



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA COMUNICACIÓN**

Título:

**Uso de la red social TikTok para la difusión en la gestión del alcalde
Oscar Monge del cantón Sigchos periodo (agosto 2022-febrero 2023)**

**Trabajo de Titulación para optar al título de licenciada en
comunicación**

Autor:

Oña Angamarca Tatiana del Rocío

Tutor:

Mgs. Raúl Edison Lomas

Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Oña Angamarca Tatiana del Rocio, con cédula de ciudadanía 0550024772, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: Uso de la red social Tik-Tok para la difusión en la gestión del alcalde Oscar Monge del cantón Sigchos periodo (agosto 2022-febrero 2023), certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 07 de febrero de 2024.



Oña Angamarca Tatiana del Rocio

C.I: 0550024772

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR



DIRECCIÓN ACADÉMICA
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACHI-RGF-01-04-02.19

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **Raúl Edison Lomas Badillo**, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas; por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “ **Uso de la red social Tik-Tok para la difusión en la gestión del alcalde Oscar Monge del cantón Sigchos periodo (agosto 2022–febrero 2023)**”, bajo la autoría de **Tatiana del Rocio Oña Angamarca**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 05 días del mes de mayo de 2024

Mes: Raúl Edison Lomas

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

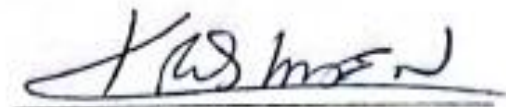
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **USO DE LA RED SOCIAL TIKTOK PARA LA DIFUSIÓN DE LA GESTIÓN DEL ALCALDE ÓSCAR MONGE DEL CANTÓN SIGCHOS (PERIODO AGOSTO 2022 - FEBRERO 2023)**, presentado por **TATIANA DEL ROCIO OÑA ANGAMARCA**, con cédula de identidad número **0550024772**, bajo la tutoría de Mgs. Raúl Lomas Badillo, certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchado la sustentación por parte de su autor, no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos

Dr. Julio Bravo Mancero. PhD
PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADO



MBA. Carlos Larrea Naranjo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Alejandra Carpio
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **Oña Angamarca Tatiana del Rocío** con CC: **0550024772**, estudiante de la Carrera **de Comunicación**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas** ; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"Uso de la red social Tik-Tok para la difusión en la gestión del alcalde Oscar Monge del cantón Sigchos periodo (agosto 2022-febrero 2023)"**, cumple con el **4 %**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **Turnitin**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 26 de abril de 2024

Mgs: Raúl Edison Lomas.
TUTOR(A)

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado a Dios, a mis padres Marcia Angamarca y Octavio Oña quienes con mucho esfuerzo y su apoyo de manera incondicional me han ayudado a seguir por este camino, que ambos siempre han estado dispuestos a ayudarme y que no me falte nada en este proceso estudiantil.

A mis hermanas Yadi y Kimberly y mi hermanito Jefferson Oña Angamarca, por haber formado parte de este trayecto, por siempre haber confiado en mí y por su apoyo incondicional.

A mis sobrinos Erick y Alessandro que con sus risas y llantos siempre fueron motivo de alegría, para seguir adelante con mis estudios, siendo una persona buena y un gran ejemplo para ellos.

A mi Rocky, mi perrito que fue mi apoyo y compañía durante mi vida estudiantil.

Hoy quiero que sepan lo agradecida que estoy con cada uno de ustedes y con mucho amor les digo gracias por estar conmigo y sé que siempre contare con ustedes, los amo.

Tatiana del Rocio Oña Angamarca

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento primero a Dios, a mis padres, mis hermanos que siempre me han brindado su apoyo incondicional en las buenas y en las malas, a mis compañeros de clase con quienes compartí momentos especiales, de manera especial a la prestigiosa Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas y la Carrera de Comunicación Social, por tener el placer de formar parte de ella. A los prestigiosos docentes que han sabido brindar sus conocimientos y enseñanzas para generar estudiantes universitarios dignos de labor. También expresar mi sincero agradecimiento al Msc. Raúl Lomas docente tutor quien con su paciencia y apoyo me ha incursionado al cumplimiento efectivo de este proyecto de investigación.

Tatiana del Rocio Oña Angamarca

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA.....	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS.....	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I	16
INTRODUCCIÓN.....	16
1.1 MARCO REFERENCIAL	17
1.1.1. Planteamiento del problema.....	17
1.2. OBJETIVOS	18
1.2.1. General	18
1.2.2. Específicos	18
CAPÍTULO II.....	19
2 MARCO TEÓRICO.....	19
2.1. Estado del arte	19
2.2. Fundamentación teórica	19
2.2.1. Comunicación	19
2.2.2. Teoría funcionalista.....	21
2.2.3. Hipertexto.....	22
2.2.4. Comunicación digital.....	23
2.2.5. La revolución digital.....	25
2.2.6. Comunicación visual	26
2.2.7. Comunicación pública.....	28
2.2.8. Comunicación política.....	29

2.2.9.	Redes sociales	31
2.2.10.	Tik tok.....	33
2.2.11.	Contenidos políticos en tik tok	34
2.2.12.	Comunicación estratégica	35
2.3.	Variables y operacionalización de variables	37
2.3.1.	Variable independiente	37
2.3.2.	Variable dependiente.....	37
2.3.3.	Operacionalización de variables	37
CAPÍTULO III		38
3 METODOLOGÍA		38
3.1.	Tipo de investigación.....	38
3.1.1.	Investigación descriptiva:	38
3.1.2.	Investigación de campo:.....	38
3.2.	Método de investigación.....	38
3.2.1.	Método inductivo-deductivo:.....	38
3.2.2.	Método analítico:	39
3.2.3.	Método cualitativo:.....	40
3.3.	Diseño de investigación	41
3.3.1.	Investigación:	41
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
3.4.1.	Técnicas	42
3.4.2.	Instrumentos	43
3.5.	Población de estudio y tamaño de muestra,	47
3.5.1.	Población	47
3.5.2.	Muestra.....	47
3.6.	Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	47
3.6.1.	Matriz de análisis de contenido	48
3.6.2.	Entrevistas.....	49
3.6.3.	Estrategias comunicacionales para la difusión de contenidos en la plataforma de TikTok	58
CAPÍTULO IV		60
4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		60

CAPÍTULO V	62
5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
5.1. Conclusiones.....	62
5.2. Recomendaciones.....	63
CAPÍTULO VI	64
6 PROPUESTA	64
6.1. Matriz de análisis de contenido	64
6.1.1. Introducción	64
6.1.2. Justificación.....	65
6.1.3. Objetivos.....	66
BIBLIOGRAFÍA	68
ANEXOS	77
Anexo 1	77
Perfil del alcalde	77
Anexo 2	78
Matriz de análisis de contenidos.....	78
Anexo 3	129
Guía de preguntas	129
Anexo 4	130
Entrevista 1	130
Anexo 5	132
Entrevista 2	132
Anexo 6	133
Entrevista 3	133
Anexo 7	134
Entrevistas	134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Datos generales del perfil del alcalde Oscar Monge	53
Tabla 2. Datos generales de las interacciones en los contenidos publicados	53
Tabla 3. Expertos entrevistados.....	56
Tabla 4. Cuadro resumen de los contenidos	57

Tabla 5.	Matriz de entrevistas	58
Tabla 6.	Análisis de contenido	58
Tabla 7.	Análisis de contenido	59
Tabla 8.	Análisis de contenido	60
Tabla 9.	Análisis de contenido	60
Tabla 10.	Análisis de contenido	61
Tabla 11.	Análisis de contenido	62
Tabla 12.	Análisis de contenido	62
Tabla 13.	Análisis de contenido	63
Tabla 14.	Análisis de contenido	64
Tabla 15.	Análisis de contenido	64
Tabla 16.	Análisis de contenido	65
Tabla 17.	Análisis de contenido	66
Tabla 18.	Análisis de contenido	66
Tabla 19.	Análisis de contenido	67
Tabla 20.	Análisis de contenido	68
Tabla 21.	Análisis de contenido	68
Tabla 22.	Análisis de contenido	69
Tabla 23.	Análisis de contenido	70
Tabla 24.	Análisis de contenido	70
Tabla 25.	Análisis de contenido	71
Tabla 26.	Análisis de contenido	72
Tabla 27.	Análisis de contenido	72
Tabla 28.	Análisis de contenido	73
Tabla 29.	Análisis de contenido	74
Tabla 30.	Análisis de contenido	75
Tabla 31.	Análisis de contenido	75
Tabla 32.	Análisis de contenido	76
Tabla 33.	Análisis de contenido	77
Tabla 34.	Análisis de contenido	78
Tabla 35.	Análisis de contenido	78
Tabla 36.	Análisis de contenido	79
Tabla 37.	Análisis de contenido	80

Tabla 38.	Análisis de contenido	81
Tabla 39.	Análisis de contenido	81
Tabla 40.	Análisis de contenido	82
Tabla 41.	Análisis de contenido	83
Tabla 42.	Análisis de contenido	84
Tabla 43.	Análisis de contenido	84
Tabla 44.	Análisis de contenido	85
Tabla 45.	Análisis de contenido	86
Tabla 46.	Análisis de contenido	87
Tabla 47.	Análisis de contenido	87
Tabla 48.	Análisis de contenido	88
Tabla 49.	Análisis de contenido	89
Tabla 50.	Análisis de contenido	90
Tabla 51.	Análisis de contenido	90
Tabla 52.	Análisis de contenido	91
Tabla 53.	Análisis de contenido	92
Tabla 54.	Análisis de contenido	93
Tabla 55.	Análisis de contenido	93
Tabla 56.	Análisis de contenido	94
Tabla 57.	Análisis de contenido	95
Tabla 58.	Análisis de contenido	96
Tabla 59.	Análisis de contenido	96
Tabla 60.	Análisis de contenido	97
Tabla 61.	Análisis de contenido	98
Tabla 62.	Análisis de contenido	99
Tabla 63.	Análisis de contenido	100
Tabla 64.	Análisis de contenido	100
Tabla 65.	Análisis de contenido	101
Tabla 66.	Análisis de contenido	102
Tabla 67.	Análisis de contenido	103
Tabla 68.	Análisis de contenido	103
Tabla 69.	Análisis de contenido	104
Tabla 70.	Análisis de contenido	105

Tabla 71. Análisis de contenido	106
Tabla 72. Análisis de contenido	106
Tabla 73. Análisis de contenido	107
Tabla 74. Análisis de contenido	108
Tabla 75. Entrevista 1.....	150
Tabla 76. Entrevista 2.....	151
Tabla 77. Entrevista- pregunta 1	109
Tabla 78. Entrevista - pregunta 2	110
Tabla 79. Entrevista- pregunta 3	111
Tabla 80. Entrevista- pregunta 4	113
Tabla 81. Entrevista - pregunta 5	114
Tabla 82. Entrevista- pregunta 6	115
Tabla 83. Entrevista - pregunta 7	116
Tabla 84. Entrevista- pregunta 8	118
Tabla 85. Entrevista- pregunta 9	118
Tabla 86. Entrevista- pregunta 10	120
Tabla 87. Entrevista- pregunta 11	121
Tabla 88. Entrevista - pregunta 12	123
Tabla 89. Entrevista - pregunta 13	124
Tabla 90. Entrevista - pregunta 14	125
Tabla 91. Entrevista - pregunta 15	127

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se enfoca en el análisis sobre el uso de la red social TikTok para la difusión de la gestión del alcalde Oscar Monge del cantón Sigchos periodo (agosto 2022-febrero 2023). La metodología que se utilizó es cualitativa y se apoya en la teoría funcionalista. Se desarrollaron varias técnicas investigativas, como revisión bibliográfica, análisis de contenidos y entrevistas, que permitieron establecer estrategias comunicacionales con el fin de mejorar el tratamiento de información en las redes.

La investigación se centra en examinar cómo el uso de TikTok determina la facilidad de interactuar, dar a conocer y abordar diferentes temas del usuario con su audiencia, se ha investigado como la plataforma genera un gran impacto en la sociedad digital.

Las redes sociales en la actualidad son fuentes importantes para la difusión de contenidos por parte de un actor político, donde se conoce la aceptación o el rechazo de la ciudadanía. Los resultados obtenidos resaltan que una matriz de análisis de contenidos es fundamental en el uso de la plataforma TikTok, al ser una buena estrategia comunicacional, siempre y cuando se lleve una planificación clara de lo que se quiere dar a conocer a la sociedad de forma directa.

El uso de TikTok debe mantener una planificación bien estructurada, se concluye que la plataforma ha demostrado ser una herramienta poderosa para la difusión de contenidos o mensajes políticos, destacando la influencia en la opinión pública, especialmente en los jóvenes.

Palabras claves: TikTok, política, análisis de contenido, evolución digital, influencia colectiva.

ABSTRACT

This research focuses on the analysis of the use of the social network TikTok for the dissemination of the administration of Mayor Oscar Monge of Sigchos canton (August 2022-February 2023). The methodology used is qualitative and is based on functionalist theory. Several research techniques were developed, such as literature review, content analysis and interviews, which allowed establishing communication strategies to improve the treatment of information in the networks. The research focuses on examining how the use of TikTok determines the ease of interacting, making known and addressing different topics of the user with his audience, it has been investigated how the platform generates a great impact on digital society. Social networks are currently important sources for the dissemination of content by a political actor, where the acceptance or rejection of citizens is known. The results obtained highlight that a content analysis matrix is fundamental in the use of the TikTok platform, as it is a good communicational strategy, as long as there is a clear planning of what is to be made known to society in a direct way. The use of TikTok should maintain a well-structured planning, it is concluded that the platform has proven to be a powerful tool for the dissemination of political content or messages, highlighting the influence on public opinion, especially in young people.

Keywords: TikTok, politics, content analysis, digital evolution, collective influence.



Reviewed by:

M.Ed. Jhon Inca Guerrero.

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0604136572

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales en la actualidad se han convertido en canales principales de información, comunicación o entrenamiento. Principalmente, TikTok se ha vuelto tendencia a nivel nacional e internacional, misma, que busca captar la atención instantánea de la audiencia de manera oportuna e instantánea. Es así, que la plataforma digital dentro de la difusión de contenidos del alcalde Óscar Monje, del cantón Sigchos, se ha vuelto importante dentro de la sociedad, convirtiéndose en una comunicación digital directa.

Ecuador uno de los países que ha optado por el desarrollo de la comunicación política en plataformas digitales, de tal manera que la evolución tecnológica ha marcado en su mayoría cambios en el ecosistema comunicativo, donde de una forma innovadora se han presentado todo tipo de contenidos que son diferentes y radican dentro de la sociedad actual. Asimismo, es fundamental mencionar que este canal en internet trabaja en torno a la juventud: por ende, cada personaje político que trabaje junto a esta página debe focalizar sus estrategias y medidas accesibles al fenómeno comunicacional juvenil.

En este trabajo de investigación analizamos cada uno de los contenidos difundidos en la plataforma digital, para el desarrollo de la gestión política del alcalde del cantón Sigchos Óscar Monge, donde se podrá visualizar el uso de TikTok como fuente de comunicación. Considerando que la comunidad sigchense en su mayoría dispone de dispositivos tecnológicos que instantáneamente proceden al consumo de información mediante la influencia de redes, con una audiencia bastante amplia, sobre todo nuevas tendencias comunicativas.

El internet en la actualidad busca la manera más rápida de llegar a la ciudadanía, donde las redes juegan un papel muy importante enfocado principalmente en solventar las necesidades de las personas para poder informarse, participar, decidir, debatir e interactuar, además sugerir y opinar sobre los representantes políticos, es así como, el uso de esta red social ha beneficiado en su mayoría a la difusión de contenidos políticos en el ambiente digital, bajo la figura de nuevas prácticas comunicativas enfocadas en dar a conocer la realidad a la ciudadanía y que sean partícipes de la misma.

1.1 MARCO REFERENCIAL

1.1.1. Planteamiento del problema

La presente investigación trata sobre el uso de la red social TikTok para la difusión en la gestión del alcalde Óscar Monge del cantón Sigchos periodo agosto 2022 - febrero 2023), de tal manera, conocer las diferentes estrategias que se utilizaron para llegar a la ciudadanía, donde también, nos enfocamos en el objetivo principal por el cual se crea contenidos en esta plataforma, si los productos elaborados son profesionales, verificando si atienden las necesidades y aspectos importantes que requiere la comunidad digital, de esta forma conocer si han logrado captar la atención del público con videos de 30 segundos hasta los 3 minutos.

La plataforma digital ha sido tendencia nacional y ha ganado espacios en ambientes políticos, mediáticos y electorales, donde esta red busca dar prioridad a contenidos audiovisuales de manera poco profesional, así mismo llegar con grandes espectáculos a varios sectores con distintas narrativas.

Se determina también que con los datos obtenidos del estudio previo, esta plataforma en la actualidad ha pasado de ser un medio de entretenimiento a ser un medio informal de la comunicación, además tiene una gran influencia dentro de la sociedad juvenil, así también vemos que este medio de una u otra forma muestra defectos como comentarios racistas que se incorporan rápidamente en este medio, es así que la demanda de la red es una constante evolución, debido a que maneja tendencias de entretenimiento y curiosidades sociales de distintas maneras, sin embargo, se va haciendo accesible a un medio de entretenimiento con información diferente e inmediata.

No obstante, en los contenidos difundidos por el alcalde Óscar Monge durante la gestión para su campaña en el periodo agosto - febrero 2023 se han desarrollado con cautela, en donde cada una de sus narrativas tienen un propósito con las comunidades del cantón, donde en cada publicación muestra múltiples actividades y acciones del plan de trabajo que responde a las necesidades de la ciudadanía.

Por consiguiente, aquí radico el valor de la siguiente investigación donde se encuentra 71 videos que fueron utilizados para la campaña política con contenidos audiovisuales, mediante la influencia de los jóvenes que en la actualidad fomentan la

interacción social entretenida y buscan llegar con la comunicación informativa en una plataforma digital.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. General

- Analizar el uso de la red social Tik-Tok para la difusión en la gestión del alcalde Oscar Monge del cantón Sigchos periodo (agosto-febrero 2023)

1.2.2. Específicos

- Identificar los contenidos comunicativos difundidos en la red social Tik Tok para la gestión a la alcaldía del cantón Sigchos 2023.
- Establecer las estrategias comunicacionales del alcalde Óscar Monge dentro de la plataforma de Tik Tok.
- Elaborar una matriz de análisis de contenidos de los videos publicados en la red periodo agosto 2022 – febrero 2023.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

Una vez revisado ciertos sitios web de información, repositorios de la Universidad a nivel nacional e internacional, es importante mencionar que dentro de la Universidad existen investigaciones que hacen referencia al uso de Tik Tok, mismas que son desarrolladas para conocer el alcance de la plataforma dentro de las campañas políticas y sobre todo en la difusión sobre la gestión de los actores políticos, la base en los resultados se puede determinar que el porcentaje generado en el uso de esta plataforma digital hacen más referencia a los contenidos con interacción social, donde estas presentan información y a la vez genera entretenimiento.

Una vez desarrollada la aplicación de las variables, tanto independiente como dependiente es importante establecer que desde ese punto se pudo determinar y conocer cada una de las temáticas a desarrollar dentro del marco teórico en el presente trabajo de investigación.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Comunicación

La comunicación se define como un proceso fundamental donde, implica la transmisión de lenguajes diferentes, además de la recepción de información, ideas, sentimientos o mensajes entre dos o más personas, puede ser también entre instituciones, organizaciones, o entidades, así mismo, es la interacción que se realiza mediante las redes sociales es decir por medios digitales.

Paoli (1997), señala que “La comunicación es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado” (pg.11). además de los procesos de interacción con la sociedad que se han evolucionado con el paso del tiempo, debido a que desde la antigüedad la comunicación ha sido uno de los medios importantes para poder transmitir información de un lugar a otro o de una persona a otra, así también establece una manera eficaz de transmitir, compartir e intercambiar ideas que deben ser comprendidos, y manejados en los mismos entornos sociales.

Por otro lado, la comunicación siempre está presente en cada parte de la vida humana, ya sea en el ámbito educativo, profesional, cultural, social entre otros, misma, que se desempeña en un papel crucial dentro del mantenimiento y el desarrollo de las relaciones sociales, además, es importante señalar que la comunicación efectiva implica no solo transmitir el mensaje de manera clara y precisa, sino ejecutarla con veracidad.

Serrano, Raigada, Sanz, & Fernandez, (1982) afirma que “la comunicación aparece como una forma de relacionarse a propósito del mundo por el conocimiento compartido. La comunicación se interesa en ese conocimiento, en cuanto que puede ser transmitido, y en cuanto que se elabora precisamente para ser transmitido” (p.104). La colectividad ha creado la habilidad de comunicarse, con base a las necesidades de comprenderse entre su entorno, mediante una serie de actividades y acciones, como son el sistema de signos, símbolos, imágenes, señas, palabras, gráficos, garabatos y que actualmente ha mejorado mediante audios, videos, llamadas, mensajes gracias a la tecnología.

Gómez y Simón (2016) señalan que la comunicación “No se trata solamente de transmitir información, sino de expresar ideas, opiniones, sentimientos, emociones, tanto de un lado emisor, como del otro receptor” (p.5). Por lo mismo, las necesidades de relacionarse unos con otros ha ayudado al desarrollo y evolución del conocimiento comunicativo en función a la expresión y comprensión del intercambio de información.

