

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE SOCIÓLOGO CON
MENCIÓN EN CIENCIAS POLÍTICAS**

**TIPOS DE CARACTERÍSTICAS EN EL LIDERAZGO POLÍTICO Y TRIUNFO
ELECTORAL EN EL ECUADOR PARA LAS ELECCIONES DE FEBRERO DEL
2021.**

CHILQUINGA ZAMBRANO HAMILTON ALEXANDER

DIRECTOR:

PHD. CHAVARRIA PARREÑO MIGUEL IVAN

Quito, 2022

DEDICATORIA

La presente Tesis esta dedicada a mi Padre Segundo Zambrano, Madres Alexandra Zambrano y Isabel Andrade por haberme forjado como la persona que soy actualmente; todos mis logros se los debo a ustedes en los cuales esta incluido este. Que con su bendición a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien. Además de cada uno de los miembros de mi familia, que con animo, paciencia y apoyo en momentos de flaqueza y debilidad supieron ser ese respaldo incondicional para poder culminar esta etapa de mi vida. Este logro es de todos nosotros.

AGRADECIMIENTOS

A mi Padre que junto a mi Madre supieron darme el apoyo económico, emocional para poder seguir una carrera universitaria. A mis tías, tíos, primos, que ante cualquier situación supieron ayudarme sin dudarlo en ningún momento, además de que nunca dejaron de creer en mí. A mi amigo Sebastián que siempre estuvo ahí cuando lo necesite en la ciudad de Quito. Finalmente, a mi tutor Miguel Echeverría, con cada uno de sus consejos, enseñanzas desde los primeros semestres supo forjar en mí el profesional que quiero ser, así como también a Christian Escobar, Alejandra Delgado, Nelson Reascos, Carolina Viola y demás docentes que con sus conocimientos supieron formarme en este gran camino.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
Capítulo 1.....	15
1.1. Propaganda política	15
1.2. Marketing Político.....	21
1.3. Liderazgo político.....	24
1.4. Liderazgo sobre la base de surgimiento y proliferaciones en los medios de comunicación.....	27
1.5. Ideología política.....	29
1.6. Presidencialización.....	31
1.7. Discurso social	34
Capítulo 2. Metodología y presentación de encuestas	36
2.1. Modalidad de Investigación.....	36
2.2. Diseño de la Investigación.....	36
2.3. Alcance de la investigación.....	37
2.4. Métodos, técnicas e instrumentos	37
2.5. Técnicas e instrumentos.....	37
2.6. Población y Muestra.....	38
2.7. Presentación de resultados de encuestas	40
2.8. Presentación de resultados de encuestas	40

2.8. Presentación de resultados de entrevistas	57
Capítulo 3. Análisis y discusión de Resultados	73
Conclusiones.....	85

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Uso facultativo del derecho al voto.....	40
Figura 2. Candidato ganador.....	41
Figura 3. Preferencias de candidatos.....	43
Figura 4. Personajes políticos	44
Figura 5. Afinidad por algún partido político.	45
Figura 6. Personajes Políticos y campaña electoral.....	46
Figura 7. Campaña electoral de Andrés Arauz	47
Figura 8. Campaña electoral Guillermo Lasso.....	48
Figura 9. Campaña electoral Carlos Pérez	49
Figura 10. Campaña electoral Xavier Hervas	50
Figura 11. Ex presidente Lenin Moreno	51
Figura 12. Campaña electoral	52
Figura 13. Característica de Andrés Arauz	53
Figura 14. Característica de Guillermo Lasso.....	54
Figura 15. Característica de Pérez.....	55
Figura 16. Característica de Xavier Hervas	56
Figura 17. Comparación de líderes políticos.	76
Figura 18. Derecho al voto.....	78
Figura 19. Política y administración pública.	81

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Uso facultativo del voto.....	40
Tabla 2. Candidato ganador	41
Tabla 3. Preferencias de candidatos.....	42
Tabla 4. Personas políticas.....	43
Tabla 5. Afinidad por partido político.	44
Tabla 6. Político y campaña electoral.....	45
Tabla 7. Campaña electoral de Andrés Arauz.....	46
Tabla 8. Campaña electoral de Guillermo Lasso	47
Tabla 9. Campaña electoral de Carlos Pérez.....	48
Tabla 10.. Campaña electoral de Xavier Hervas.....	49
Tabla 11. Ex presidente Lenin Moreno.....	50
Tabla 12. Campaña electoral.....	51
Tabla 13. Característica de Andrés Arauz	52
Tabla 14. Característica de Guillermo Lasso	53
Tabla 15. Característica de Carlos Pérez	54
Tabla 16. Característica de Xavier Hervas.....	55
Tabla 17. Resultados entrevista 1.	57
Tabla 18. Resultados entrevista 2.	61
Tabla 19. Resultados entrevista 3.	64
Tabla 20. Resultados entrevista 4.	67
Tabla 21. Resultados entrevista 5.	70
Tabla 22. Tipos de líderes políticos, según su aceptación electoral.	74
Tabla 23. Características de la política	80
Tabla 24. Características de la campaña electoral.	83

Tabla 25. Proclamación del consejo nacional electoral.	84
---	----

RESUMEN

La política es una ciencia que abarca un claro mensaje de liderazgo, que se identifica con todas las formas de relacionarse en sociedad, un liderazgo que tiene diferentes tipos y representantes, precisamente eso es lo que se ha analizado en el presente documento, mismo que contiene tres fases importantes. La primera fase que se determinó como un contenido teórico fundamental que establece el conocimiento de la ciencia en general, la política, el derecho al voto, los presidenciables y en general todo el enfoque de la política y sus contiendas. La segunda fase se identifica en el proceso metodológico con el que se recolectó los datos de la investigación, procesaron los resultados. La fase final en donde se discutieron los resultados se generaron ideas de liderazgo positivo, formas, tipos de líderes que ha construido el Ecuador. Todas las fases que se mencionan se han establecido bajo el criterio de la investigación mixta misma que amplió el conocimiento hacia un análisis crítico y filosófico que aportó con información valiosa sobre liderazgo, política, administración pública y principalmente sobre el derecho a elegir y ser elegido. Teniendo en cuenta la experiencia de la contienda electoral de febrero del 2021, en donde dos fuerzas políticas importantes demostraron su calidad de combatientes en la búsqueda de gobernar al Estado.

Palabras Clave: Liderazgo, político, elecciones, derecho al voto.

ABSTRACT

The present work has been carried out under a concept of mixed research with the domain of the qualitative approach and with the determination of the constructivist method, politics is a science that is studied extensively and that encompasses a clear message of leadership, which is identified with all the ways of relating in society, a leadership that has different types and representatives, precisely that is what has been analyzed in this document, which contains three important phases, the first phase that was determined as a fundamental theoretical content that establishes the knowledge of science in general, politics, the right to vote, the presidential candidates and in general the whole approach to politics and its contests, the second phase is identified in the methodological process with which the data of the research and the results were processed and finally the final phase where the results were discussed and post leadership ideas were generated. and the forms and types of leaders that Ecuador has built. All the phases that are mentioned, have been established under the criterion of the same mixed investigation that extended the knowledge towards a criterion of critical and philosophical analysis that contributed with valuable and optimistic information on leadership, politics, public administration and mainly on the right to choose and be chosen. Taking into account the experience of the electoral contest of February 2021, where two important political forces demonstrated their quality as combatants in the search to govern the State.

Keywords: Leadership, politician, elections, right to vote.

Introducción

En el presente estudio se ha realizado una investigación basada en los comicios que se llevaron a cabo en el mes de febrero del 2021, para cubrir las dignidades de presidente y vicepresidente del Ecuador, se ha observado de manera crítica las características que han tenido cada uno de ellos para poder llamar la atención de los votantes, como por ejemplo mediante discursos narrativos, carisma, influencia en redes sociales, entre otros.

Se ha ejecutado con el fin de observar de manera clara los tipos de liderazgo políticos que poseen cada uno de los candidatos a presidente y vicepresidente y así determinar cuál fue el más trascendental en los ciudadanos en el momento de sufragar.

Con todo esto se ha llegado a la conclusión sobre cuál de las características dentro del liderazgo político ha sido la más determinante para los electores. Se ha buscado resolver, ¿Qué características de liderazgo político utilizadas en la campaña electoral de febrero del 2021 influyeron en los y las electores de 20 a 25 años de edad en el momento de sufragar? Esta pregunta se ha intentado resolver mediante la determinación del tipo de liderazgo político electoral con más aprobación de las y los electores de 20 a 25 años de edad para la definición de su voto; para poder cumplir con el objetivo general propuesto se han identificado tres actividades principales, la primera fue, analizar los diferentes liderazgos políticos que se presentaron en las elecciones para Febrero del 2021, una vez cumplido el primer objetivo específico, se comparó los tipos de líderes políticos según su aceptación electoral y finalmente se explicó las razones que exponen las preferencias mayores o menores de los líderes políticos en el electorado.

La investigación determinó la existencia de dos tipos de características fundamentales en la campaña electoral que se llevó a cabo en febrero del 2021, que son: el discurso narrativo que es la forma tradicional de llamar la atención de las personas, y por otro lado las coaliciones,

que se definen como un agrupamiento de tendencias o posiciones ideológicas, que se unen con un fin específico, ganar las elecciones. Lo que implicó el paso al conocimiento de la democracia representativa misma que se basa en que los ciudadanos tienen derecho a un voto universal, secreto, que debe ser escrutado públicamente con el objetivo de elegir a sus autoridades como son: presidente de la República, vicepresidente de la república, asambleístas nacionales, entre otros.

En el Ecuador existe democracia representativa, puesto que el pueblo tiene la responsabilidad de otorgar el poder político a una persona mediante elecciones democráticas, entonces este poder político no es ejercido por el pueblo, sino más bien por los representantes. El proceso de democracia representativa tiene una gran relación con los líderes políticos, ya que ellos adquieren un papel central en el momento de las elecciones, teniendo como objetivo construir imágenes simplificadas para que sean proyectadas en los medios masivos de comunicación como redes sociales, televisión, entre otros. Esto se lo realiza porque los largos discursos políticos han ido perdiendo influencia en los ciudadanos y ahora se mantiene una tendencia principal en la construcción de imágenes.

Se han podido identificar a tres líderes políticos que destacaron entre los demás, que son: carismático, eficiente y tradicional. En el líder carismático se destacó la personalidad, estilo y presencia, poseen una atracción especial, indefinible que atrae a las masas. Son aquellos que siempre muestran seguridad ante sus decisiones, poseen un control absoluto de sus emociones. El líder eficiente se destaca por hacer bien las cosas, buscar y lograr los resultados esperados, además se caracterizan por ser unos grandes administradores en la parte económica, emprendedores, ejecutivos del sector público. Mientras que el líder tradicional es aquel que se destaca por estar en un partido político ya consolidado, con gran poder económico y político,

entre sus cualidades destacan el uso de su autoridad en cualquier momento, poca flexibilidad ante los demás, toma de decisiones unilaterales.

Se ha podido observar de manera clara que cada tipo de líder tiene características únicas, las mismas que hace que destaque más para las personas en el momento del voto, esto se lo puede apreciar de mejor manera en los siguientes ejemplos:

El caso de Fernando Collor de Mello en Brasil, fue un economista que viene de una familia de políticos, con gran poder económico, esto hizo que se destaque sobre el resto, primero siendo alcalde y tras ello apuntando a la Presidencia de Brasil. Para ello arrancó “una operación de auténtico marketing electoral, sin precedentes en la historia de Brasil y novedosa incluso para el conjunto del subcontinente, que consistía en la fabricación, prácticamente desde cero, de un aspirante presidencial capaz de batir a los más experimentados políticos del país.” (Ortiz, 2016, p.12).

Lo que más se destacó en la campaña presidencial de Collor sobre sus opositores fue el verdadero marketing político, sobre aquello:

Compusieron una imagen atrayente del candidato divulgada por las televisiones hasta la saturación: sonriente, atildado, bien parecido, amante de los deportes de velocidad y el karate, Collor explotaba el perfil de un posible presidente para Brasil lleno de apostura, vigor y osadía, millonario para más señas y capaz de trasladar los éxitos de su vida profesional privada a la conducción del Gobierno (Ortiz, 2016, P,18).

Todo esto sumado a un discurso populista, centrado en eliminar la corrupción, ayudar a los más necesitados fue suficiente para llamar la atención de los ciudadanos.

Este es un caso muy parecido al de Ecuador con el ex Presidente Rafael Correa, puesto que en Ecuador con la campaña del mismo se observó una de las mejores campañas de marketing y comunicación política digital en el Ecuador. El mismo era un candidato nuevo,

poco conocido, pero que logró atraer a las masas con su perfil de liderazgo tan característico que es el carismático, con una personalidad que envuelve a las personas y les llama la atención, además de sus discursos populistas anticorrupción y sobre todo enfocándose en ayudar a la parte más pobre del país. Todo esto sumado al excelente trabajo del marketing digital lo llevaron a la presidencia de la República del Ecuador.

En Ecuador se concibe un tipo de líder político que se destacó sobre los demás, el cual es Guillermo Lasso, entre sus cualidades tenemos gran administrador en la parte económica, buscar y lograr resultados. Con diferencia a Rafael Correa no es un líder que atraiga a las masas con su personalidad, más bien es uno que se centra en los discursos políticos. Pero no ha podido ganar las elecciones por dos motivos, el primero que siempre ha tenido un líder carismático de adversario y el segundo por la campaña política realizada, ya que en un momento Alianza País enfocó su campaña política en vender “La imagen del banquero neoliberal y exfuncionario de una administración fallida ahuyenta apoyos.” Porque en los 90 fue ministro de economía, en una época marcada por el feriado bancario en donde se lo asocia con la “gestión” de dicha crisis (Ortiz, 2016, p.20).

De acuerdo a esto se plantearon algunas preguntas de investigación que son: ¿Qué características de liderazgo político utilizadas en la campaña electoral de febrero del 2021 influyen a los y las electores de 20 a 25 años de edad en el momento de sufragar?, para propósitos de esta investigación se utilizó la campaña electoral para las elecciones de febrero del 2021, se analizó de manera específica a los candidatos para la Presidencia de la República, así como para la Vicepresidencia.

Capítulo 1.

1.1.Propaganda política

La propaganda política busca crear imágenes que logren en el receptor el objetivo propuesto, las sociedades se han forjado con la propaganda y la estructura de la persuasión. La propaganda política ha sido usada por personajes emblemáticos en la historia del mundo y actualmente está en pleno auge. La propaganda política surgió con dos personas muy reconocidas, Lenin y Hitler. "Lo principal, dijo Lenin, es la agitación y la propaganda en todas las capas del pueblo". Hitler, por su parte, afirmó; "La propaganda nos permitió conservar el poder y nos dará la posibilidad de conquistar el mundo" (Domenach, 1955).

La propaganda política ha existido desde hace varios años atrás, por ejemplo, desde la Segunda Guerra Mundial, que acompañaba a los ejércitos, mientras se dirigían hacia algún lugar. En la segunda Guerra Mundial, existían brigadas denominadas "compañías de propaganda". Incluso Francia pedía a varios de sus mejores hombres, imprimir y repartir folletos con objetivos políticos, sin importar sacrificarlos, debido a que sabían que ese esfuerzo iba a valer la pena en la parte política en un futuro, con esto se puede observar la importancia de la propaganda política.

Entonces la propaganda política existió exactamente desde que empezaron las rivalidades políticas. Además, los gobernantes de todas las épocas como: Demóstenes, Cicerón, Napoleón, entre otros. Empezaron a entender que el poder viene de la opinión pública, por ende, de la opinión del pueblo. "Para ser justo no basta con hacer el bien; es necesario, además, que los gobernados estén convencidos de ello. La fuerza se funda en la opinión. ¿Qué es el gobierno? Cuando le falta la opinión, nada." (Domenach, 1955, p. 3).

La propaganda política se dedicó principalmente a la saturación de imágenes a través del cine y la radio, después de la Segunda Guerra Mundial aparece otro medio de persuasión

que es la televisión. “La televisión como su propio nombre lo indica es ver desde lejos (tele), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio.” (Sartori, 1997). Con la creación de este artefacto las campañas políticas pudieron expandirse, ya que no era necesario ir presencialmente a un lugar para transmitir un mensaje a cientos de miles de personas, sino con tan solo que tengan una televisión podían ver y escuchar el mensaje. La principal diferencia entre la televisión y la radio es que cuando usamos la radio podemos realizar cualquier otra actividad mientras que para la televisión necesitamos estar delante de la misma para captar de mejor manera el mensaje que se da mediante las imágenes.

En la actualidad dejando a un lado la televisión como medio para la propaganda política tenemos al internet que abarca las redes sociales (Instagram, Facebook, Tiktok, YouTube). Existe una gran diferencia entre el internet y la televisión, ya que “el televisor es un instrumento monovalente que recibe imágenes con un espectador pasivo que lo mira, mientras que el mundo multimedia es un mundo interactivo y por tanto de usuarios activos y polivalente de múltiple utilización.” (Sartori, 1997). Por ello en la actualidad estamos en un mundo digital que se base en la interacción entre usuarios, basándonos en una campaña política sería la interacción entre el candidato a la Presidencia con todas las personas que tienen acceso a internet. Esto se da gracias a las redes sociales, Instagram, Facebook, YouTube, Tiktok, las mismas que fueron sacadas provecho principalmente en las Elecciones para Presidente de la República del Ecuador por el candidato Xavier Hervas, que mediante “en vivos”, las personas interactuaban con él, haciéndole preguntas en tiempo real y el mismo resolviendo cada una de sus inquietudes, esto hace una interacción mas personal entre los mismos.

