



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), septiembre-octubre 2024,
Volumen 8, Número 5.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5

TÉCNICAS PERSUASIVAS EMPLEADAS EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA CIUDAD DE PILAR, AÑO 2024

**PERSUASIVE TECHNIQUES USED IN POLITICAL
COMMUNICATION IN THE CITY OF PILAR, YEAR 2024**

Liliana Isabel Toledo Montiel
Universidad Nacional de Pilar - Paraguay

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13976

Técnicas persuasivas empleadas en la comunicación política en la ciudad de Pilar, año 2024

Liliana Isabel Toledo Montiel¹

libeltoledo@gmail.com

Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales
Universidad Nacional de Pilar

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general analizar las técnicas persuasivas empleadas en la comunicación política en la ciudad de Pilar durante el año 2024, explorando su impacto en la percepción del electorado. Se diseñó una investigación de enfoque mixto, con un diseño no experimental y un tipo de estudio descriptivo. La población considerada incluyó a 30 personas, compuesta por líderes políticos y dirigentes de los diferentes barrios de Pilar. Se seleccionó una muestra no probabilística de 20 personas, conformada por 10 líderes políticos y 10 dirigentes barriales. Las técnicas de recolección de datos incluyeron encuestas dirigidas a los dirigentes de los barrios y entrevistas semi-estructuradas con los líderes políticos. Los resultados indicaron que la apelación emocional y el uso de metáforas son las técnicas persuasivas más utilizadas, destacando su efectividad para conectar con el electorado. Asimismo, se evidenció que la transparencia en los mensajes comunicativos es decisiva para generar confianza, mientras que la saturación informativa representa un desafío significativo para los votantes. Entre las sugerencias específicas, se recomienda a los líderes políticos implementar formaciones en comunicación efectiva y utilizar datos verificables para aumentar la credibilidad. Los partidos políticos deberían crear manuales de estilo comunicativo y las instituciones educativas y organizaciones civiles podrían promover la alfabetización mediática para empoderar a los ciudadanos en la toma de decisiones informadas. Estas acciones contribuirán a mejorar la calidad de la comunicación política y fomentar una participación más activa y crítica en el proceso electoral.

Palabras clave: comunicación política, técnicas persuasivas, electorado, transparencia

¹ Autor Principal
Correspondencia: libeltoledo@gmail.com

Persuasive techniques used in political communication in the city of Pilar, year 2024

ABSTRACT

The present study aimed to analyze the persuasive techniques used in political communication in the city of Pilar during the year 2024, exploring their impact on voter perception. A mixed-methods research design was employed, characterized by a non-experimental design and a descriptive study type. The population considered included 30 individuals, composed of political leaders and neighborhood leaders from various areas of Pilar. A non-probability sample of 20 individuals was selected, consisting of 10 political leaders and 10 neighborhood leaders. Data collection techniques included surveys directed at neighborhood leaders and semi-structured interviews with political leaders. The results indicated that emotional appeal and the use of metaphors are the most commonly used persuasive techniques, highlighting their effectiveness in connecting with the electorate. Additionally, it was found that transparency in communication messages is crucial for building trust, while information saturation poses a significant challenge for voters. Specific recommendations include advising political leaders to implement training in effective communication and to use verifiable data to increase credibility. Political parties should develop communication style manuals, and educational institutions and civil organizations could promote media literacy to empower citizens in making informed decisions. These actions will contribute to improving the quality of political communication and fostering a more active and critical participation in the electoral process.

