Polo del Conocimiento

Pol. Con. (Edición núm. 63) Vol. 6, No 11
Noviembre 2021, pp. 686-699
ISSN: 2550 - 682X
DOI: 10.23857/pc.v6i11.3293

Importancia de la Evolución del Discurso en la Toma de Decisiones de los Electores en Una Contienda Electoral

Importance of the Evolution of Speech in Electors' Decision Making in an Electoral Contest

Importância da Evolução do Discurso na Tomada de Decisão Eleitoral em um Concurso Eleitoral

Karen Gabriela Cetre-Nolivos [I]
Kcetren@Unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-9476-6327

Alicia Katherine Ulpo-Carangui [II]
Aulpoc@Unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-2190-0740

Washington Javier Paguay-Balladares[III]
Wpaguayb@Unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-0007-0490

Angela Victoria Salcedo-Pinela [IV]
Asalcedop2@Unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0001-8519-768X

Correspondencia: Kcetren@Unemi.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

***Recibido:** 30 de Septiembre de 2021 ***Aceptado:** 30 de Octubre de 2021 *** Publicado:** 15 de Noviembre de 2021

I. Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador.
II. Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador.
III. Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador.
IV. Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador.

Resumen

La importancia de comunicar efectivamente por medio del discurso durante una contienda electoral llevó al análisis profundo de cómo este ha evolucionado para adaptarse a los cambios generados por la globalización, ya que hoy en día no se comunica a las masas solo por los medios tradicionales, sino también por diversas plataformas digitales. Fue necesario, entonces, abordar las formas discursivas y su importancia para poner en contexto cómo el discurso influye en la toma de decisiones de los electores.

El presente artículo tomó como caso de estudio las últimas elecciones de Ecuador, en las que Guillermo Lasso fue elegido Presidente Constitucional de la República. Como parte de este análisis se establecieron tres fases: inicio de campaña electoral; aprovechamiento de las redes sociales y simplificación del discurso; y posición formal.

Se pudo confirmar, por medio del análisis, que la adaptación del discurso a los cambios que exige el mundo actual puede dar como resultado ganar una contienda electoral.

Palabras claves: Elecciones; Campaña Electoral; Discurso; Comunicación; Plataformas Digitales

Abstract

The importance of communicating effectively through speech during an electoral contest led to an in-depth analysis of how it has evolved to adapt to the changes generated by globalization, since nowadays it is not communicated to the masses only through traditional means, but also by various digital platforms. It was necessary, then, to address the discursive forms and their importance to put in context how the speech influences the decision-making of the voters.

This article took as a case study the last elections in Ecuador, in which Guillermo Lasso was elected Constitutional President of the Republic. As part of this analysis, three phases were established: start of the electoral campaign; use of social networks and simplification of speech; and formal position.

It was confirmed, through the analysis, that adapting the discourse to the changes demanded by today's world can result in winning an electoral contest.

Keywords: Elections; Electoral Campaign; Speech; Communication; Digital Platforms

Resumo

A importância de se comunicar efetivamente pela fala durante uma disputa eleitoral levou a uma análise aprofundada de como ela evoluiu para se adaptar às mudanças geradas pela globalização, uma vez que hoje em dia não é comunicada às massas apenas pelos meios tradicionais, mas também por diversos. plataformas digitais. Foi necessário, então, abordar as formas discursivas e sua importância para contextualizar como o discurso influencia a tomada de decisão dos eleitores.

Este artigo tomou como estudo de caso as últimas eleições no Equador, nas quais Guillermo Lasso foi eleito Presidente Constitucional da República. Como parte dessa análise, foram estabelecidas três fases: início da campanha eleitoral; uso de redes sociais e simplificação da fala; e posição formal.

Foi constatado, por meio da análise, que adequar o discurso às mudanças exigidas pelo mundo atual pode resultar na vitória de uma disputa eleitoral.

Palavras-chave: Eleições; Propaganda eleitoral; Fala; Comunicação; Plataformas Digitais

Introducción

Los cambios con relación a la forma de comunicación que se utiliza para transmitir mensajes y deseos en la actualidad, han provocado una transformación en los métodos usados para la expresión y el desenvolvimiento que se presentan en actividades (sean estas de interés público o privado) sociales, culturales o políticas. Por este motivo, el discurso siendo visto como una forma idónea para el cambio del mundo y de las masas puede ser dirigido a variados ámbitos, entre los cuales se encuentra el político, que será estudiado en el presente trabajo y que busca establecer una relación entre la forma de comunicación que se ejecuta y los cambios presentados en el proceso político que se desprenden de su aplicación ante las masas con el fin de cambiar su percepción de una imagen que se presenta.

