

REVISTA

ENFOQUES
DE LA COMUNICACIÓN
Nº 10

**“Comunicación política 2023:
elecciones, estrategias y contextos”**

ISSN: 2662-6939
e-ISSN: 2806-5646



Consejo de
Comunicación

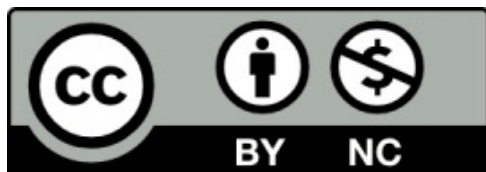
Esta obra está bajo licencia internacional
Creative Commons Reconocimiento 4.0.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmadas incumben exclusivamente a sus autores y su publicación no significa que el Consejo de Comunicación se identifique con las mismas.

Los trabajos publicados en la Revista Enfoques de la Comunicación se evaluaron bajo el sistema de doble par ciego, según el cual los autores no conocen a los evaluadores.

Los autores que publican en esta revista están de acuerdo con los siguientes términos:

- Los autores conservan los derechos de autor y garantizan a la revista el derecho de ser la primera publicación del trabajo al igual que licenciado bajo una Creative Commons Attribution License que permite a otros compartir el trabajo con un reconocimiento de la autoría del trabajo y la publicación inicial en esta revista.
- Los autores pueden establecer por separado acuerdos adicionales para la distribución no exclusiva de la versión de la obra publicada en la revista (por ejemplo, situarlo en un repositorio institucional o publicarlo en un libro), con un reconocimiento de su publicación inicial en esta revista.





Revista Enfoques de la Comunicación
Revista de análisis y debate de la comunicación
Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación

ISSN: 2661-6939

e-ISSN 2806-5646

Depósito legal

Dirección: Av. 10 de Agosto N34-566, entre Av. República y Juan Pablo Sanz, Quito

Código postal: 170507

Teléfono: (02) 3938720

Correo electrónico:

revistaenfoquescomunicacion@consejodecomunicacion.gob.ec



CONSEJO EDITORIAL

- Ricardo Fabián Pascumal Luna, director, Consejo de Comunicación (Quito, Ecuador)
- Angélica María Santos Brito, editora, Consejo de Comunicación (Quito, Ecuador)
- Ph. D. Kruzskaya Ordóñez, miembro externo, Universidad Técnica Particular de Loja (Loja, Ecuador)
- Ph. D. Miguel Vásquez, miembro externo, Universidad Central del Ecuador (Quito, Ecuador)
- Mgs. Danilo Villarroel, miembro externo, Universidad Estatal de Bolívar (Guaranda, Ecuador)
- Mgs. Eduardo Torres Carmagnola, miembro externo, Universidad Nacional del Nordeste, (Corrientes, Argentina)
- Mgs. Dayana León, miembro externo, Universidad de las Américas (Quito, Ecuador)
- Mgs. Franklin Falconí, miembro externo, Universidad Técnica de Cotopaxi (Latacunga, Ecuador)

Gestión editorial

Anastasia Valyanyuk

4

Equipo técnico de apoyo - Dirección Técnica de Promoción del Conocimiento

- Sofía Jurado
- Michelle Moretti

Diseño y diagramación:

Diego Lara Tello

Dirección de Comunicación Social

Colaboraron en este número:

Roberto Paolo Arévalo Ortiz, Universidad Técnica de Cotopaxi (Ecuador)

Juan Pablo Arrobo, Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

Patricio Barrazueta Molina, Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

María Cristina Bayas, Universidad de las Américas (Ecuador)

Vladimir Germán Bazante Pita, Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

Ana Cristina Benavides Morales, FACSO–Universidad Central del Ecuador (Ecuador)

Julio Bravo Mancero, Universidad Nacional de Chimborazo (Ecuador)

Yessenia Cabrera Martínez, Universidad Técnica de Cotopaxi (Ecuador)

Lilia Carpio Jiménez, Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

Gianella Carrión Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

Mariana Chávez Castañeda, Universidad Autónoma de Querétaro (México)

Jorge Cruz Silva, Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Ecuador)

Marcelo Daniel, Universidad Nacional del Nordeste (Argentina)

Vanessa Duque Rengel, Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

María José Enríquez, Universidad San Francisco de Quito (Ecuador)