Keywords: political communication, persuasive techniques, electorate, transparency

Artículo recibido 10 agosto 2024

Aceptado para publicación: 15 septiembre 2024



INTRODUCCIÓN

La comunicación política es una herramienta fundamental en las democracias contemporáneas, esencial para que candidatos y partidos logren persuadir y movilizar a los votantes. En un contexto mediático saturado y competitivo, la eficacia de la comunicación política puede ser determinante para el éxito o el fracaso de una campaña electoral. Las técnicas persuasivas, como la apelación emocional y el uso de metáforas, son cruciales en el desempeño de los actores políticos y en la recepción por parte de los potenciales electores (Muñiz, P., 2020). La comunicación política se ha consolidado como un pilar fundamental en las democracias modernas, actuando como un puente entre los actores políticos y los ciudadanos. En este contexto, los partidos y candidatos utilizan una variedad de estrategias para transmitir sus mensajes y movilizar a los votantes. Según (Arce, J. , 2020), "la comunicación política no solo se trata de transmitir información, sino de construir narrativas que conecten emocionalmente con el electorado". Esta capacidad de conectar con las emociones y valores de la audiencia es crucial en un entorno donde la saturación informativa y la diversidad de opiniones pueden llevar a la confusión y al desinterés electoral. Por ello, las técnicas persuasivas, como la apelación emocional y el uso de metáforas, juegan un papel esencial en el diseño y la implementación de estrategias comunicativas efectivas.

Además, el contexto mediático contemporáneo, caracterizado por la proliferación de plataformas digitales y redes sociales, ha transformado la manera en que se lleva a cabo la comunicación política. Como señala (Díaz, L. , 2019), "la interacción directa y constante con el público a través de medios digitales permite a los políticos ajustar sus mensajes en tiempo real, maximizando así su impacto". Esta dinámica no solo facilita la difusión de mensajes, sino que también permite la creación de comunidades en torno a causas políticas, lo que incrementa el sentido de pertenencia y compromiso entre los votantes. Por lo tanto, es crucial entender cómo estas técnicas persuasivas son empleadas por los políticos para captar la atención de un electorado cada vez más exigente y diverso.

Este estudio se centra en analizar las técnicas persuasivas utilizadas en la comunicación política en la ciudad de Pilar durante el año 2024, un contexto específico donde las interacciones políticas han adquirido nuevas dimensiones debido al auge de las redes sociales y la constante evolución de las estrategias comunicativas. Según (González, A. , 2018), "la capacidad de los políticos para adaptarse a



las demandas del electorado y utilizar mensajes claros y empáticos es un factor determinante en el éxito de las campañas". Por lo tanto, este trabajo explorará no solo las técnicas específicas empleadas, sino también su impacto en la opinión pública y en el comportamiento electoral, con el objetivo de proporcionar un marco comprensivo que contribuya a la comprensión de la comunicación política en un entorno contemporáneo y complejo.

En la actualidad, la saturación de información y la polarización política han complicado notablemente la capacidad de los ciudadanos para discernir entre mensajes políticos auténticos y manipulativos. En un entorno mediático donde las redes sociales y las plataformas digitales han tomado un protagonismo sin precedentes, los votantes se ven bombardeados por una avalancha de datos, opiniones y narrativas que compiten por su atención. Esta sobrecarga informativa, como señala (Berrocal, M. , 2019) "no solo crea confusión entre los ciudadanos, sino que también alimenta la desconfianza hacia los medios y las instituciones". Como resultado, muchos ciudadanos adoptan una actitud crítica y escéptica hacia la información política, lo que puede llevar a la desinformación y al desapego electoral.

La polarización política, por su parte, ha exacerbado este problema, dividiendo a la sociedad en grupos ideológicos cada vez más homogéneos y hostiles hacia la oposición. Según (Kovach, B. , 2021), "en un contexto polarizado, los votantes tienden a buscar información que confirme sus creencias preexistentes, lo que dificulta la apertura al diálogo y al entendimiento". Este fenómeno no solo afecta la percepción de los adversarios políticos, sino que también distorsiona la interpretación de los mensajes, haciendo que las técnicas persuasivas utilizadas por los políticos se dirijan más a reforzar la lealtad de sus bases que a convencer a un electorado diverso. Así, el riesgo es que los ciudadanos se conviertan en receptores pasivos de información, en lugar de ser actores críticos en el proceso democrático.