Dichos cambios constantes que se centran en la información, al igual que en las formas de la comunicación y expresión usados para generar un impacto en la sociedad, logran que exista un replanteamiento sobre los contextos vinculados a temas sociales en general; sin embargo, así como puede ser redimido a campos estratégicos de la sociedad, también debe estar establecido con relación a como se ha venido manejando el desarrollo y avance de la forma de expresión en

la política actual. Esto se basa en los variados progresos y modificaciones que se ha tenido que hacer a la forma en la cual se desarrollan las actividades de comunicación de la parte política en la sociedad, llevando a nuevas idealizaciones de conceptos y adaptaciones por sobre los cambios que son producidos por la globalización y nuevas tendencias que aparecen sin cesar obligando el acople a esta nueva forma de vida.

Esta investigación se enfoca en el estudio de las percepciones de diversos autores en relación con el cambio que puede producir una modificación en el discurso, además de reflejar el posible impacto que se presenta cuando las variables de un discurso común son modificadas y por consiguiente afectan al público espectador del discurso, influyendo en su percepción sobre un tema asignado.

Se trabajó mediante el siguiente esquema:

- Desarrollo y estudio de planteamientos teóricos en relación al discurso, donde se estudian las formas discursivas y su importancia, al igual que un análisis de las conceptualizaciones en relación a las variables que involucran al discurso.
- Análisis de la relación existente entre la toma de decisiones en épocas electorales y el desarrollo de un discurso adecuado.
- En el desarrollo del trabajo se estipula el progreso del discurso en campañas electorales populares de un país, ejemplificando el proceso ejercido por el candidato Guillermo Lasso durante las elecciones y su cambio en su postura en tres distintas fases.

Ambos elementos (discurso y toma de decisiones) pueden ser analizados y estudiados en diversas formas, que permitan determinar un análisis de los conceptos propuestos por varios autores. Esto tiene como finalidad resolver una duda, la cual es generada en un ámbito específico y se plantea como una pregunta a esclarecerse:

¿Qué impacto genera la evolución del discurso en los electores y su decisión a la hora de ejercer el derecho al voto, durante el proceso de contienda electoral?

La pregunta se genera con la finalidad de buscar solución al impacto que posee la evolución del discurso con el pasar del tiempo, siendo aplicado a un ejemplo de la vida real reflejado en el avance del trabajo en sí. Mientras las líneas de investigación aplicadas al desarrollo del presente trabajo se enfocan en:

- Escuela Crítica

- Estudios de la Recepción

Economía Política de la Comunicación y la Cultura

Desarrollo

La información, los puntos de vista e ideologías consisten en una serie de datos que normalmente cumplen una función, que es generar un cambio o modificación en las formas de pensar de las personas; por lo cual, estos deben ser transmitidos a través de canales de comunicación que sean efectivos, con la finalidad de cumplir un objeto trazado por el comunicador, tras haber transcurrido un proceso establecido previamente, como lo indica el siguiente autor.

Ordoñez menciona que:

> Todo tipo de manifestaciones sobre la cultura son filtrados mediante estrategias de análisis y adaptación, al igual que la crítica, con el fin de llegar a la sociedad, a través de medios comunicativos (medios), la misma que se debe encontrar vertida por una serie de canales que se diferencien: estas son la educación a las personas y la información pública; usando escalas sociales para la transmisión de la información, de acuerdo al grado de eficacia sobre los mecanismos de educación (Ordoñez 1972, 49).

Estos discursos llegan a ser vistos a partir de un ámbito periodístico, desde una serie de tipos variados, los cuales hacen referencia a situaciones que acontecen en diversos momentos, siendo precisamente expresiones de tipo lingüístico para alcanzar un objetivo que haya sido determinado. Su clasificación puede designarse como un proceso complicado y difícil, dado que se debe obtener un punto de vista que permita dar una implicación a las otras afirmaciones que son expresadas por autores designados (González Reyna 1999).

Estos discursos en los últimos años han establecido una serie de propuestas para generar un estudio de la teoría, que se vincula mayoritariamente hacia el campo de la teoría de la comunicación y de la lingüística. Por lo cual, se deben considerar los enfoques sobrepasando los puntos que se han fijado.

Las formas discursivas normalmente no se muestran en un modo puro en los mensajes, dado que son amalgamadas por una de estas que puede ser conocida como predominante. Por tanto, esta se forja en un mensaje lingüístico que debe ser expresado con claridad.

