



Organización  
de las Naciones Unidas  
para la Educación,  
la Ciencia y la Cultura



Cátedra UNESCO  
Tecnologías de apoyo para  
la Inclusión Educativa



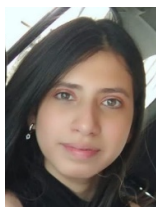
## REVISTA

### JUVENTUD Y CIENCIA SOLIDARIA:

En el camino de la investigación

# LA INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL VOTO FACULTATIVO. UN ESTUDIO DE CASO EN LA UNIDAD EDUCATIVA KENNEDY DE CUENCA

Ana Paula Gordón Chunga



Mi nombre es **Ana Paula Gordón Chunga**. Tengo 17 años y soy estudiante de la Unidad Educativa Kennedy de Cuenca. Mis gustos varían entre escuchar música, bailar, dibujar y leer. Me he interesado por la escritura a partir de la lectura en política y artes.

## Resumen

En Ecuador, en el mes de febrero del 2023, se realizaron las elecciones seccionales para escoger alcaldes, concejales, prefectos, vocales del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, así como un plebiscito popular. En este contexto, es importante analizar cómo se relacionaban dos conceptos básicos de la democracia liberal: derecho al voto facultativo y la influencia de las propagandas políticas a partir de las redes sociales.

Tomando en cuenta la incidencia de las nuevas tecnologías en la vida de los adolescentes, pensamos que era posible investigar cómo afectaba la propaganda

política en la decisión del voto facultativo (entre 16 a 18 años). Para ello, se escogió como criterio poblacional a la Institución Educativa Kennedy, en los niveles de segundo y tercero de bachillerato. Del total de estudiantes (119), 86 de ellos participaron en una encuesta para saber cuáles fueron los canales principales por donde les llegaba información, pero también, cómo articularon su decisión a partir de la propaganda política. Con estos datos, solo 16 estudiantes ejercieron el voto, aunque todos recibieron información política. Con esta muestra menor se realizaron entrevistas para com-

prender cómo entienden y sienten estos estudiantes la política desde las redes sociales.

Finalmente, se pudo comprobar que algunas redes sociales, como TikTok o Facebook, sí tuvieron incidencia decisiva a la hora de ejercer el voto. Sin embargo, se sumaron otros factores que diversificaron los resultados, como la familia o grupos de amigos.

**Palabras clave:** voto facultativo, elecciones secundarias, redes sociales, influencia política, derechos

## Explicación del tema

La democracia es una forma de hacer gobierno en la mayoría del mundo occidental. El vocablo proviene de *demos*, que significa pueblo, y *kratos*, que significa poder (Orellana, 2021). La idea de la democracia siempre se ha relacionado con el uso político, pero popular, de la participación ciudadana. En nuestro país la democracia, actualmente, se articula a la idea de participación ciudadana. En este sentido, la construcción social y política del Estado nacional “es más fuerte cuando se vislumbra una sólida base en la participación ciudadana, que permita que los gobiernos puedan funcionar de manera efectiva e incluyente” [1].

La principal forma de lograr asegurar la democracia ha sido a través de las elecciones populares. Desde la historia de la democracia moderna, el cambio de la soberanía monárquica a la popular fue vital, sobre todo, por medio de las elecciones. De acuerdo con Briceño y Chuya, por medio de estas pugnas políticas y de disputa de poder, el ejercicio político se incrementa y esto tiene efectos en la ciudadanía y en la decisión de voto [2].

La elección aparece como base propia de la democracia. Así, los espacios de control y organización democrática de los países democráticos en el mundo han ideado el sufragio universal como sustento práctico de lo democrático. En este sentido, en Ecuador el sufragio también ha tenido sus formas de acción: obligatoria (18 a 65 años) y facultativo (16 a 18 años, discapacitados, presos, entre otros).

Sobre el voto facultativo se ha dicho que la experiencia de los adolescentes no siempre va acompañada de una correcta ambición lógica. Sin embargo, de acuerdo con Orellana (2021), el voto facultativo promueve el

debate, la discusión y la libre elección entre un conglomerado diverso de sujetos. Aquellos que conforman la sociedad democrática se manifiestan, actúan o piensan de manera diferente al resto, siempre y cuando, no atente contra las libertades individuales [1].