La comunicación más allá de transmitir determinadas acciones son procesos que captan información, para luego ser distribuidas de manera rápida con toda la audiencia, de esta manera establecer una conexión accesible entorno a la sociedad. Además de emitir todo tipo de contenido y expresiones con el único propósito de mantener un lenguaje propio y específico de manera directa en la sociedad manifiesta (Caizapanta, 2019).

De tal forma, que la comunicación se ha convertido en un espacio muy importante dentro de la sociedad actual, misma que innova el conocimiento y la capacidad de comprender, Así también, Guillermo & Vera, (2006) afirma “la comunicación utiliza a la información como una herramienta para lograr una retroalimentación dentro del contexto organizacional por medio de mensajes” (p.209), además busca la manera de llegar al entendimiento de todos, donde varios aspectos comunicativos han jugado un papel muy importante en el que se establece y conoce la realidad necesaria de compartir una serie de

actividades, donde todos los seres vivos se comunican de distintas maneras, pero siempre se encuentran en constante proceso de renovación comunicativa.

2.2.2. Teoría funcionalista

La teoría funcionalista se centra en los medios de comunicación masiva que de forma espontánea se establecen dentro de los principales efectos comunicacionales que interactúan con la colectividad para de esta forma lograr la comprensión y persuasión promovida por el mensaje difundido en cada contenido, además del mismo proceso comunicativo que se promueve de forma lineal, sencilla o unidireccional presentados en la sociedad.

Villamarín (2019) señala que el funcionalismo “es el comportamiento del hombre de acuerdo con sus conductas y el rol que este tiene dentro de una sociedad. De acuerdo con la calidad de información que el hombre observe en los medios de comunicación, este es visto como clasificador y consumidor de la información proporcionada” (p.8).

En su enfoque, la teoría funcional caracteriza y adopta un modelo orgánico de sociedad, que puede ser utilizado para determinar sus relaciones y comportamiento, que equilibra la estructura, las relaciones de la sociedad, así elimina los conflictos y contradicciones sociales. Además, reconstruye la racionalidad, que se reconoce como un sistema que requiere la integración de diferentes clases sociales, menciona (Castro, 2020).

Esta teoría se establece desde las ciencias sociales, misma que desde la sociología y la antropología se caracteriza como la interacción social. Cadenas (2016) afirma “el pensamiento funcionalista está fuertemente anclado en la estructura profunda de las ciencias sociales y, a pesar de su permanente crisis de popularidad, difícilmente podrían darse por superados sus temas y conceptos” (p.198).

El funcionalismo afirma que el propósito de los medios es siempre influir en el receptor, quien a su vez tiene necesidades que los medios deben satisfacer. De esta guía se pueden destacar cuatro momentos en los que los investigadores de la comunicación social han desarrollado diferentes teorías que tratan de explicar el impacto de los mensajes que envían los medios de comunicación sobre el público manifiesta (Botero, 2012).

El funcionalismo se establece en el análisis de los mensajes que son transmitidos a través de los medios masivos, para de esta manera lograr la comprensión de los efectos en

relación con la sociedad, también esta teoría es una de las perspectivas que tuvo más poder en el estudio de la comunicación masiva afirma (Estrada, 2020).

2.2.3. Hipertexto

Hipertexto son nuevas formas asociadas a la comunicación e información, que se desarrolla con base a la navegación por Internet a través de diferentes vínculos, que son presentados bajo ciertos documentos, determinados como el dominio de la forma exacta de mantener la interacción comunicativa en la sociedad, mismo que están establecidos mediante textos, imágenes, videos, sonidos y otros recursos, que están interconectados y posibilitan la relación entre ciertas fuentes con interacción profunda a través de conexiones razonables entre usuarios y plataformas digitales.

Martín (2003), menciona que “el hipertexto o hipermedio electrónico es una forma de comunicación propia de nuestra sociedad “multimedial” (p.16). Misma que está vinculada al internet que permiten el enlace propio para el desarrollo de la interacción y el establecimiento de la adaptación a la comunicación, que de una u otra forma la colectividad tenga la facilidad de acceder a la información a través de diversos lenguajes sociales, permitiendo el libre accionar de los usuarios bajo el procesamiento digital.

Calderón & Pacheco (1998) afirman que “hipertexto se refiere a una escritura no secuencial, a un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que le sea mejor en una pantalla interactiva” (p.160), así mismo, este se basa en el principio de no secuencialidad, lo que significa que los usuarios no están reducidos a seguir una orden cronológica, que permite a la audiencia acceder a contenidos vinculados y no lineales mediante conexiones digitales que son determinantes en su mayoría

Así mismo, el hipertexto dentro de la sociedad se determina como acciones reales para administrar y organizar información donde la información se vincula entre varias redes conectados entre sí. Campás (2007) señala “El hipertexto es una tecnología de la información que tiene como principal característica la capacidad de emular la organización asociativa de la memoria humana” (p.41). De tal forma, que los contenidos se muestran asociadas a la realidad y se profundizan en la tecnología, además que contienen textos, también contienen gráficos, imágenes, sonido, animaciones, entre otras, que de una u otra forma son ejecutables

en base a las necesidades que dominan la hipermedia dentro del hipertexto como una forma de comunicarse.

El hipertexto es una base de datos, donde la información es significativamente grande en estructura y volumen, similar en características a muchas bases de datos para la generalización de datos. Aunque la estructura de datos difiere en forma de las estructuras comunicativas de datos tradicionales donde muchos sistemas son capaces de almacenar información utilizada en hipertexto. Además, los hipertextos han sido implementados, realizados y disponibles en diferentes plataformas que satisfacen plenamente todas las expectativas del usuario menciona (Bianchini, 1999).

Deermer (1999) afirma “El hipertexto es el lenguaje de la exploración y el descubrimiento, y por eso es perfecto para convertirse en la lengua materna de la era de la información” (p.150), misma que se caracteriza por tener una forma de estructurar y exponer información en base a la navegación y la experiencia desarrollada por la persona, permitiendo de esta forma una interconexión, además que facilita el acceso al conocimiento como a la exploración en relación a los temas dinámicos y personalizados.

2.2.4. Comunicación digital

En la actualidad, la comunicación digital ocurre en entornos más complejos porque los usuarios pueden comunicarse a través de diferentes medios y canales casi simultáneamente, donde se puede abordar el intercambio de información y conocimiento a través de cualquier medio codificado en una forma legible por un dispositivo electrónico. Así mismo los sitios de redes sociales son el ejemplo más conocido de comunicación digital.

Téllez & Ramírez (2021) afirma que en la comunicación digital se han generado “Los cambios desde la aparición de los medios digitales gracias a Internet, en especial gracias a la segunda generación de la red –la web 2.0- abrieron la posibilidad de usar diversos” (P.47). Sin embargo, también presenta grandes retos dentro de la privacidad, como de la seguridad de los datos, así también de la autenticidad dentro de la información debido a las fake news.

La web 2.0 no solo permite comprar y vender productos y servicios en línea, sino que también incluye nuevas estrategias de comunicación para interactuar con el público. Su impacto en el mundo de la comunicación corporativa es innegable, cambiando las estrategias de comunicación de muchas organizaciones. Y otros que antes no la tenían empiezan a

preocuparse por ellos. La importancia de los nuevos medios debe hacer que los gerentes, directores, propietarios y personal de marketing y comunicación se ocupen de las actividades de comunicación a través de los medios en línea, sostiene (Marín & Gómez, 2021).

La comunicación digital es la apertura de nuevas estrategias para comunicarse, interactuar, relacionarse, y transmitir información, donde este debido al internet se ha convertido en un instrumento fundamental dentro de la comunicación, misma que se ha enfocado en expandir su actividad y evolución, permitiendo una interacción más personalizada con sus públicos a través de la comunicación digital.

Para Scolari (2008), el concepto primordial que inicia con la comunicación digital es que “los sistemas digitales también permiten que las señales sean amplificadas, moduladas, archivadas, identificadas, reconvertidas y reproducidas manteniéndose idénticas al original, sin perder información” (p. 80). De tal manera, hace referencia al proceso productivo y las nuevas formas de comunicación. Es decir, este es el proceso que permite cambiar de lo parecido a lo exclusivo y nace del interés por reducir las distorsiones o pérdidas de información.

El Internet se está convirtiendo en un aliado en el turismo y la preservación del patrimonio cultural, permitiendo a los países difundir información sobre su cultura e identidad, mostrarse al mundo y ubicarse en la sociedad actual. Esta herramienta ofrece una diferencia con el aislamiento tradicional de las comunidades, permitiéndoles abrirse al mundo y posibilita una comunicación fluida con otros actores y otras realidades, eliminando las barreras de espacio y tiempo, identidad y nivel socioeconómico manifiesta (Andrade, 2019).

Aguilera (2019) afirma “La comunicación digital surge con la utilización de nuevas tecnologías que se han introducido de manera radical y veloz en el campo de la comunicación social, lo cual favorece a los usuarios en su forma de comunicarse al instante” (p.26). Además, que este se refiere al intercambio de información, datos, ideas y mensajes a través de dispositivos tecnológicos como redes sociales, así como también implica la emisión de información mediante medios digitales.

Este tipo de comunicación ha generado grandes cambios donde se ha visto reflejado el intercambio de información y conocimiento con las herramientas digitales. Estos medios

son las nuevas áreas profesionales más exitosas dentro de la comunicación, misma que se enfoca en analizar, planificar y medir el logro alcanzado a través de la digitalización de los medios de comunicación.

2.2.5. La revolución digital

Desde la aparición de las nuevas formas de comunicación se han generado grandes cambios en el ecosistema mediático. Donde las nuevas formas de comunicación han llamado mucho la atención, antes los consumidores que dedicaban mucho tiempo a la prensa, la radio y la televisión, al cabo de unos años empezaron a dedicar más tiempo a muchos medios online, redes sociales, videojuegos, blogs, con dispositivos como teléfonos móviles o los dispositivos de transmisión.

La revolución digital se basa en el desarrollo, conocimiento y la misma adopción establecida en la tecnología. García (1998) “La verdadera evolución del cine de animación se produjo por las técnicas digitales” (p.14), donde la digitalización ha democratizado el acceso a la información, permitiendo la accesibilidad social, además que la innovación tecnológica no solo se ha dado en el ámbito informativo, sino que también se ha desarrollado en el entretenimiento, el cine e incluso en el hogar, entre otros ambientes.

Scolari (2012) menciona “la difusión capilar de las redes de intercambio de datos y el desarrollo de nuevos interfaces generaron un cambio radical en la vida humana similar al que, dos siglos antes, había producido la máquina de vapor” (p.2). De tal manera, que la sociedad se va adaptando a la innovación de los medios comunicacionales donde se desarrollan nuevas experiencias en el consumo e intercambio de contenidos digitales, mismos que se determinan con base a la actualización radical de la vida informativa.

Pérez (2015) señala “la revolución digital se parece cada vez más a un nuevo planeta en el que tenemos que aprender a vivir, caracterizado por un asalto de proporciones desconocidas a la atención” (p.3). Sin embargo, la digitalización ha sido un amplio proceso de transformación, mismo que ha generado un gran cambio que ha sido impulsado por la innovación de las tecnologías digitales en múltiples aspectos de la sociedad, con una accesibilidad desarrollada en base al conocimiento e inteligencia artificial.

Las nuevas formas de comunicación participativa y colaborativa no solo han cambiado el ecosistema mediático, sino que también han dejado un impacto, por ejemplo,

en la educación, la política o el arte. La escuela puede haber sido la institución que más tardó en adaptarse al nuevo ecosistema mediático, donde la institución se mantuvo fiel a sus protocolos y métodos de enseñanza-aprendizaje durante décadas, provocando un creciente descontento entre todos los revolucionarios. Mientras que otros campos se adaptaron rápidamente a las nuevas condiciones tecnológicas, donde a menudo no eran tan sensibles a la tecnología como a la nueva pedagogía que traían consigo las plataformas de colaboración sostiene (Miguélez & Molina, 2021).

Vega (2019) menciona “La tecnología ofrece una oportunidad de desarrollo profesional y por ello es necesario utilizar todos los elementos disponibles para lograrlo”. Donde es importante destacar que la revolución tecnológica no es un evento aislado, sino un proceso determinante y continuo en constante evolución digital.

Tirado et al., (2016) señala “La revolución digital está penetrando cada vez con mayor intensidad en todos los ámbitos educativos, y la evaluación no es una excepción” (p.2). Por esta razón, la innovación tecnológica dentro del ámbito educativa ha sido un gran avance en la información como en la comunicación, mismo que ha permitido la entrada a herramientas y recursos digitales, así como las nuevas formas de interacción educativo.

Por lo mismo, es importante señalar que algunos medios tradicionales lograron sobrevivir a las innovaciones, mientras que otros murieron a pesar de los esfuerzos por adaptarse. Dado que este ha sido un proceso amplio en el cual la sociedad se ha visto involucrada tras métodos que han transferido en las enseñanzas mediante el desarrollo de la comunicación digital.

2.2.6. Comunicación visual

Esta forma de comunicación es muy antigua, su inicio se remonta a la época de las cavernas, cuando se realizaban pinturas en las cuevas. Con el tiempo, se expandió a campos más diversos como la pintura, la televisión, el cine e Internet. Es una herramienta muy útil para difundir una idea o una marca, por ende, se puede distinguir como se organizan y como se clasifican una información o un mensaje que se está transmitiendo.

La comunicación visual es un proceso de transmisión e información, donde principalmente se caracteriza principalmente por transmitir ideas y mensajes a través de

elementos visuales, es decir imágenes, gráficos, ilustraciones, símbolos y diseños, en lugar de utilizar palabras o lenguaje escrito. Meza (2018) afirma:

La comunicación visual, se da en torno a los elementos significantes y expresivos de carácter visual, una manera en la que el proceso de comunicación es posible por representaciones y formas que significan y expresan experiencias, mediante elementos asentados principalmente por la percepción visual, y que se diferencian de manera significativa de la codificación lingüística de experiencias y fenómenos. (p.4)

La comunicación visual debe entenderse como información que el emisor transmite al receptor a través de imágenes, donde el emisor es quien crea una imagen a través de la cual quiere transmitir un determinado tema, y el receptor es quien la interpreta y comprende de una manera personal. filtros Consiste en experiencias pasadas, antecedentes culturales y sociales y actitudes manifiesta (Sarmiento & Rodríguez, 2020).

Por lo mismo, este tipo de comunicación es un elemento primordial dentro de la comunicación debido a que desde la época antigua se ha destacado por la facilidad de interpretar los contenidos, como de captar información de manera rápida, en virtud de que en este medio se utiliza colores, imágenes, símbolos, entre otros que ayuda a mantener la retención de mensajes y es más factible llegar a toda una sociedad.

Así mismo, es muy importante definir que la comunicación visual está asociada por tanto al que hacer de la gente, debido al hecho de que la gente no solo consume iconografía de la comunicación visual también implica los esquemas de organización, en lo que se conoce como criterios dicotómicos de organización. En este sentido la diagramación y la tipografía deben estar orientados estratégicamente para impactar en tres aspectos comunicacionales: organizar, informar y persuadir, además es un diseño gráfico en sí mismo, definido como el codificador de mensajes con un propósito específico y práctico a través de una representación visual sostiene. (Aguirre et al., 2019)

Costa (2014) afirma, que la comunicación visual permite “contribuir a la cultura, a la educación ciudadana y a la sensibilidad estética, visualizar las realidades invisibles para hacerlas comprensibles y memorizables, incorporándose así a la cultura personal” (p.18). la comunicación visual, además, permite transmitir información de manera instantánea, clara y accesible para toda una colectividad diversas. También, enmarca la capacidad de ser

comprendidas por la audiencia de diferentes orígenes y nacionalidades, de manera más didáctica.

Aguirre et al., (2021) señala “Las estrategias de comunicación visual también proporcionan, desde su mínima expresión, el constructor de una identidad”. Además, es una forma de comunicación que se basa en el poder de las imágenes, gráficos y su capacidad para transmitir significado de manera rápida y efectiva, mediante la imagen o videos visuales, que se pueden ver y escuchar.

2.2.7. Comunicación pública

La comunicación pública determina la calidad de las relaciones sociales al fortalecer las formas de acceso a la información, el ejercicio de la libertad de opinión, la expresión al momento de tratar inquietudes y controversias de interés público, permitiendo que todos los ciudadanos accedan a información relevante a través de los medios estatales, donde se puedan obtener contenidos de calidad.

Hernández & Navarro (2020) mencionan que “la comunicación acompaña el quehacer público, la formación de la agenda pública, el diseño de las políticas públicas, y el proceso de implementación, además, es una herramienta fundamental para cimentar la relación de las autoridades gubernamentales con los ciudadanos” (p.7). Es así, que se presenta un reto para el comunicador con base al conocimiento esencial donde se busca atraer al público masivo mediante campañas de promoción, y cómo entretenerlo una vez reunido, utilizando como medios stands, música, presencia de personalidades para así lograr la interacción comunicacional con todos.

Rodríguez (2019) afirma “La comunicación social (publica) es una necesidad y un desafío para los científicos y tecnólogos contemporáneos” (p.2). Así mismo, se refiere a la interacción social donde se desarrolla la accesibilidad del criterio personal, es decir, la libertad de expresión, además, se realizan de manera abierta y dirigida a un amplio público o audiencia.

Cazaux (250208) afirma que la comunicación pública es un “conjunto de actividades de comunicación que tienen contenidos divulgadores y destinados al público especialista” (p.6), que se desenvuelven a través de ciertos medios, estos pueden ser tradicionales como también modernos.

Hernández & Navarro, (2020) mencionan que “la comunicación acompaña el quehacer político desde la formación de la agenda pública, el diseño de las políticas públicas, y el proceso de implementación y evaluación, el discurso público es una herramienta fundamental para cimentar la relación de las autoridades gubernamentales con los ciudadanos y lograr el incremento de la confianza, de la participación, y establecer legitimidad” (p.7). Es así, que se presenta un reto para el comunicador con base al conocimiento esencial donde se busca atraer al público masivo mediante campañas de promoción, y cómo entretenerlo una vez reunido, utilizando como medios stands, música, presencia de personalidades para así lograr la interacción comunicacional con todos.

La comunicación del Estado o de las administraciones públicas, tal como ha sido tratada por investigadores y especialistas en comunicación social, ha modificado su material teórico a partir de los aportes de la comunicación organizacional o institucional, dentro de la comunicación pública, la política de comunicación y las relaciones públicas.

De esta forma la gestión de la comunicación debe ser comunicación para el desarrollo, porque complementa la estrategia de desarrollo local, interfecta con los procesos de planificación de la estrategia de desarrollo, difunde, implementa y evalúa sus efectos y cambios, económicos, políticos y sociales dice (Dávila et al., 2022).

Serrano (1986) señala “La comunicación pública es una faceta de la comunicación social, a través de la cual se contribuye al cambio o pertenencia del sistema social” (p.2). Este tipo de comunicación es determinante y accesible que se presenta a través de diversos medios o canales, para llegar a un gran número de personas.

Los medios públicos son medios no comerciales que tienen la tarea de llegar a toda la población de un país cuyos contenidos apuestan por la calidad, ya sean educativos, informativos o de entretenimiento informativo.

2.2.8. Comunicación política

La comunicación política en los medios digitales es utilizada para la interactividad que proporcionan las redes sociales, de tal forma, este es un recurso por el cual los gobiernos revelan sus acciones a los ciudadanos por medio de estos foros, y esto de forma casi inmediata genera una base fundamental en la opinión pública. Cabe mencionar que la comunicación política tiene sus orígenes en Grecia y la filosofía griega, donde el poder, la

autoridad, la persuasión y la retórica se consideran bajo la idea de debate democrático. De hecho, los orígenes de la comunicación política en Grecia se remontan al poder de la retórica.

Barandiaran et al., (2019) “La comunicación política es un quehacer orientado a la generación de creencias y opiniones sobre los asuntos políticos” (p.15). Un proceso mediante el cual los actores políticos, como partidos políticos, candidatos, líderes, gobiernos y otros grupos de interés, transmiten información con el propósito de influir en la opinión pública, de esta manera obtener apoyo electoral, como también, promover políticas o defender intereses específicos.

La comunicación política en los medios digitales es utilizada para la interactividad que proporcionan las redes sociales, de tal forma, este es un recurso por el cual los gobiernos revelan sus acciones a los ciudadanos por medio de estos foros, y esto de forma casi inmediata genera una base fundamental en la opinión pública. Cabe mencionar que la comunicación política tiene sus orígenes en Grecia y la filosofía griega, donde el poder, la autoridad, la persuasión y la retórica se consideran bajo la idea de debate democrático. De hecho, los orígenes de la comunicación política en Grecia se remontan al poder de la retórica.