Existen una serie de formas discursivas que se pueden aplicar, entre las cuales se pueden encontrar:

- La descripción
- La exposición
- La argumentación
- La narración

El discurso en el mundo puede ser visto como una herramienta importante con una fuerza para la participación y el cambio en la forma de pensar de las personas, donde esta se puede ver como un motor para generar una influencia de la sociedad, mediante el uso de las palabras escogidas correctamente, que sirvan como fuente de inspiración. Su diseño depende de lo que se desea transmitir hacia otras personas y cuál es el cambio que se pretende lograr en las multitudes; debe ser planeada meticulosamente para alcanzar un éxito en vinculación a los objetivos que el orador o emisor de este mensaje busca transmitir.

El discurso consiste en una unidad textual, tiene su nacimiento en los orígenes de la sociedad, el cual no puede ser visto como un objeto homogéneo; este puede ser visto como un conjunto de manifestaciones pertenecientes a un sistema de argumentos contradictorios (Veron 1973, 78). Por este motivo, se puede definir al discurso como un grupo de interferencias, su unidad de análisis puede partir a través de varios criterios que son estudiados, como lo llegan a ser:

a) La selección de los textos:
b) La finalidad de la lectura sobre los textos que van a ser sometidos.

Entre las funciones sobre los discursos, en lo que se refiere a grandes medios, se encuentra la obtención de información de carácter social que sea proveniente a las palabras de terceras personas. Sin embargo, la representación social sobre los productores de discursos, los ámbitos de la actualidad y la información, a través del uso de los medios como una fuente de la descripción sobre los acontecimientos sociales.

Actualmente, en la producción de los discursos públicos, los medios masivos de comunicación juegan un papel clave, pues estos consisten en una vía accesible para generar la constitución de personalidades individuales y grupales en sí. La comprensión sobre los espacios en los cuales se da la lucha para la obtención de los consensos y sobre las ofertas que son ejecutadas en sentido del poder y las demandas que surgen de sectores subalternos para generar una relevancia

analítica a través de medios como son la radio, que es un medio de gran consumo popular, con una competitividad pareja en lo que se refiere a la televisión (Mata 1991).

Pero únicamente no basta dar reconocimiento de la fuerza con la que se domina al público a través del discurso, o incluso, sobre las debilidades presentadas en las intervenciones políticas que debe expresar para generar una contención sobre lo que el pueblo desea, a través de la adhesión a los medios de comunicación que se ofrecen como intermediarios entre el poder y la forma de ayudar.

Importancia del Discurso

El discurso puede verse importante dado su potencial para generar cambios en la opinión de las personas; además que al generarse una evolución se asegura de presentar una serie de argumentos que puedan ser bien defendidos y que permitan marcar un impacto en la sociedad o el público receptor que está escuchando. Ahora, al vincularse dicha importancia con los procesos electorales se puede establecer que un discurso puede ser el punto de definición para generar una gran e importante suma de votantes, por lo cual este debe consistir en un desarrollo meticulosamente supervisado y diseñado.

La transmisión hacia el público permite ayudar a formar credibilidad e importancia sobre un tema específico que se exponga a un público siguiendo una serie de pautas que contribuyen a que los discursos sean mucho mejor, además de ser entendibles y reconocerse como útiles dentro de un espacio para transmitir.

Varios autores han buscado salir de los cercos nihilistas y narcisistas los cuales serían enfocados al subjetivismo del discurso, por lo cual para el análisis personalizado se proponen dar un escape sobre las sincronías en función a la significación, para permitir una recuperación del sujeto humano en medida del devenir. También varios estudiosos acerca del análisis de los discursos en los países de América Latina permiten seguir aspectos psicoanalíticos y de tipo sociocultural que integran a las personas mediatizadas con relación al lenguaje y los símbolos del consumo (Delia Crovi y Cimadevilla 2016).

A través de estos nuevos contextos, el análisis sobre los discursos propone dar estudio a varios niveles de la comunicación que pueden transmitirse a través de tiempos tardomodernos y ciber informáticos. En primer lugar, se encuentra la comunicación que se desarrolla cara a cara, a través del intercambio de signos que operan por medio de métodos orales o simbolismos. En

segundo lugar, la comunicación que se genera por medios textuales. Finalmente se da un lanzamiento de estudio sobre el intercambio de tecnologías mediáticas ligadas en ámbitos informáticos organizados para beneficio de la cultura y la sociedad.