La libertad y el desarrollo de una sociedad involucra el respeto por los ideales liberales del derecho político al voto. El voto facultativo se constituye siempre como un derecho y no como una obligación [1], [3].

En Ecuador, el voto facultativo se encuentra establecido en la Constitución de la República en el artículo 62, numeral 2 (Veloz, 2012) y dice que: “estará destinado para los ciudadanos con las edades comprendidas entre los dieciséis y dieciocho años de edad, los ciudadanos que sean mayores de sesenta y cinco años, los ecuatorianos que residan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, las personas que tengan algún tipo de discapacidad y a los extranjeros que residan de manera legal en el Ecuador, por lo menos cinco años” [1, p. 48].

De acuerdo con las entrevistas hechas, Crespo (2023) y Quinde (2023) manifiestan que es necesario articular el derecho al voto facultativo con la democracia. De esta manera, Crespo sostiene que el voto facultativo “es el derecho que te dan para poder empezar a familiarizarte con esto de la democracia”. Por otro lado, Quinde sostiene que el derecho a sufragar se relaciona con el derecho que tienen cada ciudadano a ser libre de elegir, es decir, emitir o no, una decisión política. Por ello, sostiene, “es un voto que no es obligatorio sino opcional” (Quinde E1, 2023).

En este punto, la democracia articulada al ejercicio facultativo demuestra un punto de complejidad: los adolescentes pueden ser manipulados o tener antipatía por la política. Los adolescentes tienen el derecho de participar en las decisiones políticas, tienen la capacidad y el suficiente conocimiento e interés en la realidad como para generar un cambio.

De acuerdo con Hurtado (2023), “el hecho de que ya como persona pensante puede dar su voto para ver sus alcances, [es importante]”. Además, señala que cuando uno llega a una edad en donde se razona lógicamente, puede tomar una decisión, en este caso sufragar, acto que termina en ese alcance objetivo. En cambio, Mori (2023), opina que “es esa edad donde aún nos estamos

guiando para poder votar correctamente y tener una libre elección, pero siempre terminamos siendo influidos por la gente y las redes".

La diferencia de criterios entre Hurtado y Mori deja ver que los adolescentes pasan por etapas de indecisión política. En tal caso, pese a ser conscientes de su decisión, los jóvenes tienden a creer que su decisión no es la adecuada dejando que de esta manera diferentes opiniones influyan en su decisión final; pero pese a eso la decisión de los jóvenes y su simple participación significa mucho. El voto facultativo desde los 16 años ratifica el firme compromiso de construir el camino por el cual se fortalece la democracia, cumpliendo con la propuesta de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes, puesto que sin su participación en el presente no hay futuro posible.

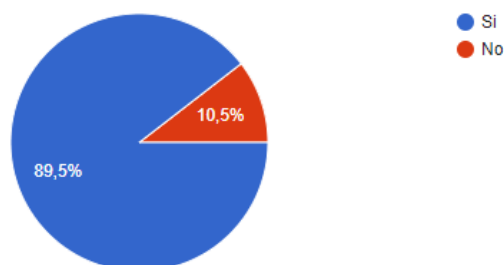
Ante la desidia con la que los jóvenes suelen ver a la política, las redes de comunicación pueden aportar a un cambio de entendimiento político [4]. El voto facultativo, que ha sido consolidado en otros países del mundo y la región, como Brasil, Argentina, Nicaragua, México [5], ha tenido un nuevo rumbo gracias a las redes sociales. Para Franco (2015), los medios de comunicación que los jóvenes consumen a diario están llenos de información, pero "dejan una ventana abierta a dudas para los adolescentes que empiezan a entender el mundo político, claro está que hay medios controversiales y polémicos que se encargan de enredar más a los jóvenes" [6].

Actualmente, las redes sociales se han consolidado como el espacio por donde puede circular mejor la estrategia mediática política. De acuerdo con Meza (2023), "en las redes que son dirigidas a los jóvenes, es más fácil escuchar y saber de las propuestas". Como podemos darnos cuenta, Meza explica que las redes sociales facilitan entender el tipo de propuestas que los políticos realizan. Por ello se dice que las redes sociales pueden llegar a tener una influencia en la decisión del voto.