Karina Escalona Peña, FACSO–Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
Ingrid Estrella Universidad de Guayaquil (Ecuador)
Ximena Ferro, Universidad San Francisco de Quito (Ecuador)
Maribel García González, Universidad Estatal Península de Santa Elena (Ecuador)
Bladimir Jaramillo, Universidad de Guayaquil (Ecuador)
Andrés Jaramillo Carrera, Universidad Internacional de la Rioja (Ecuador)
Wilson León Valle, Universidad Estatal Península de Santa Elena (Ecuador)
Oscar Alejandro Llerena Borja, FACSO–Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
Pablo Esteban Lomas Chacón, Universidad Técnica de Cotopaxi (Ecuador)
Laura Eliana López Macías, Instituto Superior Tecnológico Bernardo O´Higgins
Andrés Luna Montalvo, FACSO–Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
Manuel Mera Cedeño, Universidad de Guayaquil (Ecuador)
Jorge Munive Romero, Universidad Iberoamericana del Ecuador (Ecuador)
Maritza Ochoa Ochoa, Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)
Luis Oswaldo Ordóñez Pineda, Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)
Rosario Puertas Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)
Ramiro Geovanny Ruales Parreño, Universidad Nacional de Chimborazo (Ecuador)

Marco Iván Sánchez Peña, docente, investigador independiente (Ecuador)

Lizbeth Soria Ortiz, Universidad Estatal de Bolívar (Ecuador)

Eduardo Alfonso Toledo Hidalgo, Universidad Internacional del Ecuador (Ecuador)

Eduardo Torres Carmagnola, Universidad Nacional del Nordeste (Argentina)

Ricardo Ureña López, Universidad Técnica de Cotopaxi (Ecuador)

Ana Dolores Verdu Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

Fredi Zamora, Instituto Superior Tecnológico CUEST TV (Ecuador)

COMUNICACIÓN POLÍTICA 2023: ELECCIONES, ESTRATEGIAS Y CONTEXTOS

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	13
PRÓLOGO.....	19
ARTÍCULOS CIENTÍFICOS.....	23
Redes Sociales y Política 2.0: Nuevas Técnicas de Campaña en la Era Digital.....	24
Paridad de Género en la Coyuntura Política Ecuatoriana: Impacto de la Sentencia de la Causa 159-2023-TCE.....	74
Activismo Hipermediático por el #No: Tecnopoéticas y Tecnopolíticas de BoomBapKillaz Sobre el Referendo 2023 en Ecuador.....	113
TikTok y Campaña Política: Análisis de Contenido de los Perfiles en TikTok de los Candidatos a la Alcaldía de Latacunga Ecuador - Elecciones 2023.....	148
Las Fake News Divulgadas en Facebook y su Incidencia en la Opinión Pública en las Elecciones Generales Ecuador 2021.....	179
ARTÍCULOS INTERPRETATIVOS.....	212
Mujeres y elecciones. Haz y envés de la reforma electoral de 2020 y sus resultados al 2021 y 2023.....	213
ENSAYOS.....	248
Libertad de Expresión, Discurso de Odio y Violencia Política de Género en Procesos Electorales.....	249
Discriminación y Violencia Generacional en Elecciones.....	297

Libertad de Expresión, Adulterez Mayor, Niñez, Adolescencia
y Planes para Quito.....337

Análisis del Discurso Político Como Estrategia Persuasiva:
Estudio de Caso Jaime Roldós Aguilera.....377

La Imagen y Reputación Política a Través del Storytelling
y el Storydoing.....408

Representación Política: un Análisis de su Compatibilidad con
los Fundamentos Democráticos y su Relación con el Voto como
mecanismo de Garantía de Representación Ciudadana.....431

Reconfiguración de la Comunicación y Estrategia Política
en las Elecciones Mexicanas. El Caso de la Presidencia
de Andrés Manuel López Obrador.....452

Comunicación Política y Protección de Datos Personales.
Retos y Perspectivas de Cara a la Elección Federal de 2024
en México.....475

PRESENTACIÓN

Las elecciones en Ecuador de octubre de 2023 estuvieron marcadas por un nuevo y poderoso entorno: lo que los teóricos han denominado “conversación digital”.

