

Estrategias discursivas y poder mediático en la era digital: el rol de *Primicias* en la construcción de subjetividades polarizadas durante las elecciones presidenciales de Ecuador 2023

Ismael Salazar Mantilla
Universidad Politécnica Salesiana
isalazarm2@est.ups.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0008-1295-529X>

Nina Lulushca Aguiar Mariño
Universidad Politécnica Salesiana
naguiar@ups.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2668-3124>

Introducción

La presente investigación analiza la influencia de los medios de comunicación en la polarización política en Ecuador, centrándose en las elecciones presidenciales de 2023. Este proceso electoral se caracterizó no solo por la competencia entre partidos y los conflictos habituales, sino también por el fuerte impacto de los grandes medios en la configuración de la opinión pública, en medio de profundas divisiones políticas que definieron el escenario nacional.

La polarización política va más allá de simples diferencias de opinión; implica que diversos grupos se ubican en los extremos ideológicos, abandonando posiciones moderadas. Según Dalton (2018), desde una perspectiva politológica, se entiende como un alejamiento del centro dentro del sistema de partidos. Por su parte, Miller (2020) la ve en un plano simbólico, ligada a preferencias generales como la identificación con la izquierda o la derecha con

un enfoque ideológico, y distingue, además, una polarización afectiva basada en las emociones y sentimientos que generan los partidos en sus audiencias.

En Ecuador, la polarización ha crecido de forma progresiva en los últimos años, impulsada por tendencias ideológicas que han creado un entorno cada vez más dividido. Celi Toledo (2020) vincula este fenómeno a la división entre quienes apoyan y quienes rechazan el correísmo y su legado. Este período de una década, marcado por estrategias confrontativas que evitaron alianzas con otros actores, profundizó significativamente la polarización.

Este contexto intensificó las divisiones ideológicas y las posturas enfrentadas, generando un clima de confrontación permanente. Alemán Vela (2022) subraya que los discursos populistas de ciertos candidatos impulsan la polarización al recurrir a la confrontación y a la construcción de enemigos, elementos que refuerzan la división entre ciudadanos y alimentan la polarización a través del lenguaje. Para Laclau (2005), el populismo no es un fenómeno acotado, sino una lógica social cuyas consecuencias se extienden a diversos procesos. Así, los discursos populistas emergen cuando demandas sociales no son atendidas bajo un criterio común, lo que genera oposición frente a las figuras de poder.

En este marco, los medios de comunicación desempeñan un rol clave en la polarización y en la amplificación de discursos populistas, ya que influyen en la formación de preferencias hacia partidos o figuras políticas. Esta influencia puede responder a convenios económicos con actores políticos, afinidades ideológicas o intereses personales. Castells (2009) observa que, en Latinoamérica, Asia y África, las campañas combinan medios de comunicación con publicidad pagada alimentadas por intereses económicos y favores.

Los medios pueden obtener privilegios ligados a partidos políticos, especialmente beneficios económicos, lo que abre la puerta a formas de manipulación mediática por compensaciones. Guillamet (2018) apunta que las malas prácticas informativas, aunque hoy se debaten como un tema actual en medios y redes, no son nuevas en la historia del periodismo, aunque antes se conocieran con otros nombres.

La polarización política en Ecuador se intensifica particularmente durante las elecciones presidenciales, períodos en los que los medios de comunicación suelen mostrar preferencias hacia ciertos candidatos, construyendo discursos que influyen en la percepción social del perfil de los políticos y de los partidos. Estos discursos se sostienen en estrategias mediáticas que mol-

dean la percepción pública de los candidatos. Para Berrocal Gonzalo *et al.* (2023) la segmentación de audiencias, el sensacionalismo y la influencia de los algoritmos son factores que profundizan las divisiones ideológicas.

El discurso en el entorno político funciona como una herramienta capaz de influir en la percepción colectiva mediante la construcción de símbolos y emociones que generan adhesiones o rechazos. Los medios de comunicación, al transmitir información, destacan características específicas a través de secuencias discursivas que, mediante juegos de lenguaje, moldean la interpretación del mensaje y refuerzan determinadas posiciones ideológicas. Para Laclau (2005), los juegos de lenguaje comprenden interacciones con intercambios lingüísticos, y la teoría de los actos de lenguaje ha permitido reconocer nuevas bases para analizar cómo el discurso puede organizar las relaciones sociales institucionalizadas.

