mensaje clave de la campaña de Daniel Noboa que más resonó en usted y su comunidad lojana? a) Desarrollo económico b) Educación y empleo c) Salud y bienestar d) Otro (especificar)	X					
6	¿Cómo calificarías el nivel de transparencia y veracidad en la comunicación política de Daniel Noboa durante su campaña en la provincia de Loja? a) Muy transparente y veraz b) Medianamente transparente y veraz c) Poco transparente y veraz			X			Sugiero ubicar 5 niveles
7	¿En qué medida <b>crees</b> que la estrategia de comunicación política de Daniel Noboa			X			Revisar redacción Sugiero ubicar 5 niveles

	logró generar confianza y credibilidad entre los votantes en la provincia de Loja? a) Generó mucha confianza y credibilidad b) Generó cierta confianza y credibilidad c) No generó confianza y credibilidad d) No estoy seguro						
8	¿Qué <i>opinas</i> de la imagen de Daniel Noboa como presidente del Ecuador?	X					Pregunta abierta
9	¿Estás de acuerdo con las políticas y decisiones de Daniel Noboa? a) Totalmente de acuerdo b) Indiferente c) En desacuerdo			X			Sugiero ubicar 5 niveles
10	¿Qué tan informado te sentiste sobre las propuestas y planes de gobierno de Daniel Noboa durante su campaña? a) Muy informado b) Medianamente informado c) Poco informado d) No informado			X			Sugiero ubicar 5 niveles

## 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.

### OBSERVACIÓN WEB

#### Datos Identificativos

En esta sección, se recopilan datos específicos de Daniel Noboa en sus debates de la primera y segunda vuelta electoral. Aquí están los campos que debes llenar:

#### 1. Identificación de la Observación

- Evento: Debate de la primera vuelta electoral, Debate de la segunda vuelta electoral.
- Fecha y hora: [Fecha y hora del debate].
- Participantes: Daniel Noboa

#### 2. Comunicación Verbal

- Palabras clave utilizadas: Que palabras fueron claves para llegar a más públicos.
- Tono y estilo de discurso: ¿Cómo estructuró sus argumentos? (Introducción, desarrollo, conclusión)
- Coherencia y claridad en los mensajes: Analizar si Daniel Noboa expresa sus ideas de manera clara y evita ambigüedades o confusiones.

#### 3. Comunicación no verbal

- **Lenguaje corporal (gestos, postura, expresiones faciales):** ¿Cómo se sentó o paró Daniel Noboa durante el debate?, ¿Gesticuló con las manos? ¿Qué significado tenían sus gestos?, ¿Hubo algún contacto visual con otros candidatos o la audiencia?
- **Expresiones faciales:** ¿Mostró emociones específicas (seguridad, nerviosismo, enojo)? ¿Sonrió o frunció el ceño en momentos clave?

- **Vestimenta y apariencia:** ¿Cómo se vistió? ¿Qué mensaje transmitió su elección de ropa? Hubo algún símbolo o accesorio político en su atuendo?

#### 4. Posicionamiento de la Imagen

- **Presencia pasiva:** ¿Está atento, escuchando a su oponente, tomando notas o mostrando interés? La reacción del público o la audiencia ante las intervenciones de Daniel Noboa. ¿Cómo responden los espectadores? ¿Hay señales de aprobación o desaprobación?
- **Presencia activa:** ¿Utiliza un lenguaje claro y convincente? ¿Gesticula para enfatizar sus puntos? ¿Mantiene contacto visual con la audiencia o la cámara?
- **Debate primera vuelta electoral:** Analizar si Daniel Noboa se presenta de manera convincente, articula sus ideas con claridad y responde a las preguntas de manera efectiva.
- **Debate segunda vuelta electoral:** En este apartador se analiza si Daniel Noboa logra destacarse, mantener una postura sólida y comunicar sus propuestas de manera efectiva.

#### 5. Discurso político

- **Temas abordados:** Analizar cuales fueron los temas en los que más se centró la campaña de Daniel Noboa.
- **Estrategias retóricas:** Examinar las estrategias retóricas utilizadas por Daniel Noboa en su discurso. ¿Empleó la emotividad, la lógica o la persuasión? ¿Cómo impactaron estas estrategias en la audiencia?
- **Compara el discurso político de Daniel Noboa entre los dos debates:** ¿Hubo coherencia entre ambos? ¿Se adaptó a las audiencias específicas?

#### 6. Eventos de Observación

- Debates de la primera y segunda vuelta electoral

- 7. **Observaciones Adicionales:** Cualquier observación relevante sobre el discurso político de Daniel Noboa.

<b>EVALUACIÓN DE LA MATRIZ DE OBSERVACIÓN</b>	
(Se interpretará los mensajes verbales y no verbales que emite el presidente Daniel Noboa en sus debates de la primera y segunda vuelta electoral)	
<b>Identificación de la Observación</b>	
<b>Evento:</b>	
<b>Fecha:</b>	
<b>Participantes:</b>	
<b>Comunicación Verbal</b>	
Palabras clave utilizadas	
(Escriba aquí)	
Tono y estilo de discurso.	
(Escriba aquí)	
Coherencia y claridad en los mensajes.	
(Escriba aquí)	
Argumentación y persuasión.	
(Escriba aquí)	
<b>Comunicación No Verbal</b>	
Lenguaje corporal (gestos, postura, expresiones faciales):	
(Escriba aquí)	
Expresiones faciales:	
(Escriba aquí)	
Vestimenta y apariencia	
(Escriba aquí)	
<b>Posicionamiento de la Imagen</b>	
Presencia pasiva	