Así mismo, la comunicación política ha crecido como disciplina y área de investigación de la ciencia política moderna. En América Latina es innegable su auge y desarrollo, especialmente en los procesos electorales posteriores a la transición a la democracia a partir de 1989, época de campañas electorales, nuevas tecnologías de la información, surgimiento de nuevos partidos políticos, movimientos políticos y ascenso de políticos extranjeros sostiene (Restrepo, 2019)

Hace referencia al pensamiento de una disciplina con varios enfoques teóricos y escuelas de las ciencias sociales, la política, la comunicación y la sociología han influido en la construcción de la comunicación política como una nueva disciplina académica. Actualmente se encuentra en el centro del estudio de las democracias modernas, lidiando con una importante crisis de representación política, insatisfacción política, carencia de ideologías políticas y alta personalización, y nuevas formas de comunicación entre ciudadanos y gobernantes manifiesta (Delgado, Hidalgo, & Méndez, 2022)

La comunicación política se ha desarrollado a lo largo del tiempo para explicar las necesidades apropiadas de comunicarse o de interactuar entre toda una colectividad. Serrano

(1986) señala “la comunicación política provee a los miembros de la comunidad de relatos (orales, escritos, mediante imágenes) en los que se les propone una interpretación del entorno (material, social, ideal) y de lo que en él acontece” (p.36).

Reyes et al., (2011) “La comunicación y la política han sido elementos fundamentales para el desarrollo del hombre, ya que ambas han ayudado a la organización del Estado y al desarrollo de sus potencialidades políticas, económicas y sociales” (p.3). Es una forma de comunicación en la cual se centra una estrategia y persuasión para lograr objetivos políticos, generar cambios en la percepción y la conducta de la audiencia.

Por tal razón, la comunicación política es considerada una fuerza capaz de manipular la opinión pública, además adquiere una dimensión estratégica dentro de un entorno social porque posibilita la planificación de actividades así mismo, la estrategia comunicacional interpreta y define el mensaje que se enviará a través de los medios de comunicación, que intervienen como mediadores entre el emisor y receptor.

2.2.9. Redes sociales

De forma instantánea las redes sociales se han apoderado de las mentes humanas, bajo la necesidad de comunicar y mantener contacto con amigos, vecinos, familiares y más, de tal manera que la sociedad está ligada a los medios digitales que con ayuda de la tecnología este aspecto va mejorando y priorizando.

Las redes sociales en la actualidad son un nuevo ecosistema de relaciones sociales, donde los jóvenes siguen a personajes públicos o influencers: Instagrammers, Twitterators y YouTubers. Su comportamiento en los posts que publican se convierte en tendencia y ejemplo para las nuevas generaciones. Conoce estos comportamientos y sus consecuencias.

Armírola et al., (2020) señala: “las redes sociales juegan un papel primordial en estas empresas, en ellas publican contenidos, dan a conocer sus productos y servicios, programan eventos y principalmente interactúan con sus públicos” (p.14). Estas son plataformas digitales, que permiten a la colectividad conectarse, interactuar y además compartir un sin número de contenido con otras personas, grupos o comunidades a través de internet.

Las redes sociales se han convertido en una herramienta necesaria para difundir información y generar comunicación en el marco de la estrategia electoral. Por supuesto, la

adopción de plataformas digitales se convierte en un arma valiosa para construir conexiones con los ciudadanos, lo que significa la probabilidad de aceptar a un actor que represente una campaña electoral y crear una imagen favorable entre los usuarios más allá de sus creencias políticas e ideológicas, porque esta aceptación es más intuitiva que razonable dice (Cusot & Palacios, 2021).

El uso de estos canales difiere en forma y estilo porque se dirigen a diferentes perfiles de grupos objetivos, pero todos los contenidos producidos en educación digital siguen los mismos patrones discursivos. Se caracteriza por la simplificación y el uso de un lenguaje directo y comprensible a través de expresiones y llamamientos militares, que explota para marginar y ridiculizar a sus opositores políticos y ensalzar a sus líderes. Un ambiente virtual en las redes sociales ha cobrado gran importancia en la comunicación política, además se han convertido en canales a través de los cuales los partidos políticos difunden sus argumentos y retienen seguidores, y a través de los cuales los líderes muestran su carisma sostiene (Castro & Díaz, 2021).

Además, se puede decir que es una red social caracterizada por contenido ilimitado cuyos usuarios están asociados con posiciones políticas de extrema derecha. A través de las redes sociales, que de una u otra forma pone a disposición de sus seguidores contenidos que no reciben visibilidad en los grandes medios y con los que refuerza su estrategia política en el espacio físico.

Las plataformas digitales, campos complejos de actividades monótonas que la sociedad está acostumbrada a vivir, donde no hacen más que crear contenidos similares y duplicar, donde de manera indirecta se crea la comunicación de unos a otros. Marín & Cabero, (2019) menciona que las redes sociales “permiten la colaboración, el intercambio de ideas, de conocimiento y el crecimiento intelectual y educativo del alumno en primera instancia y del docente en segunda” (p. 28).

Herrera (2012) afirma “Las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad” (p.8). Mismas que están diseñadas para facilitar la comunicación e información, además del intercambio e interacción social que genera una gran participación en comunidades virtuales, que permiten una realidad colectiva.

2.2.10. Tik tok

TikTok es la red social que más creció teniendo en cuenta su lanzamiento de tan solo tres meses, ha sido una de las plataformas de más alto impacto en el mundo y ofrece una versión alternativa para compartir, interactuar o comunicarse en línea, ya que permite a los usuarios crear videos cortos con música, filtros y otras características.

De-Santis et al, (2021) afirma:

TikTok red social está imbuida en la hipermedialidad y puede vislumbrarse como un emblema de la compañía china Byte Dance lanzada esta red social móvil de origen chino lanzada a su audiencia por primera vez en el 2016 con el nombre de Douyin, posterior a su gran éxito en el mercado internacional de entretenimiento en el 2017 se lanza totalmente con el nombre de TikTok. (p.8).

El crecimiento de sus usuarios y descargas en la actualidad demuestra su importancia en el mundo de las redes sociales digitales, presentándose como una versión alternativa para compartir, comunicar y producir todo tipo de contenidos. Debido a esta importante tendencia, Tik Tok es considerada una herramienta de comunicación ideal en la planificación estratégica de las empresas privadas e incluso en el mundo de la política.

Herencia (2020): “TikTok permite compartir sus vídeos fácilmente en otras plataformas, lo que atrae a más usuarios a esta aplicación” (p.4). Asimismo, esta plataforma posibilita la interacción entre los usuarios, lo cual posibilita la composición de videos de 15 segundos hasta los 3 minutos de forma rápida y de fácil edición con grandes efectos y audios.

El propósito de TikTok es permitir a los usuarios crear videos cortos divertidos para ver y difundir, lo que hace famosos a muchos jóvenes, por más extraño que suene, es cierto y lo mejor de todo, TikTok paga a los usuarios que logran obtener sus perfiles con muchos likes, seguidores, y muchas visualizaciones muy importantes. Esto se debe a que ayuda a muchas personas a hacer frente financieramente y les brinda más ingresos, menciona (Mendoza, 2023).

Actualmente, la plataforma está disponible en más de 150 países con 800 millones de usuarios activos mensuales, de ellos tienen entre 16 y 2 años, una población más joven que en otras redes sociales. TikTok te permite crear y compartir videos cortos, con una

amplia gama de efectos y sonidos para los propios usuarios en la galería. Una de las funciones de esta aplicación es el uso la inteligencia artificial, una tecnología que permite que un algoritmo aprenda rápidamente las preferencias de una persona al capturar, me gusta, comentarios y tiempo de visualización de un video dice (Becerra & Taype, 2020).

Bermejo & Méndez afirman: “TikTok con su algoritmo ha conseguido mantener el interés de sus usuarios desde su lanzamiento” (p.24). Red social que nos permite mantener una interacción directa del emisor con el receptor creando tendencias; además, presenta los contenidos según las necesidades de la audiencia.

TikTok ha sido el último fenómeno de las redes sociales que ha generado un gran impacto en la sociedad, que en pocos años ha conseguido consolidarse como un referente en el mundo de este tipo de plataformas, y que ha suscitado gran interés en las regiones en los últimos meses. Por eso analizamos el origen de la plataforma, sus principales características y su posición en las listas de uso y popularidad de las redes sociales de 2023, donde la red social se ha vuelto tendencia en el uso de manos políticas para alcanzar sus posiciones políticas.

2.2.11. Contenidos políticos en tik tok

Esta plataforma en la actualidad comenzó a ser utilizada por profesionales de diversos campos, mismos que tratando de buscar la interacción con la sociedad han creado contenido audiovisual para resolver las dudas de los usuarios sobre diversos temas. Los beneficiarios de este contenido solo necesitan seguir la cuenta oficial de los docentes o utilizar hashtags como: #Edutok que ofrece TikTok para promover el aprendizaje de una forma rápida y atractiva (Espinoza et al., 2021).

Los contenidos políticos en TikTok son ventajas del nuevo paradigma de la comunicación y todas las plataformas virtuales conectadas a Internet ya han sido descritas en varios artículos: voz activa de los usuarios, apertura de espacios de discusión y opinión a todos los ciudadanos, rapidez en el traspaso de información, barreras geográficas e infinidad de precedentes en el proceso de comunicación antes de la llegada de Internet.

La inteligencia artificial en beneficio de la red y la audiencia analiza los intereses y preferencias de los usuarios cuando interactúan con el contenido en función de sus me gusta de videos, comentarios y tiempo de visualización de videos. Desde aquí, se muestra un feed

de contenido personalizado para cada usuario. En otras palabras, no se basa en conexiones como otras redes sociales, el algoritmo de TikTok asegura un flujo personal de información a través de la página sostiene (Cervi et al., 2022)

Figuerero et al. (2022) señala “las publicaciones en TikTok parecen tener más éxito cuando los líderes incorporan estilos, narrativas y escenificaciones de sus vidas cotidianas y personales” (p.9). Además, los contenidos políticos en TikTok abordan temas de interés relacionados con la política, donde los asuntos gubernamentales, las elecciones, los líderes políticos, las políticas públicas y otros temas afines, generan aceptación social.

López (2022) afirma “los contenidos políticos han motivado una ligera evolución en los planteamientos y productos comunicativos de partidos y líderes” (p.3). TikTok, como una red social en tendencia para los jóvenes, se ha convertido en un espacio para que la audiencia exprese sus opiniones políticas, además, participen en conversaciones políticas y también compartan información relevante sobre política convirtiéndose en un medio de comunicación digital.

Alonso & Sidorenko (2022) “en TikTok solo son seleccionados un discurso histórico o que intentan ceñirse a una narrativa aproximada, independientemente de la profundidad del mensaje” (p.4). Es importante tener en cuenta que los contenidos políticos en esta plataforma pueden variar ampliamente en cuanto al tono, perspectiva y objetivo, por el cual son seleccionados para difundir en el medio.

Por lo tanto, el papel de las plataformas digitales es una expresión secundaria o cruda de la política. Estas nuevas arenas políticas son tanto espacios comunicativos como herramientas que pueden interrogar a estos usuarios. Los medios virtuales son los mecanismos para transformar las prácticas tradicionales de los partidos y movimientos políticos para promover prácticas que ayuden a los ciudadanos a enfocarse en la competencia electoral.

2.2.12. Comunicación estratégica

La comunicación estratégica se refiere a un enfoque planificado y deliberado de la comunicación organizacional que tiene como objetivo alcanzar metas específicas. Implica la identificación de los públicos objetivo, el desarrollo de mensajes clave y la selección de canales y tácticas de comunicación adecuados para lograr los objetivos deseados.

Calle & Badía, (2020) mencionan que “la comunicación estratégica en la administración pública local es un conjunto de procesos que integra la comunicación institucional, la comunicación política, y la comunicación para el desarrollo, de manera que respondan y articulen con la gestión realizada” (p.5).

Así mismo, es muy importante señalar que La comunicación estratégica se utiliza en diversas áreas, como empresas, organizaciones sin fines de lucro, instituciones gubernamentales y políticas, entre otras. Por otro lado, Massoni, (2013) señala que “Los comunicadores estratégicos tenemos especiales capacidades para propiciar encuentros socioculturales como nuevas modalidades espacios temporales situacionales, complejas y fluidas” (p.105).

Es necesario recalcar que el desarrollo metodológico, que lejos de ser resultado de un interés administrativo científico, requiere la correlación de técnicas, instrumentos y herramientas encadenadas a la metodología e innovación comunicacional, con las cuales es posible primero identificar y luego utilizar. Las estrategias de comunicación como algoritmos de trabajo son dispositivos que se especializan en encontrar la diversidad como objeto de investigación comunicativa y traen consigo ontologías democratizadoras (Massoni, 2019).

Guzmán et al., (2019) afirma que “La Comunicación Estratégica permiten la relación social necesaria para generar aprendizaje, creatividad e innovación colectiva. Por lo tanto, la riqueza comunicacional producen activos intangibles que le otorgan valor a la organización” (p.184).

Estrategia comunicacional, establece identificar y comprender los públicos objetivo, definir los mensajes clave, seleccionar los canales de comunicación adecuados y desarrollar tácticas para transmitir esos mensajes de manera efectiva. Su objetivo principal es influir en la percepción, actitudes y comportamiento de los receptores para lograr un impacto favorable en los resultados deseados.

Mera (2020) señalan “Las estrategias de comunicación digital fueron planteadas con el propósito de expandir el público objetivo al que el negocio va dirigido” (p.3). Estas son influyentes dentro de la comunicación donde son establecidos como planes detallados y deliberados que se diseñan para lograr objetivos específicos de información.

2.3. Variables y operacionalización de variables

2.3.1. Variable independiente

Red social TikTok

2.3.2. Variable dependiente

Difusión en la gestión

2.3.3. Operacionalización de variables

Variables	Conceptos	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Variable independiente Red social Tik-Tok	TikTok es una nueva incorporación a estas poderosas herramientas de comunicación y surge en uno de los momentos más sensibles de la sociedad. Las primeras limitaciones que quedaron tan radicalmente expuestas llevaron a muchas personas a experimentar con nuevas formas de entretenimiento y comunicación digital. La expansión y alcance de esta red social en el campo de la comunicación nos interesa en nuestra investigación (Bermejo & Méndez, 2021).	Redes sociales Personas Videos Efectos	Tipos de redes sociales N° de personas N° de videos N° de efectos	Análisis de contenido (Matriz de contenido)
Variable dependiente Difusión en la gestión	La necesidad del gobierno local de hacer llegar información oficial de forma rápida y directa a sus vecinos ha hecho necesaria la promoción activa de este tipo de medios tecnológicos por parte del ayuntamiento en los últimos años. Al comunicarse con los grupos de ciudadanos, los gobiernos locales no solo les permiten obtener información pública para ejercer sus derechos políticos, sino que también promueven la imagen de instituciones transparentes, funcionales y eficientes (Casero, Doménech, & Marcos, 2021).	Actividades Información Imagen	N° de actividades Tipo de información N° de imágenes	Entrevista (Guía de entrevista)

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Investigación descriptiva:

Esta investigación describe algunas características básicas y homogéneas es decir de una misma categoría, utiliza criterios sistemáticos que permiten determinar la estructura y el comportamiento de los fenómenos estudiados, también proporciona información sistemática y comparable (Alban, Arguello, & Molina, 2020).

Valle (2022) menciona “La investigación descriptiva se desarrolló con un enfoque cuantitativo o cualitativo; no obstante, en este texto, nos vamos a enfocar en el enfoque cualitativo” (p.15).

La investigación es descriptiva, para de esta forma conocer como la red social influyó en la aplicación de la teoría y la práctica, debido a que esta investigación ha sido capaz de describir de manera precisa el fenómeno para que se tomen las medidas necesarias en el campo de la comunicación.

3.1.2. Investigación de campo:

El investigador trabaja en un entorno natural, donde conviven las personas y fuentes investigadas, donde los datos más importantes para el análisis se obtienen de individuos, grupos y representantes de organizaciones científicas no experimentales cuyo objetivo es encontrar conexiones e interacciones de variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.(Jiménez & Suárez, 2014)

Al desarrollar este tipo de investigación se establecieron elementos que nos permitieron recopilar información necesaria, dentro de cada uno de los contenidos realizados y presentados con el fin de llegar a la ciudadanía.

3.2. Método de investigación

3.2.1. Método inductivo-deductivo:

El razonamiento deductivo, cuando una persona tiene una asociación de ideas, es una comprensión de la verdad. Los filósofos griegos hicieron la primera contribución importante

al desarrollo de un método sistemático para descubrir la verdad. Aristóteles y sus discípulos introdujeron el razonamiento deductivo como un proceso de pensamiento en el que se llega a propuestas generales a propuestas específicas aplicando las reglas de la lógica (Newman, 2006).

Palmett (2020) menciona “método deductivo se inicia discutiendo conceptos, y se va transitando hacia la experiencia” (p.3). en este tipo de investigación se desarrolló un enfoque de razonamiento con principios generales para alcanzar conclusiones específicas y aplicaciones particulares. Además, se establecieron afirmaciones amplias y concretas mediante una serie de inferencias lógicas, para el desarrollo de la investigación.

Asimismo, es muy importante señalar que dentro de este tipo de métodos el razonamiento y la autenticidad es crítico. Palmett (2020) afirma “estos métodos permiten establecer un vínculo entre teoría e investigación” (p.3). el método inductivo inicia con las observaciones específicas para de una forma rápida llegar a una conclusión general, por otro lado, el método deductivo inicia con sus premisas generales para llegar a conclusiones específicas. Sin embargos ambos métodos son fundamentales para el desarrollo de grandes investigaciones.

Primero se elaboró el marco teórico o estado del arte, luego se realizó el diseño de la matriz de contenidos y de las entrevistas a cumplirse, para ver la determinación de cómo es la estructura de los contenidos difundidos en la red digital.

3.2.2. Método analítico:

El método analítico es un método de investigación que consiste en descomponer el todo, dividirlo en partes o elementos para ilustrar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y el estudio de un hecho particular (Hernández, 2017).

Sosa (2019) menciona “Es una metodología de investigación que consiste en la búsqueda de explicaciones universales de los fenómenos sociales a partir del estudio de casos” (p.5). fenómeno complejo que se desenvuelve en partes más simples y manejables, además se basa en el análisis minucioso, detallado y comprensible con componentes individuales lo que permite generar una comprensión profunda, precisa y verídica.

Se estudio y analizo detalladamente la información acerca de cada uno de los temas sobre la difusión de contenidos en la gestión del alcalde Oscar Monje del cantón Sigchos.

3.2.3. Método cualitativo:

La investigación que se presentó es cualitativa, que nos permitió conocer las categorías que se informaba con facilidad, la interacción social, donde se abordó el comportamiento del alcalde dentro de la difusión de los contenidos publicados y en el uso de las plataformas digitales, principalmente TikTok, donde se reflejaba la participación ciudadana y las actitudes de las nuevas generaciones de votantes, lo que provoca un cambio de paradigma en la comunicación política y la transformación de nuevos escenarios.

La investigación cualitativa se refiere al enfoque general utilizado en el proceso de investigación, es más flexible y abierta, y el curso de la actividad es guiado por el campo (participantes y desarrollo de eventos), por lo que el diseño se adapta a las condiciones de la investigación al escenario o entorno (Lévano, 2007).

En la investigación cualitativa se tomó datos no numéricos específicos, que se analizaron para el desarrollo de esta, las entrevistas, parte primordial en la que se desarrolló una guía de preguntas, para posterior pasar a las entrevistas con los expertos que conocían del tema planteado, el primer experto Óscar Monge alcalde del cantón Sigchos, siendo el personaje principal de la investigación con cada uno de los contenidos publicados en TikTok, segundo experto Luis Aimacaña comunicador social influyente en las redes sociales, quien conoce y es parte del equipo de comunicación del alcalde, por otro lado, el tercer experto Jorge Medina quien es parte fundamental de la comunicación en medios tradicionales y conoce la evolución de la comunicación en redes.

Valle (2022) señala “una investigación cualitativa se enfoca en los significados, las experiencias y las situaciones que atraviesan los sujetos” (p.11). La propuesta metodológica se completó con una reflexión crítica sobre la problemática surgida a partir de la revisión y análisis de planteamientos teóricos y conceptuales sustentados por diversos autores en torno al efecto de TikTok en la comunicación política de los nuevos escenarios electorales. Libros, artículos, estudios de casos, testimonios y revistas científicas indexadas fortalecieron el análisis de los resultados.

3.3. Diseño de investigación

La información para el desarrollo de esta investigación inició con la búsqueda de contenido difundidos en la plataforma de Tik Tok, por el alcalde del cantón Sigchos. Por esta razón es muy importante resaltar que la información es real y original.

Por lo mismo, un diseño de investigación fue fundamental para comenzar el desarrollo de un tema de estudio, misma que define los pasos, métodos como también, procedimientos en los que se enfocaron para así obtener los datos necesarios, analizarlos y obtener resultados que respondan a las preguntas de investigación planteadas, de esta manera se puede establecer la realidad de la investigación.

Monjarás et al., (2019) señala “un buen diseño trata de mejorar la precisión de la investigación, lo cual denota la sensibilidad para detectar los efectos de la variable independiente, en relación con los efectos de las variables” (p.4) de esta forma también planifica la investigación, como también asegura que los datos recopilados sean pertinentes y confiables, además ayuda a evitar errores que puedan afectar la calidad de los resultados dentro de la investigación.

3.3.1. Investigación:

La investigación brinda la oportunidad de cuestionar, reflexionar y actuar a partir de los hechos históricos y sociales en la medida en que prefiera criterios propios y con base científica; criterios útiles a la población, creación innovadora de estrategias y métodos de intervención (Eslava et al., 2016).