La propaganda política se ha ido actualizando con el tiempo desde la era de Napoleón en la que se usaba caballos guiados por hombres cantando canciones relacionadas con la política, así como también, llevando imágenes mostrándolas por el pueblo. Con el pasar de los años se empezaron a usar afiches, vehículos con radio, gigantografías pegadas en puntos

estratégicos de ciudades, fotografía, cine, prensa, televisión, hasta la actualidad donde se está usando en gran dimensión la tecnológica, entre los que destacan plataformas digitales YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, puede llamar la atención de cientos de miles de personas y todo esto en la comodidad del hogar sin necesidad de salir a la calle (Izquierdo, 2018). Todo esto es acompañado por la elocuencia, poesía, música, la persona que desea el puesto político utiliza todas sus cualidades para poder llamar la atención de la mayor cantidad de personas posibles.

Entonces, "la propaganda es una tentativa para ejercer influencia en la opinión y en la conducta de la sociedad, de manera que las personas adopten una opinión y una conducta determinadas" (Domenach, 1955). Actualmente se la compara con la publicidad, ya que busca llamar la atención de las personas para que cambien su forma de pensar y así consuman lo que se les está ofreciendo, pero se la diferencia con esta, debido a que la propaganda tiene fines políticos y no comerciales. Al pasar los años, se han creado nuevas invenciones tecnológicas, por ende la publicidad llegó a otro nivel, en el que se centra en atraer, impresionar a las personas, caso contrario a la propaganda que se basa en convencer a las personas. El uso de slogans, imágenes, videos, hizo que la publicidad destaque sobre la propaganda que era más explicativa, esto se debe a que el ser humano le atrae más cosas novedosas.

La publicidad con los años se ha ido convirtiendo en una ciencia, la misma que se basa en la creación de un grado de obsesión utilizando diversos procedimientos de atracción como lo son, colores, olores, imágenes, música, videos, personas, animales, cosas. Con todos estos materiales podemos guiar a una persona para que elija un producto o marca en lugar de otro, pero también se le puede crear una necesidad de dicho producto que se está ofertando, por ende, la propaganda política está en una simbiosis con la publicidad.

Esto se lo puede observar de manera clara en las campañas políticas del Ecuador y del Mundo entero. En la campaña electoral del 2021, se vivieron los famosos desfiles con orquestas, tarimas, artistas, regalando víveres, camisetas, esferos y muchas cosas más. Todo para atraer más personas y puedan cambiar el modo de pensar de los mismos para que elijan un candidato sobre otro. Así es como algunos candidatos pretendían esquivar debates, que vendría a ser lo que era la propaganda política antes, una explicación a las propuestas que quiere implementar en su Gobierno si gana las elecciones, pero en lugar de eso dan más prioridad a la propaganda política actual.

Cabe destacar que los principales precursores de la propaganda política moderna son Lenin y Trotsky. Lenin en 1917 fue el principal autor que se basó en la conquista del poder, ya que se lo conocía como un gran propagandista y agitador. Trotsky se enfocó en la radio, principalmente en el proletariado, campesinado que sufrían atropellos del estado.

También existe una gran aportación de parte de Hitler y Goebbels a la propaganda moderna. Como conocemos ellos no son los principales precursores de la propaganda política moderna, pero si la perfeccionaron. Ellos usaban la propaganda política moderna basándose en el odio de las personas, atrayendo a grandes masas con discursos como cuando “Goebbels, después de haber predicado un racismo anticristiano, proclama que el pueblo alemán hace la guerra "en defensa de la civilización cristiana". (Domenach, 1955, pág. 14). También tenemos otro ejemplo cuando “Hitler lanzaba sus invocaciones sobre la sangre y la raza a una multitud fanatizada que le respondía con los Sieg Heil, solo le preocupaba sobreexcitar, en lo más profundo de esa masa, el odio y el ansia de poder”. (Domenach, 1955, pág. 15). Como se puede entender esta propaganda política moderna se basa en el odio de las personas, gritos, guerra, amenazas, promesas sin sentido, que las personas siguen a sus líderes por la exaltación, adrenalina del momento, que solo los hace responder sin pensar lo que están aceptando.

La propaganda política ha ido cambiando a través de los años, ya deja de ser una progresión táctica, que se basa en la explicación de ciertas ideas a las personas. Ahora más bien se la puede comparar como una técnica con leyes propias, tan usadas como la diplomacia y los ejércitos. Porque ahora lo único busca manipular a las personas de cualquier manera para conseguir un objetivo, el mismo que es gobernar sobre todas las cosas, además se la ha considerado como una “artillería psicológica”, dado que mientras la idea o el objetivo se cumplan no importa cuál sea la forma para llegar al mismo.

Todo esto se lo puede atribuir a que al hombre moderno se lo caracteriza por su sentido de creer en algo o alguien. Esto también fue usado de mala manera por dictadores fascistas como Hitler, que se aprovecharon de estas circunstancias, además descubrieron que, a un grupo grande de personas, mientras les hables, ofrezcas cosas, cobra un carácter más sensible, sentimental. “En su gran mayoría —dijo— el pueblo se encuentra en una disposición de ánimo y un espíritu a tal punto femeninos, que sus opiniones y sus actos son determinados mucho más por la impresión producida en sus sentidos que por la pura reflexión”. (Domenach, 1955, pág. 15). Todo esto se lo puede traducir en el éxito de la propaganda nazi a través de Hitler, manipulando a las personas a tal punto que se dé el predominio de la imagen frente a la explicación, o elegir a lo brutal e ilógico frente a lo racional.

Para que la propaganda política tenga éxito, debe basarse en una propaganda individual, esto quiere decir que el propagandista debe hacer uso de todas sus cualidades como lo serian, simpatía, elocución, energía, para que cada una de estas cualidades se puedan transmitir a las personas, todo esto para convencer a las masas, eso es el verdadero propagandista. La propaganda individual se la puede representar como el inicio de una conversación entre dos personas, en las que ambas expresan una opinión sobre un tema en general, siempre parte desde una conversación.

La propaganda de masas se la puede identificar con un “agitador”, aquella persona que en una reunión toma la palabra para expresar hacia un grupo grande de personas su opinión de manera concreta y clara. Entre los principales accesorios para una propaganda política tenemos: material impreso, periódico, afiche, panfleto, pero el más importante es la palabra. La palabra mediante la voz humana es el principal instrumento de una propaganda política, ya que se ha comprobado que la misma confiere argumentación, vida y presencia al anunciar algo, el principal objetivo de este es captar la atención de las masas por ende el instrumento más usado para darle vida es la radio.

Otros de los accesorios que se destacan son la imagen y los espectáculos. “La imagen es, sin duda, el instrumento de más efecto y el más eficaz. Su percepción es inmediata y no exige ningún esfuerzo. Si se la acompaña con una breve leyenda, remplace ventajosamente a cualquier texto o discurso.” (Domenach, 1955, pág. 21). Un claro ejemplo se dio en el año 2008 en Ecuador con una imagen que dentro tenía un slogan que decía “La Patria ya es de todos”, de color verde y el número 35. El espectáculo es otro elemento muy importante para atraer masas durante una propaganda política, aquí se reúnen cada uno de los accesorios antes mencionados, por ejemplo, imágenes en todos lados, pegados en las paredes, proyectadas, la palabra mediante discursos, chistes, anécdotas, carisma, todo para satisfacer a los oyentes, afiches que se les da a las personas cuando lleguen, personas repartiendo panfletos. El espectáculo es el lugar cumbre, donde se debe usar de manera correcta cada uno de los elementos antes mencionados.

La propaganda política es un intento deliberado para manipular cogniciones, percepciones, y así poder lograr el objetivo que tiene el propagandista, que este caso es obtener el voto de la mayoría de las personas y ganar las elecciones. “La propaganda política de tipo moderno no es, simplemente, el uso perverso de las técnicas de difusión de masa, puesto que precedió a la invención de la mayor parte de esas técnicas. Su aparición coincide con la de los

grandes mitos que arrastran a un pueblo y lo aglutinan en una común visión del mañana.” (Domenach, 1955, pág. 39).

1.2.Marketing Político

En la televisión, radio e internet una persona con poder, dinero o fama se instala en la mira de la opinión pública. Los celulares inteligentes, el internet, los sistemas de espionaje de la Policía hacen que todos se encuentren en vigilia constante y mutua centrada en investigar todo tipo de información. Cualquier actividad de un político o famoso puede ser fotografiada por decenas de personas y en minutos estar en la web (Merlo, 2021).

Uno de los primeros objetivos es organizar lo conocido como investigación del adversario, indagar todo lo posible de los contendientes importantes, personas que constituyen su entorno más cercano para ello lo recomendable es contratar a gente especializada que ejecute el trabajo de acuciosidad con apego a la ley, sistematizando información, porque es mejor que sean profesionales especializados los que colaboren con la campaña. Como en la actualidad lo hacen las personas que desean un cargo político importante tanto Xavier Hervas como Guillermo Lasso contrataron a personas especializadas en marketing digital para que su campaña política tome mayor relevancia entre los votantes.

La política está plagada de chismes, exageraciones, prejuicios e informaciones erradas. Estos son expuestos de manera sencilla en televisión o en redes sociales, con el fin de inducir a las personas a opinar sobre un hecho determinado, así como también de conducir la opinión, todo esto se da con el poder que se le otorga a la imagen al ponerla en el centro. Un claro ejemplo de ello es la imagen que circulaba por redes sociales de Xavier Hervas junto con el ex presidente Rafael Correa Delgado, dando a entender a varias personas que trabajaron juntos en alguna época cuando Rafael Correa era presidente del Ecuador. En una campaña electoral se tiende a creer cualquier cosa mala acerca de sus adversarios. Una condición importante para

ejercer un liderazgo moderno es entender objetivamente la realidad de propios y ajenos sin perderse en declaraciones líricas que ocultan intereses reales.

Otro objetivo estratégico es desequilibrar psicológicamente al adversario, atacando de determinada forma y en momentos concretos, todo esto para conseguir metas concretas a lo largo de la campaña.

Un político con una visión del mundo contrapuesta a la de su adversario no se dedica a calumniarlo sino a convencer a los electores indecisos de que voten por su candidatura, demostrándole a la gente que verdaderamente se preocupa por sus problemas. El ataque a la corrupción en sí misma no suele dar votos. Para ganar a veces es conveniente alabar a personajes odiados o atacar a otros simpáticos.

Un buen candidato con la preparación y las condiciones adecuadas, usando herramientas modernas provoca sorpresas cuando derrota a seguros ganadores inclusive rompe mitos. Esto es lo moderno, planificar una campaña con mucha anticipación, basarse en la investigación, trabajar de acuerdo con una estrategia. Eso se lo puede ver plasmado en el candidato a la Presidencia de la Republica del Ecuador Xavier Hervas, el mismo que de ser un total desconocido en la política a tener un 16,28% de aceptación en la primera vuelta electoral, con este porcentaje estuvo peleando para poder entrar a la segunda vuelta electoral.

Cuando se produce una propaganda, esta debe ser analizada por profesionales, que convocan a representantes de grupos de la población basándose en el objetivo de obtener su voto en las elecciones por ello destacan: hombres, mujeres, jóvenes, campesinos o lo que fuere. Se debe atraer a personas que no son partidarios del mismo, para así mediante una charla, propuestas, poder obtener el apoyo de estos.

En una elección popular, el candidato a cualquier cargo normalmente quiere ganar. La norma es tratar de ganar. Cada uno tiene lo suyo de acuerdo con sus convicciones, como por

ejemplo cuando un candidato ataca a otro es siempre actuando de una manera estratégica, se pretende que los ciudadanos cambien o reafirmen determinadas actitudes políticas para que ayuden a nuestro triunfo.

En el caso del gobierno conseguir nuevos partidarios y quitar respaldo a los opositores que conviene que decaigan. En la actualidad se vive en una sociedad posmoderna en la cual es necesario investigar, analizar, pensar, oponerse cuando y de la manera en que esa acción ayude a conseguir los objetivos políticos. El consultor profesional busca ganar las elecciones en un momento y una realidad concretos, con los votos de personas reales. Muchas veces no está interesado en lo que defienden sus clientes y ni siquiera comparte sus puntos de vista. Los militantes, en cambio quieren que el mundo sea como creen que debe ser y que la gente actúe de acuerdo con lo que disponen sus principios. Ambas son actitudes correctas, pero significan una aproximación distinta de la realidad.

En las elecciones, el ataque debe proporcionar nuevos votos. Tiene sentido cuando incrementa la popularidad de los gobiernos. Pero cuando este ataque se vuelve un problema para la vida cotidiana de la gente, produce una reacción adversa en la masa de electores.

Es conveniente que algunos opositores crezcan debilitando a los adversarios con posibilidades reales de triunfo. Si enfrentamos a un candidato que puede ganar, cuyos votantes blandos le odian, es mejor que esos votos vayan a candidatos menores que nos son peligrosos y los pueden dispersar.

No se debe atacar a un candidato pequeño si los votos que pierde con el ataque van a un adversario con posibilidades de ganar la elección. Todo debe basarse en estudios no en intuiciones, con investigaciones bien hechas y bien elaborados los modelos de votos duros, blandos y posibles, eficaces para diseñar una estrategia de ataque racional y eficiente.

Además de un claro ejemplo de cómo utilizar el marketing digital se dio en el año 2016 con Donald Trump, ya que el propio candidato en una entrevista en el año 2016 menciona la importancia de las mismas y menciona. “El hecho de que tenga ese poder en términos de números con Facebook, Twitter, Instagram, etcétera, creo que me ayudó a ganar en una carrera en la que otros gastaron más dinero que yo” (Rodríguez R. , 2018).

Donald Trump utilizó las redes sociales a su favor, ya que tenía un gran número de seguidores, incluso superior a Clinton su adversaria, todo esto debido a que ya era conocido por ser el presentador de un reality show. Trump además optó por las redes sociales como su principal medio de difusión entre las personas, dando menor importancia a lo que es televisión y radio, debido a que en ellas ya tenía gran repercusión por sus tan cuestionadas declaraciones, sumándole a ello que los noticieros del mundo empezaron a hablar del buen uso que Donald Trump le estaba dando a las redes sociales por ello entonces se convirtió en publicidad gratis en medios tradicionales. Habiendo notado esto se centraron en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat, Periscope, Vine, creando campañas publicitarias, además de contenido diario para que así las personas siempre estén hablando de él.

Así podemos observar uno de los casos más importantes de uso de redes sociales para ganar una elección, ya que con el buen uso de las mismas también pudo abarcar los medios tradicionales para que le dieran importancia a él como candidato y llegar a una mayor cantidad de personas.

1.3.Liderazgo político.

El liderazgo político ha marcado la historia de la democracia en el Ecuador, un líder ha sabido consolidar a las masas en todo su entorno y ha establecido un criterio de realce de las personas que son excepcionales en diferentes actividades humanas, la política y el liderazgo político se juntan en una sola capacidad, “la capacidad de proporcionar las funciones directivas

asociadas con las posiciones de nivel superior” (Hermes , 2021, p.50). Dentro del análisis político, el liderazgo se debe identificar como un determinante de jerarquías por ejemplo el respeto a los jefes y cada una de sus características. Si se estudia a profundidad, la esencia de la política lo que se queda en la memoria de cada uno de los ciudadanos son los líderes, todo lo demás lo dejan a un lado y lo olvidan, pero siempre van a recordar un rostro, un nombre, una canción, algo que relacione al líder en sus mentes. “No cabe duda, por tanto, de que los líderes y el fenómeno al que dan lugar constituyen el elemento más universal, más reconocido y del que más se habla en la vida política de todos los países”. (Fernández, 2004, p.12).

El liderazgo político se enmarca en la vida democrática de un país de una forma determinante y generalizada, haciendo que la existencia de líderes sea básica para una política adecuada, a efecto de aquello, Katz menciona, “en el liderazgo un individuo ejerce consistentemente más influencia que otros en la ejecución de las funciones del grupo” (2014). Por otro lado, Heifetz y Sinder, mencionan “que el liderazgo se encuentra vinculado a determinados actores y consiste en proporcionar una visión y, al mismo tiempo, en buscar y movilizar apoyos políticos para llevarla a la práctica” (Meza, 2017, p.109). El liderazgo involucra a un individuo con ideas claras y concisas y busca resolver y ayudar a los problemas que tiene un grupo de personas, además puede movilizarlos para cumplir el objetivo.

El liderazgo político se basa en reconocer la importancia de la participación de los hombres e instituciones, para el desarrollo de un país o de una nación a través de la política, siempre centrándose en el objetivo central que es construir una sociedad con un ambiente prospero para cada una de las personas que la habitan. Además, el liderazgo político es “un fenómeno conductual de creatividad a través del cual determinadas personas en interacción con otras de similar potencial se comprometen en iniciativas de relevancia social” (Hermes , 2021, p.11).

Dentro del liderazgo político se destacan las siguientes habilidades difíciles de identificar, pero entre las más comunes que son; el carisma, poder de la palabra y simpatía. “En segundo lugar, el liderazgo político implica una superioridad en el ejercicio de la influencia en el seno de la relación existente entre dos partes tal cual son el propio líder y quienes sustentan su liderazgo” (Hermes , 2021). Dentro del liderazgo político hay dos tipos de dimensiones, la primera que se basa en función del impacto que producen los líderes políticos, que es en sí la extensión o alcance de ya sea los discursos políticos, campaña electoral. Y la segunda se centra en la profundidad o intensidad del discurso político, que tan impactante fue para las personas, coherencia lógica y demás. “La primera se refiere a la mayor o menor amplitud de los ámbitos de dominio político; la segunda se fija, principalmente, en el grado de producción de efectos deseados y en la contribución al cambio atribuible al líder político”. (Fernández, 2004).

