

Proyecto de Investigación	Grupo de Investigación	Directora	Integrantes del Equipo
Estudio de la cibercultura ecuatoriana a través del análisis de la influencia de las redes sociales en la comunicación política: El caso de las elecciones presidenciales 2017 en Ecuador.	Comunicación Estratégica y Digital	Lcda. Cecilia Herbas Muñoz, Mgs.	<ul style="list-style-type: none"> • Ing. Marcos Miranda Rodríguez, Mgs.

Resumen de Proyecto

Las elecciones presidenciales pueden considerarse como una radiografía social de un país en un momento determinado. Ecuador se encuentra a puertas de una segunda vuelta electoral con varios elementos nuevos: nunca hemos tenido tanta población joven como ahora, el presidente Correa es quien mayor tiempo ininterrumpido ha permanecido en el poder y como sociedad, hemos cambiado nuestra dinámica de vida gracias a las redes sociales. Con estos antecedentes se plantea como problema de investigación el cómo influyen las redes sociales en la comunicación política ecuatoriana y busca analizar la influencia de la redes sociales en la comunicación política ecuatoriana realizando una investigación en el periodo de campaña presidencial 2017 (enero-febrero) para establecer y entender, desde una perspectiva comunicacional, las características de la sociedad ecuatoriana 2.0, la cibercultura de los ecuatorianos y los procesos comunicativos latentes en el cambio generacional. Este trabajo investigativo interdisciplinario se apoya en el uso de una herramienta informática que nos permitirá obtener la data de las redes sociales para posteriormente ser analizada desde la perspectiva comunicacional. En este contexto, la investigación se divide en cuatro fases que son la selección de la muestra, recolección de la información, análisis de la data y las reflexiones y conclusiones acerca de la gestión comunicacional y los elementos del fenómeno de las elecciones ecuatorianas. Se utilizará un enfoque mixto y se propone además un diseño exploratorio secuencial que permita conocer la cibercultura de los ecuatorianos, el comportamiento de ciudadanos en redes sociales, las características del nivel de participación en redes sociales alrededor del tema político, el patrón de comunicación utilizado por los candidatos y estudiar la estrategia de comunicación.