Ramo (2020) afirma “toda línea de investigación arranca con un carácter exploratorio y pasa por los diversos alcances de la investigación hasta llegar a su explicación” (p.4). donde la investigación se convierte en un proceso sistemático y organizado para obtener nuevos conocimientos, comprender la realidad social, validar teorías existentes, resolver problemas o mejorar la comprensión de diversos temas en un enfoque más disciplinado, para luego pasar a ser interpretado y analizado.

La investigación dentro de este tema analizó cada uno de los contenidos, mismos que plantearon un propósito con la ciudadanía y así mismo, establecieron una buena manipulación dentro de TikTok con datos reales y claros.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

3.4.1.1. Investigación documental:

La investigación documental es una metodología de investigación que se enfocó en recopilar y analizar información, además, examinaron fuentes de datos existentes en documentos impresos, digitales o cualquier otro tipo de material de ayuda. Esta forma de investigación se realizó sin la necesidad de realizar experimentos en laboratorios o recolectar datos de campo, ya que se basa en la revisión y análisis de documentos previamente disponibles en repositorios o sitios webs.

La investigación documental son los estudios que intentan describir algunas características básicas de conjuntos de fenómenos homogéneos utilizan criterios sistemáticos para determinar la estructura o el comportamiento de los fenómenos que se estudian y para obtener datos sistemáticos y comparables (Arias, 2012).

Para determinar la difusión de contenidos se recopiló información bibliográfica, los 71 contenidos compartidos durante la gestión del alcalde Oscar monje periodo 2023.

3.4.1.2. ANÁLISIS DE CONTENIDO

El análisis de contenido una técnica de investigación importante dentro de la comunicación, sobre todo en la difusión de contenido, o publicaciones dentro de medio comunicacionales, además se puede aplicar en diversos campos, como la investigación social, la comunicación, la psicología, el periodismo, la lingüística, la publicidad y otras áreas donde el contenido comunicacional es relevante para el estudio o comprensión de fenómenos, mismos que son de fácil acceso.

Aigner (1999) señala “técnica que permite investigar el contenido de las comunicaciones mediante la clasificación en categorías de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje” (p.4). así mismo, la investigación fue utilizada para examinar el contenido de diferentes tipos de comunicación, pueden estos ser textos, imágenes, audios o videos.

Anela (2002) afirma “análisis de contenido es esencialmente señalar los peldaños que han marcado el desarrollo de los instrumentos utilizados” (p.4). Dentro de esta técnica se

llevó a cabo un análisis verídico y original, donde se examinó las relaciones entre las categorías codificadas para identificar patrones o tendencias emergentes, así también se interpreta el significado relacionándolos con los objetivos de la investigación y discutiendo sus implicaciones dentro de la planificación investigativa.

3.4.1.3. ENTREVISTA:

Hace preguntas para obtener respuestas verbales de un grupo específico de acuerdo con el cuestionario o el guion de la entrevista para garantizar que a todos los encuestados se les pregunte de manera estandarizada, es decir. de la misma manera y en el mismo orden.(Sepulveda, 2019)

Valle (2022) afirma “este instrumento nos permite preguntar a las personas sobre los aspectos que nos interesan para la investigación” (p.36). Dentro de esta técnica se puede conocer más allá de los contenidos como también a los personajes involucrados dentro de la difusión de contenidos 2023 de alcalde del cantón Sigchos.

3.4.2. Instrumentos

3.4.2.1. Matriz de análisis

La matriz de consistencia es una herramienta muy útil para determinar la consistencia y relación lógica entre título, problema, objetivos, hipótesis, variables, dimensiones, método, diseño de investigación, población y muestra de estudio (Abrigo et al., 2018). La matriz una herramienta que ayudara a determinar los objetivos principales por los cuales se difundieron los contenidos con la audiencia.

La matriz de análisis realizada en el estudio de investigación se presentó como una herramienta visual y organizada, misma que se utilizó para presentar, resumir datos o información de manera comprensible. Este matriz de análisis es comúnmente utilizada en diversos campos, como la investigación, la toma de decisiones, el análisis de datos, además, se organizan en forma de tabla, donde las filas representan los elementos o unidades de análisis, y las columnas representan las categorías, variables o criterios a ser considerados. También hace accesible las visualizaciones y permite una rápida identificación de información conveniente.

Tabla 1.

Datos generales del perfil del alcalde Oscar Monge

Perfil del alcalde Oscar Monge			
Nombre de usuario: @oscarmonget			
N° de seguidores	N° de publicaciones	N° de likes	Descripción del perfil
2463	150	24.2k	Monge juventud, conocimiento y capacidad. Padre de: Giacomo, Nimio y Rafael.

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 2.

Datos generales de las interacciones en los contenidos publicados

Numero de publicación:	Fecha de publicación:	Fecha de análisis:
Mensaje del video:		
Nombre del video cargado a TikTok:		
Link:		
Música:		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de TikTok / alcalde Oscar Monje

Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Numero compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración video (tiempo)	Creatividad		Emojis en video	
									Si	No	Si	No

Fuente: *Elaboración propia*

3.4.2.1. ENTREVISTA (GUÍA DE PREGUNTAS)

La entrevista es estructurada y bien definida, es una guía de preguntas que predominan sobre la investigación con el objetivo de encontrar resultados específicos, además la guía de preguntas es un conjunto de preguntas planificadas y organizadas que se utilizan como base fundamental para conducir una entrevista y esta tenga éxito. Esta guía proporciona una estructura accesible donde se cubren los temas de interés durante la entrevista, pero también permite al entrevistador adaptarse a la situación y realizar preguntas de seguimiento para obtener información más detallada.

Por otro lado, es importante mencionar que una guía de preguntas debe diseñarse y formularse cuidadosamente para cumplir con los objetivos requeridos de la entrevista así también, asegurar que se obtengan las respuestas deseadas.

Guía de preguntas

- a) Nombre del entrevistado: Expertos a considerar/ profesión/ Títulos académicos
- b) Fecha de entrevista: día/ mes/ año
- c) Lugar: Donde se realizó la entrevista
- d) Fotografía: Imagen evidencia

3.4.2.2. MATRIZ DE ENTREVISTADOS

Tabla 3. *Expertos entrevistados*

Nombre	Perfil académico	Función
Oscar Monge	Máster Universitario en Liderazgo y Dirección de Centros Educativos en la Universidad Internacional de la Rioja – UNIR-España	Alcalde del cantón Sigchos
Luis Aimacaña	Licenciado en Comunicación Social - Universidad Técnica de Cotopaxi.	Analista de comunicación social. Presentador y locutor en Radio FM 108.1 Sigchos.
Jorge Medina	Licenciado en Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Latinoamericana en Línea UTEL, México DF.	Conductor de los noticieros de Élite Radio 103,3FM y Élite Televisión canal

		45UHF Revista Informativa "La Palabra con Todos".
--	--	------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

3.5. Población de estudio y tamaño de muestra,

3.5.1. Población

La población que fue tomado en cuenta dentro de esta investigación son los contenidos compartidos dentro de la red social TikTok durante el periodo agosto 2022-febrero 2023.

3.5.2. Muestra

La muestra es de los 71 videos publicados que abordan temas para la difusión en la gestión del alcalde Oscar Monge durante el periodo señalado.

3.6. Métodos de análisis, y procesamiento de datos.

3.6.1. Matriz de análisis de contenido

Tabla 4. *Cuadro resumen de los contenidos*

Perfil del alcalde	@oscarmonget								
Enlace del perfil	https://www.tiktok.com/@oscarmonget?_t=8IIJGvtbVeo&_r=1								
Número de Publicación /mes	Categoría								
	Educación	Economía	Deporte	Medio ambiente	Turismo	Trabajo Social	Cultura y tradición	Política	Total, de publicaciones
Agosto					2	4	2	2	10
Septiembre							3	2	5
Octubre	1		1		1	2	5	1	11
Noviembre				2	2	5	2	2	13
Diciembre					1	1	1		3
Enero		2				6	5	4	17
Febrero	2				1	2	2	5	12
71, videos analizados. Información completa (Anexo 2, pg. 87 - 137)									

Fuente: *Elaboración propia*

3.6.2. Entrevistas

Tabla 5. *Matriz de entrevistas*

Pregunta 1. ¿Por qué decidió utilizar la red social TikTok para la difusión de sus contenidos?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	TikTok es importante porque es una red social que mayoría tiene acceso.	En esta plataforma se tiene la facilidad de acceder instantáneamente a la comunicación.
Luis Aimacaña	Todo aquello que no pasa por los medios no existe.	
Jorge Medina	Determina el éxito y el triunfo de un político en temas electorales.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 143)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.

Pregunta 2. ¿Qué tipo de actividades para su gestión fueron más difundidas en este medio?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	Las visitas a los lugares turísticos, es lo que más le impactó a la gente.	Se caracteriza por desarrollar un algoritmo en base a las necesidades sociales.
Luis Aimacaña	Jugar con las cromáticas y con un sin número de escenarios.	

Jorge Medina	Contenidos profundos y concretos	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 144)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7.

Pregunta 3. ¿Considera que la información compartida en su red social logró llegar a toda la ciudadanía?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	No se puede asegurar que los contenidos publicados hayan llegado al 100 % de ciudadanos.	Los contenidos si llegaron a una gran parte de ciudadanos, que se deseaba.
Luis Aimacaña	Se logró llegar a los jóvenes de entre los 16 y 25 años.	
Jorge Medina	No necesariamente, en redes hay preferencias	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 145 - 146)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8.

Pregunta 4. ¿Se usó métodos profesionales para difundir información en esta red social y de esta forma compartir imágenes y vídeos de calidad?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	Todos los videos y los textos que están publicados en TikTok son hechos por mí.	El profesionalismo dentro de una plataforma digital debe

Luis Aimacaña	Es utilizada la manera intuitiva.	ser fundamental en temas políticos.
Jorge Medina	El asesoramiento profesional debería estar en la agenda de los políticos.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 147)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9.

Pregunta 5. ¿Considera usted que utilizar esta plataforma digital fue una buena estrategia de comunicación?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	Comunicación directa y más que todo conveniente.	Esta red social es una estrategia de comunicación de gran apoyo para un actor político.
Luis Aimacaña	Uno de los mejores métodos de estrategia comunicacional con la audiencia	
Jorge Medina	Es una buena plataforma de difusión de ideas.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 148)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10.

Pregunta 6. ¿Para difundir este tipo de contenido se enfocó usted en un público objetivo?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis

Óscar Monge	Sí, fui enfocándome en un público.	Para utilizar una red social en la política siempre se debe tomar en cuenta a que público nos dirigimos, hacia donde vamos y que queremos transmitir.
Luis Aimacaña	Logró llegar a una audiencia bastante grande.	
Jorge Medina	Definitivamente sí, ya que nos permite orientar nuestros esfuerzos comunicacionales.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 149 – 150)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11.

Pregunta 7. ¿Una plataforma considera de entretenimiento cree usted que es una plataforma confiable para comunicar e informar?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	Sí, confiable totalmente.	TikTok fue creada por una compañía China para el entretenimiento social, sin embargo, ahora es una de las fuentes primordiales dentro de la comunicación.
Luis Aimacaña	Considero que sí, es más estoy seguro de que es así.	
Jorge Medina	Los pilares de la comunicación son precisamente informar y entretener.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 150 – 151)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12.

Pregunta 8. ¿Cuál es el objetivo principal al utilizar TikTok como plataforma de comunicación?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	Comunicar inmediatamente de manera dinámica a la ciudadanía.	Dentro de una plataforma digital para empezar a difundir contenidos y que estos sean de agrado para la colectividad, se debe tener en cuenta a donde queremos llegar y el propósito claro con el cual, establecemos la aceptación dentro de la red social.
Luis Aimacaña	Llegar a un público objetivo específico.	
Jorge Medina	El objetivo primordial de la plataforma es informar, comunicar y entretener.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 152)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13.

Pregunta 9. ¿Qué tipo de contenido funciona mejor en TikTok y cómo puede aprovechar las tendencias y los desafíos virales para aumentar la participación de los usuarios?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	El contenido debe ser super resumido, directo y también atractivo.	Cada uno de los contenidos difundidos en esta red social, nos permiten conocer la realidad mediante imágenes y videos resumidos.
Luis Aimacaña	Esta plataforma, te permite medir y cuantificar la realidad.	

Jorge Medina	TikTok es una herramienta que nos permite adaptarnos a las tendencias en evolución.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 153)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14.

Pregunta 10. ¿considera usted que se debe utilizar influencers o colaborar con creadores de contenido populares en TikTok para ampliar el alcance?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	Esto puede considerarse un amuleto.	Utilizar personajes reconocidos (influencers) para ampliar el alcance con los contenidos, es una estrategia influyente y creativa dentro de cada uno de los temas políticos
Luis Aimaña	Debe ser utilizada al menos en la política solo, con gente experta en los temas.	
Jorge Medina	Es un recurso válido pero este tipo de estrategias no es nada formal.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 154 - 155)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15.

Pregunta 11. ¿cuáles fueron las estrategias para la distribución de sus contenidos en su gestión política?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis

Óscar Monge	La estrategia fue primero sacar un resumen de mi plan de trabajo.	Las estrategias para presentar buenos contenidos deben ser planificadas, estructuradas y organizadas aún más teniendo la responsabilidad de compartir temas políticos.
Luis Aimacaña	El enfoque principal y tomada como estrategia es el público objetivo.	
Jorge Medina	La masificación es la primera de las estrategias, que permiten visualizar todos los contenidos o vincularlos.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 156)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16.

Pregunta 12. Según su criterio ¿Debería responder a los comentarios, y responder las preguntas en los videos?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	Solo, si, son cuestiones críticas proactivas o críticas que ayudan a la construcción de un ambiente amigable.	Una parte clave de las redes sociales es la interacción mediante los comentarios.
Luis Aimacaña	Sí, pero a los que están a favor y así inconscientemente darles una retroalimentación política.	
Jorge Medina	El político no debe mostrarse tan distante, inalcanzable o incapaz.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 157)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17.

Pregunta 13. ¿Cómo cree que TikTok ha influido en la participación política de los jóvenes?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	La participación política de los jóvenes es fundamental.	Tik Tok ha demostrado ser una plataforma altamente influyente en los jóvenes.
Luis Aimacaña	Si, directamente porque esta es una plataforma que difunde contenidos políticos.	
Jorge Medina	TikTok, ha permitido que los jóvenes tengan voz y voto dentro del quehacer político.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 158)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18.

Pregunta 14. ¿Qué ventajas cree que tiene TikTok en comparación con otras plataformas sociales en términos de alcance comunicativo?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	En esta plataforma la gente puede observar lo que estás haciendo sin ser tus amigos.	Ofrece una serie de ventajas en términos de alcance comunicativo, a diferencia de las demás plataformas.
Luis Aimacaña	Impacto directo y el beneficio mayor, debido a que existe una demanda cada vez mayor del público joven.	

Jorge Medina	Tiene un alcance inesperado sobre las otras redes sociales.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 159 - 160)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19.

Pregunta 15. ¿Cuál es su perspectiva sobre el futuro del uso de TikTok en la comunicación política y su impacto en la sociedad en general?		
Entrevistados	Respuesta	Análisis
Óscar Monge	No podría decir en cuántos años, pero creo que en este momento Tik Tok está en la parte icono superior.	En un futuro esta será la red principal para la difusión de contenidos políticos, misma que liderará la comunicación en cualquier ámbito.
Luis Aimacaña	La sicología de masas, que apunta a la cuestión individual, del ego, de la imagen.	
Jorge Medina	El futuro de la comunicación política en TikTok está determinado ahora por las estrategias.	
Entrevista completa (Anexo 6, Pg. 161 - 162)		

Fuente: Elaboración propia

3.6.3. Estrategias comunicacionales para la difusión de contenidos en la plataforma de TikTok

Las estrategias de comunicación dentro de las plataformas digitales son fundamentales debido a que estas pueden adaptarse o ajustarse según las necesidades y características de la comunidad. Por lo tanto, es importante evaluar y ajustar continuamente la estrategia comunicacional en TikTok para maximizar su efectividad, así alcanzar los objetivos de difusión para la participación ciudadana.

Por otro lado, la comunicación estratégica se refiere a un enfoque planificado y deliberado de la comunicación misma que tiene como objetivo alcanzar metas específicas. Además, implica la identificación de los públicos objetivos, el desarrollo de mensajes claves, la selección de canales y tácticas de comunicación adecuados para lograr los objetivos deseados.

Así también es importante, mencionar que la comunicación estratégica se utiliza en diversas áreas, como empresas, organizaciones sin fines de lucro, instituciones gubernamentales e incluso en la política, entre otras. Por esta razón, a continuación, se presenta algunas estrategias de comunicación en el uso de TikTok.

1. Crear contenido de interés: donde se puede publicar videos informativos y educativos sobre temas relevantes para la comunidad, estos vendrían siendo destacados sobre programas municipales, servicios públicos, normativas locales, y temas de interés público. De esta manera, los videos pueden ayudar a aumentar la conciencia y el conocimiento de los ciudadanos sobre las necesidades sociales.

2. Fomentar la participación ciudadana: estas serían tratadas a través de desafíos o campañas interactivas en Tik Tok. Por ejemplo, solicitar a la comunidad que envíe videos sobre problemas locales. Esto no solo promueve la participación, sino que también crea un sentido de pertenencia e interacción con la comunidad y un actor político.

3. Establecer la transparencia: es decir que se puede utilizar Tik Tok para informar a la comunidad sobre el progreso y los resultados de los proyectos como acciones llevadas a cabo por la gestión política. Además, de realizar publicaciones actualizadas en videos para mantener a la comunidad informada y generar confianza en la gestión.

4. Mostrar el lado humano y personal del actor político junto a su equipo de trabajo a través de videos que muestren su participación en eventos comunitarios, reuniones con ciudadanos, visitas a proyectos en desarrollo, entre otros. Esto ayuda a establecer una conexión más cercana con la comunidad, así poder, también, transmitir empatía y compromiso con sus necesidades.

5. Usar tendencias: Es decir, que se debe estar al tanto de las tendencias, formatos populares en la plataforma, adaptarlos para transmitir mensajes relacionados con la gestión municipal. Utilizar efectos de edición, desafíos virales o música popular para captar la atención de los usuarios y aumentar el alcance del contenido.

6. Realizar colaboraciones con influencers locales: esta es una manera de establecer alianzas relevantes en el ámbito de la política, la cultura, para promover conjuntamente proyectos, campañas o eventos municipales. Estas colaboraciones pueden ayudar a ampliar el alcance de los mensajes, además, de generar mayor interés y participación por parte de la comunidad.

7. Realizar cada cierto tiempo un análisis de la utilización de la plataforma como fuente principal de comunicación: es decir, que se debe realizar un seguimiento constante de los indicadores de desempeño en TikTok, como el número de seguidores, visualizaciones, interacciones y comentarios. Además, analizar cada uno de los datos recopilados para identificar el contenido más exitoso, las preferencias de la audiencia, áreas de mejora, y así ajustar las estrategias comunicacionales para tener éxito.

CAPÍTULO IV

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En relación con la investigación titulada, “Uso de la red social TikTok para la difusión en la gestión del alcalde Óscar Monge del cantón Sigchos periodo agosto 2022-febrero 2023”, se puede señalar la importancia que se debe dar a las redes sociales en la difusión de contenidos que son presentados, con el único objetivo de llegar a la audiencia, como menciona, Pérez (2015) “la revolución digital se parece cada vez más a un nuevo planeta en el que tenemos que aprender a vivir, caracterizado por un asalto de proporciones desconocidas a la atención” (p.3). De esta forma, conocer el ambiente de difusión que actualmente se utiliza para comunicar y mantener la interactividad social instantánea.

Los entrevistados resaltaron la importancia en la forma como se desarrolla la comunicación moderna dentro de la política. Medina (2023) menciona “el futuro de la comunicación política en TikTok está determinado ahora por las estrategias que cada uno de los políticos desarrolla, el criterio que el político quiera mantener en sus electores, por lo mismo, es necesario la formación de la población y la plataforma se amolde a las inquietudes y a las necesidades ciudadanas” (p.117). Por lo tanto, la realidad es cambiante y se mantiene en evolución constante.

Por otro lado, dentro de las entrevistas también se aprecia que al utilizar TikTok se puede aumentar la transparencia en la gestión política, misma que permite a los ciudadanos ver directamente el plan de trabajo y cómo se va tratando. Para (Monje, 2023) “es una red social que la gran mayoría tiene acceso, debido a sus contenidos cortos y precisos, se les puede contagiar de líneas directas de lo que uno quiere mencionar a la gente” (p.103). Por lo mismo, esto puede aumentar la confianza y la participación ciudadana en la toma de decisiones, ya que es una plataforma que fomenta la participación e involucra a la comunidad en proyectos específicos o decisiones importantes.

Los resultados obtenidos en la matriz de análisis, afirma que los contenidos publicados en este medio desde agosto 2022 a febrero 2023 todos mantiene relación con el plan de trabajo y su equipo de trabajo dentro de sus funciones, así mismo, es crucial recalcar que los contenidos con más interacciones son los eventos festivos y cuando se muestran lugares turísticos del cantón.