Y es que de un padrón electoral de (en números redondos) más de trece millones de electores, más de 7 millones de ellos corresponden a las nuevas categorías etarias llamadas *millennials* y *centennials* (personas que nacieron entre 1981 y 1997, que ahora se encuentran en el rango de los 24 a 40 años de edad).

Esto presupone al menos dos escenarios:

- a.- Que las generaciones de los *baby boomers* y la denominada generación X, se encuentran en la puerta de salida y con cada vez menor peso en cada subsiguiente elección. Y que no son más los que ponen presidentes, alcaldes o prefectos.
- b.- Que la forma de hacer política cada día está mutando (¿evolucionando?), de la clásica que todos conocemos, arrancando en el balcón del cinco veces presidente Velasco Ibarra, pasando por la tarima, la caravana motorizada, hasta el mitin y el discurso de barricada, a las redes sociales, el Internet altamente inmersivo, la gamificación y el Metaverso que lo tendremos a la vuelta de la esquina.

De igual manera, el clivaje de género ha tomado una fuerza importante dentro del ámbito político a nivel mundial. En el caso del Ecuador, no sólo por el protagonismo y el involucramiento que han tenido las mujeres en esta nueva

etapa del tiempo, sino que regulaciones como la del Código de la Democracia que obligan a los partidos y movimientos políticos a tener paridad de género en todas sus listas a dignidades seccionales y nacionales, han empujado definitivamente a tener posiciones marcadas con respecto a su participación.

Los movimientos feministas (los de antes y los llamados de la nueva ola) están muy atentos no sólo a que se cumplan las leyes y las regulaciones, sino a que los candidatos y candidatas expresen su posición en temas como la violencia de género, la brecha salarial (que existe y está medida, –tenemos una flamante premio Nobel que lo ha ganado por sus estudios al respecto–), los derechos sexuales y reproductivos, entre otros.

Es por esto, que este nuevo número de la Revista Enfoques de la Comunicación trae para su lectura y conocimiento varios temas relacionados a esta nueva realidad.

La influencia cada vez más poderosa del uso de las redes sociales en las estrategias de comunicación política. Además, artículos que nos pueden ayudar a entender que cada una de las redes sociales tiene su particular dinámica, herramientas, lenguajes y códigos.

Y dentro de este marco, una herramienta que ha sido absolutamente disruptiva en el nuevo electorado: el Tik Tok, que ha roto dos lógicas fundamentales que suponen las redes que son su competencia, a) que necesitas crear una gran comunidad de seguidores, contactos, partidarios para poder viralizar tus contenidos, en Tik Tok, en cambio

funciona una lógica distinta pues, así tengas pocos seguidores, si te subes a las tendencias que estén marcando ese momento la red social, puedes llegar a millones de impactos sin necesidad de tu apoyo orgánico. b) Tik Tok, de igual manera, ha roto la hegemonía occidental (estadounidense) en el manejo de las redes sociales y todo el caudal gigantesco de información y de datos que ellas presuponen pues es una herramienta de origen chino y con términos y condiciones de extracción de datos, bastante más ambiciosa que sus pares del otro lado del mundo.

Otro fenómeno que ha motivado el análisis de académicos y expertos ha sido esta nueva gran plaga que ha inundado el escenario digital: las Fakenews o noticias falsas por su traducción al español.

Esto ha acarreado todo un nuevo debate sobre el uso ético de las herramientas que la tecnología ha puesto a disposición de los seres humanos en esta nueva era de uso intensivo de ella en la vida cotidiana.

Campañas de desprestigio, noticias y rumores falsos que muchas veces utilizan las plantillas y diseños de medios respetables para tener algo de credibilidad, deepfakes (o simulaciones de imágenes o voces generados por Inteligencia Artificial), uso de granjas de troles y bots (léase robots) que automáticamente viralizan exponencialmente estos contenidos falsos, difamadores, pero apoyados en la inmediatez, en el sesgo de confirmación y en la poca rigurosidad que tienen los usuarios en verificar siquiera si las fuentes que les han enviado el contenido son reales o tienen alguna intencionalidad detrás. Todo esto ha creado

un escenario caótico, en donde todos estamos a la defensiva y esto repercute en el ánimo y muchas veces en la salud mental de los usuarios que nos vemos expuestos a este tipo de ataques.