Nigro (2021), en concordancia con Entman (1993), destaca ciertas estrategias lingüísticas por parte de los medios, lo que orienta a las audiencias hacia extremos ideológicos opuestos. Un claro ejemplo es la radio, un medio desde donde se puede ejercer una manipulación considerable en la formación de opiniones y la toma de decisiones de los oyentes, pues afecta la percepción en temas relacionados con la elección de mandatarios a través del efecto *framing*. En este efecto, se muestra información destacando ciertos aspectos en particular. Otro método es el uso de ataques *ad hominem*, que contribuye a reforzar la polarización al desacreditar a los candidatos mediante cuestionamientos personales.

En el ámbito comunicacional, la manipulación mediática se manifiesta como el uso de prácticas informativas cuestionables, tales como la desinformación y la omisión intencionada de información. Estas estrategias se han vuelto especialmente evidentes en la era digital, debido a la velocidad y facilidad con la que puede difundirse cualquier tipo de contenido. Según Chomsky (2010), la base primordial para el control social es la estrategia de la distracción, es decir, desviar la atención del público de situaciones importantes.

La distracción como una estrategia se crea con la difusión continua de información sin relevancia, provocando una constante de contenidos que invaden a las audiencias. Mediante esto, las narrativas en los mensajes son construidas con relatos que favorecen a ciertos grupos de poder. Cuando estos mensajes se replican en distintos medios, desvían la atención del público de los temas relevantes y aumentan la división social, favoreciendo el control de la opinión pública.

Según Pacchioni Hurtado y Antezana Corrieri (2023), las redes sociales actualmente son elementos esenciales para la difusión de discursos polarizados, ya que la inmediatez con la que circula tanto información verificada como falsa expone a la población a un flujo constante de mensajes que profundizan la división social.

En épocas electorales las redes sociales se han convertido en una herramienta estratégica para los movimientos políticos, que concentran buena parte de su comunicación en estos espacios. Para Posligua Quinde y Ramírez Rodríguez (2024), su uso tiene un gran impacto en la opinión pública, y la presencia del escenario político en estos entornos digitales es cada vez más notoria.

Por otra parte, Martínez y Morilla (2021) nos hablan de que los espacios digitales y las redes sociales en la última década han cobrado una gran relevancia en el mundo de la política, permitiendo que los partidos refuercen su imagen y su conexión con la audiencia dentro de las diversas plataformas. De esta manera, las plataformas digitales se han consolidado como estrategias fundamentales para la propagación de discursos que pueden llevar a una polarización y a una confrontación de posturas entre los usuarios.

En este contexto, el discurso se posiciona como un elemento clave en la construcción de significados, manteniéndose como una especie de poder simbólico, esto es, el discurso se comprende como el lenguaje mediante el cual se construyen relaciones de poder y dominación. En relación con la polarización política, los discursos empleados en los medios, tanto los tradicionales como los digitales, no son neutrales y, en la mayoría de los casos, presentan una inclinación ideológica que favorece a determinadas tendencias políticas.

Según Aguiar Mariño y Sánchez Montoya (2018), la teoría crítica del discurso nos permite analizar desde otras visiones las formas en que las relaciones de clase –antagónicas– influyen en la construcción de narrativas, comprendiendo que estos discursos tienen una ideología política, cultural y de clase. Es decir que la teoría crítica del discurso permite comprender cómo las relaciones de poder están cargadas de discursos ligados a ideologías, políticas y culturas, por lo que el discurso debe interpretarse considerando quién lo enuncia, con qué interés y desde qué posición social.

De este modo, el discurso puede entenderse como un campo de disputa hegemónica, en el que diferentes actores buscan imponer un significado dominante. En el proceso, los conflictos y oposiciones articulan diversos elementos que se condensan en un significativo capaz de representar esas dife-

rencias. Por tanto, esta construcción simbólica es el producto de una lucha por el poder (Aguar Mariño y Sánchez Montoya, 2018).