(Escriba aquí)
Presencia activa
(Escriba aquí)
Debate primera vuelta electoral
(Escriba aquí)
Debate segunda vuelta electoral
(Escriba aquí)
<b>Discursos Políticos</b>
Temas abordados
(Escriba aquí)
Estrategias retóricas.
(Escriba aquí)
Comparación entre Debate de la primera y la segunda vuelta electoral:
(Escriba aquí)
<b>Eventos de Observación</b>
Debates de la primera y segunda vuelta electoral.
<b>Observaciones Adicional</b>
Cualquier observación relevante sobre el discurso político de Daniel Noboa.
(Escriba aquí)

**OBSERVACIÓN: Matriz correcta.**

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Javier Vire Riascos titular de la Cédula/Pasaporte de Identidad N.º 1103408579 docente de la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja en la Unidad de Educación a Distancia.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación de instrumentos banco de preguntas para aplicación de entrevistas a expertos políticos de la provincia de Loja, encuestas a ciudadanos mayor de 18 años de la provincia de Loja y la observación web.

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 10 días del mes de mayo de 2024.

**Evaluado por: Javier Vire Riascos**

C.I.: 1103408579

Firma: \_\_\_\_\_



**Anexo 2.** Matriz de Análisis del debate de la primera vuelta electoral

<b>EVALUACIÓN DE LA MATRIZ DE OBSERVACIÓN</b>	
(Se interpretará los mensajes verbales y no verbales que emite el presidente Daniel Noboa en sus debates de la primera y segunda vuelta electoral)	
<b>Identificación de la Observación</b>	
<b>Evento:</b> Primera Vuelta Electoral	
<b>Fecha:</b> Domingo 13 de agosto de 2023 a las 19.00 horas Ecuador.	
<b>Participantes:</b> Daniel Noboa, Yaku Pérez, Bolívar Armijos, Luisa González, Xavier Hervas, Otto Sonnenholzner, Jan Topic.	
<b>Comunicación Verbal</b>	
<b>Eje Seguridad</b>	
Palabras clave utilizadas	Priorizar el apoyo hacia las fuerzas del orden con el propósito de poner todo el enfoque sobre la seguridad con la idea en mente de querer establecer en una sola representación donde estén abarcadas las fuerzas armadas, inteligencia militar, policía y estatal.
Tono y estilo de discurso	Lo que lo llevó a posicionarse como un candidato que genera confianza ante la audiencia fue la firmeza con la que recalcó el apoyo a sus ideales teniendo una postura concreta y clara contra la delincuencia. Al referirse sobre la seguridad uso posturas óptima para transmitir confianza mediante el asunto tan crítico de crimen en el país, esto lo logró con un tono decidido y firme al hablar sobre la seguridad y su enfoque en ella.  Otros elementos claves los cuales uso el candidato para conectar con la audiencia y mostrarse como un una persona dispuesta y capaz de conducir y liderar al país frente a los desafíos que abordan en los temas de delincuencia, fueron sus palabras concretas en las cuales siempre recalcaba el compromiso que tiene con la justicia y la recuperación de la seguridad, siempre habló con

		firmeza mezclando esto con empatía y la claridad lo que fue un punto a su favor.
Coherencia y claridad en los mensajes		En el transcurso del debate se evidenció que el candidato Daniel Noboa puso su esfuerzo en estructurar con lógica y claridad sus ideas con el fin de conectar con el público y que este logre comprender de manera más clara el enfoque y la decisión que él tiene con la seguridad del país, no optó por un lenguaje complejo a la altura de su nivel educativo con el fin de no confundir o dejar dudas en la gente con palabras complejas por lo contrario uso un lenguaje común logrando el desarrollo de un lenguaje más entendible frente a la audiencia. Los puntos claves a la hora de hablar del candidato que lograron que tenga más efectividad ante la audiencia fueron la coherencia y la claridad en su mensaje.
Argumentación y persuasión.		El candidato Daniel Noboa puso su enfoque en la seguridad y sobre ella presentó varias propuestas muy claras específicamente puestas para abordar la seguridad del país, una de estas ideas fue la de apoyar con un mayor equipamiento a la policía. Esto reflejó que el candidato no solo tenía en cuenta el problema por el cual pasa el país, sino que bajo su plan de trabajo tenía soluciones eficaces sobre estas problemáticas lo cual fue demasiado positivo para persuadir con la audiencia, supo conectar aún más con ellos debido a su gran capacidad de razonamiento y argumentación de sus propuestas que son soluciones.
<b>Eje Económico</b>		
Palabras clave utilizadas		Tuvo un amplio enfoque en temas muy claves sobre las comunas y los sectores rurales con ideas como transmisión eléctrica petróleo y reservas de agua otro tema muy clave fue la invertir con capacitaciones y tecnificaciones sobre el agro ya que es un tema muy importante en nuestro país que es un productor, hablo también de las empresas de exportación, turismo y de la minera.