Pero así como los espacios políticos pueden incidir en la decisión del voto, este mensaje debe permanecer claro y formal muchas de las veces. De acuerdo a González (2023), por ejemplo, no es un ideal de un buen contendiente político el usar los medios para ganar simplemente votos, sino para crear formatos de

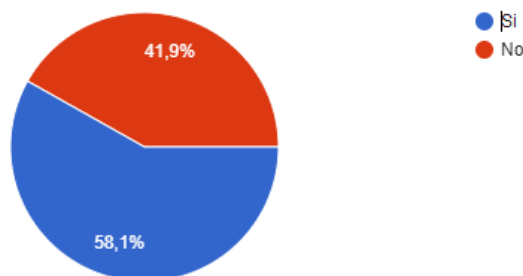
un debate más formal. Así, dice, "me parece correcto, pero creo que deberían hacerlo de una manera un poco más formal como políticos que son" (Gonzales, 2023).

Para articular esta doble perspectiva del voto facultativo de los adolescentes entre 16 y 18 años, se trabajó con estudiantes de segundo y tercero de bachillerato, quienes respondieron en primer lugar a una batería de preguntas, en modalidad de encuesta. De un total de 119 estudiantes de la Unidad Educativa Kennedy, participaron 86, siendo un 72,2 % de la muestra total. De este 72,2 %, un 89,5 %, que corresponde a 77 personas, respondieron que sí tenían conocimiento de lo que implica el voto facultativo; en cambio, el 10,5 %, es decir 9 personas, respondieron que no (ver Fig. 1).



**Figura 1.** Conocimiento del voto facultativo  
Fuente: Autora

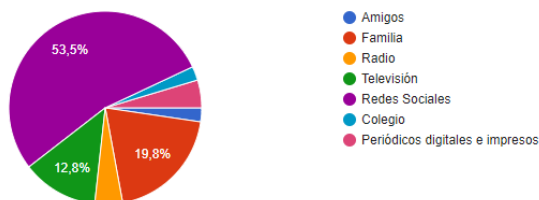
Que cerca del 90 % de personas hayan afirmado saber qué significa o qué es el voto facultativo, no implica que la totalidad de ellos se encuentre capacitado para ejercer su voto. Por ello, de entre 86 respuestas, un 58,1 %, es decir 50 personas, respondieron que sí y un 41,9 %, que corresponde a 36 personas, respondieron no, dando a entender que esa mayoría no representa una regla absoluta (ver Fig. 2).



**Figura 2.** Percepción sobre la capacidad para el ejercicio al voto facultativo  
Fuente: Autora

Para saber cuáles eran los canales por los que los estudiantes recibieron mayor información política, un

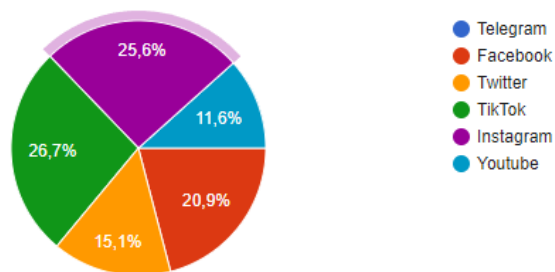
53,5 % de los encuestados respondieron que lo hicieron por medio de las redes sociales, 19,8 % a través de la familia, 12,6 % a través de la televisión, y en menor medida a través de otras fuentes. (Fig. 3). Por ello, puede observarse la superioridad porcentual de las redes sociales sobre los otros criterios.



**Figura 3.** Canales sociales para conocer de las propuestas políticas  
Fuente: Autora

Por otro lado, los estudiantes respondieron que encontraron mayor propaganda política en: TikTok 26,7 %, Instagram 25,6 %, Facebook 20,9 %, Twitter 15,1 % y Youtube 11,6 % (ver Fig. 4). De estas redes sociales, se mantiene la idea de que, aunque mantienen políticas de seguridad para menores de edad, mucho de sus contenidos informativos y propagandísticos tienen un direccionamiento hacia un público de entre 16 a 25 años de edad.