Discurso y toma de decisiones en elecciones

Para la generación de las campañas políticas debe existir un grupo ideológico que se encargue de gestionar todos los procesos y pasos para desarrollarla, una vez que se ha realizado el respectivo análisis de las tendencias y la forma de expresar las propuestas políticas, además de un estudio del público -en general- al cual se desea convencer e incitar para generar el voto en favor del partido político que se apoya.

El estudio y análisis del público debe consistir en un proceso clave para la determinación de todo aquello que se va a expresar a través del discurso.

Cuando los sujetos se ajustan a las prescripciones sociales del momento, aquellos encargados de la comunicación deben evaluar los rasgos de personalidad que posibilitarían la persuasión sobre lo que se desea expresar. Esto se puede lograr mediante el diseño de estrategias y mensajes capaces de lograr que el público ejecute los comportamientos deseados. Esto se puede basar en procesos de psicología, tales como la investigación del público, que busca estudiar las motivaciones de las personas, siempre y cuando se relacionen al voto (Beltrán 1985, 7).

A través de la psicología social, el proceso de investigación de actitudes consiste en una herramienta que facilita la comprensión de los individuos con relación a la aceptación o rechazo de las propuestas plantadas. Del mismo modo, la investigación de mensajes permite la designación de formatos para la comunicación persuasiva, e incidir en la mente de los votantes, quien quiera que sean ellos y sus propósitos personales para btener el consentimiento de las personas.

Los medios de comunicación también juegan parte central a la hora de desarrollar el discurso con finalidades políticas, dado que estos sirven como transmisores de estos datos para que los receptores de esta información puedan estar actualizados y tengan la forma para decidir cuál de las opciones llega a ser la correcta durante una campaña electoral, pudiendo reflejarse que dichos medios consisten en una de las vías de comunicación. Actualmente, se puede usar un candidato a ocupar un puesto político.

Por lo consiguiente Martin expresa:

Se genera la presencia de nuevos modos para la interpelación de los sujetos y los vínculos que se sostienen con la sociedad. Por este motivo, los medios de comunicación tanto televisivos o radiales han llegado para formar parte central de los discursos, que son usados para la actividad política misma. La mediación que se produce se puede determinar cómo socialmente productiva, afectando a la densificación de varios tipos de dimensiones que conforman a las políticas (rituales y teatrales). Dicha producción siempre va a quedar impensada, con el fin de dar una buena medida de lo impensable sobre la concepción instrumental de la comunicación que contribuya a la crítica (Martin Barbero 2002, 15-16).

La correcta expresión de una ideología bien establecida permite el uso adecuado de varios medios usados en una estrategia planeada. Por lo cual, un correcto estudio de los nuevos instrumentos contribuye en la correcta comunicación interna, permitiendo conocer que medios no se podrían ajustar una mejor consecución sobre los objetivos que se han trazado. En fin, el conocimiento sobre los canales e instrumentos por los cuales circula la información contribuye a una mejor elección en función de las estrategias de la comunicación (Fernández Beltrán 2007).

Entre los instrumentos usados para la generación de los discursos se pueden identificar: los portales web, revistas en base de papel, las reuniones elaboradas, los anuncios y tablones, finalmente tomando a los manuales de acogida elaboradas por la expresión del autor.

Los medios como la TV contribuyen y exigen a la política a una negociación sobre las formas en las cuales se puede dar la mediación de la información, dado que ninguno como este, contribuye a generar y permitir un acceso al eje de la mirada, sobre el cual la política llega a penetrar en los espacios personales de la sociedad y consigue reintroducir la corporeidad en los discursos, en materia hecha para la interacción social.

Ejemplificación: Caso Campañas Electoral 2021 de Guillermo Lasso

Fase 1: Inicio de la Campaña Electoral

El inicio del proceso de la campaña del candidato y actual presidente de la República del Ecuador, Guillermo Lasso, puede describirse como aventurada, mostrando una mayor socialización a las propuestas ofertadas por el cambio junto a su binomio Alfredo Borrero,

donde se generaron procesos de alianzas con otros partidos llamando a la unión y solicitando apoyo a sus propios ideales (mayormente referido durante la segunda vuelta).