Finalmente, señalar que esto ha generado en las redes sociales la aparición de bandos, clanes, barrabravas, verdaderas sectas de fanáticos que van por el mundo virtual regando su discurso de odio, violencia sistemática, racismo, misoginia, discriminación...haciendo del mundo virtual un mundo también con aristas negativas, en el que hay que tener un buen conocimiento e inteligencia emocional para manejarse y en el que cada cual expone lo que le marca su conciencia, sus principios y sus valores. Exactamente igual que en la vida que está afuera de los dispositivos que nos permiten diariamente tener acceso al internet.

No podían quedar por fuera de este número dedicado a la Comunicación Política, artículos relacionados a la forma en que actualmente se relacionan los políticos con los ciudadanos a través de contarles historias (storytelling), narrativas que buscan conectar con las emociones de las audiencias, que buscan informar la historia de vida, los hitos más trascendentales de su gestión, su carrera para llegar al sitio donde se encuentran, sus familias, sus logros y sentimientos más preciados. Todo esto sirve para una adecuada estrategia de posicionamiento, para generar una recordación positiva de los electores para que, una vez llegada la campaña, sean reconocidos con el favor popular expresado a través del voto.

Solo una vez que se ha generado esta recordación, este acercamiento y este clima de confianza del ciudadano con su representante, se puede avanzar hacia una fase más profunda: la de la acción a través de lo que se conoce como *storydoing* (contar acciones concretas también a través de historias). En esta fase, el ciudadano se vuelve un protagonista de la acción, ayuda, milita, construye y crea una causa por la que será parte del equipo y obtendrá valoración y pertenencia a un grupo de otros ciudadanos que comparten su mismo esquema de representación de principios y valores compartidos.

Cabe destacar que en esta edición se incluyen ensayos sobre la realidad de nuestro país hermano México. Uno de ellos versa sobre la reconfiguración de la Comunicación y Estrategia Política del actual mandatario mexicano Andrés Manuel López Obrador, quien ha mantenido altos índices de aprobación de su gestión pese a no ser esto la regla general en América Latina, en donde los mandatarios (Boric, Petro) han sufrido niveles importantes de desgaste apenas han llegado al poder. Por eso la relevancia de este dato paradigmático dentro de la región.

Otro de los ensayos trae un tema muy interesante y del que poco se habla pero es de radical importancia: Comunicación Política y Protección de Datos Personales. El uso del *big data* (o datos gruesos de información disponible) es una herramienta fundamental que se utiliza en las campañas modernas para acceder a información hiper segmentada de los usuarios de redes sociales y bases de datos. A través de ella, se puede conocer los hábitos, preferencias, ideologías, ubicación geográfica y nivel de uso de las redes de cada usuario a niveles nunca antes vistos.

Sin embargo, esto no deja de acarrear un dilema ético sobre el adecuado uso de nuestros datos y la privacidad de la cual todos los seres humanos debemos gozar, a través de la protección de nuestra información, ya sea por parte del Estado o incluso por las empresas privadas que no están exentas de tener responsabilidad en el manejo de estos temas.

Disfruten su lectura.

Lic. Jeannine Cruz, Msc.
Presidenta del Consejo de Comunicación

PRÓLOGO

En el escenario político de Ecuador, el año 2023 marcó un punto de inflexión crucial en la historia democrática del país. La contienda electoral se convirtió en un crisol de expectativas, estrategias y desafíos, donde la comunicación política emergió como la herramienta fundamental para influir en la opinión pública y ganar el favor de los votantes. Las elecciones, con sus cambiantes dinámicas y desafíos, demandan estrategias comunicativas innovadoras que se adapten a los contextos cambiantes y a la diversidad de públicos.

Esta edición de la Revista Enfoques de la Comunicación busca explorar cómo la Comunicación Política se ha convertido en un pilar crucial en la construcción y proyección de discursos políticos, en un mundo donde la información fluye a través de numerosas plataformas y la opinión pública y es moldeada por una variedad de factores. El presente volumen reúne una colección de artículos científicos, interpretativos y ensayos que exploran una variedad de temas, y arrojan luz sobre el complejo panorama de la Comunicación Política en el año 2023.

Los autores abordan cuestiones críticas que influyen en el panorama político y comunicativo actual, además, ofrecen una visión multidisciplinaria que aborda no solo las estrategias y tácticas empleadas en las campañas electorales, sino también la evolución de los contextos políticos y mediáticos que intervienen en la comunicación política contemporánea.