Estas dinámicas de poder se configuran en contextos históricos marcados por enfrentamientos entre distintas fuerzas. En el marco de la polarización política, las confrontaciones se evidencian en el plano ideológico y en el mediático, influyendo directamente en la formación de la opinión pública a través de la información difundida por los medios. De esta manera, la polarización puede llegar a interpretarse como una lucha por el poder, donde los discursos juegan un rol fundamental en la formación de ideologías, mientras que los medios llegan a ser actores claves para imponer formas de dominación. Para Schuliaquer (2014), los medios poseen la capacidad de moldear la percepción pública, influyendo en la intensificación de la polarización política.

Los medios forman parte de una batalla discursiva en la que la información que se difunde se convierte en una estrategia para desafiar las distintas posiciones políticas. Según Botero Alzate (2021), la información no debe entenderse únicamente como un canal que comunica el interior de las instituciones con el exterior de las sociedades, sino como un instrumento que permite a ciertos actores ganar protagonismo.

Además de transmitir información, los medios actúan como generadores de una confrontación discursiva en la cual tanto la forma como el contenido de lo que se comunica persiguen un objetivo estratégico: crear una preferencia hacia determinados perfiles políticos.

Metodología

La presente investigación adoptó un enfoque metodológico mixto, integrando estrategias cuantitativas y cualitativas para comprender el papel de los medios digitales en la polarización política en Ecuador. En ese marco, se seleccionó como caso de estudio las publicaciones del medio digital *Primicias* realizadas entre el 8 de agosto y el 23 de septiembre de 2023, período correspondiente al proceso de las elecciones presidenciales.

Se realizó un análisis de contenido que aplicó criterios definidos para seleccionar las publicaciones que luego serían sometidas a un estudio del discurso.

Los criterios de selección se establecieron en categorías con variables específicas, entre ellas: la recurrencia de temas, el tipo de lenguaje empleado por

el medio en su cobertura, la frecuencia de las publicaciones y la forma en que se construyeron las narrativas. Las fechas fueron delimitadas para captar con precisión el discurso mantenido por el medio durante la cobertura electoral.

Desde el enfoque cualitativo, se efectuó un análisis del discurso que permitió identificar las estrategias discursivas en las publicaciones del medio digital *Primicias* durante el período electoral, detectando sesgos ideológicos, narrativas predominantes, uso de metáforas y relaciones de poder implícitas.

Como complemento, se recolectó información mediante entrevistas a actores clave: una experta en análisis político, un comunicador político que exploró el rol de los medios en la polarización y un grupo de ciudadanos consumidores de *Primicias*, seleccionados según tres rangos etarios: 18-25 años, 26-30 años y mayores de 30 años.

La información obtenida se organizó en matrices de análisis que facilitaron la interpretación de los datos mediante categorías relacionadas con temas centrales como el nivel de confianza en el medio, la percepción de imparcialidad, la influencia en las posturas políticas y el grado de exposición al contenido electoral.

Estas técnicas permitieron entender con mayor profundidad las estrategias que *Primicias* construyó y difundió en sus mensajes durante el proceso electoral, así como su posible contribución a la polarización política en Ecuador. De esta forma, la investigación ofrece una reflexión sobre la relación entre medios digitales y opinión pública, una mirada crítica a las prácticas mediáticas en contextos electorales y un análisis del papel que desempeña el discurso democrático en el entorno digital ecuatoriano.

Resultados

Con los análisis efectuados se identificaron las estrategias narrativas utilizadas por el medio digital *Primicias* en su cobertura de las elecciones presidenciales de 2023. Asimismo, se detectó una posible ideología implícita en el medio, junto con la construcción de discursos cargados de connotaciones que afectan la percepción del público y contribuyen al fenómeno de polarización política en Ecuador.

La tabla 1 que se presenta a continuación resume los hallazgos del análisis de contenido, elaborado a partir de matrices previas. Este proceso permitió identificar y clasificar patrones discursivos, estructuras narrativas de este medio

y elementos predominantes en sus noticias. Las publicaciones analizadas se seleccionaron mediante muestreo intencionado, priorizando las más relevantes de *Primicias* durante el período electoral de 2023, disponibles en su sitio web.