Las transformaciones que se presentaron entre los actores políticos y del estado Ecuatoriano, entre los ciudadanos contribuyen a aumentar una desprotección de las personas, lo cual podría llegar a confundirse como la desdemocratización (Ramos 2013, 70). La contienda que se generaba en el sector político ayudó a la formación de nuevas alianzas y tratos entre estos actores, que muchas veces fueron miembros de partidos políticos, además de ciudadanos que se encontraban fuera del poder, logrando un incremento en cantidad, que permitió generar una intensidad en lo que se conoce como la "participación sobre la política pública", es decir, entre actores de la política que se encuentran constituidos.

A más de estos asuntos generados se estableció la presentación oficial de nuevas estrategias, comunicadas al público en variadas formas y usando múltiples mensajes que se acoplaban a términos culturales del Ecuador, los cuales generaron en un inicio una serie de burlas, pero consiguieron un objetivo específico en sí, ya que a través de este mensaje el candidato generó que muchas personas -en especial los jóvenes - mantengan como tema de conversación y de interés público temporal.

No cabe duda, que el generar un cambio en la forma de expresar, en lugar de tomar un camino tradicional a la hora de desarrollar discursos, logró que la sociedad mantuviera al candidato como un tema de conversación temporal, logrando un posicionamiento desinteresado por un sector de la sociedad.

Fase 2: Aprovechamiento de las Redes Sociales y Simplificación del Discurso

Esta etapa puede describirse como un nuevo paso generado en la campaña del candidato al haber aprovechado las tecnologías de información y comunicación como un motor de promoción, adaptándose a los cambios recientes con relación a las costumbres y la cantidad de audiencia presente en los medios digitales. El uso de los medios como Facebook, Instagram, y YouTube e incluso Tik Tok, con mayor impacto en la segunda vuelta, funcionaron como canales de comunicación rápida para la expresión de mensajes que el candidato deseaba reflejar en los jóvenes.

A través de la campaña se alegaron situaciones y promesas como: pactos políticos; Generación del Bienestar del Ecuador, además de generar una comunicación a los usuarios de estas redes, sobre la desvinculación de los acuerdos hechos con otros partidos políticos, en reflejo de

mostrar un cambio y apegarse a su misma ideología. La forma en la cual se realiza la transmisión del mensaje puede describirse como sutil, dado que las herramientas de estas redes permitieron presentar el mensaje sin una carga excesiva de palabras que provocan el desinterés del público, incluso logrando que este fuese nuevamente tendencia en redes sociales, todo gracias a la generación de la evolución del discurso en un mensaje mucho más simplificado y directo, al igual que funcional.

En relación a este tema, Hernández expresa que:

> La globalización ha generado un cambio en función a su núcleo central por sobre una revolución científica tecnológica, siendo el resultado más importante las innovaciones que han generado las tecnologías de información y comunicación (TIC) que se encuentran alrededor del mundo. Las TICs poseen un impacto amplio sobre una serie de procesos sociales permitiendo las modificaciones de nociones en espacio y tiempo, pudiendo afectar potencialmente a los procesos incluso de producción, logrando convertirse en un soporte o base de varios tipos de especulación (Hernández 2001, 17-19).

Fase 3: Posición Formal

La finalización de la campaña de Guillermo Lasso tanto para la primera y segunda vuelta electoral se presenta como una oportunidad para retomar la metodología tradicional de los discursos llenos de promesas y menciones a las ofertas que se habían prometido durante todo el periodo de campañas electorales, sin abandonar las estrategias ya adaptadas donde se vinculaban el uso de las redes sociales y de la expresión de mensajes que pudieran “apegarse al pueblo”, las cuales en conjunto con las necesidades de la ciudadanía mostraban que la estrategia de generar cambios en la forma de comunicarse con los electores funcionaba en cierta medida.

El uso de medios comunicativos (televisión y radio) fue reforzado con la finalidad de mostrar la imagen de compromiso y entrega hacia el país, en el caso de ganar; por este motivo, los medios de comunicación pudieron reflejar los mensajes finales para iniciar con el proceso de votaciones, especificando que este se refiere a la segunda vuelta electoral.

Los medios de comunicación siempre juegan un papel importante en función a la comunicación de mensajes y de información, por lo cual haberlo usado representó una ventaja y agregado a la campaña política, no solo para Guillermo Lasso, sino para los demás candidatos a postularse.

La televisión puede ser vista como una mediación, al ser una institución que se encarga de la producción de significados, las cuales pueden generar la ganancia de credibilidad frente a las audiencias. Los receptores son parte de esta mediación, ya que se involucra en una forma psicológica, con relación a ámbitos socio-culturales, que consisten en procesos constantes y dialécticos (Delia Crovi y Cimadevilla 2016).