Se analiza el impacto de las redes sociales en la política, el cómo estas plataformas han transformado la forma en que los políticos se comunican con sus audiencias y cómo los ciudadanos participan en el proceso político. Se exploran estrategias y tácticas utilizadas en campañas políticas que aprovechan las redes sociales como herramientas poderosas para la movilización y la persuasión. La paridad de género en la coyuntura política del Ecuador también es un tema fundamental en este volumen. Los autores analizan avances y desafíos en la búsqueda de una mayor equidad de género en la arena política ecuatoriana.

La libertad de expresión es un principio fundamental en cualquier sociedad democrática, y este volumen examina cómo se manifiesta y se protege en el contexto político actual. Se exploran casos específicos y desafíos relacionados con la libertad de expresión en un mundo donde las voces y opiniones compiten dentro y fuera de línea.

A través de estas páginas, los lectores encontrarán análisis rigurosos y perspicaces sobre cómo la Comunicación Política ha evolucionado para adaptarse a las realidades cambiantes del siglo XXI. Se explorarán las estrategias utilizadas por los candidatos y partidos políticos para llegar a una audiencia cada vez más fragmentada y digitalizada.

Los artículos científicos presentados en este volumen ofrecen investigaciones empíricas, análisis cualitativos y cuantitativos que esclarecen tendencias y patrones en la comunicación política, mientras que los ensayos y artículos interpretativos brindan perspectivas más amplias sobre los

desafíos y oportunidades que se presentan en el ámbito político y comunicativo.

Este compendio es una invitación a la reflexión, al debate y a la comprensión más profunda de la Comunicación Política durante un año electoral decisivo. Acompañenos en este viaje, a través de lectura y reflexión, de las diferentes estrategias y contextos referentes a la Comunicación Política, sin duda un año de desafíos y oportunidades sin precedentes.

Msc. Ricardo Fabián Pascumal Luna
Director de la Revista Enfoques de la Comunicación

COMUNICACIÓN POLÍTICA 2023: ELECCIONES, ESTRATEGIAS Y CONTEXTOS

ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

Redes Sociales y Política 2.0: Nuevas Técnicas de Campaña en la Era Digital

Social Networks and Politics 2.0: New campaign in the Digital Age

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 24-73.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 4-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Julio Bravo Mancero¹
Director de Carrera de Comunicación
jbravo@unach.edu.ec
Carlos Larrea Naranjo²
Docente investigador
carloslarrea@unach.edu.ec
Ramiro Ruales Parreño³
Docente investigador
rruales@unach.edu.ec

1 Doctor por la Universidad Santiago de Compostela - España (Cum Laude). Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, UNACH; Diplomado Superior para Editores de Medios Impresos, UTPL; Especialista en Imagen Corporativa, Uniandes; Magíster en Comunicación Corporativa, Uniandes. Director de Carrera de Comunicación de la UNACH. Profesor invitado de la Universidad de Alicante -2018-; Profesor titular de grado de la Universidad Nacional de Chimborazo; profesor de posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador [PUCE]. Director del proyecto Comunicación, Derechos y Ciudadanía: Representación de Colectivos, Organizaciones y Nuevos Movimientos Sociales en el Discurso Mediático. Líder del Grupo de Investigación MANICECDE i+d+i (Carrera de Comunicación), exdirector, editor general y jefe de Redacción de Diario Regional Los Andes. Ha publicado artículos científicos en revistas de España, Portugal, Argentina, Brasil, Perú y Ecuador; es autor de libros sobre comunicación, periodismo e investigación social en comunicación. Editor General de la revista Reflexiones sobre comunicación 7, 8 y 9. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4468-9247>

2 Doctorando en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad de la Habana, Licenciado en Ciencias de La Comunicación Social. Diplomado Superior en Gerencia de Marketing. Especialista en Gerencia de Proyectos. Experto en procesos e-learning. Experto en medios Digitales. Experto en edición de audiencias y Opinión Pública. Diplomado superior en evaluación de políticas públicas INDES-BID. Magister Ejecutivo en Dirección de empresas con énfasis en gerencia estratégica. Cuenta con 23 años de docencia universitaria en pre y posgrado. Actualmente es profesor titular la Universidad Nacional de Chimborazo, carrera de Comunicación Social. Autor del Proyecto de Creación de la Carrera de Comunicación Social de la UNACH, miembro del Tribunal de Honor del Colegio de Periodistas de Chimborazo; integrante del Grupo de investigación MANICECDE i+d+i. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4881-5666>