Se conoce la interacción del usuario y seguidores, la percepción pública, la reputación del alcalde y su gestión, los comentarios, lo que requerirá una respuesta efectiva y ágil por parte del equipo de comunicación del alcalde. Para Aguilera (2019) “La comunicación surge con la utilización de nuevas tecnologías que se han introducido de manera radical en el campo de la comunicación social, lo cual favorece a los usuarios en su forma de comunicarse al instante” (p.26). Por ende, para obtener éxito en el uso de TikTok sobre otra red social depende de cómo se maneje y se adapte a la evolución tecnológica que se mantiene en evolución.

En la actualidad, TikTok es una tendencia mundial que de manera abrupta ha ganado popularidad masiva en todo el mundo y ha demostrado ser una plataforma efectiva para la difusión de contenido creativo y entretenido. Para, Herrera (2012), “Las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad” (p.8). Generando una comunicación directa de los funcionarios o personajes políticos con la comunidad, además, de compartir información sobre sus planes de trabajo y fomentar la transparencia en su gestión.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Usar la red social TikTok para la difusión en la gestión del alcalde Oscar Monge del cantón Sigchos, fue muy acertada dentro de la comunicación digital, donde cada uno de los contenidos presentados en el medio tiene como objetivo principal llegar a más audiencia de forma rápida y con buenos resultados. Asimismo, el dinamismo en cada contenido, como la interacción con la sociedad, genera altas expectativas de dar a conocer el plan de trabajo y el desarrollo de este, siendo una de las mejores formas de compartir con la sociedad.

A través de las estrategias comunicacionales planteadas para el uso de la plataforma, se determina, que para generar una buena audiencia se debe desarrollar una previa planificación, por lo tanto, para ser aceptado como un líder político en esta red social se debe realizar vídeos cortos con mensajes claros, sobre todo, conocer las tendencias en TikTok, y así llegar a toda la colectividad. Además, las estrategias comunicacionales en la actualidad son fuentes principales para poder alcanzar el objetivo propuesto, utilizando un lenguaje claro, preciso y conciso.

No existe una matriz de análisis en la cual se pueda ejercer una buena planificación para la difusión de sus gestiones, es necesario la utilización de esta, ya que responde a las realidades sociales como la interacción, la accesibilidad y la atención que cada uno de los ciudadanos requiere y que el actor político está obligado a dar, una matriz de análisis orienta a que la plataforma digital sea fuente principal para los futuros candidatos a la política, así conozcan la organización y evaluaciones periódicas que deben realizar a sus contenidos.

5.2. Recomendaciones

El uso de la red social TikTok es una fuente importante dentro de la comunicación digital, debido a la manera directa y rápida de interactuar con el público, por eso se recomienda el uso de esta, con responsabilidad, para de esa manera establecer un correcto alcance comunicacional con la audiencia, aprovechando siempre las tendencias virales y compartiendo mensajes claros y precisos de las acciones o actividades que un político está realizando.

Las estrategias de comunicación en la actualidad son fuentes principales para el desarrollo de la información digital, por ende, es fundamental diseñar estrategias que se adapte a la audiencia de la plataforma y esta permita generar un impacto positivo en el medio, donde, se caracteriza la creatividad dentro de sus contenidos, mismos, que deben ser originales y que se conecte emocionalmente a la audiencia con el actor político.

Se recomienda la utilización de una matriz de análisis de contenido, debido a que esta es una herramienta relevante que permite examinar y organizar la información de forma cuantitativa, donde se puede conocer la interacción que el personaje político obtiene con su audiencia. Además, de que esta matriz ayuda a identificar patrones en tendencias con intereses sociales que permiten obtener una visión general en la que emerge el análisis de contenidos compartidos en el medio.

CAPÍTULO VI

6 PROPUESTA

6.1. Matriz de análisis de contenido

6.1.1. Introducción

La matriz de análisis de contenido dentro del uso de la plataforma de TikTok es una de las estrategias que se maneja con gran responsabilidad, debido a que este es utilizado por grandes creadores en este caso personajes políticos que difunden diferentes tipos de contenidos, por lo mismo, este se toma como una estrategia fundamental dentro de comunicación por eso es necesario el uso de la matriz para así organizar y diversificar las publicaciones en este medio. Esta plataforma es una red social de vídeos cortos e imágenes que se ha vuelto tendencia, por ende, una matriz de contenidos bien planificada y estructurada puede ayudar a los usuarios a mantener el orden, además, crear una especie de interés del usuario con la audiencia de esta manera aumentar su alcance.

Una matriz trae consigo una amplia gama de creación de diferentes tipos de contenidos, mismos que están expuestos a desafíos virales en tendencia, según el algoritmo establecido por la audiencia. Además, esta matriz se crea con el objetivo de mantener una planificación clara, atractiva que capte la atención del público, que sea determinante en captar y generar visualizaciones, de esta manera evitar que un perfil se vuelva monótono.

Por otro lado, es fundamental mencionar que una matriz de contenidos también puede ayudar a los creadores explorar diferentes enfoques temáticos relacionados con la política, educación, cultura y economía en referencia a las necesidades sociales, además, les permite descubrir qué tipo de contenido será de mayor alcance con su audiencia y de esta manera crear una estrategia en consecuencia comunicativa e informativa, logrando una aceptación clara con puntos clave y accesibles dentro de los contenidos.

Por último, una matriz de contenidos bien estructurada y definida para el uso específicamente de TikTok se puede determinar que es una herramienta relevante que ayuda a la visualización, atraer seguidores además de mantener el compromiso con la audiencia, bajo la interacción directa e indirecta, así también conocer cada uno de los aspectos que se debe hacer, como manejar un lenguaje claro y preciso.

6.1.2. Justificación

La matriz de contenidos de análisis es una herramienta de fácil manipulación, pero así mismo esta debe ser tomada con responsabilidad. Además, dentro del uso de las redes sociales es fundamental porque permite a la audiencia en la actualidad a mantener la diversidad. Al ofrecer una variedad de contenidos, como desafíos, tutoriales, comedia y educación, los creadores pueden atraer y retener a diferentes audiencias, aumentando así su alcance y seguidores.

Fernández (2002) afirma: “Las unidades de análisis son los segmentos que interesa investigar del contenido de los mensajes escritos, susceptibles posteriormente de ser expresados, desglosados en categorías y subcategorías” (p.5). Además, la matriz de contenidos ayuda a los creadores a descubrir qué tipo de contenido es más atractivo, lo que les permite ajustar su estrategia para maximizar el impacto y la interacción con su comunidad. En última instancia, una matriz de contenidos bien planificada es una herramienta poderosa para mantener el interés de la audiencia y construir una presencia sólida en la plataforma.

Por otro lado, una matriz de contenidos evita que el perfil del creador se vuelva monótono, lo que puede llevar a la pérdida de interés de los seguidores. Así también es importante mencionar que esta matriz dentro de los contenidos difundidos por diferentes usuarios es una ayuda que necesariamente se requiere en el desarrollo de las publicaciones para así mantener la atención del público y aumentar las posibilidades de que el contenido se comparta y se vuelva viral.

6.1.3. Objetivos

- Conocer el interés de los usuarios a lo largo del tiempo, ayuda a aumentar el número de seguidores y a fomentar la lealtad de la audiencia.
- Concretar el compromiso e interacción marcada en una matriz bien planificada, lo que mejora el algoritmo de las redes sociales y aumenta la exposición del contenido con la audiencia.
- Establecer una red social a una matriz de contenidos en diferentes formatos, de esta manera ayuda a crear estrategias comunicacionales únicas y llegar a audiencias diversas.
- Estudiar el rendimiento de la matriz de contenidos que facilita la identificación de qué tipos de contenidos tienen mejor rendimiento, lo que permite realizar mejoras en la estrategia para resultados más efectivos.

Numero de publicación:	Fecha de publicación:	Fecha de análisis:
Mensaje del video:		
Nombre del video cargado a Tik-Tok:		
Link:		
Música:		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Numero compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
									Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

- Abela, J. (2002). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. Recuperado de <https://www.academia.edu/download/54901527/borra.pdf>
- Abrigo, I., Hurtado, A., Jaramillo, P., & Mancero, N. (2018). La matriz de consistencia: Una metodología de investigación para desarrollar el estado del arte para emprendimientos artesanales enfocados en las TIC's. *INNOVA Research Journal*, 3(8), 176-185. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6777419>
- Aguirre, E., Belandria, R., Rojas, C., & Ferrer, M. de los Á. (2019). La comunicación visual en los servicios virtuales de información de las universidades autónomas de Venezuela. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, 15(43), 5-17. Recuperado <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6997616>
- Aguirre, E., Ferrer, M. de los Á., & Rojas, C. (2021). La esquematización como estrategia de comunicación visual para una grata experiencia de usuario: Un análisis de las aplicaciones educativas virtuales. *Kepes*, 18(23), 219-242. <https://doi.org/10.17151/kepes.2021.18.23.8>
- Aguilera, D. (2019). TESIS Calidad de la comunicación digital de los servicios públicos prestados por el estado municipal en Neuquén Capital. 125.
- Aigner, M. (1999). Análisis de contenido. Una introducción. *La Sociología en sus Escenarios*, (3). Recuperado de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/1550>
- Alban, G. P. G., Arguello, A. E. V., & Molina, N. E. C. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). 4
- Alonso, N., & Sidorenko, P. (2022). Tratamiento de la memoria histórica española en TikTok: Perfiles, contenidos y mensajes. *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*, 13(2), 117-134.
- Andrade, K. (2019). Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador. *Universitas*, (30), 211-227. Recuperado <https://doi.org/10.17163/uni.n30.2019.10>

- Arias, F. (2012). Introducción a la metodología científica. Recuperado de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Armírola, L., García, M., & Romero, G. (2020). La comunicación digital en las micro y pequeñas empresas. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 149-169. <https://doi.org/10.15198/seeci.2020.52.149-169>
- Barandiaran, X., Unceta, A., & Peña, S. (2019). Comunicación Política en tiempos de Nueva Cultura Política. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1382>
- Becerra, N., & Taype, A. (2020). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19? *Acta Médica Peruana*, 37(2), 249-251. Recuperado de <https://doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>
- Bermejo, E., & Méndez, M. (2021). IMPACTO DE LA RED SOCIAL TIKTOK: INFLUENCIA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DESDE EL CONFINAMIENTO POR COVID-19. 148. recuperado de: https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126185/1/PER_BERMEJOS%C3%81NCHEZ_TFG.pdf?sequence=1
- Bianchini, A. (1999). Conceptos y definiciones de hipertexto. 11. Recuperado de <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1JHMV7B65-1DW3BNY-16WD/CONCEPTO%20Y%20DEFINICIONES%20DE%20HIPERTEXTO.pdf>
- Botero, N. (2012). La teoría de la comunicación, las relaciones públicas y la investigación: Una relación simbiótica. *Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación*, 11(21), 133-142. <https://doi.org/10.22395/angr.v11n21a8>
- Calderoni, J., & Pacheco, V. (1998). El hipertexto como nuevo recurso didáctico. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/270/27028407.pdf>
- Campás, J. (2007). El hipertexto CAST.pdf. Recuperado 29 de julio de 2023, de <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/111666/8/El%20hipertexto%20CAST.pdf>
- Casero, A., Doménech, H., & Marcos, S. (2021). La plataformización de la comunicación política institucional. El uso de WhatsApp por parte de las administraciones locales.

- Revista Latina de Comunicación Social, (79), 29. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8129888>
- Cadenas, H. (2016). La función del funcionalismo: Una exploración conceptual. *Sociologías*, 18(41), 196-214. <https://doi.org/10.1590/15174522-018004107>
- Caizapanta, C. (2019). Comunicación Estratégica: Propuesta de un plan de comunicación interna para la fundación Remar-Quito. Recuperado 13 de abril de 2023, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18458/1/T-UCE-0009-CSO-137.pdf>
- Castro, A., & Díaz, P. (2021). La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 1(7), 67. Recuperado de: <https://doi.org/10.7203/rd.v1i7.210>
- Castro, M. (2020). Análisis de contenidos del uso del lenguaje inclusivo de género en los medios impresos de Riobamba período octubre 2019- marzo 2020. 144. Recuperado de [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7996/1/5.-Mar%
c3%ada%20Fernanda%20Castro%20Duque%20-CSC.pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7996/1/5.-Mar%c3%ada%20Fernanda%20Castro%20Duque%20-CSC.pdf)
- Cazaux, D. (2008, noviembre 13). LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA EN LA "SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO. Recuperado 30 de julio de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520724004.pdf>
- Cervi, L., Pulido, C., Robledo, K., & Tejedor, S. (2022). Desafíos del uso de TikTok como plataforma educativa: Una red multitemática donde el humor supera al debate. *Aula Abierta*, 51(2), 121-128. Recuperado de: <https://doi.org/10.17811/rifie.51.2.2022.121-128>
- Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: El nuevo paradigma. *gráfica*, 2(4), 89-107. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.23>
- Cusot, G., & Palacios, I. (2021). Tik Tok y su rol predominante en la campaña presidencial de Xavier Hervas. Recuperado de https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/560
- Dávila, M., Martínez, M., Montero, G., & Dayanis, I. (2022). COMUNICACIÓN PÚBLICA Y GOBIERNO: UNA APROXIMACIÓN A LAS PRÁCTICAS INSTITUCIONALES EN EL MUNICIPIO DE CIENFUEGOS. 7, 91-99.

- Deermer, C. (1999). ¿Qué es el hipertexto? Recuperado de https://editorial.ucentral.edu.co/ojs_uc/index.php/hojasUniv/article/download/1437/1492
- Delgado, J., Hidalgo, X., & Méndez, A. (2022). El poder de Tik Tok en campañas políticas. Revisión a las elecciones presidenciales ecuatorianas del 2021 durante la pandemia del Covid-19. *Razón y Palabra*, 26(114). Recuperado de: <https://doi.org/10.26807/rp.v26i114.1938>
- De-Santis, A., Torres, Á., & Vintimilla, D. (2021). TikTok Más allá de la hipermedialidad. Recuperado 19 de junio de 2023, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21375/1/TIKTOK.pdf>
- Eslava, S., Gómez, N., & Nieto, D. (2016). Significado psicológico del concepto investigación en investigadores: Psychological meaning of the concept of «research» in researchers. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 12(1), 109-121. <https://doi.org/10.15332/s1794-9998.2016.0001.08>
- Espinoza, I., Pérez, F., Suqui, E., Arévalo, J., Tenesaca, S., Ankuash, L., ... Torres, Á. (2021). Tik Tok. Más allá de la hipermedialidad. Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21071>
- Estrada, E. (2020). Análisis de contenido sobre el manejo ambiental de la quebrada de las abras en la plataforma digital de diario la prensa período julio- diciembre 2019. 56. Recuperado <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7762/1/8.-%20TESIS%20ESTRADA%20HERRERA%20ERIK%20RAMIRO-CSC.pdf>
- Fernández Chaves, F., (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, II (96), .[fecha de Consulta 1 de Agosto de 2023]. ISSN: 0482-5276. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15309604>
- Figueroa, J., Vizcaíno-Verdú, A., Oliveira, J., & Mancinas, R. (2022). Redes sociales y ciudadanía. *Ciberculturas para el aprendizaje [Data set]*. <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>
- García, M. (1995). El arte desafía a la tecnología y la tecnología inspira al arte. 36.

- Guillermo, D., & Vera, J. (2006). Comunicación e información como generadores de competitividad. (220). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/395/39522009.pdf>
- Gómez, J., & Simón, F. (2016). La Comunicación. Recuperado 13 de abril de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/3759/375949531002.pdf>
- Guzmán, H., Herrera, R., & Almansa, A. M. (2019). Comunicación estratégica: Interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders. Universidad Sergio Arboleda. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1374>
- Herencia, C. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD, 171-185. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5459>
- Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. Revista Reflexiones, 91(2). <https://doi.org/10.15517/rr.v91i2.1513>
- Hernández, H., & Navarro, M. (2020). Comunicación responsable en situaciones de comunicación pública: El caso de López Obrador y su gabinete en México. Inmediaciones de la Comunicación, 15(2), 71-93. <https://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3022>
- Hernández, G. (2017). Metodo_Analitico. Recuperado 15 de marzo de 2023, de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf
- Jiménez, Y., & Suárez, M. (2014). Investigación de campo como estrategia metodológica para la resolución de problemas. Recuperado 15 de marzo de 2023, de <http://ujgh.edu.ve/wp-content/uploads/2021/03/IJIP-27.pdf>
- Lévano, A. C. S. (2007). INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: DISEÑOS, EVALUACIÓN DEL RIGOR METODOLÓGICO Y RETOS.
- López, V. (2022). Nuevos medios en campaña. El caso de las elecciones autonómicas de Madrid 2021 en TikTok. Universitas, (36), 221-241. <https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.09>
- Marín, V., & Cabero, J. (2019). Las redes sociales en educación: Desde la innovación a la investigación educativa. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.24248>

- Marín, P., & Gómez, D. (2021). La gestión de la comunicación digital en las cooperativas españolas. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (101), 193. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.101.17638>
- Martín, S. (2003). Hipertexto: Seis propuestas para este milenio. 155. Recuperado de <http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/3920/Hipertexto%20Seis%20propuestas.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Massoni, S. (2013). Metodologías de la comunicación estratégica: Del inventario al encuentro sociocultural. Recuperado de https://www.academia.edu/24013727/Metodolog%C3%ADas_de_la_comunicaci%C3%B3n_strat%C3%A9gica_del_inventario_al_encuentro_sociocultural
- Massoni, S. (2019). Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva e Investigación Enactiva en Comunicación: Aportes desde Latinoamérica a la democratización de la vida cotidiana: Eje: Abordajes críticos de la Escuela Latinoamericana: contribuciones y avances teórico-metodológicos. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (141), 237-256.
- Mendoza, A. (2023). USO DE LA RED SOCIAL TIK TOK Y SU RELACIÓN CON EL COMPORTAMIENTO DE LOS JÓVENES LIMEÑOS EN EL CONTEXTO DEL COVID-19, LIMA METROPOLITANA, 2022. 158. Recuperado de: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/123456789/3003>
- Mera, J. (2020). ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE LA CAFETERÍA MITIKA CAFÉ PARA POSICIONARSE EN EL MERCADO PERUANO. 11.
- Meza, M. (2018). El recurso de información y comunicación visual: Imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología. e-Ciencias de la Información, 8(2). <https://doi.org/10.15517/eci.v8i2.29956>
- Miguélez, F., Alós, R., & Molina, O. (2021). ¿Gobernar los cambios del empleo en la revolución digital? política y Sociedad, 58(3), 711-722. Recuperado 17 de abril de 2023, de <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/download/71122/4564456559062>

- Millán, M. J. R. (2018, noviembre 1). La finalidad de la metodología cuantitativa. Recuperado 15 de marzo de 2023, de Fundación iS+D website: <https://isdfundacion.org/2018/11/01/finalidad-metodologia-cuantitativa/>
- Monjarás, A., Bazán, A., Pacheco, Z., Rivera, J., Zamarripa, J., & Cuevas, C. (2019). Diseños de Investigación. Educación y Salud Boletín Científico Instituto de Ciencias de la Salud Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 8(15), 119-122. <https://doi.org/10.29057/icsa.v8i15.4908>
- Newman, G., (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. Laurus, 12 (Ext),180-205. [fecha de Consulta 13 de abril de 2023]. ISSN: 1315-883X. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76109911>
- PAOLI, J. Antonio, Comunicación e información: perspectivas teóricas, TrillasUAM, México, 1990.
- Palmett, A. (2020). MÉTODOS INDUCTIVO, DEDUCTIVO Y TEORÍA DE LA PEDAGOGÍA CRÍTICA. Recuperado de <https://petroglifosrevistacritica.org/wp-content/uploads/2020/08/D-03-01-05.pdf>
- Pérez, F. (2015). La “tercera revolución digital”: Tecnologías con rostro humano y evaluación antropológica. Revista de Comunicación, (14). Recuperado de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/39261/1/Art100-113.pdf>
- Ramos, C. (2020). Los Alcances de una investigación. CienciAmérica, 9(3), 1-6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Reyes, M., O’Quinn, J., Morales, J., & Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. Espacios Públicos, 14(30), 85-101.
- Restrepo, N. (2019). La comunicación política: Un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales. Correspondencias & Análisis, (10), 10: Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7212083>
- Rodríguez, M. (2019). Comunicación pública de la ciencia y la tecnología: Reflexiones desde experiencias de investigación y extension universitaria. Journal of Science Communication América Latina, 02(01), N01. <https://doi.org/10.22323/3.02010801>

- Sarmiento, J., & Rodríguez, J. (2020). La comunicación visual en Instagram: Estudio de los efectos de los micro-influencers en el comportamiento de sus seguidores. Recuperado de https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/3236
- Serrano, M. M. (1986). La producción social de la comunicación. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5773/4662>
- Serrano, M. M., Raigada, J. L. P., Sanz, J. G., & Fernandez, M. A. A. (1982). TEORIA DE LA COMUNICACION. Recuperado de https://www.uv.mx/personal/paguirre/files/2011/05/teoria-de-la-comunicacion.libro_.pdf
- Sepulveda, B. (2019, marzo 2). METODOS Y TECNICAS DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA, CUANTITATIVA Y MIXTA. Recuperado 15 de marzo de 2023, de Instrumentos investigacion website: <https://investgacioniibony.blogspot.com/2019/>
- Sosa, A. (2019). La inducción analítica como método sociológico desde una perspectiva histórica. *Cinta de moebio*, (64), 11-30. <https://doi.org/10.4067/s0717-554x2019000100011>
- Scolari, C. A. (2012). Comunicación digital: recuerdos del futuro. *Comunicación Digital: recuerdos del futuro*. Recuperado 17 de abril de 2023, de <https://repositori.upf.edu/handle/10230/25653>
- Scolari, C. (2008). HIPERMEDIACIONES Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Recuperado 16 de mayo de 2023, de <https://www.felsemiotica.com/descargas/97686682-Scolari-Carlos-Hipermediaciones.pdf>
- Téllez, M., & Ramírez, S. (2021). Communication practices in the digital ecosystem. Analysis of six Colombian governorates on their public communication processes to promote citizen participation. *Investigación & Desarrollo*, 29(1), 41-68. <https://doi.org/10.14482/indes.29.1.323.042>
- Tirado, F., Backhoff, E., & Larrazolo, N. (2016). La revolución digital y la evaluación: Un nuevo paradigma. *Perfiles Educativos*, 38(152), 182-201. <https://doi.org/10.22201/iissue.24486167e.2016.152.57605>

- Valle, A. (2022). GUÍA INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA 2022.pdf. Recuperado 30 de julio de 2023, de [https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/184559/GU%
%8dA%20INVESTIGACI%
%c3%93N%20DESCRIPTIVA%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/184559/GU%c3%8dA%20INVESTIGACI%c3%93N%20DESCRIPTIVA%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Van Dijk, T. A. (2005). El Análisis Crítico del Discurso. *Texturas*, (1), 13-69. <https://doi.org/10.14409/texturas.v1i1.2769>
- Vega, M. (2019). Revolución digital trabajo y derechos. *IUSLabor. Revista d'anàlisi de Dret del Treball*, 17. <https://doi.org/10.31009/IUSLabor.2019.i02.09>
- Villamarín, T. (2019). Tratamiento informativo del tema ecológico-ambiental en los diarios la prensa y los andes de Riobamba, periodo marzo-agosto 2018. 75. Recuperado <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5640/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2019-0020.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Perfil del alcalde



← **OscarMonge** 🔔 ➦



@oscarmonget

2432 Siguiendo | **2464** Seguidores | **24.2K** Me gusta

Mensaje  

MONGE juventud, conocimiento y capacidad.
Padre de: Giacomo, Nimio y Rafael

Anexo 2

Matriz de análisis de contenidos

Tabla 20.