Tono y estilo de discurso	El candidato logró generar confianza ante la audiencia mediante el uso de un tono energético y optimista, con palabras concretas fáciles de entender todo esto llenaba de esperanza y convencía a la audiencia que lo seguía. Proyectó una imagen de confianza incluso en los temas más delicado como lo es la situación económica por la cual atraviesa el país el siguió en una postura optimista. El candidato también tuvo un estilo de discurso muy concreto lleno de determinación y claro centrado en ideas asertivas manteniendo un tono con mucho equilibrio siempre tomando en cuenta la seriedad y una postura que genere confianza ante la población.
Coherencia y claridad en los mensajes	Facilitó la comprensión sobre sus propuestas ante la audiencia ya que a lo largo del debate presentó sus ideas de manera muy estructurada, fácil de comprender, se ganó la atención la audiencia ya que siempre habló con claridad no solo con palabras, sino que también se respaldó por datos en específico y ejemplos claros sobre sus propuestas y los problemas que abordan la población. Logró el desarrollo de una comunicación efectiva y un mensaje muy impactante lo cual fue fundamental en este entorno ya que es una competición y el logro marcar la diferencia gracias su coherencia y claridad en el debate electoral.
Argumentación y persuasión.	En candidato Daniel Noboa supo ganarse a la audiencia mostrándose como un líder total con enfoque en todas las realidades del país, este no solo se enfocó en la problemática económica que el país atraviesa sino también argumentó sus ideas en un enfoque de la calidad de vida de las personas mostrándose como alguien necesario solo desde el punto económico.
<b>Eje Política social</b>	
Palabras clave utilizadas	Incrementará el número de aportantes a un bono del gobierno ya buscará la recuperación de los bonos que en los gobiernos anteriores fueron vendidos, añadiendo a esto un aumentó en el número de trabajadores y afiliados.

Tono y estilo de discurso	El candidato Daniel Noboa logró una conexión emocional con la audiencia gracias a que tuvo una postura concreta con un lenguaje fácil de entender y un enfoque no solo en los problemas críticos que atraviesa el país sino también se enfocó en mejorar las condiciones de vida de las personas. Se mantuvo en un tono convincente y persuasivo ya que se mostró comprometido con la población y todos los problemas que ella atraviese.
Coherencia y claridad en los mensajes	El candidato Daniel Noboa se enfocó en las problemáticas que atraviesa la población y este la relacionó con sus propuestas de campaña todo iba enfocado en mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Siempre tuvo una comunicación llena de coherencia y claridad lo que terminó ganándose la credibilidad de las personas votantes que se identificaron con sus planes e ideas.
Argumentación y persuasión.	Se mostró como un candidato el cual llevara al país al cambio social que necesita, siempre motivo a la audiencia con su empatía la cual relaciono con las estadísticas, argumento con mucha claridad logrando persuadir a los votantes a el apoyo a su candidatura.
<b>Eje Democracia</b>	
Palabras clave utilizadas	Hablo sobre reforzar a las instituciones, también dijo otros términos como la reforma pública y la descentralización.
Tono y estilo de discurso	El tono y estilo de discurso de Daniel Noboa fueron caracterizados por ser firmes y resolutivos, se enfoco en las necesidades del país uno en especial fue el cambio social que se necesita más dentro de la política ecuatoriana.
Coherencia y claridad en los mensajes.	Optó por la utilización de un lenguaje fácil con el fin de que la audiencia pudiera comprender de mejor manera y de forma más accesible sus ideas. También monstro sus propuestas de forma bien organizada no solo con palabras, sino que también utilizó el uso de ejemplos claros para poder fortificar sus argumentos.
Argumentación y persuasión	El candidato Daniel Noboa se enfocó en el uso de técnicas muy eficaces sobre argumentación basadas en su conocimiento sobre la gobernanza,

	también se apoyó de su gran experiencia sobre temas políticos utilizando la autoridad para crear esa confianza y persuadir en la gente. Conectó emocionalmente con la audiencia ya que no solo se enfocó en decir palabras sino también en presentar argumentos claros y racionales.
<b>Eje Sostenibilidad</b>	
Palabras clave utilizadas	Se pudo recalcar unos términos claves como lo fue querer dejar de depender tanto del combustible fósil y empezar a optar por energía eléctrica.
Tono y estilo de discurso	El candidato Daniel Noboa se enfocó en dar un mensaje muy entendible frente a la audiencia, muy optimista para lograr generar confianza en la gente y en sus necesidades. También desarrolló un discurso basado en un tono positivo lleno de esperanza enfocado en el desarrollo del país.
Coherencia y claridad en los mensajes.	El candidato Dania Noboa se enfocó demasiado en la importancia de la sostenibilidad como papel clave para el desarrollo del país, siempre trato de desarrollar una comunicación coherente, con mensajes muy específicos y detallados. A lo largo del debate tuvo mucha claridad, un discurso consiente de las necesidades del país, pero frente a él plan de cómo logra edificar la implementación de políticas propuestas no fue muy específico limitando su claridad frente a su debate.
Argumentación y persuasión	Noboa fomento la necesidad de la sostenibilidad para el desarrollo del crecimiento y la innovación de un país enteró, también relaciono está sostenibilidad con ventajas tanto sociales en un periodo prolongado. Si argumentación fue concreta llena de puntos claves para conectar con las emociones de la audiencia.
<b>Comunicación No Verbal</b>	
Lenguaje corporal	El candidato Daniel Noboa utilizó varios aspectos corporales para lograr recalcar su postura frente a la audiencia. uno fue el gesto que hacía con sus cejas cuándo expresaba sus ideas recalcándolas y demostrando que son ideas claras, también optó por una postura firme, recta la cual reflejaba serenidad y confianza en sí mismo siempre miraba hacia el frente mostrando respeto a sus compañeros y sus opiniones frente al debate. Su mirada fue un punto