Los resultados se agruparon en tres categorías principales, que sirvieron para evaluar el grado de impacto en la polarización política entre los lectores. Estas categorías son: enfoque parcial y polarización mediante lenguaje estigmatizante; contribución al rechazo social, y narrativas simplificadas que reducen la complejidad política

El nivel de impacto se determinó considerando hasta qué punto la narrativa del medio influía en la percepción pública, ya sea por la carga emocional del lenguaje, la evocación de sentimientos o la representación negativa de actores políticos en las noticias seleccionadas.

Se clasificó como impacto alto cuando varios de estos elementos se presentaban de forma recurrente, ocupaban posiciones destacadas (titulares o *leads*) y contribuían de manera implícita a moldear la opinión del lector.

Tabla 1

Matriz de análisis de contenido sobre aspectos discursivos e impacto en la percepción pública

Técnicas aplicadas	Aspectos clave	Impacto	Escala (1-5)
Codificación manual de temas	Enfoque parcial y polarización mediante lenguaje estigmatizante.	Muy alto	5
Uso de matrices de categorización	Contribución al rechazo social.	Muy alto	5
Categorización de contenido	Narrativas simplificadas que reducen la complejidad política.	Alto	4

En la primera categoría, *Enfoque parcial y polarización con lenguaje estigmatizante*, se detecta un sesgo informativo que compromete la objetividad periodística. Esto se manifiesta en una cobertura desproporcionada del candidato Daniel Noboa y en el empleo recurrente de términos con carga negativa que deslegitiman a los partidos de la Revolución Ciudadana y de Acción Democrática Nacional.

Titulares como “El heredero bananero que frenó al correísmo” o “Los herederos de Rafael Correa” actúan como nominaciones ideológicas que etiquetan de manera implícita y negativa a los candidatos vinculados con esas

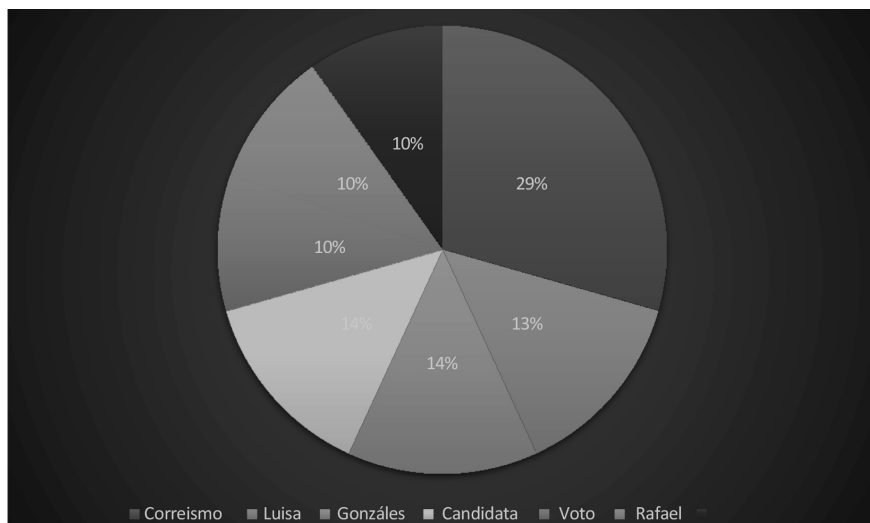
fuerzas políticas, reforzando divisiones y estigmas en la percepción de los lectores sobre dichos partidos. Según Van Dijk (2005), las ideologías sirven para legitimar el dominio o la resistencia al poder. Como resultado, se generan diálogos confrontativos entre la audiencia, lo que aumenta la polarización.

En la segunda categoría, *Contribución al rechazo social*, se observa una tendencia del medio a asociar directamente a ciertos candidatos con el término “correísmo”. Este término no es neutral, sino una construcción discursiva cargada de significados ideológicos y ligada a una controversia política y social. Titulares como “Los herederos del correísmo” o expresiones como “La candidata por el correísmo” reflejan narrativas que restringen la posibilidad de que estos actores construyan una identidad política propia que podría llevar a un enfoque más equilibrado.