Este proceso de mediación consistiría en una serie de factores que consiguen una modificación sobre aspectos relacionados con la percepción de temas, al igual que su procesamiento y la apropiación de factores y acontecimientos que deben estar ligados a la obtención de nuevos conocimientos. Por este motivo, el emisor y receptor consisten en constituyentes de la relación existente del sujeto con los discursos emitidos en la televisión, dado que el sujeto interactúa a través de productos mediáticos, logrando una producción y reproducción de sentido y de significados.

La generación de los cambios adaptados por el Movimiento Político Creando Oportunidades (CREO) del candidato Guillermo Lasso sirvió para el aseguramiento de resultados favorables en beneficio de las ofertas propuestas por dicho movimiento, dado que más del 50% de la población accedió a votar por Lasso, lo cual puede reflejar que la eficiencia y creatividad manejada en el proceso de campañas electorales. Las temáticas usadas pueden describirse como ingeniosas, además de dar un aprovechamiento útil a las redes sociales y el apego a las jergas de la comunidad en general.

Conclusión

El uso del discurso como motor generador de cambios en la sociedad es un concepto que se ha revisado y analizado en el desarrollo del presente trabajo, ya que varios autores coinciden en una serie de hechos donde se expresa que el discurso tiene el poder para influir en las decisiones de las personas, siendo visto como un promotor de influencias en las personas, dependiendo de su contenido y el público al cual se lo esté expresando. Es necesario generar un discurso que pueda acoplarse al tipo de público, lo que requiere previamente un estudio de la población a la cual se la va a manejar a través del desarrollo del discurso.

Un cambio generado en estos discursos, puede dar resultados muy diferentes a los esperados, utilizando terminologías que dan un valor agregado al contenido de un discurso, lo que conlleva a mejorar o desfavorecer aquello que se tenga en mente y como objetivo de alcance para el

emisor del mensaje. Estos -además- suponen el aprovechamiento de herramientas existentes y contribuyen a que la comunicación de los discursos sea más eficiente y puedan ser generados de la manera más fácil.

La forma en la cual se transmite un mensaje también es importante, muchas veces las mismas formas y metodologías de narración y exposición llevan al espectador a no generar un vínculo con lo que se está expresando, alterando todo el esfuerzo y planeación sobre el discurso. En materia política se ha definido que estos pueden ser una herramienta poderosa que contribuye a ganar nuevos simpatizantes, por lo cual el lograr un discurso que ayude a un candidato dependiendo del puesto que ocupe, logrará los resultados esperados siempre y cuando sepa analizar al público.

Lo anterior puede reflejarse en la victoria obtenida por el candidato Guillermo Lasso, al analizar los 3 factores claves en su campaña, en donde se pudo reflejar que existió una serie de modificaciones a los tradicionales conceptos de campañas electorales, involucraban una serie de avisos y afiches, discursos largos y repetitivos que no podrían conseguir un impacto en la sociedad actualizada, la cual se encuentra en manos de los productos globalizados y los cambios que las TICs representan hacia las vidas de las personas.

Referencias

1. Beltrán, Luis Ramiro. «Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina.» Sociologia en Comunicación de Masas, 1985: 1-18.
2. Delia Crovi, Cesar, y Gustavo Cimadevilla. La contribución de América Latina al campo de la Comunicación. New York: Kindle Edition , 2016.
3. González Reyna, Susana. Periodismo de Opinión y Discurso. Mexico DF: Editorial Trillas, 1999.
4. González Reyna, Susana. Periodismo de Opinión y Discurso. México DF: Editorial Trillas, 1999.
5. Hernández, Daniel A. «Privatización telemática, reestructuración neoliberal de la economia mundial y cosificación cultural.» Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação, 2001: 16-35.

6. Martin Barbero, Jesus. «Pistas para entre-ver medios y mediaciones.» Signo y Pensamiento, 2002: 13-20.
7. Mata, Marta Cristina. «Radio: Memorias de la Recepción. Aproximaciones a la Identidad de los Sectores Populares.» Dialogos de la Comunicación, 1991: 1-18.
8. Ordoñez, Marco. «Problemas Estructurales de la Comunicación.» Revista Latinoamericana de Comunicación, 1972: 47-55.
9. Ramos, Isabel. «Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador.» Revista de Ciencias Sociales, 2013: 67-82.
10. Veron, Eliseo. «Comunicación de Masas y Producción de Ideología: Acerca de la Constitución del Discurso Burgues en la Prensa Semanal.» Revista de CIESPAL, 1973: 75-109.

© 2021 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).