El alcance que puede tener un líder político se divide en tres que son: alcance grande, moderado y pequeño o especializado. El líder político que tiene un alcance grande podría ser un presidente del gobierno, jefe de estado, primer ministro debido a que esta persona gracias a sus actividades consigue influencia de forma general un sistema político dentro de un estado. El de alcance moderado, se ubica un asambleísta o un ministro, ya que el mismo puede influir en leyes específicas, mientras que el tercer lugar que es un alcance pequeño o especializado se lo puede ver en casos específicos o en políticas concretas.

El líder no es sino una persona dotada para incitar y dirigir a los demás hacia el logro de objetivos comunes, obteniendo la cooperación, respeto y confianza precisos. Su misión es lograr una presentación armoniosa de las aspiraciones colectivas, no sustituyendo las voces plurales, sino orquestándolas, como un director que no toca cada instrumento musical, sino guía y matiza aportaciones plurales. Su estatura de líder no se la da su propio deseo de mando, sino su capacidad para atraerse partidarios y para proyectar programas sugestivos para amplios sectores.

El liderazgo político que se vivió en las pasadas elecciones del 2021, se enfocó en varias cuestiones imprescindibles que se determinaron con el pasar del tiempo, estructurando una idea inmediata de una visión a futuro para poder cumplir con los objetivos planteados. El liderazgo político que se estructuró en 2021 ha sido indispensable en el sistema democrático desarrollado ya que su forma de llevarse a cabo ha surgido de la organización de todo un conjunto de personas y estimular las acciones de los mismos para poder cumplir con los objetivos que siempre han sido a favor de la sociedad en general y no solo de un grupo de personas en específico. “Se ha dicho que la “función” del líder es la organización de las actividades de los miembros del grupo hacia la realización de objetivos, mediante el control de los medios que dejan satisfacer las necesidades pertinentes de los miembros del grupo”. (Fernández, 2004).

Por ello también los líderes políticos son los encargados de señalar los grandes temas y objetivos a seguir, guiándose de las necesidades de la sociedad, pero no solo eso, sino que son indispensables dentro de un gobierno, partido político, el éxito de estos se ve reflejado en como la persona que lleva el timón actúa ante la adversidad, siempre teniendo en cuenta las decisiones, pero una de las cosas más trascendentales es que impulse y de seguridad a las demás personas que lo respaldan. “El líder debe ser capaz de detectar cuestiones relevantes precisadas de atención y posteriormente intentarles dar respuesta. Además, deberá motivar y fomentar la participación de un grupo de apoyo o seguidores en cuantas iniciativas se puedan tomar.” (Fernández, 2004).

1.4. Liderazgo sobre la base de surgimiento y proliferaciones en los medios de comunicación.

El liderazgo es uno de los procesos más emblemáticos de la carrera política, las personas que forman parte de los aspectos gobernantes y proselitistas, son líderes que se han forjado trabajando desde las bases principales de los partidos políticos y de las bases de organización es que persiguen fines políticos. “Las distintas alternativas institucionales para establecer una

forma de gobierno se han definido a partir de los mecanismos que se utilizan para elegir a la cabeza el ejecutivo y determinar su permanencia en el cargo” (Arango , 2018).

El surgimiento de las bases políticas se ha identificado desde la perspectiva constitucional en cuanto a la libertad de elegir y ser elegido, por lo que una de las herramientas más efectivas para proliferar el mensaje del liderazgo sobre la base del surgimiento, es la perspectiva de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación son los principales mensajeros de la información que se encuentra o que surge de la vida diaria de las personas y de los actos de los partidos políticos, para divulgar la información por los medios de comunicación, es necesario que se identifique y se revise la noticia, para que se la considere verás y verdadera. Lo que marca el criterio de gobernabilidad de cada régimen establecido.

Y si bien el marco dentro del cual puede desplazarse cada régimen estaría determinado por criterios formales establecidos en la Constitución, la dirección de ese desplazamiento depende de otros factores subyacentes de tipo estructural o accidental, tales como cambios en el tejido social, en los medios de comunicación masiva o en el contexto político y la personalidad del líder, entre otros (Hermes , 2021).

Los ámbitos gobernantes que surgen desde la historia real del liderazgo libertario y original, pueden sostener las democracias mediante la persuasión y el trabajo administrativo público demostrado a través de todo el cumplimiento de funciones y trabajos que tienen principalmente a dirigir a las personas en un compendio de actuaciones que buscan identificar las líneas de liderazgo y comunicación en cada uno de los aspectos principales de la vida democrática de un país.

1.5. Ideología política

Las ideologías son utilizadas por grupos de poder dominantes, los que los usan como legitimación del abuso de poder. “Una de las formas más eficientes del dominio ideológico se da cuando también los grupos dominados aceptan las ideologías dominantes como "naturales" o como parte del "sentido común".” (Dijk, 2005).

Los procesos políticos, prácticas políticas, políticos, discursos políticos, partidos políticos, movimientos sociales forman parte de la ideología política. “Si hay un campo social que es ideológico, es el de la política. Esto no es sorprendente porque es aquí donde eminentemente están en juego los grupos diferentes y opuestos, el poder, la lucha y los intereses.” (Dijk, 2005).

Para que una persona o partido político quiera postular a un cargo público debe tener una ideología política que los identifique, entre las que nombra el autor pueden ser jacobismo, marxismo, fascismo. En este caso se centra la atención en las ideas que tiene el postulante al cargo político para así poder determinar cuál es la que más le conviene al pueblo que tomará la decisión.

La base para que las personas tengan una ideología política definida son las situaciones políticas, que se han desarrollado a través de los años, con esta ideología la persona o grupo de personas debe sentirse identificado para poder explicar la idea al resto de personas y así poder convencerles que es la mejor opción para un país. “Para ello la persona debe tener claro su ideología e ideales, como lo son: izquierda, derecha centro, neoliberales, socialistas, para poder entender todo esto las personas deben fijarse en lo que los postulantes a candidatos digan y no en como lo dicen. A su vez también debemos entender que cada uno de ellos busca defender su ideología y hacerla parecer que es la mejor opción para el futuro de un país, todo con el objetivo de llegar al poder político” (Marín, 2021, párr. 4).

Para poder tomar la decisión de votar por un gobernante en este caso candidato a presidente y vicepresidente de la República, se debe analizar lo que representa cada uno de ellos, si una idea socialista, neoliberal, si es de izquierda o de derecha, esto es trascendental, ya que dependiendo de estos motivos serán todas las decisiones a futuro del país. Dentro de las ideologías se destacan la izquierda y derecha, además del socialismo y neoliberalismo.

Izquierda y derecha, son posturas que adoptan las personas ante temas políticos. “Cumplen la función de organizar y simplificar una realidad política compleja, ofreciendo una orientación global ante un número de temas, partidos políticos y grupos sociales, potencialmente ilimitados.” (Ferrer, 2013). Además, la idea de pertenecer a la izquierda o derecha, crea una identificación política en la persona, la misma que ya tiene impuesto ideas, creencias, conceptos, acerca del orden social y político siempre relacionado con la postura tomada.

El partido de derecha se caracteriza por apoyar a las grandes elites tradicionales que dominan un determinado país, se centra en el capitalismo y busca aumentar la riqueza sin importar que las personas más vulnerables no reciban los mismos derechos, además usan discursos fascistas, neofascistas, y tienen el apoyo de los servidores públicos en este caso militares y policías. Por ende, de derecha son las personas que defienden a las elites. Los partidos de centro-derecha, son aquellos que buscan “votantes de capas medias o bajas haciendo énfasis en la cooperación con el sector privado, el orden público, gobiernos honestos, moralidad, o la prioridad asignada al crecimiento económico antes que a la distribución de sus resultados.” (Ferrer, 2013).

Los partidos de centro tienen como sus principales características promover el liberalismo político sin tener una agenda concreta y tampoco estableciendo un presupuesto

formal. Además, son partidos gobernantes que sus ideas las comparten con ideologías de izquierda y derecha, una combinación de ambas.

Los partidos de izquierda son aquellos que priorizan la distribución equitativa de los poderes del Estado ante toda la sociedad, dejando a un lado la acumulación. Centrándose en las personas más vulnerables y siempre pensando en las necesidades de los mismos, ayudándolos de manera que se crean políticas públicas, administrando mejor la economía, con la construcción de escuelas, hospitales, centros recreativos, en zonas rurales o alejadas del sector urbano. Los partidos de centro izquierda “serían los que hacen énfasis en la justicia, la igualdad y la movilidad social, tratando de no alienar votantes de las élites.” (Ferrer, 2013).

Con ello podemos determinar que Guillermo Lasso es de derecha, debido a que es el Presidente del movimiento “CREO”, además de que esta aliado con “PSC” que es otro partido de derecha, que ambos buscan apoyar a las elites empresariales, esto se lo puedo evidenciar de una manera mas clara al terminar el paro de Octubre del 2019, donde tanto el movimiento “CREO” y “PSC” apoyaron la liberalización del precio de los combustibles, así como también el pago anticipado de la deuda en contraste con el recorte en el sector salud.

1.6. Presidencialización

La Presidencialización se ha identificado desde su estructura formal, determinando así una persona presidenciable, que se encuentra en capacidad de dirigir y administrar una estructura organizada de grandes rasgos y exigencias, constituyendo un régimen, más imponente, sobre los actores políticos y las reglas de un aspecto presidencial. “Dentro de la Presidencialización tenemos tres aspectos fundamentales, que son: el primero se centra en el gobierno, estado, siendo el mismo como mayor autonomía y poder” (Arango , 2018, p.248). El segundo se basa en el dominio de los partidos políticos, debido a las decisiones del líder y el esfuerzo en el liderazgo este tendrá una mayor autonomía. El tercero se centra en la época de

una campaña electoral, donde se puede observar de una mejor manera las características natas y personales de cada uno de los líderes, centrándose en atributos como la imagen, el carisma, estilo, pero todo esto es negativo para el partido político, ya que sus ideas pasan a un segundo plano, dándoles así casi nada de importancia que por el contrario debería ser.

La Presidencialización se encuentra ligada a lo que es el poder ejecutivo, además de la consolidación del líder, que en este caso sería el presidente de Gobierno y los recursos que el mismo tiene a su disposición para su respectiva administración. La Presidencialización en el gobierno se puede apreciar con una autonomía más grande, que ha llevado al líder del ejecutivo a tener mayor poder sobre ciertas circunstancias, en las que se destaca realizar nombramientos o tomar decisiones políticas, que pueden ser trascendentales para el país. Además de que en la época en la que se vive, la comunicación es esencial y precisamente el líder del ejecutivo es el que tiene mayor poder sobre estos medios de comunicación siendo uno de los aspectos que cabe resaltar en la creciente independencia de los ejecutivos, que con relación a los partidos políticos están dejándolos a un lado.

Dentro de un partido político se descarta la presidencialización, ya que en los últimos tiempos se ha podido ver un desplazamiento interno por parte de los líderes o en este caso por parte de las personas que suelen estar para candidatos a la presidencia de la república de ciertos países, estos toman el control del partido político, debido a que por las campañas electorales empieza tener una gran aceptación y protagonismo.

Dentro de los términos electorales la dominación de los líderes se nota de una manera clara, en la primera por una referencia constante al líder y la segunda, la cobertura de los medios de la propia campaña electoral, que en la época en la que se vivió el balotaje electoral, fue trascendental, pero también cabe destacar la esencia del votante y el momento de decidir, las personas ya no se centran en el partido político, sino más bien en el líder o candidato que esta

por determinado partido político, los partidos políticos han sido desplazados por los líderes o candidatos, dejando a un lado las ideas y objetivos que persiguen como partido político.

Todos estos sistemas políticos basados en la presidencialización tienen el respaldo de entidades internacionales e instrumentos gubernamentales, durante el desarrollo de la campaña electoral del 2021 el sistema político determinado o establecido ha favorecido el traspaso de poderes al presidente. Se centran factores estructurales que ayudan a entender esta presidencialización como algo beneficioso para el país, como lo dejan notar en el crecimiento del estado a través de la burocratización y especialización organizativa, también en la estructura actual de los medios de comunicación los mismos que ahora se centran en las personalidades, acciones de los candidatos o presidente de la república para que así la política ya no se vea de una manera compleja para las personas.

El liderazgo político se basa en una persona en específico que se encarga de un grupo mayoritario de personas, dándoles ideas, guiándolos para poder cumplir sus objetivos dentro de una sociedad. Además de esto este líder político cumple con las características de una persona carismática, orador, con ideas claras y concisas, que puede ser el porta voz de un gran grupo de personas. Un ejemplo claro de liderazgo político dentro del Ecuador ha sido Rafael Correa Delgado ex presidente de la República del Ecuador, esto debido a que él en la campaña electoral se centró en el pueblo ecuatoriano, sus ideas, además las mismas las pudo plasmar en planes y objetivos para que puedan las personas obtener esto, él mismo a su vez tuvo una de las mejores características de un líder político que es ser carismático.

La presidencialización, se centra en el poder ejecutivo, en buscar los objetivos que sean beneficiosos para el gobierno de turno, manejando los medios de comunicación a su manera para que las personas escuchen lo que esa persona desea, además de dejar el partido político al igual que las ideas del mismo a un lado para tomar las decisiones según su criterio. Un claro

ejemplo de este en el contexto ecuatoriano vendría a ser el Ex presidente Lenin Moreno, debido a que el mismo empezó a ver solo lo que era mejor para su gobierno, dejando a un lado la voluntad de la mayoría de los ciudadanos, además tuvo problemas con su partido político, debido a que el ya no estaba respetando el ideal del mismo y tomaba las decisiones según su criterio.

1.7. Discurso social

El discurso social puede tener varios objetivos, pero el principal es transmitir información. “El discurso social es un dispositivo para ocultar, para desviar la mirada, ya que sirve para legitimar y para producir consenso.” (Angenot, 2010). Es el medio más utilizado para compartir información a través de los años, así como también se lo puede considerar como un medio de prestigio social estando casi al mismo nivel que la fortuna y el poder.

El discurso social se lo utiliza generalmente para hablar en comunidad para vender algún producto, para enseñar a las personas, realizar campaña política, todo esto depende la forma en que la persona lo haga y como lo utilice. A través del tiempo han ido destacando diferentes discursos como por ejemplo la poesía, historia, literatura, economía, pero en la presente investigación nos centraremos en la política. Por ende, se habla sobre el poder de los discursos, no es lo mismo hablar de un discurso centrado en la historia, economía, artes, que hablar de un discurso político. El discurso político es más complejo que los otros, debido a que este debe conectar varios factores como lo son la literatura, filosofía, prensa, publicidad, todo esto en uno solo para poder llegar al objetivo que es transmitir información, en este caso específico dar a conocer a la persona que se está postulando al puesto político, transmitiéndole sus propuestas de campaña con el fin de convencerlo que lo elija sobre los demás candidatos.

El discurso social de la campaña electoral del 2021 ha hecho que las personas que lo practican hayan tenido una buena convivencia, formando un vínculo entre todos, haciendo que

la sociedad sea una sola, ha sido entonces una fuente de integración. Han intervenido las ideologías y principalmente la ideología política, la misma hizo que todas las personas que practicaron este discurso se centren en algo en común como puede ser el bienestar del país, algún enemigo en común, ganar más dinero, entre otros. Esto hizo que las personas se unan más por llegar a cumplir ese objetivo hablado en el discurso.

Capítulo 2. Metodología y presentación de encuestas

2.1. Modalidad de Investigación

La presente investigación se enmarcó en la estructura de la investigación mixta, misma que describe tanto al enfoque cualitativo como al cuantitativo, con predominio de la modalidad cualitativa. “Este enfoque puede tener varias secuencias, puesto que lo cuantitativo puede preceder a lo cualitativo o viceversa” (Milagros y Yangali, 2020, p.60).

La modalidad cualitativa se aplicó en la recolección de datos bibliográficos además de la aplicación de entrevistas, y la modalidad cuantitativa que se aplicó en la recolección de datos que generaron resultados estadísticos a partir de una encuesta.

Las encuestas se diseñaron a partir de la estructuración de la primera fase de diagnóstico cuantitativo, sobre los tipos de características en el liderazgo político y triunfo electoral en el Ecuador para las elecciones de febrero del 2021.

Las entrevistas se diseñaron a partir de la segunda fase de la estructura de la fundamentación teórica de tipo cualitativo, para conocer los aspectos más relevantes de los criterios profesionales sobre el tema en estudio.

2.2. Diseño de la Investigación

Transversal. - El diseño de la presente investigación es “no experimental” de tipo transversal, mismo que se estableció con la finalidad de “recolectar datos, describir variables y analizar la incidencia e interrelación en un momento dado” (Gómez y Alvarez, 2018, p.48).

Investigación de acción.- La investigación de acción se aplicó en la presente investigación como un aporte que permitió manipular y recolectar la información de manera que se analizaron a los sujetos objeto del estudio (Gómez y Alvarez, 2018, p.49).

2.3. Alcance de la investigación

Correlacional: El propósito del alcance correlacional de la investigación fue: “conocer la relación entre dos variables, categorías o conceptos”. (Milagros & Yangali, 2020, p.20). Es decir que se analizó la relación y el vínculo de los tipos de características en el liderazgo político y triunfo electoral en el Ecuador para las elecciones de febrero del 2021.