Se llevó a cabo un análisis de frecuencia de palabras en un total de 30 noticias emitidas por el medio durante el proceso electoral. Para ello, se utilizó la herramienta digital Contador de Palabras y Caracteres que permitió identificar y cuantificar la densidad léxica de los términos más recurrentes. El término “correísmo” resultó el más frecuente, con 15 menciones. La figura 1 presenta una gráfica con las palabras de mayor densidad léxica.

Figura 1

Análisis de frecuencia léxica en las noticias del medio Primicias durante las elecciones presidenciales de Ecuador 2023



Estos resultados muestran una marcada presencia de categorías discursivas ligadas al correísmo y a sus nuevos representantes en la cobertura mediática. La repetición constante de estos términos pone de manifiesto que la narrativa sobre este movimiento ocupó un lugar central en el contexto electoral estudiado. Independientemente de quiénes fueron los candidatos o de sus posiciones políticas, la forma en que el medio presentó las noticias generó una construcción reduccionista de su identidad política, cargándolos de significados ideológicos que fortalecen narrativas polarizantes y condicionan la percepción de la ciudadanía.

En la tercera categoría, *Narrativas simplificadas que reducen la complejidad política*, se evidencia el empleo de discursos reduccionistas que intensifican el debate electoral. Un ejemplo claro es el titular “Borregos y leones se enfrentan”, que recurre a figuras de animales para representar la confrontación entre partidos y sus simpatizantes. Esto ilustra el uso de metáforas en el discurso político y mediático, un recurso cargado de significados para los actores involucrados.

En el contexto ecuatoriano, los términos “borrego” y “león” operan como representaciones socialmente construidas. “Borrego” evoca la imagen de un animal obediente y sin capacidad crítica, utilizado para descalificar a quienes siguen sin cuestionar ciertas ideologías políticas. En contraste, “león” simboliza fuerza y lucha, proyectando una imagen dominante del movimiento al que se asocia.

Estas metáforas no son neutrales: simplifican la complejidad política, asignan roles morales y polarizan el campo discursivo entre los actores. De esta manera, refuerzan identidades que dificultan reconocer al otro como legítimo, contribuyendo a un discurso confrontativo que debilita el diálogo democrático.

A partir del análisis de contenido, se seleccionaron las noticias más representativas por su carga discursiva y relevancia temática, las cuales se examinan en detalle en la tabla 2. Además, se integraron los resultados del análisis de frecuencias léxicas, que permitieron detectar las palabras y expresiones más recurrentes en las narrativas del medio. Los elementos mostrados en la figura anterior se vinculan directamente con los aspectos centrales definidos en esta tabla.

Los hallazgos se clasificaron según su nivel de incidencia en la polarización política en Ecuador, considerando la repetición de elementos clave en las noticias seleccionadas, así como las narrativas destacadas en titulares, *leads* y desarrollo de los textos. También se evaluó el grado de impacto de cada estrategia discursiva en la construcción de dichas narrativas.

Tabla 2

Análisis crítico de la construcción discursiva en el medio digital Primicias durante las elecciones presidenciales 2023

Técnicas aplicadas	Aspectos clave	Nivel de incidencia discursiva
Selección de noticias derivadas del análisis de contenido	Construcción ideológica mediante el uso de metáforas.	Relevante
Identificación y categorización de estrategias retóricas	Movilización emocional de la audiencia.	Predominante
Análisis crítico del encuadre en la presentación de la información	Representación negativa de actores políticos.	Relevante
Análisis del uso temporal y la modalidad verbal	Influencia a través del empleo de tiempos verbales.	Insignificante

Las categorías analizadas coinciden en gran medida con las palabras más frecuentes detectadas por la herramienta Contador de Palabras y Caracteres, lo que refuerza la hipótesis de que el medio construye un discurso implícito que contribuye a la polarización política. Este discurso se vale de conceptos cargados de connotaciones ideológicas y reproduce narrativas que fragmentan la opinión en el espacio político ecuatoriano.