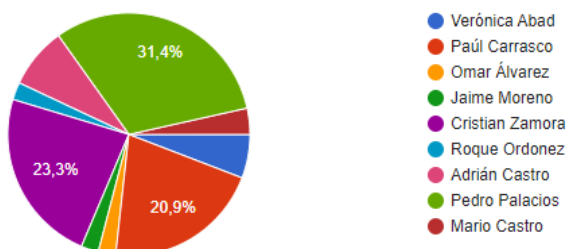
De acuerdo con [2], el avance tecnológico y la creación de las redes sociales ha evidenciado un cambio en la estrategia de hacer política en el país. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, entre otras al ser aplicaciones de consumo rápido, generan una expectativa de marketing hacia un público más joven. Por ello quizá, se pueda entender que a nivel mundial, y en Ecuador, se ha incrementado el consumo de contenido en redes sociales. De acuerdo con [7], 13.8 millones de ecuatorianos han usado redes sociales en enero del año 2020. En Facebook hay 12,04 millones de usuarios conectados, Instagram 4.02 millones, LinkedIn 2.58 millones, Tiktok 1.4 millones, Twitter 0.9 millones y Pinterest con 880.000 usuarios.



**Figura 4.** Diferentes redes sociales en donde se comparte propaganda política  
Fuente: Autora

Para Barredo, Rivera y Amézquita en [8], una correcta comunicación política se basa en cuán bien gestionada está. Pero, además, debe importar cuánta relación tiene con las redes sociales [7], de igual manera, sostienen que el uso de las redes sociales propone una estrategia de mercado y marketing político, quizá por ello muchos de los candidatos seccionales a las últimas elecciones se abalanzaron a trabajar desde las redes sociales como Tik Tok o Instagram, como vimos en la figura anterior. De acuerdo con la investigación, tres candidatos tuvieron más propaganda política en redes sociales: Pedro Palacios 31,4 %, Cristian Zamora 23,3 % y Paúl Carrasco 20,9 % (ver Fig. 5).

Aunque estos tres candidatos no constituyen el 100 % de la muestra total, si puede verse que entre los tres se repartieron el manejo mayoritario de las redes sociales. Además, con los resultados oficiales de las elecciones seccionales, los tres se posicionaron en los primeros puestos para la alcaldía de Cuenca; pese a no guardar la misma posición porcentual, puesto que el contendor ganador fue Cristian Zamora.



**Figura 5.** Porcentajes de la propaganda política según los candidatos a la alcaldía de Cuenca  
Fuente: Autora

Para [9], las estrategias de campaña política en redes sociales oscilan entre la realidad social y económica de los electores, pero también en la edad de los mismos.

Por ello, los métodos o técnicas que ayuden a generar un acercamiento entre candidato y electores es vital. Álvarez y Aymacaña sostienen que las necesidades ideológicas son la base de la propaganda política. Pero, además, que se necesitan los canales básicos y necesarios por donde circular el mensaje; puesto que se habla de persuasión, y no solo de comunicación [10].

## Conclusiones

En este trabajo de investigación pudo encontrarse una relación, no menor, entre la propaganda política a través de redes sociales y el derecho al voto facultativo en estudiantes de la Unidad Educativa Kennedy, de entre 16 y 18 años de edad. Sin embargo, debe decirse que, si bien existe un intento fuerte de los políticos para llegar a los adolescentes, muchos son críticos sobre los medios y mensajes que construyen los políticos. Para algunos de los entrevistados, aunque haya incidencia propagandista, los estudiantes deberían ser capaces de criticar esta forma populista de llegar al votante.

De igual manera, se pudo evidenciar que las redes sociales, sobre todo TikTok, Facebook e Instagram, son los espacios predilectos para emitir propaganda política. Estas redes sociales, aunque mantienen bases de seguridad para el ingreso a menores de edad, están diseñadas para un público de entre 16 a 30 años de edad; sobre todo TikTok. Esta última aplicación fue, según los datos obtenidos, la que mayor información política compartió.

Por otro lado, en las elecciones para la alcaldía de Cuenca triunfó Cristian Zamora y le siguieron los candidatos Pedro Palacios y Paúl Carrasco. Los tres candidatos fueron los más puntuados en las encuestas, y aunque llegaron en diferentes posiciones, esto permite inferir que el uso de las redes tuvo un resultado esperado: incidir en la decisión del voto en menores de edad.