2.4. Métodos, técnicas e instrumentos

Método estructuralista. – Este método se enfocó en el estudio de los fenómenos sociales, en este caso las elecciones que se realizaron en 2021 en el Ecuador, la fundamentación del estructuralismo se basó en el estudio de la sociedad, y su relación con la propaganda política, discursos, ideología política y cómo todos estos conceptos unidos pueden determinar que la sociedad le dé su voto a un candidato en específico, siendo esto un fenómeno social. “El método estructuralista se determina en base a un análisis que interactúa con el significado del estudio de la sociología, haciendo una profundización de las relaciones existentes entre los conceptos que forman las teorías” (Rodríguez, 2019, p.5).

Método teórico inductivo y deductivo. – Se desarrolló a través de la estructuración de la fundamentación teórica, mediante un análisis del tema u objeto de investigación, teniendo como sustento bases teóricas y referencias bibliográficas, las mismas que fueron indispensables para el desarrollo de esta investigación.

Método analítico-sintético. – El método analítico sintético se utilizó en el desarrollo de la estructura general de la investigación, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas que aportaron con información muy significativa, siendo importantísimo para generar un esquema adecuado para el lector y un espectro de conocimiento y entendimiento.

2.5. Técnicas e instrumentos

Técnicas

Las técnicas que se utilizaron en la presente investigación fueron:

Encuesta: La encuesta se ejecutó en la presente investigación con la finalidad de recolectar datos mediante preguntas abiertas y cerradas, mismas que se construyeron sobre la base del conocimiento de los tipos de características en el liderazgo político y el triunfo electoral para los comicios de febrero del 2021. En total se aplicaron 25 encuestas a aquello que estuvieron de acuerdo en participar del proceso de forma voluntaria.

Entrevista: La entrevista se desarrolló con el fin de conocer el criterio profesional de las personas conocedoras de los procesos políticos y proselitistas. En total se aplicaron 5 entrevistas a los profesionales que aportaron de forma voluntaria con su conocimiento sobre el tema en estudio.

Instrumentos:

Cuestionario: El cuestionario se desarrolló en base al conocimiento central del objeto de investigación.

Guía de preguntas y respuestas: La guía de preguntas y respuestas facilitó el acceso a los entrevistados, estableciendo un diálogo que permitió recoger información.

2.6. Población y Muestra

Población: La población establecida para la presente investigación fueron los electores de 20 a 25 años de edad, dentro de un muestreo no probabilístico por conveniencia del investigador, basado en el criterio de (Gómez & Alvarez, 2018) “en este muestreo, el investigador escoge los elementos de la muestra, atendiendo a su comodidad por el acceso a dichos elementos” que seleccionó de forma directa a los elementos a incluir en el estudio, mismos que forman parte de los estudiantes de sexto y octavo semestre de la carrera de sociología de la Universidad Católica del Ecuador.

El muestreo no probabilístico intencional o por conveniencia: Está basado en el criterio del investigador, exige que se detalle cómo se selecciona la muestra, y se basa en la experiencia con la población, este tipo de muestreo suele ser más rápido, más económico y menos complejo (Milagros & Yangali, 2020, p.76).

Muestra: Para esta investigación se escogieron una cantidad de 5 grupos focales de alrededor de 5 personas cada uno, es decir 25 personas, además de entrevistas individuales a otras 5 personas.

2.7. Presentación de resultados de encuestas

GUÍA DE ENCUESTA

Los encuestados fueron estudiantes universitarios jóvenes con una edad comprendida entre los 20 a 25 años.

2.8. Presentación de resultados de encuestas

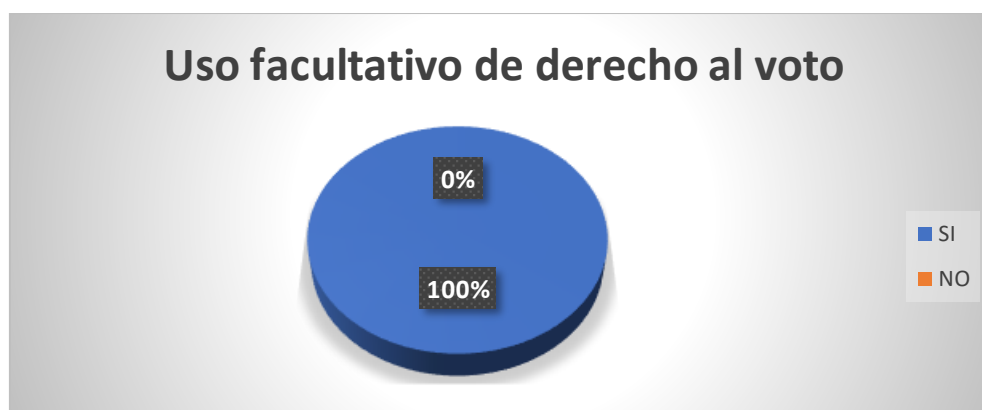
1. ¿Hizo facultativo su derecho al voto en las últimas elecciones?

Tabla 1. Uso facultativo del voto.

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
SI	25	1	100%
NO	0	0	0%
TOTAL	25	1	100%

Elaborado por: El autor.

Figura 1. Uso facultativo del derecho al voto.



Elaborado por: El autor

Descripción

El uso facultativo del derecho al voto se ha ejecutado de manera normal en las elecciones del 2021, todos los votantes acudieron a ejercer su derecho al voto y la jornada se llevó a cabo sin inconvenientes.

2. ¿Está de acuerdo con el candidato que ganó las elecciones para presidente en el país?

Tabla 2. Candidato ganador

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
SI	18	0,72	72%
NO	7	0,28	28%
TOTAL	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 2. Candidato ganador



Elaborado por: El autor

Descripción

Un 72% de los encuestados han afirmado que están de acuerdo con el candidato Guillermo Lasso, esto refleja que en realidad los ecuatorianos han experimentado una necesidad de generar una confianza en nuevas propuestas.

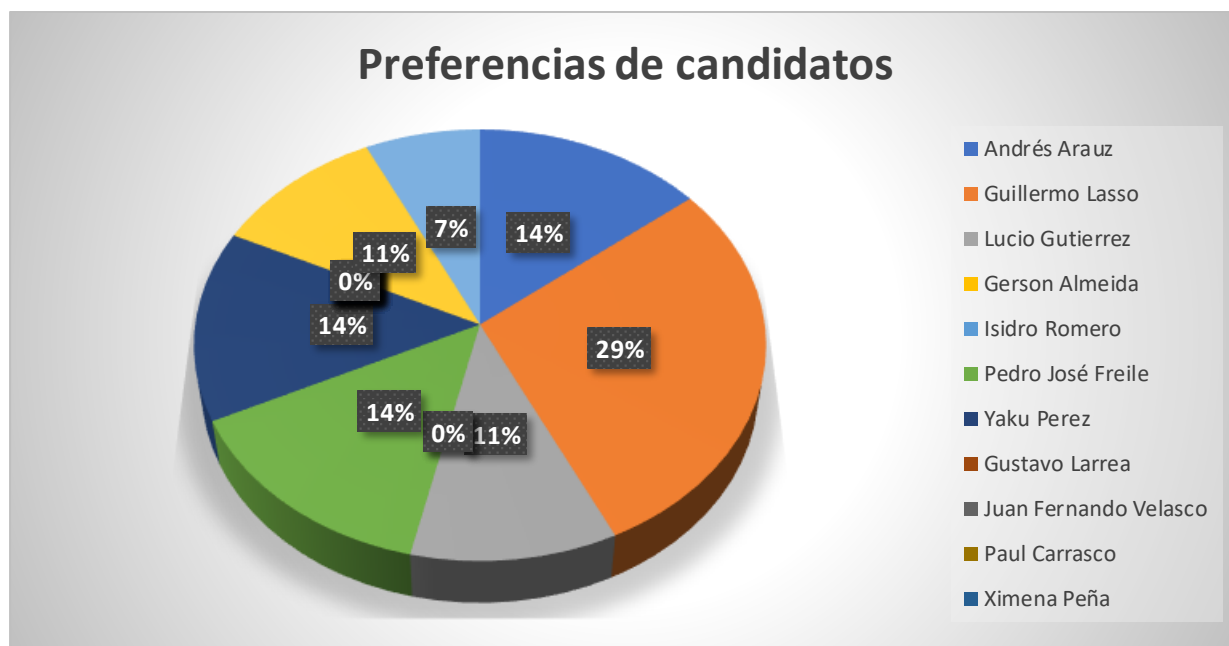
3. ¿Cuál de los candidatos hubiera preferido usted que sea el presidente del Ecuador en las elecciones del 2021?

Tabla 3. Preferencias de candidatos.

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Andrés Arauz	4	0,16	16%
Guillermo Lasso	8	0,32	32%
Lucio Gutiérrez	3	0,12	12%
Gerson Almeida	0	0	0%
Isidro Romero	0	0	0%
Pedro José Freile	4	0,16	16%
Yaku Pérez	4	0,16	16%
Gustavo Larrea	0	0	0%
Juan Fernando Velasco	0	0	0%
Paul Carrasco	0	0	0%
Ximena Peña	0	0	0%
César Montúfar	0	0	0%
Giovanny Andrade	0	0	0%
Guillermo Celi	0	0	0%
Carlos Sagñay	0	0	0%
Xavier Hervás	3	0,12	12%
Ninguno	2	0,08	8%
TOTAL	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 3. Preferencias de candidatos



Elaborado por: El autor

Descripción

La encuesta refleja, que el candidato Guillermo Lasso, tuvo una preferencia notable sobre el resto de los candidatos a la Presidencia de la República, lo que indica que la determinación de la preferencia se enmarca en la necesidad de generar una nueva propuesta de administración pública.

4. ¿Al hablar de personajes políticos, qué nombre se le viene a la mente?

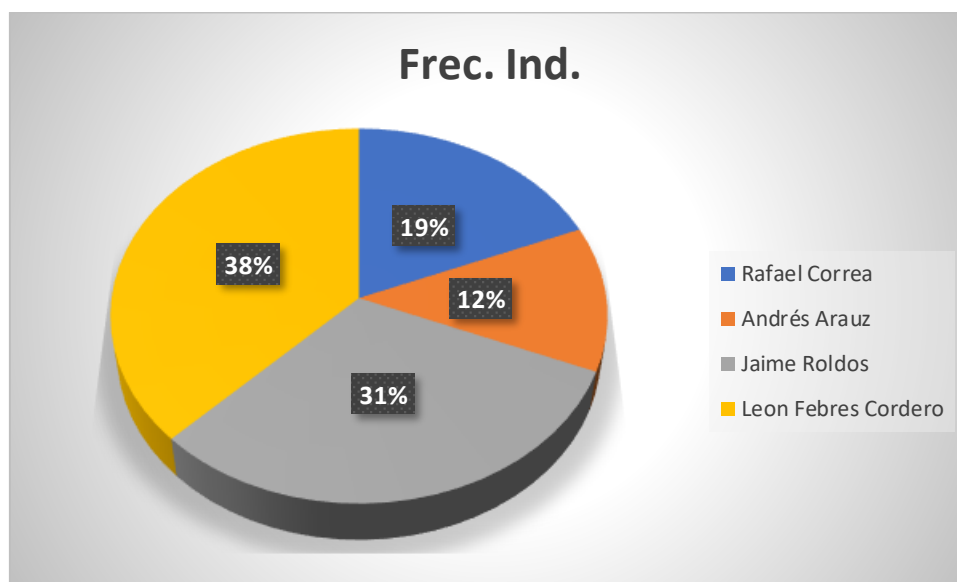
Tabla 4. Personas políticas

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Rafael Correa	3	0,12	12%
Andrés Arauz	2	0,08	8%
Jaime Roldós	5	0,2	20%
León Febres Cordero	6	0,24	24%

Guillermo Lasso	9	0,36	36%
TOTAL	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 4. Personajes políticos



Elaborado por: El autor.

Descripción

El 38% de los encuestados han manifestado que cuando hablan de política o personajes políticos, recuerdan a León Febres Cordero, lo que indica la marca de la tendencia, otros nombres políticos mencionados fueron: Rafael Correa, asimilando un criterio conservador, así como también, Jaime Roldós, seguido de Andrés Arauz.

5. ¿Tiene afinidad por algún partido político en específico?

Tabla 5. Afinidad por partido político.

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind.	F. Relativa
SI	9	0,36	36%
NO	16	0,64	64%
TOTAL	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 5. Afinidad por algún partido político.



Elaborado por: El autor

Descripción

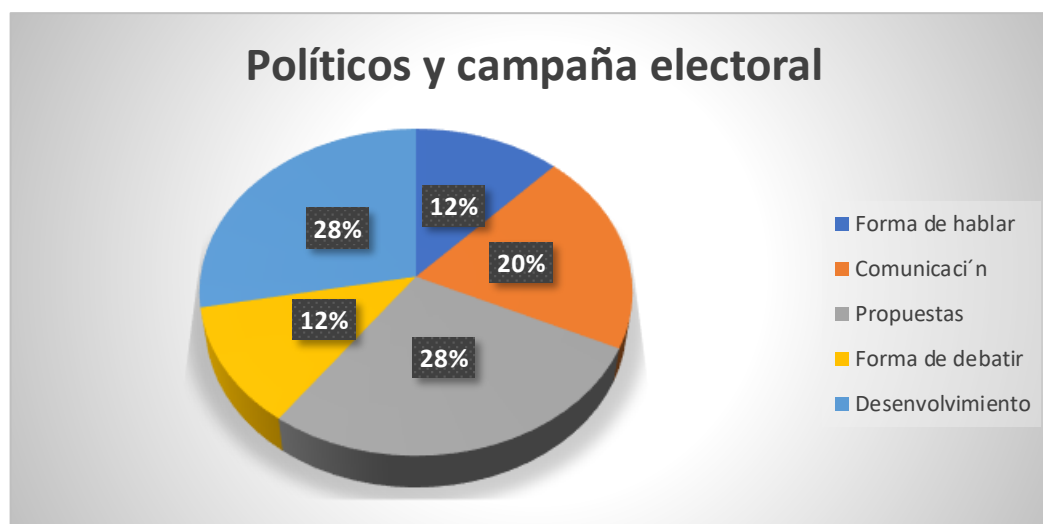
El 64% de encuestados, manifiesta que, si tiene afinidad por un partido político, el mismo que ha marcado tendencia en las últimas elecciones, como es CREO, el partido político más popular actualmente, otros mencionaron a Izquierda Democrática.

6. ¿Qué es lo que más le llama la atención de un personaje político cuando realiza campaña electoral?

Tabla 6. Político y campaña electoral

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Forma de hablar	3	0,12	12%
Comunicación	5	0,2	20%
Propuestas	7	0,28	28%
Forma de debatir	3	0,12	12%
Desenvolvimiento	7	0,28	28%
TOTAL	25	1	100%

Figura 6. Personajes Políticos y campaña electoral



Elaborado por: El autor

Descripción:

Los encuestados han indicado que lo que más les llama la atención de un personaje político cuando realiza campaña electoral es su desenvolvimiento ante el público y sus propuestas, estas forman parte de las actitudes que un candidato o figura política pública debe tener en cuenta al momento de considerar su participación en este ámbito.

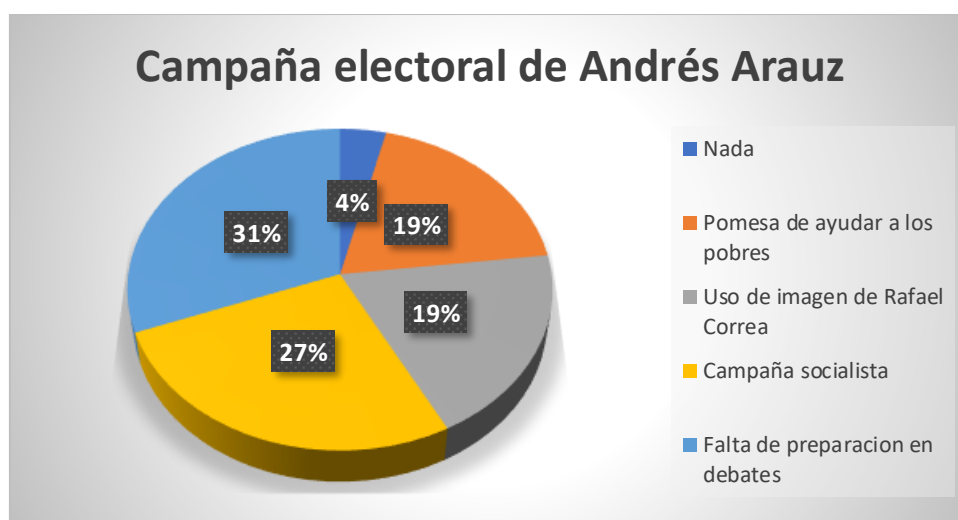
7. ¿Qué es lo que más le llamó la atención de la campaña electoral de Andrés Arauz?

Tabla 7. Campaña electoral de Andrés Arauz

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Nada	1	0,038461538	4%
Promesa de ayudar a los pobres	5	0,192307692	19%
Uso de imagen de Rafael Correa	5	0,192307692	19%
Campaña socialista	7	0,269230769	27%
Falta de preparación en debates	8	0,307692308	31%
TOTAL	26	1	100%

Elaborado por: El autor.

Figura 7. Campaña electoral de Andrés Arauz



Elaborado por: El autor

Descripción

Según el 31% de los encuestados, la campaña electoral de Andrés Arauz, tuvo una característica principal como es la falta de preparación para los debates, a ello se suma la promesa de ayudar a los más pobres, la imagen de Rafael Correa y finalmente el ámbito de sostener la idea de una campaña socialista.