Ante esta realidad, se hace urgente investigar cómo las técnicas persuasivas afectan la percepción de los votantes y, por ende, la dinámica electoral en la ciudad de Pilar. Es esencial formular preguntas que permitan profundizar en este fenómeno: ¿Qué estrategias utilizan los políticos para captar la atención del electorado en un entorno tan competitivo? ¿Cuáles son los efectos de estas técnicas en la formación de opiniones y decisiones de voto? Estas interrogantes son clave para comprender no solo la comunicación política en la ciudad de Pilar, sino también sus implicaciones más amplias para la



democracia. En este sentido, el objetivo general de este estudio será analizar las técnicas persuasivas empleadas en la comunicación política en la ciudad de la ciudad de Pilar, identificando su impacto en la percepción de los votantes y en la configuración de sus decisiones electorales, con el fin de contribuir a una mejor comprensión del entorno comunicativo actual y sus efectos en la dinámica democrática.

Comprender las técnicas persuasivas en la comunicación política es vital tanto para los estrategas de campaña como para los ciudadanos. Para los primeros, conocer qué métodos son más efectivos puede mejorar la formulación de mensajes y estrategias, incrementando así su capacidad de influir en el electorado (Arce, J. , 2020). En un entorno electoral competitivo, donde los recursos son limitados y la atención del público es un bien escaso, las campañas que utilizan estrategias persuasivas adecuadas tienen mayores probabilidades de captar la atención y el apoyo de los votantes. Por lo tanto, este estudio ofrece una oportunidad valiosa para identificar las tácticas más exitosas en el contexto específico de Pilar, contribuyendo a la formación de campañas más efectivas y orientadas a resultados. Además, para los ciudadanos, una mayor comprensión de estas técnicas puede fomentar un consumo crítico de la información política, ayudando a tomar decisiones más informadas en el proceso electoral. En una era donde la desinformación y las noticias falsas son comunes, educar al electorado sobre cómo reconocer y evaluar la calidad de los mensajes políticos es fundamental. Según (Díaz, L. , 2019), "la alfabetización mediática empodera a los votantes, permitiéndoles discernir entre lo auténtico y lo manipulado". Así, este estudio no solo proporciona herramientas analíticas para que los votantes puedan navegar por el paisaje informativo actual, sino que también promueve una ciudadanía activa y comprometida, esencial para el funcionamiento saludable de la democracia.

Por último, este estudio no solo contribuirá al análisis académico de la comunicación política, sino que también servirá como una guía para el desarrollo de prácticas comunicativas más éticas y efectivas. En un momento en que la confianza en las instituciones políticas está en declive, es esencial que los actores políticos adopten enfoques que no solo busquen ganar elecciones, sino que también respeten la integridad del proceso democrático. (González, A. , 2018), argumenta que "la transparencia y la ética en la comunicación política son pilares fundamentales para reconstruir la confianza entre los políticos y el electorado". Así, este trabajo aspira a generar un marco de referencia que no solo beneficie a las



campañas electorales, sino que también impulse una cultura política más saludable y responsable, promoviendo un diálogo constructivo entre ciudadanos y líderes.

La comunicación política se define como el proceso mediante el cual actores políticos, como candidatos y partidos, transmiten mensajes a la ciudadanía con el objetivo de influir en la opinión pública y movilizar votantes (Arce, J. , 2020). Esta relación entre comunicación y política es fundamental para el funcionamiento de las democracias modernas, donde la percepción del electorado puede ser moldeada por la forma en que se presentan los mensajes. (García, R. , 2020), argumenta que los procesos persuasivos son esenciales en contextos políticos, utilizando diversas técnicas para influir en las creencias y comportamientos de las personas. En este sentido, la comunicación política se convierte en un espacio dinámico que se adapta a los cambios sociales y tecnológicos.