Análisis de contenido

Numero de publicación:1	Fecha de publicación:02/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: Compromiso con hacer a Sigchos un destino turístico.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Cañón del Toachi Chinalo Bajo		
Link: https://vm.tiktok.com/ZM259kofP/		
Música: Summer day/ TimTaj		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Turismo	1971	76	1	2	6	4	1m:17 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21.

Análisis de contenido

Numero de publicación:2	Fecha de publicación:02/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
-------------------------	---------------------------------	------------------------------

Mensaje del video: Sigchos debe convertirse en Destino Turístico Nombre del video cargado a Tik-Tok: Cañón del Toachi Chinalo Bajo
Link: https://vm.tiktok.com/ZM2598NB0/ Música: A mi lindo Ecuador/ Ponchos de los Chapas

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Turismo	1545	47	0	0	6	3	00:34 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22.

Análisis de contenido

Numero de publicación:3	Fecha de publicación:02/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: Compromiso con la gente del pueblo Nombre del video cargado a Tik-Tok: Un hijo del pueblo siempre estará junto a su pueblo.		
Link: https://vm.tiktok.com/ZM259DM9E/ Música: Ñuka Llakta/ Oshka Tarazona		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje

Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Cultura y tradición	1282	54	0	0	6	3	00:29 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23.

Análisis de contenido

Numero de publicación:4	Fecha de publicación:09/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: una vez que se conoce la realidad de un lugar se puede brindar el desarrollo de nuevas experiencias y únicas.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Todos los feriados serán diferentes en Sigchos.		
Link: https://vm.tiktok.com/ZM2598NBo/		
Música: Soy ecuatoriano/ Nicolás Espinosa		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Cultura y tradición	1378	58	1	0	6	4	00:57 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24.

Análisis de contenido

Numero de publicación:5	Fecha de publicación:10/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: El futuro de los pueblos está en sus pequeños emprendimientos, sus productos son esperanza, Nombre del video cargado a Tik-Tok: El campo es la esperanza y los emprendimientos son el futuro y vida.		
Link: https://vm.tiktok.com/ZM259pDsG/ Música: Lloras / Chamos del amor		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video y fotos	Trabajo Social	4348	141	5	2	4	0	00:20 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25.

Análisis de contenido

Numero de publicación:6	Fecha de publicación:19/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: construir nuevas cosas con gente nueva es una decisión que está en las manos del pueblo, para un futuro con éxito. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Oscar Monge Samuk mushuk pushay Sigchos		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qJfKEq/ Música: Sonido original – oscarmonget (Oscar Monge)		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje											
-----------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Política	2769	95	4	0	3	2	00:15 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26.

Análisis de contenido

Numero de publicación:7	Fecha de publicación:20/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: nunca se debe perder la esperanza cuando queremos llegar a un futuro que tendrá éxito, y sobre todo siempre debemos mantenernos firmes y seguros de lo que podemos lograr.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Oscar Monge es Sigchos		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qJohCo/		
Música: Sonido original – Cesar Rassec Ponce Z		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Trabajo social	2681	119	6	1	4	3	00:09 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27.*Análisis de contenido*

Numero de publicación:8	Fecha de publicación:20/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: siempre es bueno un cambio, trabajar con la juventud arriesgarnos a vivir nuevas experiencias, y nunca perder la estabilidad social.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Oscar Monge es Sigchos		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qJsCHM/		
Música: Canto de igualdad – Chila Jatun		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Política	5324	167	10	3	6	4	00:09 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia**Tabla 28.***Análisis de contenido*

Numero de publicación:9	Fecha de publicación:20/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: vivir de la mano del pueblo las necesidades y el rechazo del gobierno ante los llamados de ayuda, es conocer más cerca la realidad del pueblo.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Siempre del lado correcto, junto a mi pueblo “Oscar Monge es pueblo”.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qJgXvA/		
Música: Canto de igualdad - Chila Jatun		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Trabajo social	1814	90	4	5	6	5	00:27sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 10	Fecha de publicación:28/08/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: compartir con la gente desde sus hogares y ver como ellos viven y comparten sus actividades diarias es una de las mejores maneras de tocar y sentir el corazón del pueblo.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Oscar Monge un hijo de pueblo y de campesinos.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qJgSSk/		
Música: El hijo del pueblo – Rubén Vega		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Trabajo Social	1727	75	0	0	2	4	00:15 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30.*Análisis de contenido*

Numero de publicación:11	Fecha de publicación:20/09/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: con un equipo lleno de esperanza y con ganas de progresar es con quien siempre debemos aliarnos para logara un futuro mejor.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Todos invitados a sumas por un Sigchos en progreso.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qeSvYJ/		
Música: Guaracadita – Banda Show 24 de mayo		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Política	6878	180	9	13	3	13	00:29sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31.*Análisis de contenido*

Numero de publicación: 12	Fecha de publicación:20/09/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: cuando tenemos un equipo debemos asegurarnos de que este sea el mejor, que tenga la capacidad y el conocimiento de velar por el éxito de un pueblo.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Somos el equipo que Sigchos necesita		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qeUbbk/		
Música: Love Tonight (David Guetta Remix)		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Política	4085	116	8	7	3	7	00:09sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 13	Fecha de publicación:24/09/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: la cultura y la tradición de un pueblo y de nuestro lugar de origen nunca debemos dejar morir, debemos sentirnos orgullosos de donde somos y de dónde venimos.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Todos sumamos a festejar a San Miguel Arcángel de Sigchos		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qefgR7/		
Música: Sonido original - Alex Darío Lascano		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Cultura y tradición	2969	120	1	0	1	4	00:34sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33.*Análisis de contenido*

Numero de publicación:14	Fecha de publicación:25/09/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: Compartir con la gente de nuestro propio lugar de origen siempre es bueno y así estamos unidos como un pueblo.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Viva San Miguel de Guarumal – Sarahuasi “Yo siempre compartiré con mi gente”		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qejcWR/		
Música: Sonido original – oscarmonget – Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	7178	138	2	1	1	6	00: 12sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34.*Análisis de contenido*

Numero de publicación:15	Fecha de publicación:25/09/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: el saber disfrutar de lo uno hace es sentir el verdadero placer de servir a la vida.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Yo siempre compartiré con mi gente “Monge es pueblo”		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qdEBfE/		
Música: Sonido original – Memes Sigchos tierrita linda		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	3344	100	1	0	1	5	00: 17sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 16	Fecha de publicación:04/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: una autoridad que disfrute con su pueblo en sus festividades siempre será un símbolo de respeto, confianza y oportunidad de llegar al poder.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Viva Chugchilan en sus 161 años de vida política.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qdN8Uh/		
Música: Sonido original – oscarmonget (Oscar Monge)		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	3405	101	3	2	1	4	1m: 59sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36.*Análisis de contenido*

Numero de publicación: 17	Fecha de publicación:05/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: convivir con el pueblo es disfrutar de las tradiciones y costumbre que nunca se deben dejar perder.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Viva Yugsialo – Isinlivi- Un honor ser parte del paso del Chagra.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qRNEtG/		
Música: La vuelta del chagra – Trio Delirio vol.2		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	1494	70	0	0	1	4	1m: 49sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37.*Análisis de contenido*

Numero de publicación: 18	Fecha de publicación:06/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: Una nueva generación es el cambio que siempre necesita un cantón lleno de esperanzas.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Cañón del Toachi Isinlivi – Chugchilan		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qeo7CR/		
Música: Sonido original – 175a.18 – Azules – Sayda.19		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Turismo	4832	151	1	6	0	4	00:23sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 19	Fecha de publicación:10/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: el compartir con tu pueblo siempre te hace reflexionar del trabajo grande que tienes que hacer por todos.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: listo para la batalla.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qdModP/		
Música: Sonido original – scrzupinedo		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Trabajo social	2320	118	4	1	0	5	00:17sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39.*Análisis de contenido*

Numero de publicación:20	Fecha de publicación:11/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: es bueno compartir con tu pueblo la alegría que llegas dentro de ti, darse a conocer un lado más de la gran persona que eres.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Mi alegría y mi humildad nunca perderé Oscar Monge.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qd8G35/		
Música: Sonido original – Andrés Proaño		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	14.4k	445	17	14	1	9	00:15sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40.*Análisis de contenido*

Numero de publicación:21	Fecha de publicación:11/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: para llegar al poder y luchar por lo que uno quiere, siempre es necesario mostrar lo mucho que se trabajado para alcanzar lo que se propone.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: listo para servir a mi cantón.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qeodve/		
Música: Sonido original – tambor chacarero		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Educación	2456	99	3	3	0	2	00:22sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 22	Fecha de publicación:18/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: la humildad, el cariño, respeto y educación vence cualquier obstáculo cuando lo compartes con tu pueblo.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: yo siempre estaré junto a mi gente.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qR6Ecj/		
Música: Sonido original – Cristian Quispe 61		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	3888	103	2	1	6	2	00:20 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42.*Análisis de contenido*

Numero de publicación:23	Fecha de publicación:19/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: cuando tu quiere puedes, eres capaz de hacer lo que te propones cuando la confianza y el compromiso nace de ti, para solventar todas las necesidades sociales. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Candidato alcalde de Sigchos		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qRGmA5/		
Música: sonido de fondo Creo en ti- Música Cristiana Instrumental/audio de voz Oscar Monje		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje											
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video
Video	Política	12.9k	368	29	13	0	13	00:33 sg	Si	No	Si o

Fuente: Elaboración propia**Tabla 43.***Análisis de contenido*

Numero de publicación:24	Fecha de publicación:24/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
--------------------------	---------------------------------	------------------------------

Mensaje del video: Siempre es mejor hablar con la verdad, ser transparentes e interactuar con la ciudadanía, no debemos dejarnos llevar por las mentiras.
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Aclaratoria sobre una farsa mentira y con documentos.
Link: https://vm.tiktok.com/ZM259bxfe/
Música: sonido de fondo Creo en ti- Música Cristiana Instrumental/audio de voz Oscar Monje

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Trabajo social	5578	204	14	16	0	7	5m:49 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44.

Análisis de contenido

Numero de publicación:25	Fecha de publicación:26/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: siempre es bueno compartir con la gente que más nos apoya y ser agradecidos por estar alentando mientras llega tu éxito.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Muchas gracias por su apoyo “El cóndor enamorado” Monge Oscar capacidad, trabajo y amor por su tierra”		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qRSeyn/		
Música: Sonido original – oscarmonget-Osacr Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	1923	78	1	0	7	2	00:29 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 45.

Análisis de contenido

Numero de publicación:26	Fecha de publicación:30/10/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: El apoyo en los jóvenes y adultos impulsa a vivir una vida saludable y divertida es una de las actividades más cercanas que se vive un ciudadano con su autoridad. Nombre del video cargado a Tik-Tok: El deporte es fundamental para el progreso de los pueblos y mi compromiso es trabajar juntos.		
Link: https://vm.tiktok.com/ZM259V6qH/ Música: Sonido original / Franck Tomorrowland		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	

Galería de fotos	Deporte	2990	88	0	0	7	2	00:8 sg	Si	No	Si	No
------------------	---------	------	----	---	---	---	---	---------	----	----	----	----

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46.

Análisis de contenido

Numero de publicación:27	Fecha de publicación:04/11/2022	Fecha de análisis:23/06/2023
Mensaje del video: disfrutar de los momentos más alegres de una comunidad es mostrar el todo el apoyo que como servidor político le puede hacer con un compromiso digno de representar a un buen ciudadano.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Viva Galápagos – Chugchilan		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qRtw7A/		
Música: sonido original- Cristian Quispe 61		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciónes	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	4488	143	3	0	6	9	00: 39sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47.

Análisis de contenido

Numero de publicación:28	Fecha de publicación:07/11/2022	Fecha de análisis:23/06/2023
Mensaje del video: Desde las tierras de Sigchos, con su gente productora y suelo productivo genera un gran aporte económico que llegara y aportara al esfuerzo del campo. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Alimento Orgánico, Sigchos productor de Panela.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VjjCWN/ Música: El agricultor – Tapy Quintero & Los Tucanes De Tijuana		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Medio ambiente	5232	208	15	5	7	13	2m: 56 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48.

Análisis de contenido

Numero de publicación:29	Fecha de publicación:07/11/2022	Fecha de análisis:20/06/2023
Mensaje del video: una autoridad que comparte con la gente es el amigo de todos, quien busca aceptación es quien logra llegar al poder. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Viva Palo Quemado en sus 33 años de provincialización.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qdPYQs/ Música: Creo en ti – Música Cristiana Instrumental		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	3281	77	1	4	7	6	1m: 24sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 30	Fecha de publicación:09/11/2022	Fecha de análisis:23/06/2023
Mensaje del video: El compromiso de crear un cantón turístico es de todos de la mano de una autoridad.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Señalización vialidad, nuevos senderos, cabañas ancestrales, es nuestro compromiso para fortalecer el turismo en las parroquias de Sigchos.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VjSgBR/		
Música: Sonido original- Turisteros x el Mundo		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	

Video y fotos	Turismo	1519	81	0	1	0	2	00:47 sg	Si	No	Si	No
---------------	---------	------	----	---	---	---	---	----------	----	----	----	----

Fuente: Elaboración propia

Tabla 50.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 31	Fecha de publicación: 15/11/2022	Fecha de análisis: 23/06/2023
Mensaje del video: Juntos por un mismo objetivo y así construir un futuro mejor para el cantón. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Muy agradecido por las palabras de los compañeros dirigentes.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2Vjf8TG/ Música: Baby tú me encantas – Spanish Version - Hansel Casty		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video y fotos	Trabajo social	4992	127	5	3	7	4	00:42 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 32	Fecha de publicación:21/11/2022	Fecha de análisis:23/06/2023
Mensaje del video: cada día es un nuevo comienzo, siempre hará altos y bajo, sin embargo, esa es la oportunidad de levantarse con fuerza y seguir sin temor a caerse porque siempre habrá obstáculos que debemos vencer.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: triunfar en la vida		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qdtQ61/		
Música: Sonido original – oscarmonget – Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Trabajo social	969	85	2	5	0	2	00:13 sg	Si	No	Si	No

Elaboración propia

Tabla 52.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 33	Fecha de publicación:21/11/2022	Fecha de análisis:23/06/2023
Mensaje del video: compartir y convivir con el pueblo es alcanzar el éxito, con conocimiento, capacidad y trabajo.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: El Cristal – Palo Quemado		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V6dBp9/		
Música: Calm Down – Rema		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video y fotos	Trabajo social	2565	113	0	1	7	5	22 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 34	Fecha de publicación:21/11/2022	Fecha de análisis:23/06/2023
Mensaje del video: un equipo con capacidad y conocimiento vencerá todo por amor al servicio de su pueblo.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Junta parroquial Isinlivi, Capacidad, conocimiento y amor por servir.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qdXAcV/		
Música: Zapatiadito – Los chamos del amor		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Política	4804	127	8	2	0	5	00:15 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 35	Fecha de publicación:21/11/2022	Fecha de análisis:23/06/2023
Mensaje del video: el conocimiento es la clave hacia el éxito y con un equipo capaz todo se puede lograr. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Conocimiento y amor por servir.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qdXxLu/ Música: Sonido Original – Paito Rivadeneira Hidalgo		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Política	3799	109	2	3	0	4	00:15 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 36	Fecha de publicación: 22/11/2022	Fecha de análisis: 23/06/2023
---------------------------	----------------------------------	-------------------------------

Mensaje del video: El compromiso es con todos y para todos. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Trabajar y apoyar a nuestros campesinos sigchenses.
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V6uW57/ Música: Soy del pueblo – Jhonny Ruvera – voz en off de fondo original de Oscar Monge

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Medio ambiente	1674	109	4	0	0	4	54 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 37	Fecha de publicación: 23/11/2022	Fecha de análisis: 23/06/2023
Mensaje del video: el querer es poder, y el poder es vencer, siempre debemos confiar en lo que somos capaces de hacer por los demás. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Si quieres conquistar cosas grandes, siempre hay que soñar en cosas grandes.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2qduxBB/ Música: Nunca es suficiente - Los Ángeles Azules		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Trabajo social	1445	89	0	0	0	4	00: 15sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 57.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 38	Fecha de publicación: 24/11/2022	Fecha de análisis: 23/06/2023
Mensaje del video: Importante apoyar y consumir lo nuestro, valoremos las cosas entre nosotros.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Visita el emprendimiento “El tomate panzón”		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V6m8SQ/		
Música: audios original - Los ángeles azules Nunca es suficiente - voz en off de fondo original de Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Trabajo social	2389	100	0	2	0	3	23 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 58.*Análisis de contenido*

Numero de publicación: 39	Fecha de publicación: 28/11/2022	Fecha de análisis: 23/06/2023
Mensaje del video: Nuestro plan es trabajar muy fuerte por el impulso al turismo del cantón Sigchos.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Visita a la cascada de Santa Rosa – Palo Quemado		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V65oLM/		
Música: Bombita ecuatoriana- Banda show 24 de mayo de Patate – voz en off de fondo original de Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video y fotos	Turismo	1665	76	1	2	0	3	1m: 04 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia**Tabla 59.***Análisis de contenido*

Numero de publicación: 40	Fecha de publicación: 05/12/2022	Fecha de análisis: 23/06/2023
Mensaje del video: conocer más sobre nuestro cantón es el compromiso con el pueblo.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Las Pampas tierra mágica para vivir		

Link: <https://www.tiktok.com/t/ZM2V62v5M/>

Música: Los ángeles azules Nunca es suficiente

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Fotos y video	Trabajo social	4049	177	8	1	7	3	42 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 60.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 41	Fecha de publicación: 12/12/2022	Fecha de análisis: 23/06/2023
Mensaje del video: Disfrutar de lo nuestro, desde nuestra experiencia y compartir con nuestra gente.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: “Por el futuro que Sigchos se merece” Impulsaremos el turismo.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V6KjDJ/		
Música: Sonido original oscarmonget - Oscar Monge (contiene música de: A mi lindo Ecuador – pueblo nuevo)		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
-----------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Turismo	1833	94	3	0	0	2	48 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 42	Fecha de publicación: 27/12/2022	Fecha de análisis: 23/06/2023
Mensaje del video: nunca debemos dejar morir las tradiciones de nuestras comunidades.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Millón gracias a la juventud por mencionar al gran apoyo “Oscar Monge alcalde de Sigchos”.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V6vG4h/		
Música: Sonido original oscarmonget - Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	5785	145	6	4	0	7	39 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62.*Análisis de contenido*