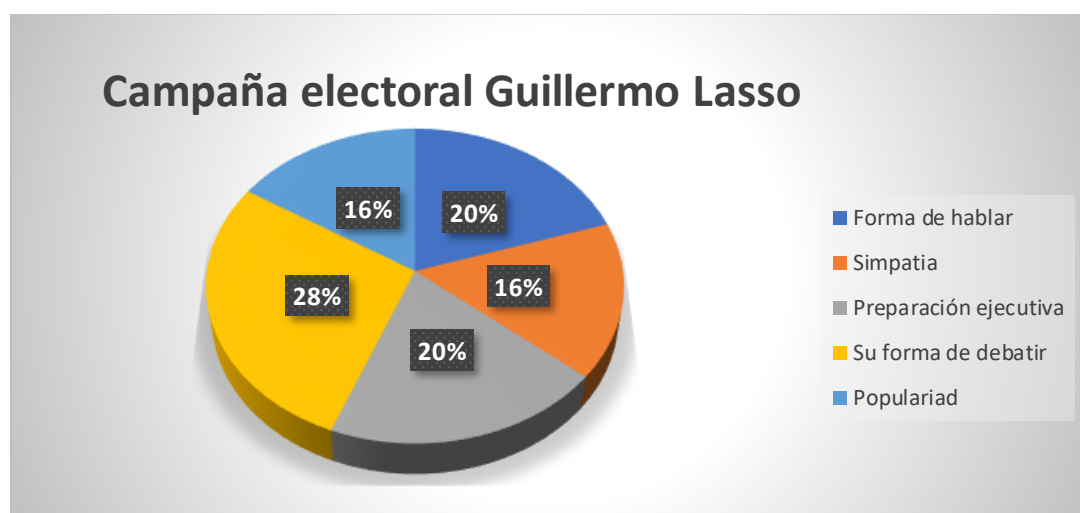
8. ¿Qué es lo que más le llamo la atención de la campaña electoral de Guillermo Lasso?

Tabla 8. Campaña electoral de Guillermo Lasso

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Forma de hablar	5	0,2	20%
Simpatía	4	0,16	16%
Preparación ejecutiva	5	0,2	20%
Su forma de debatir	7	0,28	28%
Popularidad	4	0,16	16%
TOTAL	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 8. Campaña electoral Guillermo Lasso



Elaborado por: El Autor

Descripción

Un 28% de los encuestados, manifestó que lo que más le llamó la atención de la campaña electoral de Guillermo Lasso fue, su forma de debatir, seguido de su preparación ejecutiva, su forma de hablar y su popularidad, lo que ratifica la marca de la tendencia desde su concepción inicial.

9. ¿Qué es lo que más le llamo la atención de la campaña electoral de Carlos Pérez (Yaku)?

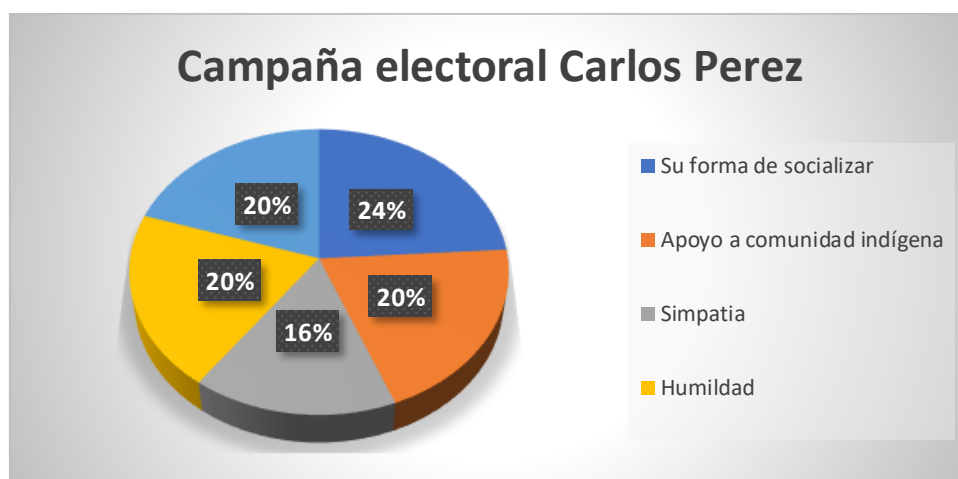
Tabla 9. Campaña electoral de Carlos Pérez

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs.	F. Relativa
Su forma de socializar	6	0,24	24%
Apoyo a comunidad indígena	5	0,2	20%
Simpatía	4	0,16	16%
Humildad	5	0,2	20%
Mensaje de respeto a la naturaleza	5	0,2	20%

TOTAL	25	1	100%
--------------	----	---	------

Elaborado por: El autor

Figura 9. Campaña electoral Carlos Pérez



Elaborado por: El autor

Descripción

El 24% de los encuestados, considera que lo que más les llamó la atención de la campaña electoral de Carlos Pérez, fue su forma de socializar con la gente, lo que se complementó con su apoyo a la comunidad indígena, su simpatía y su humildad. Como representante de los pueblos y nacionalidades indígenas el candidato se fue considerado uno de los más fuertes.

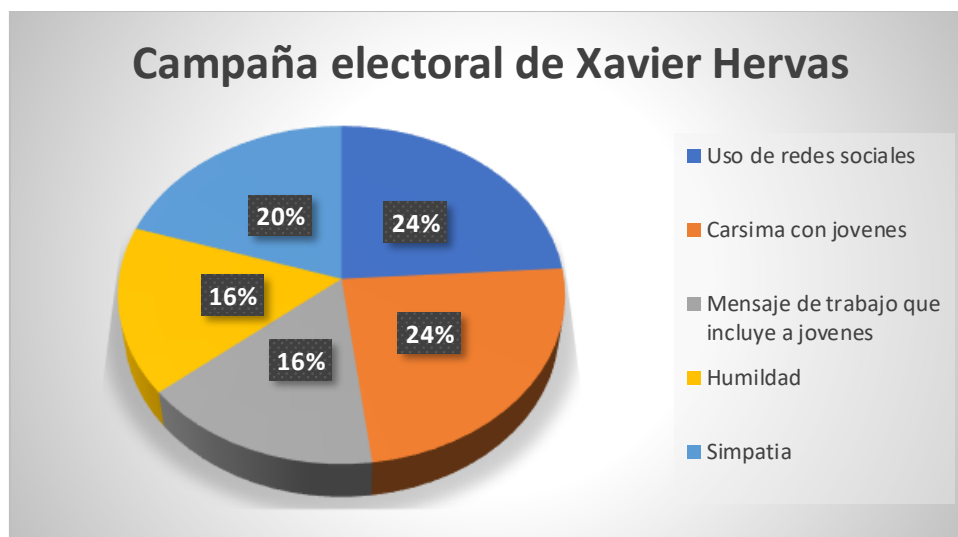
10. ¿Qué es lo que más le llamo la atención de la campaña electoral de Xavier Hervas?

Tabla 10.. Campaña electoral de Xavier Hervas

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Uso de redes sociales	6	0,24	24%
Carisma con jóvenes	6	0,24	24%
Mensaje de trabajo que incluye a jóvenes	4	0,16	16%
Humildad	4	0,16	16%
Simpatía	5	0,2	20%
TOTAL	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 10. Campaña electoral Xavier Hervas



Elaborado por: El Autor

Descripción

La mayoría de los encuestados consideran que el candidato Xavier Hervas llamó la atención de la ciudadanía mediante el uso de redes sociales, así como también su carisma y acercamiento con los jóvenes, seguido de su mensaje de trabajo y preferencia con la gente joven, su humildad y simpatía.

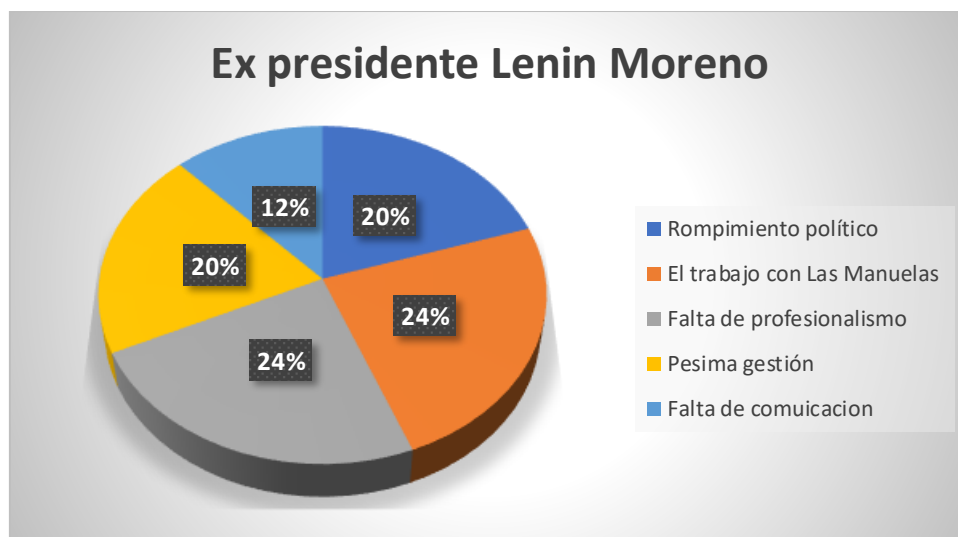
11. ¿Qué es lo que más recuerda del presidente saliente Lenin Moreno?

Tabla 11. Ex presidente Lenin Moreno

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Ind Abs.	F. Relativa
Rompimiento político	5	0,2	20%
El trabajo con Las Manuelas	6	0,24	24%
Falta de profesionalismo	6	0,24	24%
Pésima gestión	5	0,2	20%
Falta de comunicación	3	0,12	12%
TOTAL	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 11. Ex presidente Lenin Moreno



Elaborado por: El Autor.

Descripción

El 24% de los encuestados, manifiestan que lo que más recuerdan del ex residente Lenin Moreno es el trabajo que ejecutó con la Misión Manueles, indicando que esa característica se identifica en su gestión, así como también: su rompimiento político con alianza país, su falta de profesionalismo, su pésima gestión, y su falta de comunicación.

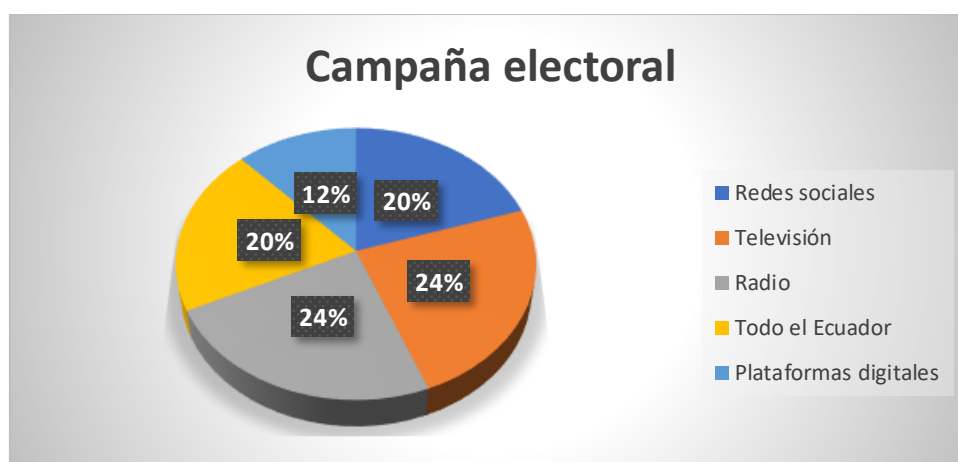
12. ¿Cuál fue el lugar donde más vio campaña electoral por parte de los candidatos a presidentes?

Tabla 12. Campaña electoral

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Redes sociales	5	0,2	20%
Televisión	6	0,24	24%
Radio	6	0,24	24%
Todo el Ecuador	5	0,2	20%
Plataformas digitales	3	0,12	12%
TOTAL	25	1	100%

Elaborado por: El autor.

Figura 12. Campaña electoral



Elaborado por: El autor

Descripción

El 24% de los encuestados, considera que la radio y la televisión, han sido los lugares donde se ha recibido campaña electoral, otros lugares mencionados, son las redes sociales, y plataformas digitales, así como en el Ecuador, en su territorio.

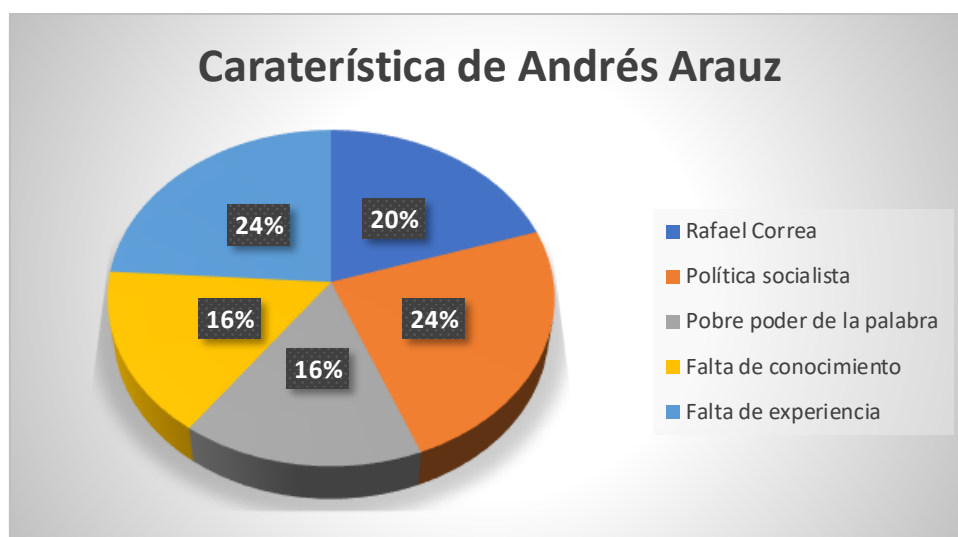
13. ¿Qué es lo que piensa usted que le caracteriza a Andrés Arauz?

Tabla 13. Característica de Andrés Arauz

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Rafael Correa	5	0,2	20%
Política socialista	6	0,24	24%
Pobre poder de la palabra	4	0,16	16%
Falta de conocimiento	4	0,16	16%
Falta de experiencia	6	0,24	24%
Total	25	1	100%

Elaborado por: El Autor

Figura 13. Característica de Andrés Arauz



Elaborado por: El autor

Descripción

El 24% de los encuestados, manifiestan que la característica más relevante de Andrés Arauz en campaña electoral fue: la falta de experiencia, seguido de la imagen de Rafael Correa, su política socialista, su pobre poder de palabra, su falta de conocimiento.

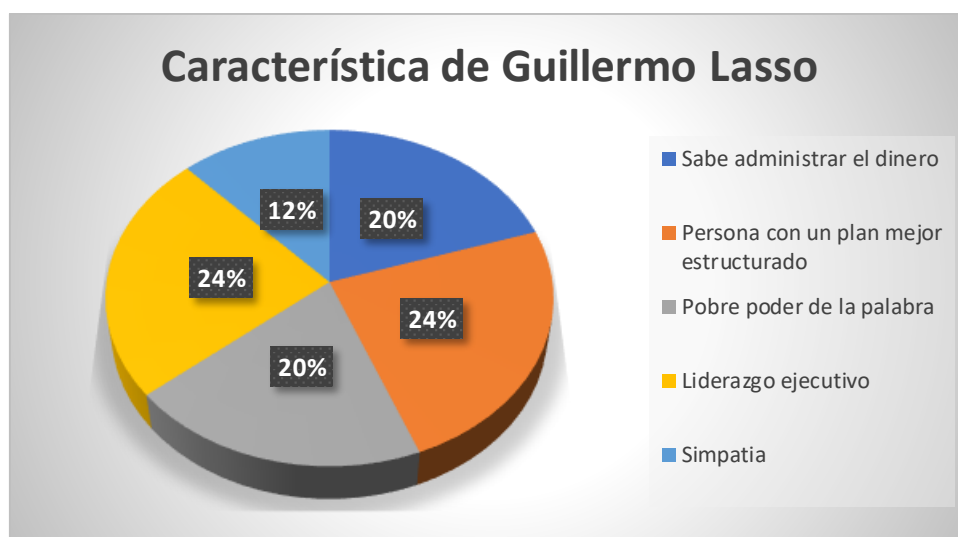
14. ¿Qué es lo que piensa usted que le caracteriza a Guillermo Lasso?

Tabla 14. Característica de Guillermo Lasso

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Sabe administrar el dinero	5	0,2	20%
Persona con un plan mejor estructurado	6	0,24	24%
Pobre poder de la palabra	5	0,2	20%
Liderazgo ejecutivo	6	0,24	24%
Simpatía	3	0,12	12%
Total	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 14. Característica de Guillermo Lasso



Elaborado por: El autor

Los encuestados han descrito las características de Guillermo Lasso en campaña electoral, entre las más consideradas han sido: que sabe administrar el dinero, que es una persona que ha propuesto un plan mejor estructurado, que ha trabajado con simpatía y liderazgo ejecutivo.