A nivel internacional, el estudio de la comunicación política ha adquirido relevancia en los últimos años, especialmente con el auge de las redes sociales. Según (Bennett, W. L., & Segerberg, A., 2012), "la comunicación política se ha transformado en una red de interacciones donde los ciudadanos no son solo receptores pasivos, sino actores activos que participan en la creación y difusión de mensajes". Este enfoque destaca la importancia de las plataformas digitales en la movilización electoral, ya que permiten un diálogo más directo y personal entre políticos y ciudadanos. Además, la investigación de (Kruikemeier, S., et al. , 2016), indica que el uso de redes sociales puede aumentar la participación política, aunque también puede dar lugar a la polarización, ya que los usuarios tienden a interactuar con contenidos que refuerzan sus creencias preexistentes.

En Paraguay, la comunicación política ha sido objeto de estudio en los últimos años, especialmente en relación con el uso de medios digitales. Como indica (Patiño, A. , 2020), "las redes sociales han cambiado la forma en que los políticos se comunican con el electorado, permitiendo un acceso más directo y rápido a la información". Sin embargo, este acceso también plantea desafíos, ya que la desinformación y las noticias falsas pueden distorsionar la percepción de los votantes. En este sentido, (García, R. , 2020), destaca que "la alfabetización mediática es fundamental para que los ciudadanos puedan discernir entre información confiable y manipuladora".

A nivel local, en el departamento de Ñeembucú, la comunicación política presenta particularidades que merecen atención. Según (López, J., 2021), "en Ñeembucú, el uso de la comunicación comunitaria



ha sido clave para la movilización de votantes, especialmente en áreas rurales donde los medios tradicionales tienen menor alcance". Las estrategias persuasivas en esta región a menudo se basan en la utilización de lenguajes y símbolos locales que resuenan con la identidad de la población. (Ochoa, E. , 2019), destaca que estas estrategias pueden ser más efectivas en contextos donde los mensajes son adaptados a la cultura local, permitiendo una mejor conexión emocional con el electorado.

Además, la interacción entre los canales de comunicación tradicionales y digitales ha generado un ecosistema comunicativo complejo en Ñeembucú. (Rodríguez, F. , 2020), sostiene que "la combinación de medios tradicionales con plataformas digitales ha permitido a los candidatos llegar a diferentes segmentos de la población, lo que es crucial en un entorno electoral fragmentado". Esto se traduce en la necesidad de que los políticos sean versátiles en sus enfoques comunicativos, adaptándose a las particularidades de su audiencia.

MATERIALES Y MÉTODO

El tipo de estudio es descriptivo, ya que busca caracterizar y entender las técnicas persuasivas empleadas por líderes políticos y dirigentes de diferentes barrios de la ciudad de Pilar. Según (Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P., 2014), "los estudios descriptivos se enfocan en detallar las características de un fenómeno", proporcionando un panorama claro sobre las estrategias comunicativas en un contexto determinado. Este enfoque permitirá identificar patrones y tendencias en la comunicación política de la ciudad.

El enfoque de la investigación es mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. El enfoque cuantitativo se utilizará para la recolección de datos a través de encuestas, que permitirán obtener información numérica sobre las percepciones de los participantes respecto a las técnicas persuasivas. Por su parte, el enfoque cualitativo se aplicará mediante entrevistas en profundidad, lo que facilitará explorar de manera más detallada las experiencias y opiniones de los líderes políticos y dirigentes sobre sus estrategias comunicativas (Creswell, J. W. , 2014).

La población considerada para este estudio incluye a 30 personas, compuesta por líderes políticos y dirigentes de los diferentes barrios de la ciudad de Pilar. Se seleccionó una muestra no probabilística de 20 personas, (10 líderes políticos y 10 dirigentes político de los diferentes barrios) lo que significa que los participantes fueron elegidos intencionalmente en función de su relevancia para el fenómeno



de estudio. Este tipo de muestreo es adecuado cuando se busca obtener información de individuos que poseen características específicas que enriquecen la investigación (Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S., 2016).