	clave ya que siempre buscaba contactarse visualmente tanto con la audiencia como con sus compañeros demostrando el compromiso en escuchar la opinión de los demás. También se enfocó en acompañar sus palabras con los movimientos moderados de mano siempre acorde a lo que él.
Expresiones faciales	El candidato Daniel Noboa durante su discurso estuvo lleno de emociones encontradas en momentos específicos recalcó su postura llenando de seguridad sus propuestas. Mostraba expresiones que transmiten serenidad, calma y claridad frente a su discurso, empleo gestos de carisma que se dejaron ver cómo gestos positivos y de confianza en sí mismo. Logró convencer de sus ideas y el compromiso con el país con sus comportamientos optimistas, sus sonrisas y gestos alentadores que llenan de esperanza a la audiencia.
Vestimenta y apariencia	Llamó mucho la atención de la audiencia ya que llevaba sobre él un chaleco antibalas y en su pecho una corbata color rojo fuerte, recalando la fuerza que necesita el país para el cambio.
<b>Posicionamiento de la Imagen</b>	
Presencia pasiva	El candidato durante la primera vuelta electoral mostró una postura de compromiso no solo con sus ideales sino con el de escuchar el de sus compañeros siempre ponía la mirada fija en la persona que tomaba la palabra y aunque el candidato no tomaba notas siempre se lo veía acentuar con la cabeza como que procesando el mensaje el cual transmitía. Se vio muy notable su presencia ya que mostró una actitud muy atenta, con respecto e interés en el debate.
Presencia activa	El candidato Daniel Noboa optó por varios aspectos claves para su desarrollo del mensaje, empleo el uso de la coherencia y la claridad a la hora de hablar tratando siempre de mantener un lenguaje entendible por la audiencia. No solo se basó en el lenguaje verbal también hizo el uso de mensajes no verbales como sus manos a la hora de dar a conocer ideas claves

	<p>lo cual les daba mayor credibilidad. Su mensaje fue demasiado impactante ya que también empleo el uso del contacto visual mostró más confianza la confianza de un líder comprometido con el desarrollo y cumplimiento de su plan de campaña.</p>
<p>Debate primera vuelta electoral</p>	<p>El candidato a la presidencia del ecuador Daniel Noboa en las elecciones del 2023 participó en el debate electoral de la primera vuelta, tomando en cuenta temas de amplio interés a nivel del país enteró. Se enfoco en propuestas que hicieran frente a las problemáticas que aborda el país tomando en los tres temas principales que son la economía, educación y seguridad. Fue elogiado por los analistas debido a su edad y visión tan amplia en el tema político y su manera efectiva de comunicarse, destacó por sobre los otros candidatos ya que siempre mostró una postura carismática y un lenguaje accesible para la audiencia, encaraba a los otros candidatos cuando lo debía de hacer pero con todo el respeto necesario ante la situación, su discurso tuvo una amplia expansión mediante las redes sociales lo cual le ayudo a conectar con gran parte de la Población despertando el interés en los votantes en general pero más con la juventud que fue en quienes logro despertar más el interés.</p>
<p><b>Discursos Políticos</b></p>	
<p>Temas abordados</p>	<p>El candidato Daniel Noboa se enfocó en varias problemáticas que aborda el país como la delincuencia y como combatirla ya que aseguro que buscara reforzar a las fuerzas del orden. Otro tema fue la corrupción política que vivió el país donde propuso ideas con el fin de que la ciudadanía vea con transparencia la actividad económica del país a través de una rendición de cuentas y la participación del pueblo en las políticas económicas del país. Se enfoco también en el tema educacional a futuro donde los jóvenes tengan más acceso a oportunidades de formación profesional y técnica.</p>
<p>Estrategias retóricas.</p>	<p>El candidato Daniel Noboa se mostró ante la audiencia como una idea innovadora de política dejando atrás las políticas viejas con una propuesta que destacó en el desarrollo y la innovación del país. Expresó sus ideas de</p>

	<p>forma muy compleja ya que no solo se centró en las palabras, sino que recalcó con estadísticas y datos sus afirmaciones lo cual logró convencer y persuadir a la audiencia de su firmeza ante su plan de trabajo.</p>
<p>Comparación entre Debate de la primera y la segunda vuelta electoral:</p>	<p>Al hacer la comparativa del discurso del candidato Daniel Noboa de sus debates de la primera y segunda vuelta electoral. En el primer debate el candidato podemos notar que se enfocó en la proyección de sus ideas y planes para el desarrollo económico y social del país, en cambio en el segundo debate su postura fue más defensiva recalando con claridad sus ideas haciendo frente a críticas sobre sus ideales en el primer debate.</p>
<p><b>Observaciones Adicional</b></p>	
<p>El candidato Daniel Noboa supo cómo conectar su imagen emocionalmente con el público que lo veía ya que reflejó sus ideas con sus expresiones faciales que jugaron un papel muy importante en el debate siempre tenía cambios en emociones seriedad frente a temas que tenían cierta gravedad en el ámbito político y una sonrisa de optimismo en temas los cuales serían una esperanza para el país.</p>	