La categoría *Construcción ideológica mediante el uso de metáforas* mostró un impacto medio, al detectarse múltiples noticias que recurren frecuentemente a recursos metafóricos para representar actores y procesos políticos. Un caso destacado es el titular “Segundo nocaut al correísmo, Daniel Noboa se queda con la presidencia”, que utiliza una metáfora de confrontación deportiva para presentar los resultados electorales como una pelea, influyendo en la polarización de los lectores y acentuando la división entre actores políticos. Según Gascón (2021), “los términos confrontativos fomentan un comportamiento indeseable” (p. 5). En otras palabras, el empleo de términos con fuerte carga emocional contribuye directamente a aumentar las tensiones sociales.

El uso repetido de estas metáforas en los medios –ya sea en titulares, textos ampliados o imágenes asociadas– potencia narrativas ideológicamente cargadas. En este contexto, el lenguaje deja de ser un mero medio de comunicación y se transforma en un instrumento de poder simbólico que divide, etiqueta y polariza a la ciudadanía.

La segunda categoría, *Movilización emocional de la audiencia*, también registró un impacto medio, pues se observó el empleo sistemático de recursos lingüísticos que afectan significativamente las emociones de la audiencia.

En varias publicaciones del medio se establece una asociación constante y negativa entre el expresidente Rafael Correa y el correísmo, incluso en noticias donde su figura no es el tema central.

Esta vinculación refuerza una narrativa social que presenta al correísmo como una extensión directa del liderazgo de Rafael Correa, simplificando la diversidad de actores dentro del movimiento y provocando, de esta manera, apoyo o rechazo. En la categoría *Representación negativa de actores políticos* se analizó cómo el medio construye la imagen de los políticos mediante nominaciones ideológicas.¹

Se identificó que, a la candidata de la Revolución Ciudadana, Luisa González, se la nombra reiteradamente como “la candidata del correísmo”, lo que reduce su figura política a una extensión directa del expresidente Rafael Correa y crea una imagen de subordinación. Esta estrategia discursiva puede interpretarse como un uso de símbolos populistas que permiten construir identidades políticas.

Para Laclau (2005), la imagen que construyen los actores sociales en base a símbolos populistas solo se puede entender como una expresión de irracionalidad. Es decir que estos símbolos o nominaciones son ideas generalistas que pueden ser utilizadas por diversos actores con distintos fines.

Por otro lado, al candidato Daniel Noboa se lo presenta mayoritariamente como “el representante de la alianza ADN” o “el exasambleísta de 35 años”, otorgándole una identidad política más institucional e individualizada. Esta forma asimétrica de representación puede influir en la percepción pública al asociar a los candidatos con términos que, desde el inicio, los clasifican.

En la categoría de *Influencia a través del empleo de tiempos verbales* se analizó el tipo de tiempo gramatical que el medio utiliza para describir las acciones vinculadas a los actores políticos. Este recurso consiste en el uso estratégico de los tiempos de verbos para moldear percepciones ideológicas y enfatizar ciertas acciones o actitudes de los actores. El nivel de incidencia fue clasificado como bajo, ya que la presencia este recurso es poco frecuente, lo que sugiere un impacto reducido en la polarización en comparación con las otras estrategias lingüísticas.

1 Según Van Dijk (2005), las ideologías pueden legitimar formas de dominación o articular procesos de resistencia dentro de las dinámicas de poder.

La presente investigación ha evidenciado que la polarización política en Ecuador no puede entenderse únicamente como resultado de confrontaciones ideológicas entre movimientos o líderes políticos, sino como un fenómeno que integra discurso político, mediación comunicacional y percepción ciudadana. A partir del análisis del discurso y las entrevistas realizadas, se identificaron patrones discursivos que, además de reflejar una fragmentación del panorama político ecuatoriano, contribuyen a reforzarla y reproducirla.

Desde una dimensión política, este fenómeno no es reciente, sino que responde a una transición histórica de confrontación que ha evolucionado hacia formas cada vez más emocionales y personalistas. Tal como señala la economista y analista política ecuatoriana Katiuska King en entrevista particular realizada en el año 2025, en Ecuador se ha reemplazado el debate basado en hechos y propuestas por enfrentamientos centrados en la figura de los líderes políticos, muchas veces apelando a la falacia *ad hominem*. Esta dinámica ha debilitado la calidad del debate democrático, pues desvía la atención de los problemas estructurales del país y limita la posibilidad de construir consensos.