Finalmente, cabe decir que esta muestra poblacional es pequeña, tomando en cuenta el número de habitantes de Cuenca. Sin embargo, este estudio de caso permite dar una pauta para plantear investigaciones sobre el uso de la tecnología y las redes sociales en la construcción de la democracia.

## Agradecimientos

Quiero agradecer a los profesores y autoridades de la Unidad Educativa Kennedy por brindarme la posibilidad de seguir aprendiendo.

Mis agradecimientos a todos mis compañeros de aula y del colegio que supieron brindarme el apoyo para la recolección de datos.

A mis padres, los cuales me apoyaron y me enseñaron que, aunque el camino no es fácil, no debo rendirme nunca. Ni siquiera frente a todo aquello que me obstaculice el camino, grande o pequeño.

## Referencias

- [1] J. F. Orellana Durán, «Análisis jurídico del voto facultativo en la legislación ecuatoriana», bachelorThesis, Universidad de Cuenca, 2021. [En línea]. Disponible en: <https://shorturl.at/ejzDO>
- [2] M. J. Chuya Ganchozo y L. Y. Briceño Armijos, «Estrategias comunicacionales y campañas políticas», bachelorThesis, Guayaquil: ULVR, 2023., 2023. [En línea]. Disponible en: <https://shorturl.at/gtIMU>
- [3] L. E. Ramos Espinosa, «El voto facultativo como un derecho de participación en el Ecuador», bachelorThesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2014. [En línea]. Disponible en: <https://shorturl.at/pNSZ7>
- [4] Andrés Antonio Vélez-Luna, Jorge Odón Loo Macías, y Adriana Graciela Segura-Mariño, «Percepciones de los jóvenes del voto facultativo, previo a las presidenciales del 2021 en Ecuador», *Cienc. Lat. Rev. Científica Multidiscip.*, vol. 6, n.o 3, jul. 2022, doi: 10.37811/clr.cm.v6i3.2505.
- [5] C. B. Redin, «Voto facultativo de jóvenes en Ecuador: una cuestión de confianza y expectativas sobre la democracia», *Democracias*, vol. 1, n.o 1, Art. n.o 1, oct. 2013, doi: 10.54887/27376192.3.
- [6] A. B. Franco Yépez, «Análisis del mensaje político ecuatoriano a través de la radio y su influencia en los jóvenes con voto facultativo 16 a 18 años en la ciudad de Guayaquil, alborada tercera etapa en el colegio Ismael Pérez Pazmiño», 2016
- [7] K. Mendez y K. M. Zuñiga, «LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO PUBLICITARIO EN

- ECUADOR (2020)»: *UNESUM-Cienc. Rev. Científica Multidiscip. ISSN 2602-8166*, vol. 5, n.o 4, Art. n.o 4, mar. 2021, doi: 10.47230/unesciencias.v5.n4.2021.398.
- [8] D. Barredo Ibáñez, J. G. Rivera González, y A. Amézquita, «La influencia de las redes sociales en la intención de voto. Una encuesta a partir de las elecciones municipales en Ecuador 2014», *Quórum Académico*, vol. 12, n.o 1, pp. 136-154, 2015.
- [9] X. E. Montalvo Poveda, Á. E. Chico Frías, X. E. Montalvo Poveda, y Á. E. Chico Frías, «EL MODELO NEWMAN EN ADOLESCENTES Y SU INFLUENCIA EN LA DECISIÓN DEL VOTO», *Rev. Econ. Política*, n.o 29, pp. 44-61, jun. 2019, doi: 10.25097/rep.n29.2019.03.
- [10] K. J. Álvarez Canchignia y J. M. Aymacaña Moreno, «Campañas políticas y redes sociales: Análisis comparativo del manejo de las redes sociales Twitter, Instagram y TikTok de Andrés Arauz y Guillermo Lasso en las elecciones presidenciales Ecuador 2021.», bachelorThesis, Quito: UCE, 2022. [En línea]. Disponible en: <https://shorturl.at/tvJZ8>