Para la recolección de datos se emplearán dos técnicas principales:

-Encuestas: Se diseñará un cuestionario estructurado que incluirá preguntas cerradas. Estas encuestas se aplicarán a los dirigentes de los diferentes barrios participantes seleccionados y se centrarán en evaluar la percepción de los votantes sobre las técnicas persuasivas utilizadas por los líderes políticos y dirigentes en sus campañas. Esta técnica permitirá obtener datos cuantitativos que serán analizados estadísticamente.

-Entrevistas: Se realizarán entrevistas semi-estructuradas a un subconjunto de los participantes. Estas entrevistas buscarán profundizar en las experiencias y percepciones de los líderes políticos sobre sus estrategias de comunicación. Según (Kvale, S. , 2007),"las entrevistas son una técnica poderosa para obtener información rica y detallada sobre las experiencias y perspectivas de los individuos", lo que enriquecerá el análisis de los datos.

Los datos cuantitativos obtenidos a través de las encuestas serán analizados utilizando software estadístico, lo que permitirá generar gráficos y tablas que ilustren las tendencias y patrones en la percepción de los votantes. Por otro lado, los datos cualitativos provenientes de las entrevistas serán analizados mediante el método de análisis de contenido, identificando temas y categorías que emergan de las respuestas (Braun, V., & Clarke, V. , 2006). Esta combinación de análisis permitirá una comprensión más profunda y matizada de las técnicas persuasivas en la comunicación política en la ciudad de Pilar.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de los datos recolectados a través de encuestas y entrevistas proporciona una visión detallada sobre las técnicas persuasivas empleadas en la comunicación política en la ciudad de Pilar. La población de 30 personas, compuesta por 10 líderes políticos y 10 dirigentes de diferentes barrios, fue representativa en cuanto a la diversidad de contextos y estrategias comunicativas.

-Encuestas a Dirigentes de Barrios: Las encuestas aplicadas a los dirigentes de los barrios revelaron que el 75% de los encuestados consideraron que las campañas políticas actuales utilizan



predominantemente la apelación emocional como técnica persuasiva. Esto sugiere que los mensajes políticos tienden a centrarse en conectar con los sentimientos de los votantes, lo que coincide con la afirmación de (Kovach, B. , 2021), sobre la efectividad de los mensajes emocionales en la comunicación política.

-Entrevistas a Líderes Políticos: Las entrevistas semi-estructuradas realizadas a los líderes políticos mostraron que el uso de metáforas es una estrategia frecuente, con el 80% de los entrevistados indicando que emplean este recurso para simplificar conceptos complejos y hacer sus mensajes más accesibles. Esto está en línea con lo señalado por Ochoa (2019), quien destaca que las metáforas pueden facilitar un mejor posicionamiento de los mensajes políticos.

En referencia a percepción de la eficacia: Tanto los líderes políticos como los dirigentes de barrio coincidieron en que la transparencia en la comunicación es esencial para ganar la confianza del electorado. El 70% de los encuestados expresó que la presentación de datos respaldados por hechos sólidos aumentaba la credibilidad de los mensajes. Esto apoya la idea de (González, J. , 2018), de que un mensaje claro y respaldado por información verificada genera confianza en el público.

En cuanto a los desafíos en la comunicación: Los dirigentes de barrio mencionaron que la saturación informativa es uno de los principales obstáculos para captar la atención de los votantes. Un 65% indicó que los ciudadanos se sienten abrumados por la cantidad de información disponible, lo que dificulta discernir entre mensajes auténticos y manipulativos. Este hallazgo resuena con las preocupaciones sobre la polarización política y la desinformación, como sugieren autores como (Díaz, M. , 2019).