En este contexto, el discurso confrontativo se ha consolidado como una de las principales estrategias electorales, orientada no a convencer al elector con argumentos, sino a reforzar la identidad del propio partido o grupo mediante el rechazo al adversario. Estas prácticas han sido instrumentalizadas por los mismos partidos con el apoyo de las redes sociales, generando una ciudadanía que dialoga cada vez menos y que se posiciona más desde las emociones que desde la información real y contrastada.

Desde el enfoque de la comunicación, los medios cumplen un rol fundamental en la reproducción del fenómeno de la polarización política. Según el politólogo, historiador y comunicador Davide Matrone en entrevista realizada en el año 2025, los medios llegan a posicionar temas y, de este modo, influyen en la percepción, las opiniones y las preocupaciones de sus públicos; esto adquiere mayor relevancia cuando las coberturas periodísticas están cargadas de términos con fuertes connotaciones ideológicas. Varios medios digitales, a pesar de autodefinirse como independientes, replican las mismas lógicas editoriales de medios políticamente alineados, contribuyendo a reforzar una agenda mediática parcializada.

Este rol activo de los medios no es neutral. El análisis del discurso evidenció el uso de metáforas, estrategias de nominación ideológica y lenguaje estigmatizante que simplifican la complejidad política del país, reduciendo las

narrativas de los procesos electorales a discursos de ganadores versus perdedores. La mencionada simplificación no solo condiciona la percepción ciudadana, sino que normaliza el consumo de temas políticos basado en el espectáculo, las emociones y los enfrentamientos, en lugar del debate democrático.

Según los entrevistados, a estas perspectivas se suma la percepción ciudadana (recogida mediante entrevistas), que revela una creciente desconfianza hacia los medios de comunicación, percibidos como actores políticamente parcializados. Los ciudadanos señalan sentirse expuestos a narrativas que no reflejan la realidad política del país y que, más bien, los inducen a adoptar posturas determinadas. Este sentimiento evidencia un debilitamiento en la confianza hacia los medios, una creciente apatía política y un rechazo a los espacios de diálogo.

Conclusiones

En conjunto, los niveles de análisis permiten concluir que la polarización política en Ecuador es un fenómeno complejo estrechamente relacionado con discursos que se retroalimentan constantemente, pues los medios de comunicación reproducen, amplifican e incluso intensifican los mensajes mediante estrategias lingüísticas y narrativas específicas. Estos contenidos se difunden y asimilan, generando un clima político cada vez más dividido.

Frente a este escenario, resulta urgente reflexionar sobre la responsabilidad ética de los periodistas y de todos aquellos que participan en la elaboración, reproducción y circulación de mensajes y discursos. Los líderes políticos de movimientos y partidos, así como los medios de comunicación tradicionales y digitales, cumplen una función determinante en la construcción de marcos simbólicos con los cuales la ciudadanía interpreta la realidad política del país.

La divulgación de un discurso más neutral y argumentativo, que represente las diversidades ideológicas sin recurrir a estigmas, constituye una necesidad apremiante. El uso ético del lenguaje en escenarios como las campañas electorales, la cobertura periodística y las intervenciones de los actores políticos en redes sociales es fundamental para lograr un debate democrático que fomente el pensamiento crítico entre los ciudadanos, el respeto mutuo y el fortalecimiento de la relación entre la ciudadanía y las instituciones políticas.

De igual manera, debe recuperarse el valor del diálogo como herramienta clave para la convivencia política, promoviendo espacios de reflexión

basados en hechos, propuestas concretas e ideas que fomenten un debate respetuoso, eliminando las narrativas centradas en la manipulación emocional, la confrontación o la deslegitimación del otro.