**Anexo 3.** Matriz de Análisis del debate de la Segunda vuelta electoral

<b>EVALUACIÓN DE LA MATRIZ DE OBSERVACIÓN</b>	
(Se interpretará los mensajes verbales y no verbales que emite el presidente Daniel Noboa en sus debates de la primera y segunda vuelta electoral)	
<b>Identificación de la Observación</b>	
<b>Evento:</b> Segunda Vuelta Electoral	
<b>Fecha:</b> Domingo 1 de octubre de 2023 a las 19.00 horas Ecuador.	
<b>Participantes:</b> Daniel Noboa, Luisa Gonzales	
<b>Comunicación Verbal</b>	
<b>Eje Económico</b>	
Palabras clave utilizadas	El candidato Daniel Noboa logro generar gran impacto ante el interés de la comunidad con palabras precisas y claves relacionadas con temas de mucho interés en el país como la economía donde implemento términos como empleo, desarrollo sostenible, inversión y uno de los más llamativos desarrollo económico, la disminución de los precios de la electricidad y los combustibles, estos términos llamaron mucho el interés ya que se relaciona directamente con el desarrollo del país.
Tono y estilo de discurso	La estructura del argumento de Daniel Noboa estuvo planteada con mucha coherencia y claridad, dio inició a su discurso con una breve introducción, siguió enfocándose en lo principal para el progreso lo cual es la economía, luego de ello mostrando datos específicos y recomendaciones claras para promover la creación del empleo, el desarrollo económico, captar el interés en la inversión extranjera y hacer un país más competente, lo hizo de una manera muy metódica y razonamiento. Al final concluyó su discurso recalando su responsabilidad con el desarrollo económico del país.
Coherencia y claridad en los mensajes	Logro interpretar y dar a conocer de una manera muy clara sus ideas, supo expresar con mucha claridad sus propuestas sin dar alguna mínima muestra de incertidumbre, optó por un discurso fácil de comprender logrando con esto que el público oyente no se confunda con sus palabras y comprenda sus

	propuestas financieras argumentadas con datos y estudios económicos, esto le apporto veracidad y soporte a sus argumentos.
Argumentación y persuasión.	Respaldo su punto de vista con ejemplos claros utilizando como referencia a otros países que han implementado en sus gobiernos medidas semejantes, recurrió a ir a lo más profundo de las necesidades populares tomando temas muy importantes como el bienestar social y la creación de empleo. Además de esto logro emplear diversos recursos para convencer al público de la factibilidad y efectividad de sus propuestas económicas.
<b>Eje Seguridad</b>	
Palabras clave utilizadas	Utilizo términos interesantes algunas de esas palabras fueron: lucha con la delincuencia y crimen organizado, un espacio de tranquilidad ciudadana, refuerzo de las fuerzas de seguridad, prevención de crímenes, el plan 'Fénix' para garantizar la seguridad y la creación de prisiones en barcos para aislar a los reclusos.
Tono y estilo de discurso	El tono de Daniel Noboa fue muy firme y claro, se enfocó principalmente en las necesidades del pueblo para combatir con mucha eficiencia la delincuencia, su razonamiento estaba muy bien organizado con mucha coherencia ya que estaba muy enfocado en la protección de la ciudadanía. Continúo su discurso con unas cuantas recomendaciones enfocadas en la seguridad nacional donde se pudo notar un enfoque en el aumento de recursos de las fuerzas de seguridad. Posterior a esto, terminó su discurso con una convincente conclusión en la cual recalca el compromiso que tiene como candidato ante el país y su seguridad.
Coherencia y claridad en los mensajes	Resaltó el uso de medidas correctas, concretas y efectivas para abordar el problema de la inseguridad, destacó la necesidad de contribuir de manera general en el control, prevención y combate a la delincuencia. Su mensaje tuvo un buen desenvolvimiento fue muy claro, consiente y coherente permitiendo a la audiencia entender su mensaje dentro de la participación.
Argumentación y persuasión.	El candidato Daniel Noboa logro convencer a la audiencia sobre la importancia de dar prioridad a la seguridad pública en la agenda política optando por un tono seguro y de convencimiento. Además de esto el

	candidato apelo a la lógica y a la razón, presentó ideas efectivas para dar un duro golpe a la delincuencia y lograr despertar confianza sobre las capacidades de su plan de trabajo.
<b>Eje Social</b>	
Palabras clave utilizadas	Daniel Noboa se enfocó en lo que demanda el pueblo y las preocupaciones de la ciudadanía en base a esto, utilizo términos apropiados y convincentes como la educación, salud, empleo y los que despiertan interés como, equidad, inclusión, vivienda, por otro lado, también incluyo planes llamativos como, internet como un recurso básico, el bono para mujeres durante el embarazo, el plan guardería para niños y dentro del sistema escolar el desayuno y almuerzo para estudiantes.
Tono y estilo de discurso	Tuvo un estilo muy organizado de manera eficaz y efectiva, abrió el debate con una pequeña introducción que resalto las necesidades de trabajar en los problemas sociales y enfocarse en los derechos, presentó ideas claras para lograr el desarrollo y con ello lograr un nivel de vida mejor para los ecuatorianos. Optó por un estilo de un enfoque muy directo sobre las políticas sociales, resaltó mucho el ámbito del desarrollo sostenible en la educación enfatizando el almuerzo y el desayuno escolar, la creación de guarderías. A pesar de ser contradicho por Luisa Gonzales ante la ya existencia anterior de una propuesta como lo es el bono para las mujeres durante su periodo de embarazo se mantuvo claro, pero sin dar muchos detalles. Concluyó su diálogo resaltando sus objetivos con la determinación con la equidad social, la labor en equipo para hacerle frente a los desafíos del país.
Coherencia y claridad en los mensajes	En cuanto a la propuesta de Daniel Noboa, debo mencionar que expresó y fundamentó sus ideas con claridad y coherencia. Si bien no detalla sus opiniones sobre las diferencias específicas con respecto al bono existente, se centró en las políticas sociales. Por su parte, sus ideas nunca se presentaron de manera vaga o confusa, y nunca se desviaron de la cuestión comentada, el eje social. Insistió en la igualdad de acceso a los derechos humanos