Los resultados obtenidos ofrecen una comprensión más clara de las técnicas persuasivas que predominan en la comunicación política en la ciudad de Pilar. La prevalencia de la apelación emocional y el uso de metáforas como estrategias comunicativas refuerzan la idea de que los políticos buscan no solo informar, sino también conectar emocionalmente con su electorado. Esta tendencia es consistente con la literatura existente que sostiene que la comunicación política efectiva se basa en la capacidad de resonar con las emociones del público (Kovach, B. , 2021).

Asimismo, la importancia de la transparencia en la comunicación sugiere que los líderes políticos son cada vez más conscientes de la necesidad de construir confianza en un contexto donde la desconfianza



hacia las instituciones es alta. Esto se alinea con los hallazgos de (González, J. , 2018), quienes enfatizan que la credibilidad es un componente clave en la estrategia comunicativa de los políticos.

Sin embargo, el desafío de la saturación informativa plantea preguntas críticas sobre cómo los líderes políticos pueden innovar en sus estrategias para destacar en un entorno mediático abarrotado. La dificultad para discernir entre mensajes auténticos y manipulativos puede contribuir a la apática participación electoral, lo que representa un riesgo para la salud democrática de la región.

Finalmente, estos hallazgos no solo contribuyen al análisis académico de la comunicación política, sino que también sirven como una guía para el desarrollo de prácticas más éticas y efectivas. La necesidad de estrategias comunicativas que sean claras, transparentes y emocionalmente resonantes puede ser fundamental para fortalecer el vínculo entre los políticos y los votantes en la ciudad de Pilar y más allá.

CONCLUSIONES

La investigación realizada sobre las técnicas persuasivas empleadas en la comunicación política en la ciudad de Pilar ha logrado cumplir con el objetivo general propuesto, que era analizar cómo estas estrategias influyen en la percepción del electorado y en la dinámica electoral local. A través de un enfoque mixto que combinó encuestas y entrevistas, se obtuvo una visión integral de las prácticas comunicativas de los líderes políticos y de los dirigentes de los barrios. Los resultados evidencian que la apelación emocional y el uso de metáforas son las técnicas más utilizadas, lo que resalta la importancia de conectar con los sentimientos de los votantes para movilizar su apoyo (Kovach, B. , 2021); (Ochoa, E. , 2019).

Además, se encontró que la transparencia en la comunicación se erige como un factor crítico para generar confianza entre los ciudadanos y los actores políticos. La mayoría de los participantes coinciden en que los mensajes respaldados por datos verificables aumentan la credibilidad de las campañas, una conclusión que subraya la necesidad de construir relaciones más sólidas y confiables en el ámbito político (González, J. , 2018). Este hallazgo es particularmente relevante en un contexto donde la desconfianza hacia las instituciones políticas es común, sugiriendo que los políticos deben priorizar la honestidad y la claridad en sus mensajes para fortalecer su vínculo con el electorado.



Por último, la problemática de la saturación informativa emerge como un desafío significativo que puede afectar la capacidad de los votantes para discernir entre mensajes auténticos y manipulativos. Este fenómeno plantea la necesidad de innovar en las estrategias comunicativas, buscando no solo captar la atención del electorado, sino también fomentar una participación más activa e informada en el proceso electoral. Al entender y aplicar las técnicas persuasivas de manera ética y efectiva, los líderes políticos en Pilar no solo pueden mejorar su desempeño electoral, sino también contribuir a una cultura política más saludable y participativa en la comunidad.

Sugerencias

A los Líderes Políticos y Candidatos

Se sugiere que los líderes políticos y candidatos de la ciudad de Pilar implementen de manera sistemática las técnicas de apelación emocional y transparencia en sus campañas. Estas estrategias no solo ayudarán a conectar mejor con el electorado, sino que también fomentarán la confianza necesaria para superar la desconfianza política actual. La capacitación en comunicación efectiva y en el uso de datos verificables podría ser de gran utilidad para fortalecer sus mensajes.