Numero de publicación: 43	Fecha de publicación: 02/01/2023	Fecha de análisis: 23/06/2023
Mensaje del video: vamos sumando y trabajaremos juntos por un Sigchos que fortalezca las culturas y tradiciones.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Mucha gracias Guantualo por el cariño - Oscar Monge alcalde de Sigchos		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V6wSP2/		
Música: Sonido original oscarmonget - Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	9248	291	16	16	0	8	56 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia**Tabla 63.***Análisis de contenido*

Numero de publicación: 44	Fecha de publicación: 02/01/2023	Fecha de análisis: 23/06/2023
Mensaje del video: La seguridad y la fe nunca se debe perder.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Llego nuestro futuro alcalde de Sigchos		

Link: <https://www.tiktok.com/t/ZM2VuKXcf/>

Música: Sonido original oscarmonget - Oscar Monge

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
video	Política	3250	113	2	6	1	4	8 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 64.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 45	Fecha de publicación: 04/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: contar con el apoyo ciudadano para llegar al poder, es amar el servicio por los más necesitados.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Con toda la actitud positiva, estamos decididos a trabajar por un Sigchos mejor.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VHf7tq/		
Música: Píllaro viejo – Banda de Aloguincho		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	

Galería de fotos	Política	13.6k	212	12	0	0	10	sg	Si	No	Si	No
------------------	----------	-------	-----	----	---	---	----	----	----	----	----	----

Fuente: Elaboración propia

Tabla 65.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 46	Fecha de publicación: 04/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: Nombre del video cargado a Tik-Tok: muchas gracias por el respaldo a la bella tierra Guayama San Pedro de Quilotoa.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VHF2tc/ Música: Sonido original oscarmonget - Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	3833	127	6	1	2	4	23sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 66.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 47	Fecha de publicación: 06/01/2026	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: Cumplir con el compromiso y la actitud de servir con la capacidad y el conocimiento necesario por un Sigchos seguro y productivo. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Por un Sigchos al progreso Oscar Monge su amigo alcalde de Sigchos		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VHyJTU/ Música: Sonido original oscarmonget - (Contiene música de: Calm Down – Rema & Selena Gómez)		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Trabajo Social	2177	134	2	7	0	3	46 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 67.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 48	Fecha de publicación: 06/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: la interacción con la ciudadanía es mantener el compromiso para un futuro con éxito. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Yupaychani mashi Klever		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VHjHV7/ Música: Sonido original oscarmonget - Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Trabajo social	3490	117	0	4	2	4	40sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 68.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 49	Fecha de publicación: 02/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: conocer a las autoridades base principal para junto al pueblo tomar decisiones claras.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Sin título		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VHsxTg/		
Música: Calm Down – Rema		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Política	2332	120	3	0	3	1	7sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 69.*Análisis de contenido*

Numero de publicación: 50	Fecha de publicación: 07/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: Apoyar a cada una de las costumbres, tradiciones, sobre todo la cultura es saber manejar una buena administración Nombre del video cargado a Tik-Tok: Oscar Monge su amigo alcalde de Sigchos.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VHgNcy/ Música: Rompe Zapatos – Muñecazo – vos en off de fondo original de Oscar Monje		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Cultura y tradición	7908	288	19	3	5	6	32sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia**Tabla 70.***Análisis de contenido*

Numero de publicación: 51	Fecha de publicación: 07/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: Conocimiento, capacidad, autoestima y confianza. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Oscar Monge candidato alcalde de Sigchos		

Link: <https://www.tiktok.com/t/ZM2VHndMb/>

Música: Sonido original oscarmonget (Contine música de: One Way Ticket - Rudy Meyns)

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Política	4581	170	10	0	7	5	8sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 71.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 52	Fecha de publicación: 09/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: el compromiso y la seguridad de un candidato amigo con la ciudadanía.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Felicitaciones a sus dirigentes del Censo y Collanes.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9fu31/		
Música: Sonido original oscarmonget – Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	

Video	Cultura y tradición	3519	134	2	3	4	2	3m: 25sg	Si	No	Si	No
-------	---------------------	------	-----	---	---	---	---	----------	----	----	----	----

Fuente: Elaboración propia

Tabla 72.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 53	Fecha de publicación: 09/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: caminar en las comunidades para sentir las necesidades y dar respuesta a cada una de ellas es dar una repuesta oportuna a nuestro cantón.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Esta realidad de todas las comunidades de Sigchos cambiara con Oscar Monge y César Umajinga		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9DFjN/		
Música: Sonido original oscarmonget – Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Trabajo social	7169	186	23	2	0	4	14sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 73.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 54	Fecha de publicación: 10/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: siempre es bueno brindar oportunidades a las nuevas generaciones para dirigir a un cantón y vele por el compromiso social. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Oscar Monge amigo del pueblo, candidato a la alcaldía de Sigchos.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9Ufto/ Música: Zapatiadito - Los chamos del amor		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Trabajo social	10.1k	254	3	16	4	6	23sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 74.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 55	Fecha de publicación: 17/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: salir a convivir con la ciudadanía, ayuda a gestionar grandes mejorías a cada comerciante. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Visitando a nuestros comerciantes de Sigchos, ellos son la fuerza de la economía.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9S5Kk/ Música: Calm Down – Rema		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Economía	5110	231	18	5	4	8	34sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 75.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 56	Fecha de publicación: 17/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: hay capacidad, conocimientos y voluntad para hacer una nueva administración y mejorar el cantón.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Caminamos juntos por el cambio que Sigchos necesita.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V94sRG/		
Música: Soy del pueblo - Jhonny Rivera		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	

Galería de fotos	Economía	4133	181	8	4	4	2	27sg	Si	No	Si	No
------------------	----------	------	-----	---	---	---	---	------	----	----	----	----

Fuente: Elaboración propia

Tabla 76.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 57	Fecha de publicación: 30/01/2023	Fecha de análisis: Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: genera valores como la seguridad, confianza, autoestima y compromiso.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: sin titulo		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9gHk2/		
Música: El pueblo unido jamás será vencido – Inti Illimani		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
video	Trabajo social	5422	208	8	4	4	0	7sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 77.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 58	Fecha de publicación: 30/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: el compromiso y aceptación con el pueblo empieza desde el momento en que se comparte con su gente alegrías, como necesidades, buscando un bienestar exitoso. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Todos invitados a votar por la nueva generación Oscar Monge el amigo del pueblo.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9gEuF/ Música: Sonido original oscarmonget – Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	24.2k	334	14	6	0	7	39sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 78.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 59	Fecha de publicación: 31/01/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: el compromiso con el pueblo nace con la aceptación ciudadana, no se debe dejar morir la confianza del pueblo. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Las Pampas – Sigchos “Muchas gracias por sumarte con SUMA 23”		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V93qLD/ Música: Tomado cerveza – Banda show 24 de mayo		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Trabajo social	8970	349	12	7	4	3	49sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 79.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 60	Fecha de publicación: 01/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: la gente del campo también tiene derecho a ser partícipe de grandes cargos políticos, gente nueva con grandes expectativas.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Excelente palabras de una mujer pensante. Invitados todos a SUMAR.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9prFg/		
Música: El pueblo unido jamás será vencido – Voces libres		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	

Video	Política	16.3k	358	23	18	4	14	1m: 30sg	Si	No	Si	No
-------	----------	-------	-----	----	----	---	----	----------	----	----	----	----

Fuente: Elaboración propia

Tabla 80.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 61	Fecha de publicación: 01/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: transmitir paz a la ciudadanía es dejar tomar buenas decisiones y correctas para un buen futuro. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Oscar Monge alcalde de Sigchos con la bendición de Dios.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9nunq/ Música: Cristo te necesita para amar – Padre Urrutia		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Trabajo Social	12.2k	483	43	7	5	12	20sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 81.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 62	Fecha de publicación: 03/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: nunca se debe dejar un lado las grandes costumbre y tradiciones, debemos mantenerlas intactas porque somos cultura y esa es nuestra forma de identificarnos como pueblo sigchense.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Muchas gracias centro Parroquial de Chugchilan – Oscar Monge alcalde de Sigchos.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9X5Bq/		
Música: Sonido original oscarmonget – Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Cultura y tradición	14.7k	323	18	5	3	13	58sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 82.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 63	Fecha de publicación: 01/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: la confianza y seguridad en uno mismo es la clave del éxito.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: sin titulo		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V94WfP/		
Música: Sonido original oscarmonget (Contiene música de: Da Vu Tang Duy Tan)		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Educación	3714	204	10	1	4	4	8sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 83.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 64	Fecha de publicación: 03/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: una buena organización política siempre vela por un proceso electoral justo, adecuado y apropiado.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Gracias al CNE por ser guardianes de la democracia.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VxrQ74/		
Música: Democracia – Guillermo Anderson – voz en off original de Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Política	5077	331	14	2	3	9	55sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 84.*Análisis de contenido*

Numero de publicación: 65	Fecha de publicación: 03/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: una generación nueva debe ser primordial en las decisiones políticas y ser partícipes de estas con ideas innovadoras y auténticas. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Juventud querida, es hora de sumar con la nueva generación sigchense.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9ETXh/ Música: Clam Down - Rema		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Educación	15.1k	605	56	9	3	16	sg	Si	No	Si	No

Fuente: *Elaboración propia***Tabla 85.***Análisis de contenido*

Numero de publicación: 66	Fecha de publicación: 04/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: siempre debemos ser agradecido con cada una de las comunidades que nos han apoyado y nos apoyan para una buena administración. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Millón gracias, Sigchos querido. "Estoy seguro del apoyo para todo el equipo de SUMA 23.		

Link: <https://www.tiktok.com/t/ZM2V9otbr/>

Música: Es mi pastor - Música cristiana – voz en off original de Oscar Monge

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Trabajo social	13.3k	515	38	14	3	10	40sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 86.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 67	Fecha de publicación: 08/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: ser seguros y tener confianza en nosotros siempre nos llevara por el camino del éxito.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Millón gracias a toda nuestra linda ciudadanía de Sigchos.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VxFAom/		
Música: Sonido original oscarmonget (Contiene música de: Corea)		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
-----------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video	Política	2773	168	4	1	4	2	8sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 87.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 68	Fecha de publicación: 08/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: el apoyo de todos en unión es la clave del éxito que traerá nuevas oportunidades de luchar por un bienestar social y solventar las necesidades del pueblo. Nombre del video cargado a Tik-Tok: Dios le pague a todos los sigchenses de todo corazón.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9wyRp/		
Música: El pueblo unido jamás será vencido – Voces libres		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Video y fotos	Política	7032	408	25	8	3	4	35sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 88.*Análisis de contenido*

Numero de publicación: 69	Fecha de publicación: 11/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: muchas veces la religión es el punto por el cual se guía un actor político que bajo sus creencias se llena de virtudes para trabajar por el bienestar de los más vulnerables, cobre todo cumplir con la ciudadanía.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Experiencias para implementar en el turismo de Sigchos.		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2V9wwDf/		
Música: Turismo – Time Travel		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Galería de fotos	Turismo	4755	308	11	6	3	7	47 sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia**Tabla 89.***Análisis de contenido*

Numero de publicación: 70	Fecha de publicación: 23/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: la amabilidad, la confianza, la seguridad, la paz y la aceptación que una persona transmite es el poder que su gente le otorga para luchar por el bienestar social de todos.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Millón gracias a mi querido cantón Sigchos.		

Link: <https://www.tiktok.com/t/ZM2VxHbR9/>

Música: El pueblo unido jamás será vencido – Voces libres

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	
Videos	Política	3781	249	3	0	2	5	1m: 43sg	Si	No	Si	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 90.

Análisis de contenido

Numero de publicación: 71	Fecha de publicación: 25/02/2023	Fecha de análisis: 24/06/2023
Mensaje del video: Revive la emoción, la pasión y el compromiso de un cierre de campaña que termino en triunfo.		
Nombre del video cargado a Tik-Tok: Recuerdo del apoyo a Suma 23 Sigchos “Cierre de campaña Oscar Monge alcalde de Sigchos”		
Link: https://www.tiktok.com/t/ZM2VxsDcV/		
Música: Sonido original – oscarmonget - Oscar Monge		

Análisis de contenido publicado en la plataforma de Tik Tok / alcalde Oscar Monje												
Tipo publicación	Categoría	Número reproducciones	Número likes	Número comentarios	Número compartidas	Número hashtags	Añadido a favoritos	Duración del video (Tiempo)	Creatividad		Uso de emojis en el video	

Video	Cultura y tradición	2607	171	8	2	0	4	4m:41sg	Si	No	Si	No
-------	---------------------	------	-----	---	---	---	---	---------	----	----	----	----

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3

Guía de preguntas

Nombre del entrevistado: alcalde Oscar Monje, comunicador Luis Aimacaña, Ingeniero Jorge Medina
Fecha de entrevista: 23/ junio/ 2023
Donde se realizó la entrevista: Cantón Sigchos
Fotografía
<p>Preguntas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Por qué decidió utilizar la red social Tik Tok para la difusión de sus contenidos? 2. ¿Qué tipo de actividades para su gestión fueron más difundidas en este medio? 3. ¿Considera que la información compartida en su red social logró llegar a toda la ciudadanía? 4. ¿Se usó métodos profesionales para difundir información en esta red social y de esta forma compartir imágenes y vídeos de calidad? 5. ¿Considera usted que utilizar esta plataforma digital fue una buena estrategia de comunicación? 6. ¿Para difundir este tipo de contenido se enfocó usted en un público objetivo? 7. ¿Una plataforma considera de entretenimiento cree usted que es una plataforma confiable para comunicar e informar? 8. ¿Cuál es el objetivo principal al utilizar TikTok como plataforma de comunicación? 9. ¿Qué tipo de contenido funciona mejor en TikTok y cómo puede aprovechar las tendencias y los desafíos virales para aumentar la participación de los usuarios?

10. ¿considera usted que se debe utilizar influencers o colaborar con creadores de contenido populares en TikTok para ampliar el alcance?
11. ¿cuáles fueron las estrategias para la distribución de sus contenidos en su gestión política?
12. Según su criterio ¿Debería responder a los comentarios, y responder las preguntas en los videos?
13. ¿Cómo cree que TikTok ha influido en la participación política de los jóvenes?
14. ¿Qué ventajas cree que tiene TikTok en comparación con otras plataformas sociales en términos de alcance comunicativo?
15. ¿Cuál es su perspectiva sobre el futuro del uso de TikTok en la comunicación política y su impacto en la sociedad en general?

Fuente: *Elaboración propia*

Anexo 4

Entrevista 1

Nombre del entrevistado: alcalde Oscar Monje

Fecha de la entrevista: 23/06/2023

Lugar de la entrevista Cantón Sigchos

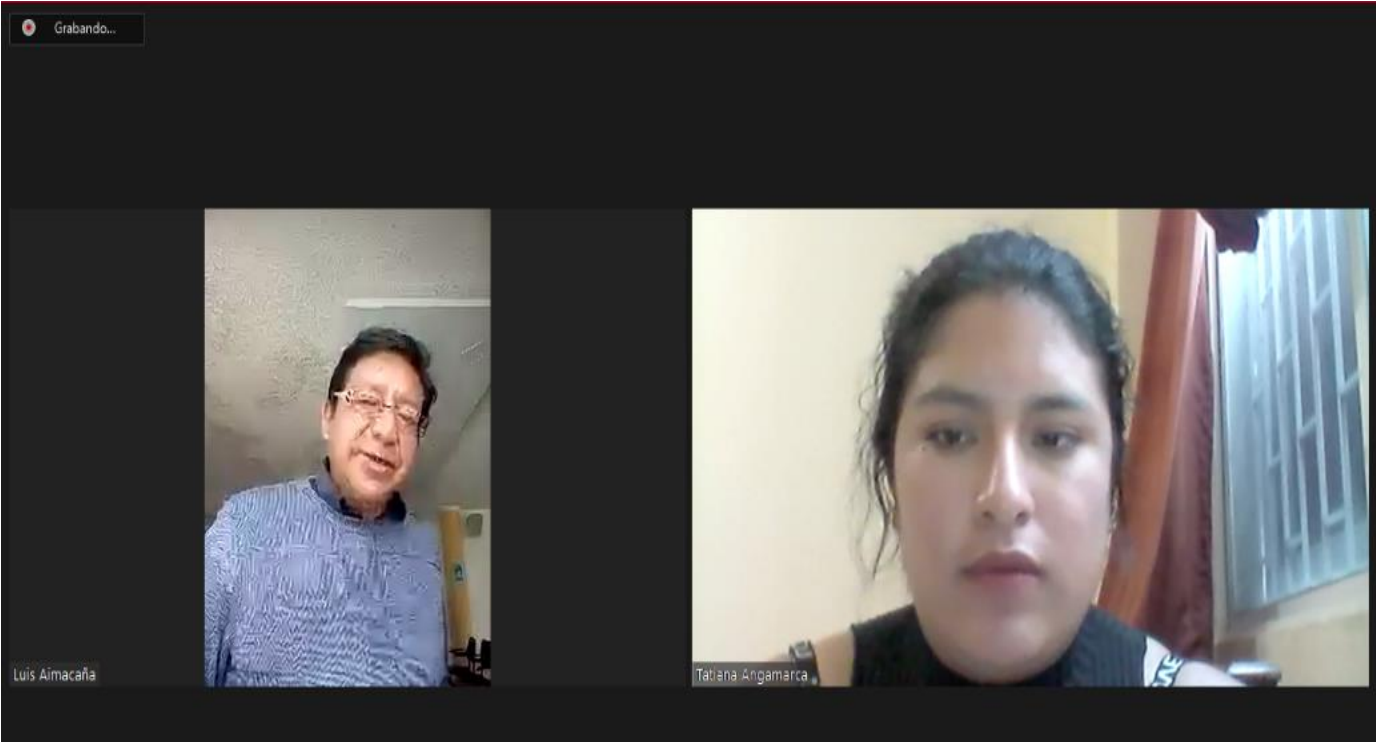
Fotografía



Fuente: *Elaboración propia*

Anexo 5

Entrevista 2

Nombre del entrevistado: Luis Aimacaña
Fecha de la entrevista: 28/06/2023
Lugar de la entrevista mediante zoom
Fotografía
 A screenshot of a Zoom video call. The interface shows two video thumbnails. The left thumbnail shows a man with glasses and a blue patterned shirt, identified as Luis Aimacaña. The right thumbnail shows a woman with dark hair, identified as Tatiana Angamarca. A 'Grabando...' (Recording) indicator is visible in the top left corner of the video area.

Fuente: Elaboración propia

Anexo 6

Entrevista 3

Nombre del entrevistado: Ingeniero Jorge Ricardo Medina Valarezo

Fecha de la entrevista: 28/11/2023

Lugar de la entrevista cantón Latacunga

Fotografía



Fuente: *Elaboración propia*

Anexo 7

Entrevistas

Tabla 1.

Entrevista- pregunta 1

Pregunta N° 1 ¿Por qué decidió utilizar la red social Tik Tok para la difusión de sus contenidos?	
O.M	Tik Tok, es una red social que la mayoría tiene acceso, debido a sus contenidos cortos y precisos se les puede contagiar de líneas directas de lo que uno quiere mencionar a la gente, más que todo, lo que podía notar es que en un momento dado el proceso de campaña se vio vinculado a los jóvenes.
L.A	Nosotros los periodistas decimos y partimos siempre de una acción, es decir, todo aquello que no pasa por los medios no existe, y aquello que no pasa por las redes sociales no existe, entonces cuando uno hace una segmentación del público objetivo buscamos que quiere proyectar y a quiénes quiere llegar.
J.M	Hay factores que intervienen y definen realmente las preferencias de los actores políticos, especialmente cuando son candidatos que optan por el uso de las redes sociales en general y en particular el primero de ellos es la gran masificación del uso de la tecnología en estos tiempos, estableciendo relaciones sociales de manera telemática o volver a los formatos tradicionales, es evidente que en el uso de estas herramientas se encuentra uno de los ingredientes que determina el éxito y el triunfo de un político en temas electorales.
Análisis Los expertos coinciden en que Tik Tok es una red de gran importancia en cuanto a los contenidos que se van a difundir por un político, de esta manera se puede determinar con exactitud que este medio que ahora está en tendencia ya se le puede considerar que esta es una plataforma informativa, porque como bien se menciona dentro de las entrevistas todo comunica dentro de la política, además, en esta plataforma se tiene la facilidad de acceder instantáneamente a la comunicación.	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 2.