	<p>básicos, el trabajo y la educación para todos, así como en la posibilidad de que la salud y un lugar donde vivir sea un derecho para toda la población. Su discurso mantenía un mensaje profundo, relacionado con las necesidades reales de la gente promedio, y era fácil de digerir para la audiencia.</p>
<p>Argumentación y persuasión.</p>	<p>Logro generar la confianza ante la población, intuir que él podría con el liderazgo del país frente los conflictos sociales ya que todas sus propuestas sociales estaban basadas en hechos a tiempo real en el estado, el fundamentó sus ideas con información específica, ejemplos e investigaciones profundas y concretas. Por otro lado, recurría a tomar en cuenta la empatía para ser más convincente con la ciudadanía.</p>
<p><b>Eje Político</b></p>	
<p>Palabras clave utilizadas</p>	<p>El candidato Daniel Noboa uso palabras transcendentales que comúnmente se utilizan como compromiso con la ciudadanía, honestidad, transparencia palabras asociadas con la democracia sus objetivos y sus principios, más allá de eso utilizo palabras de mayor impacto como el refuerzo de las fuerzas armadas para una mayor seguridad, liquidación dentro del IESS y la consulta popular.</p>
<p>Tono y estilo de discurso</p>	<p>El candidato inició su discurso tratando de recalcar la importancia dentro del ámbito político de la participación del pueblo en la toma de decisiones y necesidades para el desarrollo sostenible del país, además de esto mostró un carácter muy serio firme y respetuoso.</p> <p>Mediante su intervención mantuvo sugerencias específicas las cuales las enfocaba en tener una mejor gobernación y una estabilidad política más amplia. en su final recalcó su compromiso con el bienestar de la ciudadanía y la democracia, tomo en cuenta la deuda del estado al IESS, mencionó dejar los asuntos personales a un lado, mostro interés por la opinión pública y apoyo al quinto poder del gobierno a realizar una consulta popular sobre la corrupción y el crimen organizado que azota fuertemente al país.</p>

<p>Coherencia y claridad en los mensajes.</p>	<p>Una de las características claves durante la comunicación del candidato donde Noboa fue la capacidad con la cual se expresó siempre optó por una comunicación con claridad y sin ataduras, a cada punto de vista lo sustentaba con estadísticas de las afectaciones económicas que traerían al país lo cual género más confianza ya que venía bien preparado para el cumplimiento de su labor como presidente. Dio a la audiencia ideas claras tanto en el tema de la seguridad como la economía con explicaciones detalladas de cada una de sus estrategias a acatar dentro de su mandato.</p>
<p>Argumentación y persuasión</p>	<p>Acudió a insistir al uso razonable y empático frente al fortalecimiento de las instituciones democráticas, esto con la búsqueda de confianza de la gente frente a sus propuestas y el liderazgo en su talento para lograr un desarrollo del país y consigo llevarlo a un mejor futuro, instó a fomentar un espacio más amplio de diálogo y comprensión entre las amplias fuerzas políticas.</p>
<p><b>Comunicación No Verbal</b></p>	
<p>Lenguaje corporal</p>	<p>El punto clave de la comunicación de Daniel Noboa fue su postura a la hora de hablar mostrándose firme, inquebrantable mostrando su seguridad frente al liderazgo, nunca se doblegó siempre mantuvo sus hombros en lo alto y su espalda de la mejor postura.</p> <p>Su discurso logro una mayor efectividad ya que lo acompañó con el mensaje corporal más enfocado en el juego de las manos frente a cada tema en el cual se enfocaba, un ejemplo de eso fue cuando hablaba de la economía del país llevaba las manos hacia arriba refiriéndose a un crecimiento en la abundancia económica.</p> <p>Con respecto a su competencia electoral la cual no optó por desarrollar un contacto visual teniendo un lenguaje corporal menos eficaz, Noboa se enfocó en la cámara quedándose cerca de ella y así lograr una conexión con los votantes, interesantemente empleo un juego con sus miradas levantando la tensión en un levantamiento de los ojos y la mirada hacia el suelo lo cual hizo que la tensión suba a gran escala.</p>

Expresiones faciales	Noboa mostró un constante bloqueo visual viendo hacia un lado, viendo hacia abajo, parpadeos muy largos, su tomo de voz es muy pasivo, muy bajo, lento, con muchas pausas lo que le quita esa fluidez al hablar que podría no ayudarlo a transmitir esa imagen de liderazgo.
Vestimenta y apariencia	Con respecto a la primera vuelta electoral, hubo una gran mejoría por parte de Daniel Noboa ya que se mostró muy diferente tanto en su vestimenta, porto un saco azul muy transparente, pero sin portar ninguna insignia o logo político, por otro lado, acompañaba este atuendo combinado con una corbata de color morado que hacía una representación de pureza y más allá de esto un juego muy interesante con el color de su partido.
<b>Posicionamiento de la Imagen</b>	
Presencia pasiva	Se pudo notar un gran aspecto del candidato al saber adentrarse en el debate prestando atención muy fijamente y apuntando los puntos más claves de su oponente político Luisa Gonzales, poniendo interés, desarrollando comprensión tanto en sus expresiones como en el diálogo que transmitía con eso logro un mejor manejo del debate a la hora de responder los puntos que Luisa le planteaba.
Presencia activa	Su lenguaje fue un punto clave ya que logro tener un gran desarrollo dentro de la capacidad de gestionar su lenguaje corporal acompañado de sus expresiones faciales logrando demostrar un poco más de confianza y con eso despertar más el interés frente a la población que lo observaba.
Debate segunda vuelta electoral	Daniel Noboa logró despertar el interés frente a muchos conocedores en el ámbito político gracias a su gran discurso y manera de comunicarse en las en los debates políticos, su habilidad para expresar sus ideas y propuestas claramente fue muy destacable en el debate de la segunda vuelta electoral en las elecciones presidenciales de Ecuador en el 2023. El candidato Daniel logró destacar dentro del debate gracias a su gran enfoque en los temas de desarrollo político dentro del país los cuales son la economía, la seguridad y la educación.