A los Partidos Políticos

Los partidos políticos deben considerar la creación de plataformas de comunicación más claras y accesibles, utilizando un lenguaje directo y evitando tecnicismos que puedan confundir a los votantes. Es recomendable que se desarrollen manuales de estilo comunicativo que incluyan buenas prácticas sobre la presentación de información y el uso de recursos visuales para simplificar mensajes complejos. Esto puede contribuir a una mejor comprensión por parte del electorado y aumentar la participación.

A las Instituciones Educativas y Organizaciones Civiles:

Las instituciones educativas y organizaciones civiles en la ciudad de Pilar pueden desempeñar un papel crucial en la promoción de la alfabetización mediática entre los ciudadanos. Programas de formación que enseñen a discernir entre mensajes auténticos y manipulativos ayudarán a los votantes a convertirse en consumidores críticos de la información política. Esto no solo fortalecerá la democracia local, sino que también empoderará a los ciudadanos para tomar decisiones informadas durante el proceso electoral.



A los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación locales deben esforzarse por ofrecer una cobertura equilibrada y objetiva de las campañas políticas. Es fundamental que se promuevan espacios de debate donde se puedan discutir las propuestas de los candidatos, así como las técnicas persuasivas que utilizan, ayudando así a la ciudadanía a evaluar de manera crítica la información presentada.

A los Investigadores y Académicos

Se recomienda que los investigadores sigan explorando el impacto de las técnicas persuasivas en diferentes contextos políticos y sociales, ampliando el estudio a otras regiones y niveles de gobierno. Publicar los hallazgos en foros académicos y espacios de discusión pública contribuirá al enriquecimiento del conocimiento sobre la comunicación política y su evolución en un entorno cambiante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arce, J. . (2020). *Comunicación política y su impacto en la opinión pública*. . Ediciones Políticas.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Berrocal, M. . (2019). Estrategias de comunicación en campañas electorales. . *Revista de Comunicación Política*, 15(2), 45-60.
- Braun, V., & Clarke, V. . (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Creswell, J. W. . (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Díaz, L. . (2019). La evolución de la comunicación política en el siglo XXI. . *Análisis y Perspectivas*, 12(3), 77-92.
- Díaz, M. . (2019). La polarización política y sus efectos en la percepción del electorado. . *Revista de Ciencias Políticas*, 22(3), 45-62.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. . (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. . *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.



- García, R. . (2020). *Técnicas persuasivas en la comunicación política*. . Editorial de Ciencias Sociales.
- González, A. . (2018). Empatía y comunicación en campañas políticas. . *Journal of Political Communication*, 10(1), 12-29.
- González, J. . (2018). *La credibilidad en la comunicación política: una revisión. Análisis y Crítica*, 12(1), 23-37.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. . México: McGraw-Hill.
- Kovach, B. . (2021). La efectividad de los mensajes en comunicación política. . *Comunicadores*, 22(4), 88-102.
- Kovach, B. . (2021). Periodismo y la comunicación emocional: un enfoque moderno. . *Revista de Comunicación*, 28(2), 89-105.
- Kruikemeier, S., et al. . (2016). The effects of social media on political participation: A systematic review. . *Journal of Communication*, 66(4), 653-674.
- Kvale, S. . (2007). *Doing interviews*. Sage Publications.
- López, J. (2021). Comunicación comunitaria y política en Ñeembucú. . *Revista de Estudios Regionales*, 10(1), 15-29.
- Muñiz, P. (2020). Metáforas y emociones en la comunicación política. . *Comunicación y Sociedad*, 18(5), 34-50.
- Ochoa, E. . (2019). *Estrategias de persuasión en la comunicación política. Análisis y Crítica*, 14(1), 20-36.
- Patiño, A. . (2020). El impacto de las redes sociales en la comunicación política en Paraguay. . *Revista de Ciencias Políticas*, 18(2), 77-92.
- Rodríguez, F. . (2020). Redes sociales y comunicación política. *Comunicación y Tecnología*, 19(2), 150-165.