Entrevista - pregunta 2

Pregunta N° 2 ¿Qué tipo de actividades para su gestión fueron más difundidas en esta plataforma?	
O.M	Las actividades que más vistas y likes tuvo fueron los bailes, los movimientos, las visitas a los lugares turísticos, esto fue lo que más le impactó a la gente y veo que también tiene más acogida.
L.A	Las publicaciones durante las campañas tienen que ver fundamentalmente con un lenguaje fácil, no complicado para la colectividad y obviamente a través de eso se puede jugar con la cromáticas, con un sin número de escenarios sobre todo que identifiquen a la gente en el espacio, es un gancho definitivamente positivo al menos para los jóvenes debido a que les gusta mucho el audio y el video que ofrece Tik Tok.
J.M	Es utilizado para difundir precisamente contenidos profundos y concretos de campaña, donde se ven las expresiones digeribles e instantáneos del candidato ante los requerimientos ciudadanos muchas veces para postear reacciones a eventos puntuales que se dan en el desarrollo de la campaña electoral.
Análisis Si bien es cierto Tik Tok, es una red que se desempeña por la creación de videos y audios en tendencia, mismas, que se consume de forma instantánea, es así como los expertos en el tema mencionan que el impacto en la ciudadanía sobre cada uno de los contenidos es de fácil comprensión y en general son los más aceptados por los jóvenes, aunque también el alcalde hace alusión a que los contenidos más compartidos son los que tiene relación al turismo. Además, que la plataforma crea una accesibilidad bajo las acciones comunicativas, debido a que se caracteriza por desarrollar un algoritmo en base a las necesidades sociales y digeribles.	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 3.*Entrevista- pregunta 3*

Pregunta N° 3 ¿Considera que la información compartida en su red social logró llegar a toda la ciudadanía?	
O.M	No se puede asegurar que los contenidos publicados en la cuenta llegaron a un 100 % de ciudadanos, sin embargo, una vez iniciada la campaña política se obtuvo gran aceptación por parte del público. Además, que en los últimos 15 días las publicaciones presentadas fueron cruciales, debido a la accesibilidad de información compartida de forma directa en este medio.
L.A	Todos los recursos que se utilizaron dentro de la campaña para llegar a esto fueron parte de una estrategia política, aunque no se llegó a toda la población porque aún existen muchos sitios en donde no hay Internet, al menos si se logró llegar a los jóvenes de entre los 16 y 25 años mediante la utilización de esta red, la muestra de aquello es que ganó las elecciones.
J.M	No necesariamente, si bien es cierto el uso de las redes sociales se ha masificado por el impulso tecnológico que nos ha inundado, además, los grupos sociales no tienen una misma interacción en redes hay preferencias, por ejemplo, una porción muy importante de la ciudadanía prefiere actividades comerciales, actividades profesionales de entretenimiento, mientras que la política tiene un contenido amplio, pero con poco interés.
Análisis Los expertos coinciden en que los contenidos si llegaron a una gran parte de ciudadanos, pero no a todos, sin embargo, fue un avance comunicacional grande e interactivo con los jóvenes, debido a que esta es una herramienta comunicacional que ayuda mucho en la difusión de contenidos, sin embargo, según las necesidades que consume la sociedad están pueden llegar a toda la ciudadanía siempre y cuando estas sean de interés mediático, sobre todo comprensibles y entendibles.	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 4.*Entrevista- pregunta 4*

Pregunta N° 4	
¿Se usó métodos profesionales para difundir información en esta red social y de esta forma compartir imágenes y vídeos de calidad?	
O.M	Todos los videos y los textos que están publicados en Tik Tok y las diferentes redes sociales, hasta el momento lo hago personalmente, lo hago con mi celular, utilizo mi creatividad.
L.A	Es utilizada la manera intuitiva, ya que no existe una elaboración clara de un mensaje para los contenidos audiovisuales, ya que estos deben pasar por un sin número de filtros, sin embargo, se han hecho instantáneamente y es más intuitiva que técnica.
J.M	El asesoramiento profesional debería estar en la agenda de los políticos, pero normalmente el político se ve obligado a improvisar no siempre va a tener a su alcance toda la posibilidad de desarrollar un plan o un esquema trazado por un profesional, sin embargo, los políticos sí deberían requerir un asesoramiento profesional pero también deben estar en capacidad de enfrentar el reto de improvisar adecuadamente.
Análisis	
El profesionalismo dentro de una plataforma digital debe ser fundamental en temas políticos, debido a que esta viene siendo la marca propia, con mensajes claros dentro de la difusión de contenidos mismos que serán compartidos y tratados en el medio. Es así, que para ser más profesionales el experto Medina (2023), menciona que, si debe existir un asesor profesional, para que este guíe de manera coherente y ético a un político en esta red, sin embargo, un actor político debe tener la facilidad de improvisar porque siempre está expuesto a crear contenidos sin tener una agenda planificada.	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 5.*Entrevista - pregunta 5*

Pregunta N° 5	
¿Considera usted que utilizar esta plataforma digital fue una buena estrategia de comunicación?	
O.M	Me ayudó muchísimo, es una comunicación directa y más que todo conveniente, también lo que pude notar es que la gente se descargaba y se compartía los videos, sin embargo, algunos videos lo utilizaron sacando de contexto, pero a la final terminaban observando, y escuchando lo que yo mencionaba dentro de cada contenido.
L.A	Si, fue uno de los mejores métodos de estrategia comunicacional con la audiencia, porque el resultado de estos contenidos publicados en Tik Tok fue la aceptación y haber ganado las elecciones.
J.M	Definitivamente, debido a que la red social es una buena plataforma de difusión de ideas, pero, esta debe ampararse en el contenido científico en el criterio comunicacional para poder tener un efecto consecuente con las necesidades de un gestor político, la gestión política debe basarse en una estrategia multidimensional y sobre todo multi mediática todos sabemos que los avatares tecnológicos, las preferencias como las tendencias cambian en cuestión de días o de horas, las redes sociales necesitan el apoyo y el auspicio de otros contenidos que obviamente vienen de parte de la experiencia profesional y de la formación académica.
Análisis	
Tik Tok en la actualidad es considera una de las mejores plataformas de información, tratadas como medios difusores de información principales para los políticos y de esta forma puedan difundir contenidos siendo esta una estrategia lógica de comunicación e interacción con la audiencia. Los expertos coinciden que esta red social es una estrategia de comunicación de gran apoyo para un actor político.	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 6.*Entrevista- pregunta 6*

Pregunta N° 6 ¿Para difundir este tipo de contenido se enfocó usted en un público objetivo?	
O.M	Sí, fui enfocándome en un público, porque hay temas que son específicamente para la juventud, hay cosas que está específicamente para el turista, también hay cosas que están para los emprendedores y ganaderos, por lo tanto, fui analizando sectores estratégicos a quienes podía llegar.
L.A	Considero que sí, debido a esta plataforma fue una de las mejores estrategias de comunicación visual dentro de la difusión de contenidos compartidos por el alcalde, además este logró llegar a una audiencia bastante grande.
J.M	Definitivamente sí, ya que nos permite orientar nuestros esfuerzos comunicacionales y en este caso políticos a niveles específicos, nos está brindando una oportunidad de preferencia electoral podemos concentrar nuestros esfuerzos en grupos definidos, y en Tik Tok nos brinda una capacidad de respuesta casi inmediata que pueden generarse de las experiencias o de los ejercicios políticos y electorales que realizaron otros candidatos.
<p>Análisis</p> <p>Los expertos, aseguran que, si se enfocó y se debería enfocar en un público objetivo para la difusión de contenidos, por lo tanto, se considera que para utilizar una red social en la política siempre se debe tomar en cuenta a que público nos dirigimos, hacia donde vamos y que queremos transmitir, para de esta forma ganar la aceptación de la colectividad de forma definida y así captar la negatividad de varios sectores a los que no se llega con el mensaje.</p>	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 7.

Entrevista - pregunta 7

Pregunta N° 7	
¿Una plataforma se considera de entretenimiento, cree usted que es un medio confiable para comunicarse e informar?	
O.M	Sí, confiable totalmente debido a que la información que yo quería decir, lo escribía o si no los grababa con mi propia voz y era inmediatamente, había reacciones que tenía incluso llamadas a decir que estaba muy bien felicitándome y tenían mucho apoyo.
L.A	Considero que sí, es más estoy seguro de que es así, debido a que este medio es utilizado más por jóvenes y para hacer este tipo de publicaciones y utilizar las redes sociales se debe planificar ver el tipo de lenguaje que utilizaremos, en lo posible dar un discurso con muchos términos abstractos por cómo se procesa la imagen y la forma que llegan los mensajes.
J.M	Los pilares de la comunicación son precisamente informar y entretener, por qué no combinar todos estos elementos dentro de una plataforma, el entretenimiento no tiene por qué ser un vacío, también puede ser un instructivo que a pesar de ser entretenidos deberían tener un criterio formador y educador, esa es una de las misiones de la comunicación, además los mensajes informativos que nos llegan no son precisamente de una plataforma 100% informativa.
Análisis	
Tik Tok fue creada por una compañía china para el entretenimiento social, ahora es una de las fuentes primordiales dentro de la comunicación, misma que de forma inmediata logra captar la atención de la colectividad, crear tendencias con mensajes claros y confiables al menos dentro de la política. Es así como los expertos aseguran que una plataforma de entretenimiento si es una fuente confiable e informativa.	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 8.*Entrevista- pregunta 8*

Pregunta N° 8 ¿Cuál es el objetivo principal al utilizar Tik Tok como plataforma de comunicación?	
O.M	Comunicar inmediatamente de manera dinámica a la ciudadanía. Además de crear valores como el respeto, porque uno tiene que saber el tipo de contenido que va a enviar, no puede coger cualquier cosa y subirla, también está la responsabilidad porque es lo que uno se maneja dentro de las redes sociales.
L.A	Llegar a un público objetivo específico, en este caso considero que se llegó muy bien a los votantes menores de 25 años con el único propósito de ganar las elecciones.
J.M	Siendo un buen actor de la política considero que el objetivo primordial de la plataforma es informar, comunicar y entretener no de manera formal, pero sí de forma directa e inmediata.
Análisis Dentro de una plataforma digital para empezar a difundir contenidos y que estos sean de agrado para la colectividad, se debe tener en cuenta a donde queremos llegar y el propósito claro con el cual establecemos la aceptación dentro de la red social. Es así, como los expertos coinciden en que la plataforma como objetivo principal en la política, es de comunicar y entretener de manera responsable.	

*Fuente: Elaboración propia***Tabla 9.***Entrevista- pregunta 9*

Pregunta N° 9 ¿Qué tipo de contenido funciona mejor en Tik Tok y cómo puede aprovechar las tendencias y los desafíos virales para aumentar la participación de los usuarios?	
O.M	El contenido debe ser super resumido, directo también atractivo, dentro del texto siempre en primera instancia de entrada tiene que ser muy

	<p>proactivo, ser espontáneo, llamar la atención, también la música es lo que le atrae a la gente, de la misma forma he podido notar, porque algunos vídeos subidos sin una música de acuerdo con la localidad no tienen mucha aceptación, pero hay videos que puede no tener un buen contenido, pero la música que le acompaña le ayuda.</p>
L.A	<p>Esta plataforma, te permite medir, cuantificar la realidad, dependiendo de la cantidad de amigos que tengas, de esa manera se puede apreciar las interacciones positivas, reacciones negativas, si existe discriminación del público que nos mira y del otro público, que también opina bien o mal lo que se difunde en los contenidos, además, si se utiliza un recurso como este en una campaña se debe estar preparados para la ola de comentarios y después lanzarse a la tendencia en redes.</p>
J.M	<p>Tik Tok es una herramienta que nos permite adaptarnos a las tendencias cambiantes dentro de una misma jornada, cada tipo de contenido es fundamental simplemente se debe aprovechar las tendencias virales y precisas, porque si no coincide con la virilidad del momento el contenido va a ser desechado y al contrario puede ser un efecto contraproducente a la imagen del actor político, deberíamos siempre guardar concordancia con las tendencias, sobre todo ser honestos en el manejo del etiquetado y la difusión no siempre el contenido que se promociona es el mismo contenido que se percibe.</p>
<p>Análisis</p> <p>Cada uno de los contenidos difundidos en esta red social, nos permiten conocer la realidad mediante imágenes y videos resumidos, mismos que nos ayudan a crear tendencias, estas deben ser de fácil comprensión para el público, además que genera mayor participación e interacción entre el usuario y su audiencia, como tal, los contenidos deben ser adaptados a las tendencias sociales del momento para lograr llegar a una audiencia más grande.</p>	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 10.*Entrevista- pregunta 10*

Pregunta N° 10 ¿Considera usted que se debe utilizar influencers o colaborar con creadores de contenido populares en TikTok para ampliar el alcance?	
O.M	Se puede utilizar personajes que quizás tenga más tendencia en redes y esto puede considerarse un amuleto también, se debe tomar en cuenta que la creatividad de cada uno y la originalidad es influyente, así mismo, el contenido que solo una persona pueda subir puede alcanzar todos sus retos o quizás sobrepasar.
L.A	En parte sí, pero considero que para que la plataforma tome más forma debe ser magnificada con gente profesional intuitivamente o por otro lado, debe ser utilizada al menos en la política solo con gente experta en los temas.
J.M	Es un riesgo, pero es paradójicamente una de las herramientas que la política ha echado mano desde hace mucho tiempo, antes de la época de las redes sociales pues claro los políticos se valían de los deportistas, actores reconocidos de televisión, incluso los convertían en candidatos de sus propias listas, es un recurso válido pero este tipo de estrategias no es nada formal.
<p>Análisis</p> <p>Utilizar personajes reconocidos (influencers) para ampliar el alcance con los contenidos, es una estrategia influyente y creativa dentro de cada uno de los temas políticos en diferentes ámbitos como turístico, económico, social y cultural, debido a que la ciudadanía en la actualidad opta por seguir mucho a gente mediática y crean dependencia en su forma de pensar. Sin embargo, el experto (Medina, 2023) menciona que se debe pensar bien en utilizar personajes de apoyo en la política porque muchas veces la gente sigue a personas con poca trayectoria positiva y sus antecedentes son negativos, entonces, para mantener una buena difusión de contenidos se debe analizar y estudiar bastante a las figuras públicas antes de manchar la imagen del político y la estrategia con influencers sea un fracaso.</p>	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 11.

Entrevista- pregunta 11

Pregunta N° 11 ¿Cuáles fueron las estrategias para la distribución de sus contenidos en su gestión política?	
O.M	La estrategia fue primero sacar un resumen de mi plan de trabajo y luego sacar “pastillitas” comúnmente como se dice, otra es el lugar al cual vamos a visitar y relacionarnos con el plan de trabajo para dar ese mensaje la ciudad.
L.A	El enfoque principal y tomada como estrategia es el público objetivo, la comunicación establecida entre el usuario y su audiencia, además de la posibilidad de que siendo ciudadanos lejanos conozcan las nuevas esperanzas, es importante señalar que en esta plataforma crea accesos a varios temas profesionales, por ejemplo, a la educación superior que parte fundamental de la estrategia comunicacional.
J.M	La masificación es la primera de las estrategias, que permiten visualizar todos los contenidos o vincularlos dentro de la red social, pueden tomar en cuenta el público objetivo al que se pretenda llegar, deben entender la pertinencia de realizar una promoción, captar la intención del voto a través de campañas digitales, por eso es muy sensato decir que todas las inversiones en redes sociales deben responder a un plan o una estrategia más no a una necesidad de último minuto.
Análisis Las estrategias para presentar buenos contenidos deben ser planificadas, estructuradas y organizadas aún más teniendo la responsabilidad de compartir temas políticos, donde nos permite conocer más a profundidad como es el plan de trabajo y como se está ejecutando dentro de la localidad, además, de que una estrategia comunicacional siempre nos permite cumplir con los objetivos planteados a un inicio, mismos que buscan captar la atención del público.	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 12.*Entrevista - pregunta 12*

Pregunta N° 12 Según su criterio ¿Debería responder a los comentarios y responder las preguntas en los videos?	
O.M	Si son cuestiones críticas proactivas que ayudan a la construcción de un ambiente amigable y saludable debemos responderles, pero si hay comentarios o críticas negativas hay que dejar pasar por alto.
L.A	Sí, pero a los que están a favor y así inconscientemente darles una retroalimentación política, debido a que este es buen momento para interactuar con la ciudadanía. Así mismo, debemos tomar en cuenta los comentarios discriminatorios que vienen desde personas que a veces son contactados por políticos contrarios.
J.M	El político no debe mostrarse tan distante, inalcanzable o incapaz de responder una inquisición que se puede generar a través de las redes sociales, los comentarios son simples insultos, provocadas o motivadas por otros políticos, entonces que el político descienda al nivel de contestar absolutamente todas las interacciones no valdría la pena, pero, si es recomendable leer sus argumentos que pueden motivar una interesante propuesta o respuesta del candidato.
<p>Análisis</p> <p>Una parte clave de las redes sociales es la interacción mediante los comentarios emitidos por la audiencia, sin embargo, al responder cada una de las opiniones, el usuario tiene la responsabilidad de crear un ambiente amigable y de confianza. Además, es importante señalar los expertos (Monje & Aimacaña, 2023) comparten el mismo criterio, “responder solo a los comentarios que ayuden a la construcción de contenidos, mientras que las críticas negativas deben ser superficiales” (p.114). Pero el experto (Medina, 2023) menciona que a “los comentarios emitidos se debe solo leer y si esta es positiva tomarla como motivación y por lo contrario dejarlas pasar por alto” (p.114).</p>	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 13.

Entrevista - pregunta 13

Pregunta N° 13 ¿Cómo cree que Tik Tok ha influido en la participación política de los jóvenes?	
O.M	La participación política de los jóvenes es fundamental porque ayuda mucho a las decisiones políticas y más dentro de esta red, debido a que es una tendencia de comunicación rápida, directa y visual, por lo tanto, ha influido muchísimo en las elecciones o toma de decisiones.
L.A	Si, directamente, porque esta es una plataforma hermosa que difunde contenidos políticos dirigidos principalmente a los jóvenes quienes se encuentran sumergidos en la tecnología, aunque también utilizan los medios tradicionales como es la radio, prensa y televisión, pero más énfasis le agregan a las plataformas digitales en este caso Tik Tok con visión a los jóvenes.
J.M	Tik Tok ha revelado todas estas debilidades de la política tradicional y ha permitido que los jóvenes tengan voz y voto dentro del quehacer político, definitivamente ha revolucionado la participación de los jóvenes en la política, lo ha hecho y no hay vuelta atrás.
<p>Análisis</p> <p>Los expertos coinciden en que la red social de Tik Tok ha demostrado ser una plataforma altamente influyente en los jóvenes donde de manera efectiva, ha permitido que temas políticos con mensajes claros alcancen a una amplia gama de jóvenes en diferentes regiones, rompiendo barreras geográficas y culturales, donde de una manera asertiva se desarrolla la participación juvenil para ejercer conocimiento propio en el medio político.</p>	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 14.

Entrevista - pregunta 14

Pregunta N° 14 ¿Qué ventajas cree que tiene Tik Tok en comparación con otras plataformas sociales en términos de alcance comunicativo?	
O.M	Tik Tok es una red que le podía medir el alcance, en esta plataforma la gente puede observar lo que estás haciendo sin ser tus amigos, te pueden seguir sin límite, por lo tanto, es bastante confiable y entrelazado con la ciudadanía, mientras que, por ejemplo, Facebook llega a un número de 5.000 personas y no puedes aceptar a más amigos.
L.A	La ventaja que tiene es el impacto directo y el beneficio mayor, debido a que existe una demanda cada vez mayor del público joven que está utilizando esta red, aquí se puede conocer el tipo de contenidos políticos que se puede compartir y estos estén permitidos difundirlos.
J.M	Tik Tok tiene un alcance inesperado sobre las otras redes sociales y determina cómo se mueve el mercado comunicacional para los jóvenes, esto no debe ser desaprovechado no puede ser negado y mejor debería ser reconocido, de alguna manera implementado e imitado dentro de lo que corresponde a las estrategias empresariales sin recurrir a lo que es plagio, la inmediatez de la información en Tik Tok es una de las fortalezas y capacidad de generar reacciones e imponer tendencias a las otras redes sociales.
Análisis Los expertos coinciden en que esta es una red social que ofrece una serie de ventajas en términos de alcance comunicativo, a diferencia de las demás plataformas debido a su algoritmo de recomendación, ya que poseen contenidos breves, atractivos, directos e instantáneos, creando un enfoque visual y creativo, lo que hace que estas características conviertan a la plataforma en una herramienta poderosa para llegar a audiencias masivas.	

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 15.*Entrevista - pregunta 15*

Pregunta N° 15 ¿Cuál es su perspectiva sobre el futuro del uso de Tik Tok en la comunicación política y su impacto en la sociedad en general?	
O.M	No podría decir en cuántos años, pero creo que en este momento Tik Tok está en la parte icono superior, está tomando mucha fuerza y seguirá tomando fuerza en la comunicación, porque he podido notar la gran cantidad de instituciones públicas y líderes políticos que manejan esta red y todos los días se puede ver la gran influencia que obtiene.
L.A	La psicología de masas, que apunta a la cuestión individual, del ego, de la imagen, con los filtros y con la apariencia de cosas, entonces, yo creo que tiene un futuro promisorio esta red, estoy muy seguro de que va a seguir siendo una influencia determinante en los procesos electorales.
J.M	El futuro de la comunicación política en Tik Tok está determinado ahora por las estrategias que cada uno de los políticos desarrolla, el uso de la plataforma será el criterio que el político quiera mantener en sus electores, por lo mismo, es necesario la formación, la educación de la población para que la plataforma también se amolde a las inquietudes y a las necesidades ciudadanas.
Análisis A medida que Tik Tok va avanzando se convierte en una plataforma digital de información para muchas personas, además, es claro que la propagación de información política se intensificará dentro de esta plataforma. Esto puede tener un impacto masivo tanto positivo como negativo, ya que se debe prestar atención a la veracidad y confiabilidad de la información compartida en la plataforma para evitar la propagación de desinformación. Sin embargo, en un futuro esta será la red principal para la difusión de contenidos políticos, misma que liderará la comunicación en cualquier ámbito.	

Fuente: *Elaboración propia*