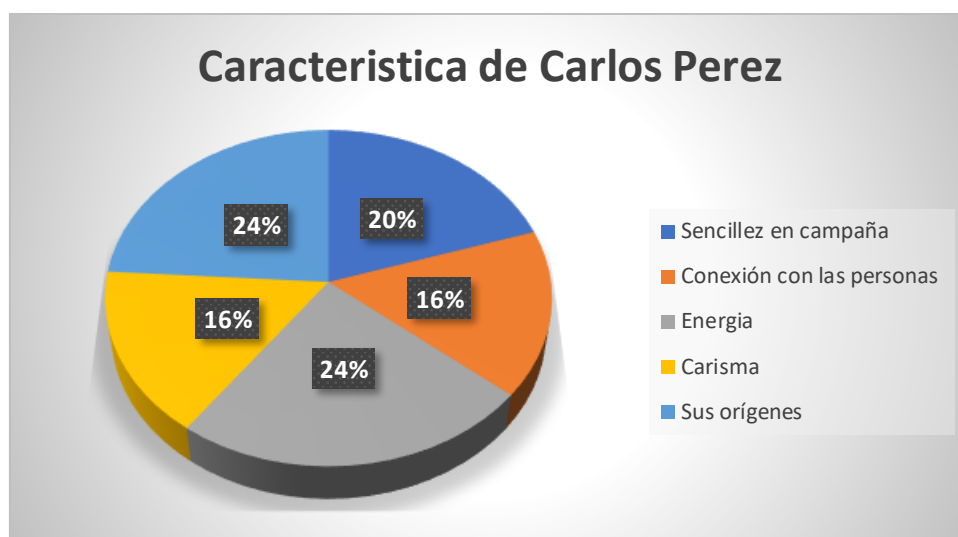
15. ¿Qué es lo que piensa usted que le caracteriza a Carlos Pérez (Yaku)?

Tabla 15. Característica de Carlos Pérez

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Sencillez en campaña	5	0,2	20%
Conexión con las personas	4	0,16	16%
Energía	6	0,24	24%
Carisma	4	0,16	16%
Sus orígenes	6	0,24	24%
Total	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 15. Característica de Pérez



Elaborado por: El Autor

Descripción

El 24% de los encuestados, consideran que la característica más considerable de Carlos Pérez en campaña política ha sido, su energía, lo que resalta con su sencillez en campaña, su conexión con las demás personas su carisma y sus orígenes.

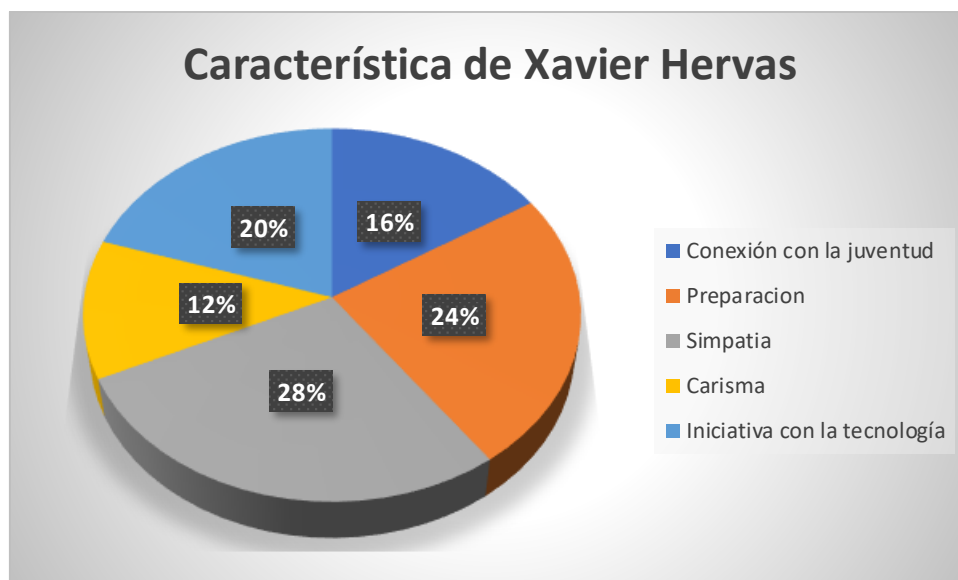
16. ¿Qué es lo que piensa usted que le caracteriza a Xavier Hervás?

Tabla 16. Característica de Xavier Hervas

Alternativa	Frec. Ind.	Frec. Abs. Ind	F. Relativa
Conexión con la juventud	4	0,16	16%
Preparación	6	0,24	24%
Simpatía	7	0,28	28%
Carisma	3	0,12	12%
Iniciativa con la tecnología	5	0,2	20%
Total	25	1	100%

Elaborado por: El autor

Figura 16. Característica de Xavier Hervas



Elaborado por: El autor.

Descripción

Los encuestados, consideran que Xavier Hervas en su etapa de campaña política, se caracterizó por su simpatía, su conexión con la juventud, su carisma, su iniciativa con la tecnología y su preparación para desenvolverse en el ámbito político.

2.8. Presentación de resultados de entrevistas

Tabla 17. Resultados entrevista 1.

ENTREVISTA 1		
Entrevistado: Luis Placencia, ex asesor del asambleísta Fausto Terán		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1. ¿Qué criterio tiene usted, al hablar de política en el Ecuador en la actualidad?	El criterio que tengo como profesional del derecho al hablar sobre la política en el Ecuador en la actualidad, es un conjunto de actuaciones desde el Estado para dar respuesta a problemas de interés general o común y que implican procesos de formulación transparentes y participativos.	El entrevistado manifiesta que la política en Ecuador, se debe considerar como uno de los mecanismos de generar proyectos que respondan a las necesidades de la población en general.
2. ¿Cuál es su opinión sobre los partidos políticos de la actualidad?	Los partidos políticos en la actualidad son organizaciones de carácter político-electoral, con derecho a participar en los procesos electorales del país, están regulados por el Consejo Nacional Electoral y el Tribunal Contencioso Electoral y además son grupos de personas defienden un tipo de ideología o doctrina, a implementar dentro de un gobierno o a su	Según el criterio del entrevistado, los partidos políticos en la actualidad, se definen como organizaciones que persiguen un fin en común que es llegar a la preferencia de los votantes y generar democracia.

	vez una representación de un sector del país.	
3. ¿Qué es lo que más le llama la atención de un político cuando realiza campaña electoral?	Cuando se realiza campañas electorales para elegir a un representante tanto de nivel nacional, provincial o cantonal lo que más me llama la atención es su plan de trabajo, sus propuestas, cuáles son los puntos más importantes a resolver con las problemáticas presentadas en el territorio que esta para candidato, cuáles son sus estrategias de persuasión para llegar a la gente, su léxico, el contenido de cada discurso que se dirige a sus electores ya que es importante mencionar que el discurso nos permite dirigir adecuadamente la intención comunicativa al contextualizarla y estructurarla para lograr un objetivo determinado.	El entrevistado manifiesta que es importante reconocer que la política es parte de la democracia y que lo que más le llama la atención de un político cuando realiza campaña electoral, es su plan de trabajo y la forma en la que lo propone.
4. ¿Qué es lo que más le llama la atención, de una campaña electoral?	Como mencione en la anterior pregunta los puntos que más me llama la atención en una campaña electoral son: Plan de trabajo; Propuestas; Propagandas;	El entrevistado recalca que, una campaña electoral, se caracteriza por el plan de trabajo y las propuestas de los candidatos.

	Discursos; Debates, Organización.	
5. ¿Cómo considera usted, que se llevó a cabo la campaña electoral de febrero del 2021?	Para mi consideración se llevó de una manera imparcial dado que por primera vez en muchos años todos los candidatos hicieron un debate donde se pudo conocer sus planes de trabajo, propuestas, el perfil de cada uno de ellos y como ciudadanos ecuatorianos pudimos elegir a quien nos pareció la mejor opción para ser nuestros representantes en la Asamblea Nacional como presidente de la República del Ecuador	El entrevistado considera que la campaña electoral de febrero del 2021, se llevó a cabo en base a una serie de actuaciones políticas que generaron democracia con la presentación de sus propuestas.
6. ¿Qué es lo que piensa usted que le va a un verdadero líder político?	La cualidad más grande de un líder político siempre va ser la forma de persuasión, preparación académica, conocimientos de liderazgo y humanidad para poder tener las herramientas necesarias para ser un buen líder político.	Un verdadero líder político, según el entrevistado, es una persona que sabe comunicarse de verdad con su gente y la comprende a tal punto de generar la suficiente

		confianza que se garantice responsabilidad.
7. ¿Qué es lo que piensa usted que le caracteriza a un presidenciable?	Lo que caracteriza a un presidenciable es su manera de liderazgo, serenidad, paciencia, coraje, amor a la patria y muchas cualidades más, que deben ser reflejados no solo en campañas electorales sino en su vida personal.	Una persona presidenciable, se caracteriza por su liderazgo y serenidad principalmente, el entrevistado hace referencia a la necesidad de garantizar la calidad de una persona potencialmente presidenciable.
8. ¿Qué es lo que piensa usted del discurso social?	Primero debemos tener el conocimiento que un discurso social es una comunicación de voz o texto que involucra un elemento social, basado en este concepto podemos deducir que es una manera de convencer y dar a conocer las ideologías de cada persona para una elección política.	Según el entrevistado, un discurso político, es una ampliación del discurso social, que se basa en la expresión de las ideologías y objetivos políticos.
9. Según su criterio, ¿cuáles son los tipos de características del liderazgo político?	Los tipos de características de un liderazgo político son la influencia e impacto social, comunicación y forma de persuasión, cercanía e identidad con las clases sociales del país.	El liderazgo político, a decir del entrevistado, está influenciado por la comunicación social y la capacidad de persuasión.

10. Cuales cree usted, ¿qué son las bases del triunfo electoral?	Las bases de triunfo electoral son la cercanía con las clases sociales, medios de comunicación, ser una persona sin problemas políticos y humildad ante los votantes.	Según el entrevistado, las bases del triunfo electoral son, la comunicación adecuada con los votantes y la simpatía con todas las personas y clases sociales.
---	---	---

Fuente: La entrevista.

Tabla 18. Resultados entrevista 2.

ENTREVISTA 2		
Entrevistado: Ab. Lenin Bolívar, ex asesor del asambleísta Fausto Terán		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1. ¿Qué criterio tiene usted, al hablar de política en el Ecuador en la actualidad?	Que la política en la actualidad, así como en años anteriores se encuentra en un estado permanente de inestabilidad, con designaciones aleatorias e implementación de proyectos sin los estudios adecuados, es decir una administración pública empírica.	El entrevistado manifiesta que la política es una forma de generar trabajo y proyectos que implican la necesidad de generar administración pública.
2. ¿Cuál es su opinión sobre los partidos políticos de la actualidad?	Que los partidos políticos han tenido varios retos que superar en los últimos años, sin embargo, no han sabido sobrellevar el trabajo en equipo, no cuentan con una visión correcta y enfocada al trabajo para la ciudadanía.	Según el criterio del entrevistado, los partidos políticos en la actualidad han tenido cambios significativos que aportan con la generación de ideas nuevas y formas de trabajo actualizadas.

3. ¿Qué es lo que más le llama la atención de un político cuando realiza campaña electoral?	La calidad de las propuestas, el enfoque en el cumplimiento de objetivos y la preparación basada en estudios académicos y experiencia profesional del político y de los miembros del partido al que pertenece.	El entrevistado manifiesta que lo que más le llama la atención de un político cuando realiza una campaña electoral, es la preparación académica que demuestra y su eficiencia.
4. ¿Qué es lo que más le llama la atención, de una campaña electoral?	La innovación que tengan para llegar a todos los ciudadanos, de diferentes partes del Ecuador y de diferentes realidades.	Para el entrevistado, lo que más le llama la atención de una campaña política, es la innovación que sea aplicada por los partidos políticos para llegar a simpatizar con los ciudadanos.
5. ¿Cómo considera usted, que se llevó a cabo la campaña electoral de febrero del 2021?	Con una fuerte influencia del recuerdo de gobiernos pasados, se utilizó las redes sociales para llegar a los jóvenes votantes y fue clave para la decisión de la comunidad de estudiantes y jóvenes profesionales.	La campaña política de febrero del 2021 se llevó a cabo a través de un amplio espectro de comunicación social junto con el efecto de las redes sociales.
6. ¿Qué es lo que piensa usted que le va a un verdadero líder político?	Debe ser empático, comunicativo, poseer habilidades de liderazgo, con conocimiento sólido en administración pública, habilidades de trabajo en equipo.	Según el entrevistado, un verdadero líder político, es una persona que se comunica de manera adecuada con las personas y sabe mucho de empatía.
7. ¿Qué es lo que piensa usted que le	Debe tener visión, con ideas claras pero adaptables al cambio de la sociedad que	Según el criterio del entrevistado, un presidenciable, es una

caracteriza a un presidenciable?	ocurre repentinamente de acuerdo con las tendencias globales, poseer habilidades de comunicación y don de gente, salir de su zona de confort y dejar de pensar desde su privilegio.	persona que tiene visión e ideas claras sobre la administración pública y el trabajo en equipo.
8. ¿Qué es lo que piensa usted del discurso social?	Que debe identificar a la sociedad actual, sus cambios y desafíos.	Un discurso social, debe identificar principalmente, los cambios y desafíos que se presentan en la sociedad actual.
9. Según su criterio, ¿cuáles son los tipos de características del liderazgo político?	La credibilidad, la capacidad de comunicación, la autoridad, la honestidad y empatía	El entrevistado considera que la comunicación es la base del liderazgo político, seguido de la honestidad y la empatía, un líder político debe ser una persona preparada y capaz de afrontar todo un sinnúmero de situaciones que se le pueden presentar.
10. ¿Cuáles cree usted que son las bases del triunfo electoral?	Experiencia electoral, capacidad de generar confianza y recursos necesarios para dar a conocer el plan de trabajo.	Para el entrevistado, la experiencia electoral es una de las bases del triunfo en las urnas, una persona que se encuentra preparada para afrontar todo el espectro político y de gobernanza, es una persona que tiene experiencia en el área.

Fuente: La entrevista

Tabla 19. Resultados entrevista 3.

ENTREVISTA 3		
Entrevistado: Ab. Mayra Tarco		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1. ¿Qué criterio tiene usted al hablar de política en el Ecuador en la actualidad?	Para hablar de la política en el Ecuador debemos en un primer momento reconocer que el Ecuador vive una crisis económica, social y política que nos afecta a todas las personas que vivimos en este territorio. La falta de empleo y recursos para atender las necesidades básicas de la población es el punto álgido que demuestra que la política se dirige únicamente por intereses personales, claro ejemplo está en la concentración de la riqueza en pocas manos, el modelo de desarrollo extractivista, la explotación laboral y la falta de políticas dirigidas a lograr la justicia social.	Le entrevistada manifiesta que el ámbito general de la política, se maneja mediante un aspecto social y económico que son las dos primeras bases de la construcción de la administración pública.
2. ¿Cuál es su opinión sobre los partidos	Considero que los partidos políticos hace ya tiempo han dejado de representar a los ciudadanos; logrando con	Para la entrevistada, los partidos políticos de la actualidad, son

políticos de la actualidad?	esto un sentido distanciamiento y falta de credibilidad social, la corrupción política ha propiciado la desconfianza y la indignación, ampliando el desacuerdo entre los partidos políticos y la sociedad.	organizaciones que conservan sus principios originarios de izquierda, derecha y de todas las tendencias, sin embargo, en la actualidad se han acoplado a la exigencia de la tecnología y de las nuevas generaciones.
3. ¿Qué es lo que más le llama la atención de un político cuando realiza campaña electoral?	Todo el dinero que se gasta en la campaña, llama la atención porque aparte de que es el estado el que proporciona un parte del mismo, nos preguntamos de qué manera después de campañas y de ganar el puesto, estas personas recuperarán lo invertido.	La entrevistada manifiesta que el dinero que se gasta en campaña es una de las características más notables de un proceso político.
4. ¿Qué es lo que más le llama la atención, de una campaña electoral?	La campaña del 2021 estuvo dividida entre correistas y anti correistas, envolviéndose en una lucha entre buenos y malos, dependiendo del bando que uno tome, y eso desgasto mucho la política por los niveles de confrontación, los candidatos intentaron en las últimas semanas un llamado	Según la entrevistada, la campaña electoral de febrero del 2021, se revistió de momentos memorables, como el cambio que hizo la población en cuanto a tendencia de partido político,

	a la unidad para captar los votos que no obtuvieron en primera vuelta, pero de forma paralela hubo una campaña muy sucia que buscó directamente la polarización.	de uno de izquierda a uno de derecha.
5. ¿Cómo considera usted, que se llevó a cabo la campaña electoral de febrero del 2021?	Donde de mando, conocimiento, coyuntura política y visión de globalización, entendiéndose esto de que se debe entender y luchar por el cambio de todas las esferas de la población y no dirigir su discurso ni sus actos a grupos en particular.	La campaña electoral según la entrevistada, en el año 2021, se llevó a cabo según la coyuntura política en ese entonces, con una marcada referencia de derecha e izquierda.
6. ¿Qué es lo que piensa usted que le va a un verdadero líder político?	La utopía que siempre existirá la honestidad y buscar el desarrollo de todo el pueblo.	Según la entrevistada, un líder político, es una persona que debe reflejar honestidad y transparencia, para poder liderar cualquier tipo de proceso.
7. ¿Qué es lo que piensa usted que le caracteriza a un presidenciable?	Que es una forma de habilitar nuevos caminos en la reconstrucción de acontecimientos, permitiendo que varias ideologías se comprometan con los actores sociales de un determinado momento.	Según la entrevistada, una de las características de un presidenciable, es la capacidad de afrontar cambios y reconstrucciones

		desde el ámbito social y económico.
8. ¿Qué es lo que piensa usted del discurso social?	Considero que para tener liderazgo político se debe practicar la firmeza, credibilidad, autoridad, honestidad, empatía, es decir don de gente.	La entrevistada manifiesta que la firmeza y la credibilidad son dos de las características más importantes de un discurso social.
9. Según su criterio, ¿cuáles son los tipos de características del liderazgo político?	Debería ser hacer una campaña limpia, sin ambiciones de por medio, no con acuerdos, ni cuotas políticas que se deban cumplir, sino con las manos libres para trabajar por el pueblo.	Los tipos de características del liderazgo político, según la entrevistada son: una campaña limpia y con la expectativa de generar trabajo que genere buenos resultados.