	<p>Comenzó su intervención diciendo que hay dos pilares esenciales para mejorar la economía de Ecuador: la disminución de los precios de la electricidad y los combustibles.</p> <p>Además, logró un impacto muy positivo al presentar propuestas muy convincentes frente a las necesidades que atraviesa el país, esta postura logró evidenciar el compromiso del candidato con el desarrollo del país. Su lenguaje muy entendible y tranquilo fue una pieza clave, se destacó por su gran capacidad para lograr comunicar sus estrategias de gobierno las cuales eran muy claras, además de solo sus propuestas también tuvo respaldo con ejemplos.</p>
<b>Discursos Políticos</b>	
Temas abordados	<p>Planteó muchos temas de interés público enfocándose en mejorar las condiciones económicas del país y con ellos la sustentación de la población, dentro de estos temas el principal fue la economía sustentándola con políticas que se anexen con la inversión extranjera como un impulso, todo esto con el fin de que se genere una mayor tasa de empleo para la población ecuatoriana, otro de sus puntos fue la educación enfocándose en mejorar la calidad del sistema educativo tanto básico como universitario ya que también ofreció mayores oportunidades para los jóvenes en el acceso a la educación superior. Uno de los puntos claves de Daniel Noboa fue su enfoque en la delincuencia que está azotando en gran escala al país, prometió medidas para hacerle frente a la inseguridad y así lograr una garantía de la ciudadanía dentro del tema de seguridad.</p>
Estrategias retóricas.	<p>El candidato Daniel Noboa para sostener sus propuestas dentro de su campaña electoral se basó en argumentos enfocados en hechos detallados, pero también recurrió a enfocarse en el estado emocional de la audiencia para lograr crear una conexión entre sus ideas y la audiencia, además es esto es evidente que se basó en una estrategia en la lógica como el punto clave. Gracias a qué el candidato logró transmitir varias emociones como la veracidad y sinceridad frente a sus propuestas las estrategias que utilizó</p>

	<p>tuvieron un gran y buen impacto frente a la audiencia, gracias a su lógica logró la identificación de sus puntos de vista y propuestas con las personas.</p>
<p>Comparación entre Debate de la primera y la segunda vuelta electoral:</p>	<p>Al llegar a una comparación entre los dos debates del candidato Daniel Noboa, se puede recalcar la mejoría en la coherencia en los mensajes y propuestas, aunque si hubo menos preparación en el segundo debate. Mantuvo la misma línea enfocada y precisa en sus ideas, a pesar de que modifico su discurso para que estos se adapten a las audiencias adecuadas de cada debate. En los dos demostró su compromiso con el desarrollo y bienestar del pueblo ecuatoriano. Además, presentó ideas claras y enfocadas en la mejoría sobre el nivel de desarrollo de las vidas de todos los habitantes del Ecuador.</p>
<p><b>Observaciones Adicional</b></p>	
<p>Noboa apunto casi todas las preguntas y replicas que le hicieron, pero sólo en unos pocos casos pudo responderlas con precisión. Preferiría reiterar incansablemente la necesidad de producir electricidad más barata o eliminar de la tabla el consumo de drogas.</p> <p>Atrás quedaron los días en los que sorprendía a los ciudadanos en el primer debate y lo convertía en una opción en el segundo. Esta vez tuvo el efecto contrario: repitió sus comentarios, no respondió preguntas directas y no dirigió el ataque.</p>	

#### Anexo 4. Encuesta aplicada en Google Forms



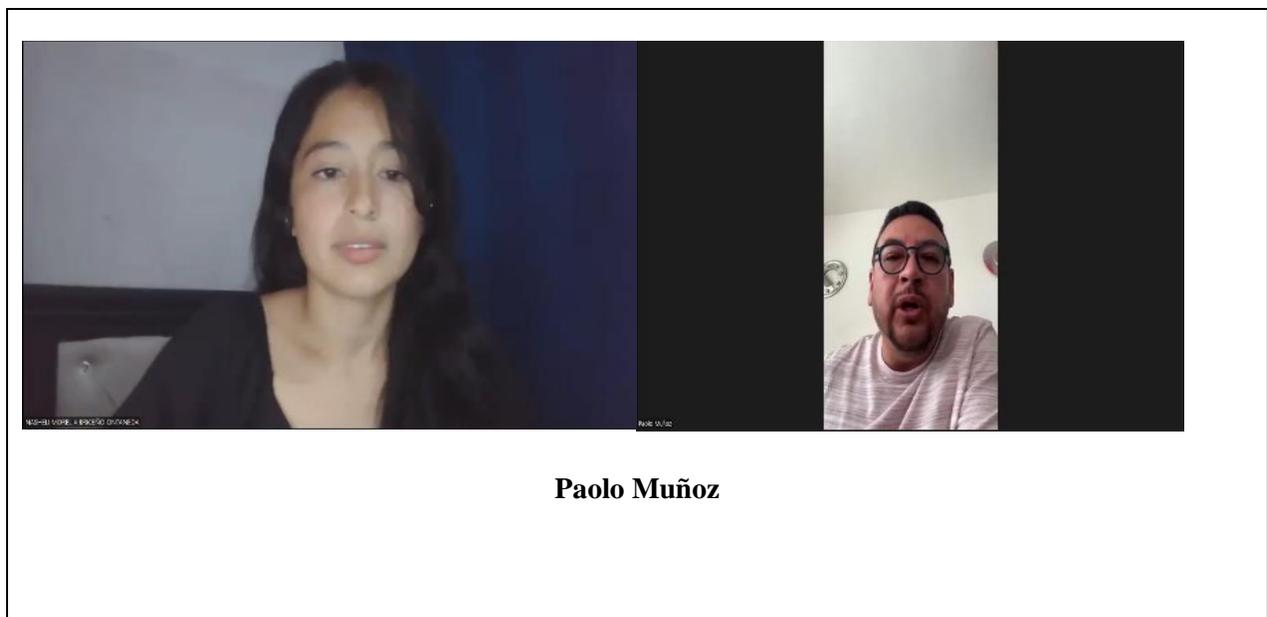
#### Anexo 5. Transcripción de entrevistas