Es necesario fortalecer el trabajo periodístico como un mediador informado y comprometido con la verdad, que evite caer en estrategias mediáticas que contribuyan a la polarización a través de editoriales o narrativas sesgadas. Esto posibilitará una ciudadanía más crítica, consciente y participativa, capaz de reconocer el poder del discurso en la formación de opiniones y de identificar cuándo una narrativa se utiliza con fines ideológicos sesgados.

En este proceso, la alfabetización digital y política en la población surge como una herramienta clave, ya que capacita a los ciudadanos para distinguir entre información y desinformación. La construcción de una cultura política basada en el respeto y la diversidad de ideologías es un paso fundamental para mejorar las condiciones sociopolíticas relacionadas con la polarización, que no solo debilita la calidad del debate público, sino que también limita la posibilidad de construir un país más justo y tolerante.

Eliminar los efectos de la polarización no es una tarea sencilla, pero es posible si todos los sectores clave de la sociedad: actores políticos, medios de comunicación y sociedad civil se involucran de manera adecuada. Con un esfuerzo conjunto se podría reconstruir la fragmentación política actual a partir de un compromiso sustentado en el respeto, el diálogo y la empatía.

Referencias bibliográficas

- Aguiar Mariño, N. L. y Sánchez Montoya, R. M. (2018). La importancia de la teoría del discurso de Ernesto Laclau y un esbozo de su potencial relación con los estudios de la comunicación: Una mirada teórica. *Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 144, 1-15. Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Alemán Vela, M. E. (2022). *Análisis del discurso populista durante el debate de la primera vuelta de las elecciones presidenciales del Ecuador del 2021 y su relación con la polarización de la conversación política* (Tesis de licenciatura). Universidad del Azuay. <https://bit.ly/3P27hBP>
- Berrocal Gonzalo, S., Waisbord, S. y Gómez, S. (2023). Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y en la sociedad. *Profesional de la Información*, 32(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.22>
- Botero Alzate, A. (2021). *La polarización política en Colombia y los discursos mediáticos en elcolombiano.com y eltiempo.com, sobre la firma de la paz su primera fase de imple-*

- mentación entre la guerrilla de las FARC y el gobierno nacional (Tesis de maestría]. Universidad Nacional de Quilmes. <https://bit.ly/4sfXS8m>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Celi Toledo, I. (2020). Del correísmo al anti-correísmo. Constitucionalismo autoritario, radicalismo y cambio político en Ecuador. *Sur Academia: Revista Académica-Investigativa de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa*, 7(13), 81-98. <https://bit.ly/4sJoBK9>
- Chomsky, N. (2010). Diez estrategias de manipulación mediática. *Archipiélago. Revista Cultural de Nuestra América*, 19(73), 7-8. <https://bit.ly/3NFhGTt>
- Dalton, R. J. (2018). *Political realignment: Economics, culture, and electoral change*. Oxford University Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Gascón, J. A. (2021). La metáfora de la confrontación y los argumentadores razonables. *Crítica. Revista Hispanoamericana de Filosofía*, 53 (158), 23-46. <https://doi.org/10.22201/iifs.18704905e.2021.1269>
- Guillamet, J. C. (2018). Censura, mentira y manipulación mediática: Un apunte historiográfico. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 7(1). <https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.7120187023>
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Martínez, A. C. y Morilla, P. D. (2021). La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, (7), 67.
- Miller, L. (2020). La polarización política en España: Entre ideologías y sentimientos. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, (152), 13-22.
- Nigro, P. (2021). La responsabilidad del periodismo en la polarización política de las audiencias de las redes sociales. *Más Poder Local*, (44), 34-53. <https://bit.ly/40CdC9s>
- Pacchioni Hurtado, V. y Antezana Corrieri, M. E. (2023). Miradas comunicacionales de la polarización política en entornos digitales, una revisión bibliográfica. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (194), 35-52. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi194.9620>
- Posligua Quinde, I. y Ramírez Rodríguez, M. (2024). Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok. *Ñawi: Arte Diseño Comunicación*, 8(1), 285-300. <https://bit.ly/4bJodfk>
- Schuliaquer, I. (2014). *El poder de los medios: Seis intelectuales en busca de definiciones*. Capital Intelectual.
- Van Dijk, T. A. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 9-36. <https://bit.ly/4lvOGKf>