Fuente: La entrevista.

Tabla 20. Resultados entrevista 4.

ENTREVISTA 4		
Entrevistado: Ab. Rossy Ocaña Consejo de la Judicatura		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1. ¿Qué criterio tiene usted, al hablar de política en el Ecuador en la actualidad?	Falta de seriedad en las decisiones tomadas.	La entrevistada manifiesta que lo primero que se le viene a la mente al hablar de política en el Ecuador, es una completa falta de seriedad en las decisiones que se han

		tomado para la administración pública.
2. ¿Cuál es su opinión sobre los partidos políticos de la actualidad?	Ningún partido cumple con los requisitos para poder dirigir a un gobierno.	Para el criterio de la entrevistada, ninguno de los partidos políticos cumple con una verdadera función positiva de administración pública y política en el Ecuador.
3. ¿Qué es lo que más le llama la atención de un político cuando realiza campaña electoral?	No tenga un cargo anterior en la política, y que sus conocimientos personales sirvan para gobernar	Un político que hace campaña debe ser real, transparente y sobre todo debe estar comprometido con la honestidad, según la entrevistada, estas características le llaman la atención de un político cuando hace campaña.
4. ¿Qué es lo que más le llama la atención, de una campaña electoral?	Que sus participantes no hayan ejercido un cargo público anterior.	La entrevistada manifiesta que lo que más le llama la atención de una campaña electoral es que sea transparente y que se busque que los candidatos no hayan sido funcionarios públicos con anterioridad.
5. ¿Cómo considera usted, que se llevó a cabo la campaña electoral de febrero del 2021?	De forma apresurada, y desorden demasiados partidos políticos.	Para el criterio de la entrevistada, la campaña electoral de febrero del 2021, se llevó a cabo de una forma apresurada y con desorden, en donde solo se daba a notar la existencia de muchos

		partidos políticos en la contienda.
6. ¿Qué es lo que piensa usted que le va a un verdadero líder político?	Carácter, al tomar una decisión, y que las propuestas realizadas cumplan.	Según la entrevistada, un verdadero líder político, es una persona que sabe tomar decisiones y que genera adecuadas propuestas que se puedan cumplir.
7. ¿Qué es lo que piensa usted que le caracteriza a un presidenciable?	Liderazgo, firme en sus decisiones y propuestas políticas.	La entrevistada manifiesta que, una persona presidenciable es una persona que sabe tomar decisiones y generar propuestas políticas.
8. ¿Qué es lo que piensa usted del discurso social?	Propuestas muy elevadas sin ver la realidad económica del país, y su situación real en la actualidad.	El discurso social se fundamenta en la generación de propuestas muy elevadas sin tener en cuenta la relación económica del país, un discurso social se construye a través de la determinación de ideas y proyectos que generar interés social.
9. Según su criterio, ¿cuáles son los tipos de características del liderazgo político?	Carisma, firmeza de decisiones, seguridad de palabra.	Para la entrevistada, los tipos de características del liderazgo político son: el carisma, la firmeza y la capacidad de generar seguridad y ampliar el horizonte de los conocimientos.

10. ¿Cuáles cree usted que son las bases del triunfo electoral?	Reducción de partidos políticos a dos.	La entrevistada considera que es necesaria una reducción de partidos políticos para que se pueda procesar de mejor manera la democracia en el país.
--	--	---

Fuente: Entrevista.

Tabla 21. Resultados entrevista 5.

ENTREVISTA 5		
Entrevistado: Ab. Jaqueline Ibarra/ Consejo de la Judicatura Cotopaxi		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1. ¿Qué criterio tiene usted, al hablar de política en el Ecuador en la actualidad?	Opino que la política es utilizada por las personas oportunistas como una forma de llegar al poder únicamente para satisfacer sus ambiciones personales sin pensar en el bien común.	La entrevistada manifiesta que, al hablar sobre política en el Ecuador, se puede tener en cuenta que es una situación riesgosa para la estabilidad social, ya que se usa solo para llegar al poder y expandir criterios de corrupción.
2. ¿Cuál es su opinión sobre los partidos políticos de la actualidad?	Considero que siguen siendo lo mismo de siempre, grupos de personas que únicamente cambian de rostros pero que mantiene el mismo objetivo de beneficiarse de una u otra manera del Estado.	Sobre los partidos políticos, la entrevistada considera que son lo mismo de siempre debido a que la política no ha sido transparente y ha generado desestabilidad.
3. ¿Qué es lo que más le llama la atención de un político	Personalmente no creo en discursos políticos porque casi siempre son repetitivos y demagógicos.	La entrevistada manifiesta que lo que más le llama la atención de un político cuando realiza campaña electoral es su discurso

cuando realiza campaña electoral?		político y su forma de interactuar con la sociedad.
4. ¿Qué es lo que más le llama la atención, de una campaña electoral?	El desperdicio de recursos estatales que bien podrían ser utilizados en ayudar a los más necesitados.	La entrevistada manifiesta que lo que más le llama la atención de la campaña electoral es que los políticos utilizar esta situación para darse a conocer por el pueblo y generar una expectativa de administración pública.
5. ¿Cómo considera usted, que se llevó a cabo la campaña electoral de febrero del 2021?	Como todas las campañas electorales: despilfarro de recursos, propuestas demagógicas, políticos improvisados, etc.	La entrevistada considera que es necesario que las campañas electorales como la que se llevó a cabo en febrero del 2021 no deben despilfarrar el dinero del pueblo.
6. ¿Qué es lo que piensa usted que le va a un verdadero líder político?	Debe ser una persona que conozca de los problemas sociales que exista dentro de la sociedad y de esta forma ayudar a buscar una solución.	Según la entrevistada, un verdadero líder político es una persona que debe conocer los problemas sociales a fondo y buscar la solución a las exigencias de los mismos.
7. ¿Qué es lo que piensa usted que le caracteriza a un presidenciable?	Debe ser una persona con conocimiento de la realidad del país, en todos los ámbitos. Una persona con valores muy bien cimentados, con una conducta intachable y	La entrevistada manifiesta que es importante reconocer a un presidenciable ya que esta persona tiene valores y debe tener una conducta intachable.

	suficiente preparación académica.	
8. ¿Qué es lo que piensa usted del discurso social?	Los políticos utilizan la desigualdad como una forma de ganar votos.	La desigualdad social puede ser usada por los políticos para manipular a la población y conseguir votos, según el criterio de la entrevistada, el discurso social es uno de los principales generadores de atención en los votantes.
9. Según su criterio, ¿cuáles son los tipos de características del liderazgo político?	Considero que se enmarcarían dentro de los ámbitos ético, humano, social, económico.	Las características de liderazgo político, son principalmente las que se enmarcan en los ámbitos ético, humano, social y económico, mismas que hacen que un líder se destaque de entre los demás.
10. ¿Cuáles cree usted que son las bases del triunfo electoral?	Creo que no depende ni de la campaña electoral ni de las propuestas, ni del discurso, simplemente votamos por el más simpático o por el personaje de moda.	Para el criterio de la entrevistada, las bases del triunfo electoral son principalmente las propuestas bien fundamentadas y el plan de trabajo que se estructure de manera adecuada.

Fuente: La entrevista

Capítulo 3. Análisis y discusión de Resultados

La política se lidera y organiza en las condiciones más determinantes de la vida de una sociedad, una persona que hace política debe mantener un trabajo constante, perseverante, seguido de todas las acciones necesarias para generar confianza y seguridad en el votante. Los líderes políticos representan tanto a las personas como a sus organizaciones, además cumplen con el papel de autoridad u gobernante potencial, su forma de hacer política lo define de forma clara hacia una tendencia específica. La aceptación electoral de los líderes políticos va a ser cambiante y dependiente del tipo de líder que la sociedad espere y considere que es el mejor para administrar los recursos del pueblo, una vez que se ha identificado la forma de actuar de los líderes políticos se los ha presentado ante el pueblo, se empieza a forjar el camino de las preferencias electorales.

El liderazgo se ha acoplado con el tiempo, se ha identificado como uno de los elementos más claros de avance y evolución de la vida política, así como también del uso de la tecnología para dar a conocer a un líder, lo que se puede identificar como el nuevo liderazgo. El liderazgo implica la generación de ideas y propuestas de forma permanente, el hecho complementario de construir una sociedad que fomente la importancia de administrar un Estado mediante un liderazgo que equilibre todas las formas de existencia frente al resto de las necesidades de la sociedad.

Los líderes políticos se construyen a base de educación social, humanidad y cultura, la escuela política constituye un mundo que generaliza la entrada de los procesos de encuentro de las distintas esferas sociales y su trabajo comunitario.

La siguiente tabla de líderes políticos según su aceptación electoral, se ha elaborado en base a los resultados obtenidos de la investigación, encuestas, entrevistas, además de la base documental sobre tipos de líderes que consta como fuente y que a continuación se describe:

Tabla 22. Tipos de líderes políticos, según su aceptación electoral.

LÍDERES POLÍTICOS, SEGÚN SU ACEPTACIÓN ELECTORAL		
TIPOS DE LÍDERES	ACEPTACIÓN ELECTORAL	IDENTIFICACIÓN DE CANDIDATOS FEBRERO 2021
LÍDER COERCITIVO	ALTA	Andrés Arauz Lucio Gutiérrez Ximena Pela Xavier Hervas Yaku Pérez
LÍDER VISIONARIO	MEDIA	Gerson Almeida Isidro Romero Paul Carrasco Guillermo Celi Gustavo Larrea
LÍDER AFILIATIVO	ALTA	Juan Fernando Velasco Carlos Sagñay
LÍDER DEMOCRÁTICO O PARTICIPATIVO	ALTA	Pedro José Freile
LÍDER EJEMPLAR	ALTA	Guillermo Lasso
LÍDER CAPACITADOR	MEDIA	César Montufar

Fuente: La encuesta.

La aceptación electoral según el tipo de líder que se presenta en una contienda de urnas es una de las características claves en un proceso democrático, el mismo que representa todo

el trabajo de la esfera política y de la determinación de una construcción representativa lo suficientemente acorde, capaz de brindar seguridad y confiabilidad.

Un líder coercitivo, por ejemplo, se caracteriza por ejecutar su plan de trabajo frente a un sistema dominante que busca generar un espacio de administración que se base en la autoridad sobre todas las cosas, por su parte un líder visionario es aquel que incorpora la simpatía y la capacidad de demostrar que la confianza es parte de la vida de un político que trata de incorporar criterios de administración organizacional en el ámbito público.

El caso del líder afiliativo es distinto, ya que su accionar se caracteriza por lograr vínculos afectivos y alcanzar un objetivo en conjunto en base al compromiso, lealtad. Por su parte el líder democrático, intenta que se optimice la confianza en el pueblo, en ese aspecto busca orientar a sus colaboradores hacia la participación y la construcción de ideales políticos claros a diferencia del líder ejemplar que considera que la seriedad y la organización conservadora son parte de un liderazgo positivo y de evolución.

Un líder capacitador en cambio es una persona que utiliza la cátedra como una forma de fortalecer el vínculo con la sociedad y su intelecto como una ventaja radical al momento de confrontar a los adversarios. Los líderes políticos representan a varias organizaciones, su forma de desarrollar ideas y multiplicarlas hacia la población junto con su capacidad de generar confianza es lo que los caracteriza sobre las demás personas. Uno de los aspectos más sobresalientes del liderazgo político que incluye el conocimiento amplio de las ciencias de la filosofía, la historia, la antropología, la psicología y la sociología, principalmente para optimizar una estructura de administración pública.

Un líder puede ser muy diverso, puede ser tan coercitivo y tan visionario como pueda, así como también puede ser una persona que considere más importante ser ejemplar y afiliativo, la variedad de opciones es principalmente diversa, garantista de resultados, lo que conlleva a

conocer varias de las situaciones por las cuales se puede diferenciar y comparar a los líderes políticos, como el caso de las elecciones del 2021, que se llevaron a cabo con la premisa de la variedad, pero que sin embargo, se convirtieron en tendencia de socialismo y de del hábito conservador, marcando los poderes políticos y sus alcances en los ámbitos electorales.

Según la investigación realizada, existen cuatro líderes políticos que han reflejado más fuerza en las contiendas electorales recientes, los mismos que han permanecido en constante esfuerzo de campaña y de persuasión hasta llegar al cumplimiento de los objetivos políticos y organizacionales, ya sea de izquierda o de derecha o cualquier otra tendencia que se marque según la expectativa política, a continuación se describe a los candidatos más fuertes de las últimas elecciones y su comparación como líderes:

Figura 17. Comparación de líderes políticos.

Líderes políticos

Andrés Arauz Tipo de líder: Coercitivo Su característica principal según la encuesta: Falta de experiencia y forma política socialista.
Guillermo Lasso Tipo de líder: Ejemplar Su característica principal según la encuesta: Su liderazgo ejecutivo y su plan de trabajo mejor estructurado
Yaku Perez Tipo de líder: Coercitivo Su característica principal según la encuesta: Sus orígenes y su energía
Xavier Hervas Tipo de líder: Coercitivo Su característica principal según la encuesta: Preparación y simpatía

Fuente: La encuesta

El electorado se conforma por una sociedad que tiene la capacidad legal para elegir y ser elegido, la personas buscan un gobernante que genere confianza y que garantice que sus derechos se van a respetar en el marco de la legalidad.

Sobre las preferencias mayores o menores de líderes políticos por parte del electorado, se debe tener en cuenta que las personas que representan a una organización política, ya han superado varias de las acciones que se ejecutan de manera interna, así como también han trabajado de manera continua en su formación política para llegar a la representación de toda una organización. En el caso principal de las elecciones de febrero del 2021, se ha identificado una contienda muy particular con la característica especial de la lucha de poderes extremos, el socialismo del siglo XXI y el movimiento conservador de derecha que tuvieron opciones importantes de alcance público.

De la investigación realizada se desprende que las características principales de los contendientes más fuertes fueron:

- Guillermo Lasso: Plan bien estructurado en campaña y su preparación para debatir.
- Andrés Arauz: Uso de imagen del expresidente Rafael Correa y promesas de ayudar a la gente pobre.

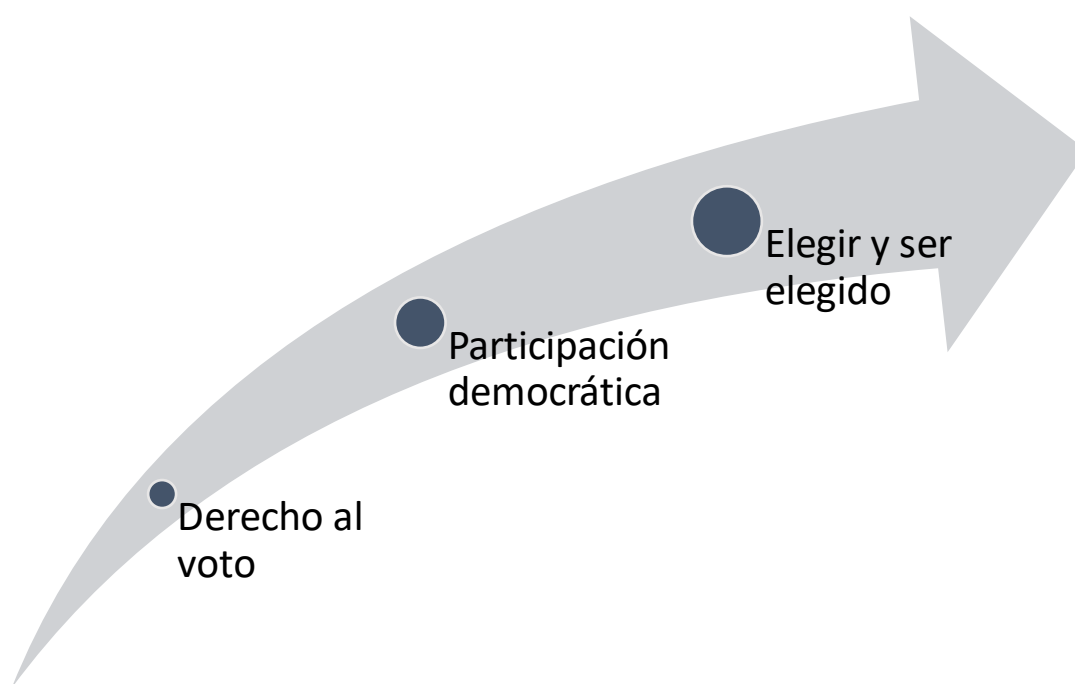
Las dos situaciones que se presentan con los candidatos más fuertes, son muy características de las tendencias históricas de conservadores y liberales, por un lado, el plan bien estructurado, propuesto por el conservador Guillermo Lasso y por otro lado, el clásico uso socialista de la imagen de Rafael Correa con promesas de ayuda a los más necesitados, dos opciones que marcaron tendencia y definieron claramente las pautas de la contienda electoral, sin embargo una de las propuestas se ejecutó de mejor manera, la propuesta del cambio.

El derecho al voto es constitucional, un derecho humano que permite que las personas puedan elegir y ser elegidas de forma democrática y con todos los procesos necesarios para que

como político, la persona llegue a un triunfo a través de las urnas y se identifique como gobernante ante la ley y el pueblo.

La sociedad es generalmente muy selectiva y exigente y esta característica denota la importancia de mantener una imagen que genere confianza y seguridad, el derecho al voto se puede ejercer desde los 16 años de edad y su importancia radica en hacer democracia y generar una contienda fructífera.