[https://drive.google.com/file/d/1x-spib8S04uXPd2\\_KIylRoFVzVWX5Omb/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1x-spib8S04uXPd2_KIylRoFVzVWX5Omb/view?usp=sharing)

#### Anexo 6. Entrevistas en zoom a expertos en comunicación política

<https://drive.google.com/drive/folders/1ym1wZNCm-20G8QXNWOANGsWiSj5m74Dj?usp=sharing>

#### Anexo 7. Fotos de entrevistas a expertos en comunicación política





**Dario Ayala**



**Pablo Ruiz**

## Anexo 8. Autorización para identidad con fines académicos



**UNL** Universidad  
Nacional  
de Loja

Unidad de Educación  
a Distancia y en Línea

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

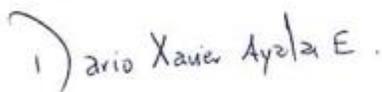
En la ciudad de Loja a los 23 días del mes de mayo de 2024, comparece el ciudadano **Darío Xavier Ayala Erráez** con número de cédula 1104546211 de estado civil **soltero** con domicilio en la ciudad de Loja de 34 años de edad, de profesión **Abogado**, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio del 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 "Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023: Estrategias de la comunicación política y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja" del estudiante **Nasheli Morelia Briceño Ontaneda**, para obtener el título de **Licenciada en Comunicación**, en el 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.

A los 23 días del mes de mayo de 2024.

Firma:

 Darío Xavier Ayala E.

**Nombres completos:** Darío Xavier Ayala Erráez

**Número telefónico:** 0967268191

**Correo Electrónico:** darioayalaorador1@gmail.com



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

En la ciudad de Loja a los 29 días del mes de mayo de 2024, comparece el ciudadano **Paolo Cesar Muñoz Vásquez** con número de cédula 1001574001 de estado civil **divorciado** con domicilio en la ciudad de **Quito** de 47 años de edad, de profesión **Docente y Consultor**, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio del 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 "Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023: Estrategias de la comunicación política y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja" del estudiante **Nasheli Morelia Briceño Ontaneda**, para obtener el título de **Licenciada en Comunicación**, en el 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.

A los 29 días del mes de mayo de 2024.

Firma:

**Nombres completos:** Paolo Cesar Muñoz Vásquez

**Número telefónico:** 0 99 842 3733

**Correo Electrónico:** paolo@paolomunoz.com



unl

Universidad  
Nacional  
de Loja

Unidad de Educación  
a Distancia y en Línea

## AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de **Loja** al 1 día del mes de **junio** de **2024**, comparece el ciudadano **Pablo Ruiz Aguirre** con número de cédula **1104083348** de estado civil **casado** con domicilio en la ciudad de **Loja** de **35** años de edad, de profesión **Docente**, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio del 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 “Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023: Estrategias de la comunicación política y su impacto en la opinión pública en la provincia de Loja” del estudiante **Nasheli Morelia Briceño Ontaneda**, para obtener el título de **Licenciada en Comunicación**, en el 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.

Al 1 día del mes de junio de 2024.

Firma:



PABLO JOSE RUIZ  
AGUIRRE

**Nombres completos:** Pablo Ruiz Aguirre

**Número telefónico:** 0 991868044

**Correo Electrónico:** pabloruizaguirre@gmail.com

Educamos para **Transformar**

## Anexo 9. Certificación de traducción en inglés



Loja, 12 de agosto de 2024

Lic. Karina Yajaira Martínez Luzuriaga

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN INGLÉS**

### **CERTIFICO:**

Yo, **Karina Yajaira Martínez Luzuriaga** con cédula de identidad Nro. **1104902679**, **Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Inglés** por la Universidad Técnica Particular de Loja, con número de registro 1031-2022-2574017 en la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, señalo que el presente documento es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación denominado **ESTUDIO DE LA CONSTRUCCIÓN Y PROYECCIÓN DE LA IMAGEN DE DANIEL NOBOA A LA PRESIDENCIA DEL ECUADOR EN LAS ELECCIONES DEL 2023: ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA PROVINCIA DE LOJA**, elaborado por la Srta. **Nashell Morella Briceño Ontaneda**, con cédula de identidad Nro. **1950178457**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación** en la Unidad de Educación a Distancia y en Línea de la Universidad Nacional de Loja.



Lic. Karina Yajaira Martínez Luzuriaga

C.I. 1104902679

REGISTRO SENESCYT N°: 1031-2022-2574017