3 Doctorando en Comunicación por la Universidad de La Habana, Cuba. Ex Director de la Carrera de Comunicación Social de la UNACH 2006 -2016, ex Director de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Chimborazo (2006 - 2016), Ex Director de la Carrera de Ingeniería Comercial (2006 - 2011), Ex Presidente de la Asociación de Profesores (2011 - 2014), Director del Proyecto CECOR, Docente Titular de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo, Ing. en sistemas informáticos - Magister en Comunicación Organizacional Universidad Uniandes- Master Universitario en E-learning y Redes Sociales. Expositor en eventos nacionales e internacionales. ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4812-2085>

Antoni Vaca Cárdenas⁴
Docente investigador
neptali.vaca@unach.edu.ec
Universidad Nacional de Chimborazo
Riobamba, Ecuador

Resumen

Este estudio examinó la relación entre la política y las redes sociales, particularmente en la era digital, y cómo eso impactó en la campaña electoral, febrero 2023, para la Alcaldía de Riobamba. El uso del metaverso como nueva plataforma de comunicación y la representación de los actores políticos fueron los temas centrales de un análisis crítico del discurso. Los hallazgos indican que la mayoría de los participantes son jóvenes y que, a pesar de que la mayoría no participó activamente en actividades de metaverso durante las campañas electorales, creen que la comunicación política en este nuevo entorno es más efectiva que la comunicación política en entornos más tradicionales. Las respuestas a la eficacia percibida de metaverso indicaron la aceptación de los métodos de comunicación política en evolución y una comprensión de la creciente importancia de las tecnologías emergentes. Respecto al verdadero impacto del metaverso en la política, también aludieron a los desencuentros. Esta investigación amplía el cuerpo de conocimiento sobre política digital y ofrece nuevos ángulos para futuras investigaciones.

Palabras clave: Política 2.0, redes sociales, comunicación política, metaverso, Ecuador.

⁴ Posee una Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, de la Universidad Nacional de Chimborazo; además, es Máster en Comunicación e Identidad Corporativa, por la Universidad Internacional de La Rioja de España. En el ámbito laboral se ha desempeñado como Reportero en varios Medios de Comunicación de la provincia de Chimborazo, en la actualidad se desempeña como docente de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-2344-9638>

Abstract

This study examined the relationship between politics and social networks, particularly in the digital era, and how this impacted in the electoral campaign, February 2023, for the Riobamba Mayor's Office. The use of the metaverse as a new communication platform and the representation of political actors were the central themes of a critical discourse analysis. The findings indicate that the majority of the participants are young and that, despite the fact that the majority did not actively participate in metaverse activities during electoral campaigns, they believe that political communication in this new environment is more effective than political communication traditional ones. Responses to the perceived effectiveness of the metaverse indicated acceptance of evolving political communication methods and an understanding of the growing importance of emerging technologies. Regarding the true impact of the metaverse on politics, they also alluded to disagreements. This research expands the body of knowledge on digital politics and offers new angles for future research.

Keywords: Politics 2.0, social networks, political communication, metaverse, Ecuador.

A Manera de Introducción

Debido a la transformación de varias facetas de la vida provocada por los avances tecnológicos, se ha ingresado en un período de cambios rápidos y significativos que ha reconfigurado su quehacer. Al inicio, la era digital tuvo un impacto revelador en la estructura de la sociedad y en la comunicación en particular. La política, ámbito primordial de la organización social, no se mostró ajena a estos cambios. Para comprender este fenómeno, fue importante prestar atención a las circunstancias de Ecuador presentadas en este artículo.

El surgimiento de las redes sociales ha tenido un impacto significativo en la forma en que los actores políticos, en los últimos años, se comunican con el público. Mediante el desmantelamiento de las barreras convencionales y la democratización sin precedentes del discurso político, estas plataformas ofrecieron nuevos canales de comunicación que permitieron a los postulantes hablar directamente con los votantes.