Figura 18. Derecho al voto



Fuente: La encuesta.

La organización del Consejo Nacional Electoral, como organismo que busca hacer respetar el derecho al voto de las personas, es una de las funciones que se deben ejecutar al momento de estructurar una campaña electoral y de orientar a los votantes a ejercerlo.

El derecho al voto se cumple de una forma facultativa, lo que caracteriza la fuerza de la democracia y su efecto en el desarrollo de la sociedad. Las personas hacen uso facultativo del voto en la mayoría de los casos, es referencial hablar de que existe una obligación patriótica

de votar y que, si las personas llamadas a cumplir con dicha obligación no lo hacen, se enfrentan a multas y otras consecuencias.

De la investigación, se ha desprendido que todas las personas han ejercido su derecho al voto, los votantes a quienes se les ha preguntado han declarado que han votado de manera exitosa y cumpliendo con todos los procesos necesarios para que el trabajo esté bien ejecutado.

De la fuente del Cosejo Nacional Electoral, (2021), se desprende que:

- 11 millones de ecuatorianos ejercieron su derecho al voto en las elecciones de febrero del 2021, lo que marca un bajo ausentismo y un indicio de aceptación del espectro electoral.

El ausentismo bajo para las elecciones de febrero del 2021 se ha concertado en criterios de necesidad de cambio y necesidad de cumplir la obligación de votar, la contienda electoral se ha marcado por una característica principal que es la característica de la autoridad confiable y fortalecida por una nueva forma de ver la política a pesar de su aspecto conservador natural.

El apoyo de las organizaciones que fueron parte de la contienda electoral al candidato más fuerte, se sintió por completo en las urnas, la tendencia cambió en el tránsito de la segunda vuelta cuando ya se completó el resultado favorecedor para el candidato conservador. Este triunfo electoral estuvo muy marcado y fragmentado, la Asamblea Nacional se dispersó y la política económica se tenía que habituar a un cambio importante y de un gran esfuerzo con retos a vista.

La política es un proceso de identificación de la garantía social y de la potestad del pueblo como soberano de un Estado, como un proceso, la política refleja la necesidad de que se administre y se organice la sociedad, a tal punto que se logre generar un amplio espectro de liderazgo y manejo de recursos públicos.

La política se considera una de las ciencias y artes que fortalece la organización social y la democracia, hacer política es uno de los trabajos más importantes de una organización que se ha conformado para batallar en democracia por un liderazgo que genere autoridad.

De la investigación se ha desprendido que la política tiene algunas características:

Tabla 23. Características de la política

POLÍTICA
La política, se maneja mediante un aspecto social y económico que son las dos primeras bases de la construcción de la administración pública.
La política en Ecuador se debe considerar como uno de los mecanismos de generar proyectos que respondan a las necesidades de la población en general
La política es una forma de generar trabajo y proyectos que implican la necesidad de generar administración pública.
La política en el Ecuador se ha convertido en una completa falta de seriedad en las decisiones que se han tomado para la administración pública.
Hablar sobre política en el Ecuador, es considerar que es una situación riesgosa para la estabilidad social, ya que se usa solo para llegar al poder y expandir criterios de corrupción.

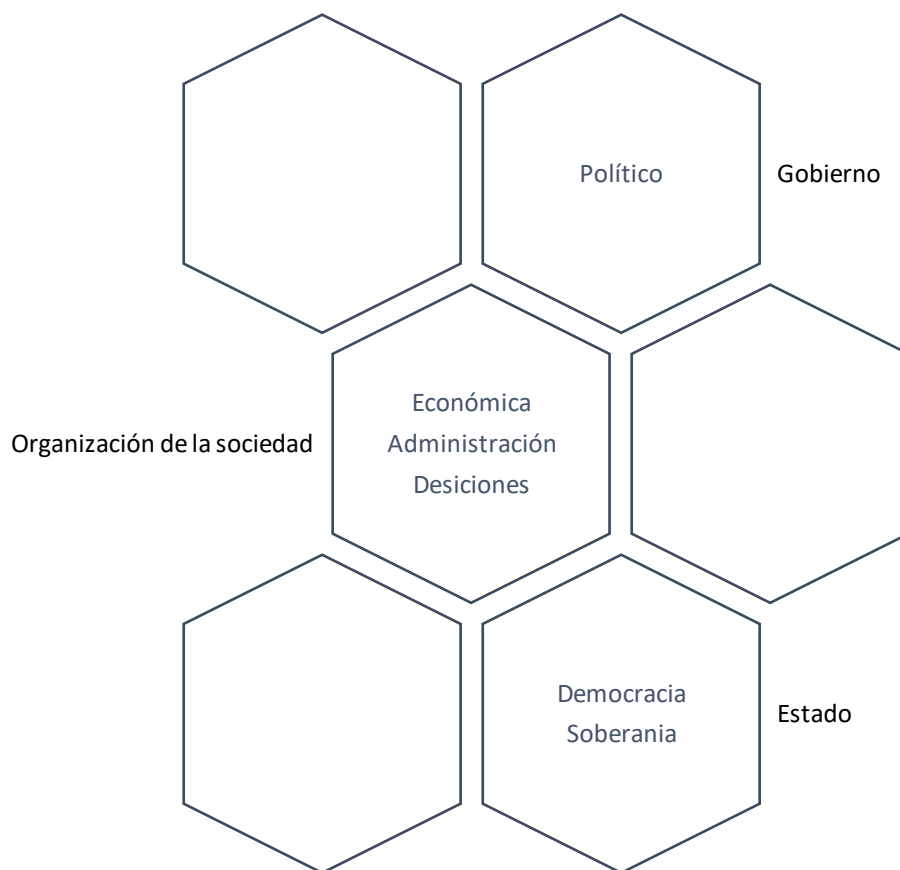
Fuente: La entrevista

Las personas políticas forman parte de la vida cotidiana de la sociedad, la política se conforma con personas que brindan su contingente de administración de recursos públicos y fortalecen la organización de un Estado.

Una persona política se caracteriza por, su interacción con la organización de personas y de recursos económicos, lo que significa que forma parte de un Gobierno y que es capaz de

liderarlo, en la siguiente figura, se muestra un concepto de política y su interacción con la sociedad.

Figura 19. Política y administración pública.



Fuente: La entrevista.

Los partidos políticos son organizaciones que se estructuran con bases de historia, identidad y cultura, a través de la tradición y las costumbres de un pueblo y de la permanencia de sus actos históricos de libertad y lucha por la igualdad.

Los partidos políticos que existen en el Ecuador son:

- Centro Democrático Nacional 1
- Partido Unidad Popular Nacional 2
- Partido Sociedad Patriótica 3

- Movimiento Político Revolución Ciudadana Nacional 5
- Partido Social Cristiano Nacional 6
- Partido Político Avanza Nacional 8
- Partido Izquierda Democrática Nacional 12
- Movimiento Amigo, Acción Movilizadora Independiente Generando Oportunidades Nacional 16
- Partido Socialista Ecuatoriano Nacional 17
- Movimiento De Unidad Plurinacional Pachakutik Nacional 18
- Movimiento Democracia Si Nacional 20
- Movimiento Creo, Creando Oportunidades Nacional 21
- Partido Sociedad Unida Más Acción, Suma Nacional 23
- Movimiento Construye Nacional 25
- Movimiento Renovación Total, Reto Nacional 33
- Movimiento Verde, Ético, Revolucionario, Democrático (Mover) Nacional 35 (Cosejo Nacional Electoral , 2021).

Un candidato es una persona que pertenece a una organización y que la representa, la organización constituye un conglomerado de personas que buscan el bien común y el bien social, el apoyo de una organización a un candidato es vital al momento de pretender gobernar.

Un candidato presidenciable es una persona que ha pasado por una ardua preparación académica y de alto conocimiento social, humanista y filosófico, ser presidenciable implica la determinación de varias características básicas para generar confianza en la sociedad.

La persona presidenciable es:

- Ocupan una posición relevante en las encuestas de popularidad

- Ocupan una posición relevante en las encuestas que evalúan el potencial político de las principales personalidades.
- Poseen poder, feudo electoral y el control de un partido político.
- Amplia experiencia política y organizacional.

El derecho a elegir y ser elegido genera una gran gama variada de opciones que implican el trabajo en equipo y una responsabilidad con la sociedad, un proceso democrático se puede ejecutar desde las pequeñas esferas sociales, por ejemplo, un gobierno estudiantil, desde ahí, se conforma un criterio de elecciones y conquistas electorales.

Según la investigación, las principales características de la campaña electoral que se llevó a cabo en febrero del 2021 fueron:

Tabla 24. Características de la campaña electoral.

CAMPAÑA ELECTORAL
• La campaña electoral de febrero del 2021 se llevó a cabo en base a una serie de actuaciones políticas que generaron democracia con la presentación de sus propuestas.
• La campaña política de febrero del 2021 se llevó a cabo a través de un amplio espectro de comunicación social junto con el efecto de las redes sociales.
• La campaña electoral en el año 2021 se llevó a cabo según la coyuntura política de ese entonces, con una marcada referencia de derecha e izquierda.
• La campaña electoral de febrero del 2021 se llevó a cabo de una forma apresurada y con desorden, en donde solo se daba a notar la existencia de muchos partidos políticos en la contienda.

- Es necesario que las campañas electorales como la que se llevó a cabo en febrero del 2021 no deben despilfarrar el dinero del pueblo.

Fuente: La entrevista

Un triunfo es una garantía de que el trabajo que se ejecutó de forma anterior al mismo fue efectivo y se estableció de una manera coordinada y controlada, el trabajo de un político y de una organización política, es establecer todas las alternativas necesarias para lograr un triunfo mediante las urnas y generar una fuerza política.

Tabla 25. Proclamación del consejo nacional electoral.

PROCLAMACIÓN DEL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL				
GUILLERMO LASSO	GANADOR	DIFERENCIA DE	4.72%	DE VOTOS VALIDOS
LIDER	DEL	OBTUVO 4.7 MILLONES	(52.36%)	
MOVIMIENTO CREO	DE VOTOS			
ANDRES ARAUZ	4.2	MILLONES	DE (47.64%)	
	DUFRAIOS			

Elaboración: El Autor.

Las campañas electorales son requisitos fundamentales para que una sociedad pueda sentirse representada ya que son procesos anteriores al establecimiento de una fuerza gobernante que lidere todos los procesos de organización de un Estado, desde la base principal que es la confianza y respeto del pueblo.

Conclusiones

Para ser presidente de la República del Ecuador se debe pasar todo un proceso dentro de una campaña electoral, siendo esta la más determinante, ya que gracias a la misma se puede obtener el voto de las personas. En esta campaña electoral cada uno de los candidatos a la Presidencia deciden mostrar a las personas la razón por la cual deberían elegirlos para gobernar el país, ya sea mediante discursos, bailes, a través de redes sociales, de manera presencial, presentando propuestas, realizando videos en redes sociales, todo esto con el objetivo de llegar a la Presidencia del Ecuador.

Dentro de esto tenemos como principal característica el liderazgo político, el mismo es una forma de generar confianza en un grupo de personas, un líder gobierna y tiene autoridad sobre sus colaboradores y seguidores. Los diferentes tipos de liderazgo se determinan exactamente frente al ámbito político que se está estableciendo en el espectro de lo gobernable, así como también en la presente investigación ha dado como resultado un total de seis tipos de líderes políticos: coercitivo, ejemplar, visionario, afiliativo, democrático y capacitador.

Las encuestas han reflejado que existen cuatro líderes políticos que se han destacado con más fuerza en las contiendas electorales recientes, los mismos que han permanecido en constante esfuerzo de campaña y de persuasión hasta llegar al cumplimiento de los objetivos políticos y organizacionales, ya sea de izquierda o de derecha o cualquier otra tendencia que se marque según la expectativa política, dentro de estos tenemos a: Andrés Arauz como un líder coercitivo, donde su principal característica es la falta de experiencia e ideología socialista. Guillermo Lasso como un líder ejemplar, que se basa en un liderazgo ejecutivo y un plan de trabajo bien estructurado. Yaku Pérez líder coercitivo, el mismo que destaca por sus orígenes y energía. Xavier Hervas es un líder coercitivo en el que predomina su preparación y simpatía, todos estos datos y características las hemos obtenido como resultado de las encuestas.

Así observamos que el líder ejemplar y coercitivo son los predominantes dentro de las personas de 20 a 25 años que han ejercido su derecho al voto. El líder coercitivo por ejemplo se caracteriza por ejecutar su plan de trabajo frente a un sistema dominante que busca generar un espacio de administración que se base en la autoridad sobre todas las cosas, mientras que el líder ejemplar considera que la seriedad y la organización conservadora son parte de un liderazgo positivo y de evolución.

En la segunda vuelta se destacaron dos personas Guillermo Lasso por su plan bien estructurado de campaña, además de su buena preparación para debatir y Andrés Arauz el mismo que uso la imagen del expresidente Rafael Correa y promesas de ayudar a las personas de escasos recursos. Así se pudo observar de una manera clara en base a las encuestas que las personas ven a Guillermo Lasso como una persona que tiene un plan para cualquier situación, tomando de ejemplo la vacunación de 9 millones de ecuatorianos en 100 días, un hombre organizado. Por otro Andrés Arauz lo ven más como un títere del correísmo, con falta de convicción en el momento de hablar, sin ideas claras, solo usando el nombre de Rafael Correa para llegar al poder.

Con ello se puede determinar de manera clara que el liderazgo político ejemplar es el que tiene mayor aprobación dentro de los votantes de 20 a 25 años, así el triunfo del representante de la Derecha ha configurado una experiencia totalmente renovadora, ya que en ha significado la contienda entre más de una década de socialismo y el sistema conservador mayormente capitalista.

Proclamándose Presidente de la Republica del Ecuador el Sr. Guillermo Lasso, mismo que inicio su mandato el 24 de mayo de 2021 con el 52,5% de votos a favor, teniendo en cuenta que más de la mitad de los ciudadanos ecuatorianos mayores a 16 años estaban de acuerdo con que gobierne el país. Pero con el tiempo la aceptación del Presidente de la República del

Ecuador ha ido disminuyendo, el mandato comenzaba de buena manera, ya que el principal objetivo para inicio del mismo era la vacunación de 9 millones de ciudadanos en 100 días que se lo cumplió es por ello que según “Perfiles de Opinión” para el mes de julio 2021 el 74% de los ciudadanos calificaron la gestión como buena y muy buena. Después de esto la aceptación empezó a bajar, porque el precio de la gasolina empezó a subir, la canasta básica, sumando al poco control que existe en el sistema carcelario en nuestro país ha ocurrido en el periodo de Guillermo Lasso cinco masacres carcelarias dejando un total de 282 muertos. La inseguridad en el país ha aumentado entre enero y mayo de 2022 se contabilizaron 1,490 crímenes violentos (asesinato, homicidio, femicidio y sicariato). Eso significa que cada día, en promedio, 14 personas mueren de forma violenta en Ecuador. Es por ello que para inicios del mes de junio 2022 la desaprobación del mandato de Guillermo Lasso alcanzó el 81%, según estudio perfiles de opinión. Así como también en el mes de junio existió el paro en el Ecuador que duro del 13 de julio al 30 de junio, llegando a una solución tras 17 días de protestas.

Por todo esto según la última encuesta realizado en “Perfiles de opinión” del mes de agosto existe un 82% de las personas que piensa que la gestión del actual Presidente de la República del Ecuador es mala y muy mala.

Bibliografía

Arango , A. (2018). *Presidencialismo*. Bogotá: Eatfit.

Bustamante , M. (2018). *El trabajo político desde una perspectiva cualitativa* . Quito: Iae.

Collado , F., & Jiménez, J. (2016). *Liderazgo político en las democracias representativas* . Mexico: Unam .

Cosejo Nacional Electoral . (2021). *Elecciones* . Quito: Cne.

Dijk, T. A. (2005). *Política, ideología y discurso*. Zulia.

DOMENACH, J.-M. (1955). *La Propaganda Política* . Buenos Aires: UNIVERSITARIA DE BUENOS AIRES .

Fernández, S. D. (2004). *SOBRE EL CONCEPTO Y EL ESTUDIO DEL LIDERAZGO POLÍTICO*. España.

FERRER, L. E. (1 de 8 de 2013). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/308/30829449004.pdf>

Gómez, C., & Alvarez, G. (2018). *La investigación científica y las formas de titulación* . Ambato: Uniandes .

Hermes , B. (2021). *Liderazgo Político*. México: Disclimer.

Izquierdo, E. (2018). *La propaganda política, un instrumento poderoso desde sus orígenes* . Lleida: CesNext.

Lara, K. (18 de Abril de 2021). Autoridad electoral de Ecuador oficializa el triunfo de Guillermo Lasso en el balotaje. *Made for minds*, pág. 45.

Marín , A. (8 de Marzo de 2021). *Ideología Política*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/ideologia-politica.html>

- Merlo, C. (2021). *La biblia del Marketing Político*. Mexico: Anderson Publishing.
- Meza, R. (2017). *Liderazgo político: el caso de Andrés Mnauel López Obrador en el movimiento regeneración nacional*. México: Unam.
- Milagros , C., & Yangali, S. (2020). *Investigación científica*. Quito: Uide.
- Ortiz, P. (2016). *Liderazgo político y gobierno abierto*. Quito: San Blas .
- Patcet, P. (2016). *Ser presidenciable*. México: Unam.
- Rodríguez, E. (2019). *Método estructuralista y análisis parcial, una revisión desde sus consecuencias filosóficas*. Talca: Maule.