Como en otros países del mundo, Ecuador fue absorbido por este entorno digital, con un aumento en los usuarios de Internet y las redes sociales; esto originó que su clima político haya cambiado y refleje el panorama expuesto. Además de brindar un punto de vista novedoso sobre un tema en constante evolución, en este trabajo los investigadores se esforzaron por identificar las ventajas y desventajas de la Política 2.0.

Menciona Altamirano (2021), que la ideología sigue demostrando su influencia en la decisión de los votantes, pero deben observarse otras variables, ante la escasa influencia tanto de los partidos políticos como de los candidatos; se ha empezado a influir cada vez más en los electores. En este contexto, la comunicación política y la comunicación digital pueden ser herramientas importantes para llegar a los votantes y promover el voto consciente.

De su parte, Gómez–Castellanos, Ortiz–Marín y Concepción–Montiel (2022) sostienen que las redes sociales se han convertido en «comunidades». En política, son capaces de tomar una sola postura frente al candidato, sin restricciones y en una línea de equidad donde tanto candidatos como internautas pueden intercambiar opiniones. Este proceso se originó en Estados Unidos, en

1996, con la utilización del internet y la web. Los políticos se dieron cuenta del alcance potencial que esta herramienta podría tener sobre las masas; los partidos políticos en América del Norte comenzaron a crear páginas para: a) dar a conocer su postura política; b) apoyo a otros aliados estratégicos; c) espacios de discusión por mensajería, boletines informativos y publicidad preparada para convencer a la audiencia.

En el Ecuador, el uso de herramientas como redes sociales para la transmisión de información política no fue una prioridad, durante la última década; los partidos políticos comenzaron a utilizarlas en 2013 para crear mensajes a través de *Facebook* y *Twitter*. Sin embargo, la pandemia por la COVID-19, en el 2021, afectó específicamente las campañas presidenciales en Ecuador; es aquí donde los candidatos utilizaron las redes sociales, para conectarse con la mayor cantidad de audiencia posible (Suárez-Tomalá, G. y Cochea-Panchana, G, 2022).

Para Bazantes-Cevallos (2022), en Ecuador, los medios digitales –en particular *Facebook*– adquirieron gran presencia durante la campaña presidencial de 2021. Esto permitió que las noticias de los políticos llegaran a un gran número de votantes en un corto período de tiempo. También, las redes sociales fueron definitivas en la victoria del candidato Guillermo Lasso, ya que permitieron una campaña orgánica y espontánea con opiniones que buscaban una recuperación ante la grave crisis económica.

Las Redes Sociales y su Función en el Discurso Político

Las redes sociales han cambiado la forma de desarrollar la política, ya que han permitido una mayor participación ciudadana y han dado lugar a nuevas

formas de organización y movilización social; al igual, son utilizadas como herramientas para la construcción de una ciudadanía más activa y crítica, capaz de exigir transparencia y rendición de cuentas a los gobiernos y a los partidos políticos (Araújo y Casero-Ripollés, 2018).

Es importante considerar que las redes sociales no pueden sustituir los procesos políticos, sino que sirven como base y apoyo de la política; destacando la importancia de que los gobiernos, los administradores y los partidos políticos no se limiten a exponer información en las redes sociales, sino que promuevan el diálogo y la participación ciudadana en la toma de decisiones políticas (Araújo y Casero-Ripollés, 2018).

Las redes sociales han tenido un impacto significativo en el discurso y comunicación política, según Casero-Ripollés (2018), –especialmente en Estados Unidos– donde la campaña de Barack Obama –en 2008– introdujo novedades en el frente digital. Sin embargo, el contexto en el que se produce el uso de las redes sociales resulta determinante y condiciona los resultados. Las características idiosincráticas del sistema político, el sistema mediático, la penetración de las tecnologías digitales, la cultura política de la ciudadanía o la organización de las campañas electorales inciden decisivamente en cómo se utilizan las redes sociales (Casero-Ripollés, 2018).

En los Estados Unidos la administración de Barack Obama apostó a favor de Silicon Valley y las enormes posibilidades de democratización que traerían aparejadas la comunicación con las redes sociales y las nuevas tecnologías. Sin embargo, Fernández (2018) afirma que la irrupción de *WhatsApp* en las campañas políticas parece

particularmente relevante y que los nuevos retos que tocan la puerta son complicados de controlar.

Campos-Domínguez (2017) destaca que *Twitter*, por ejemplo, proporciona una plataforma para que los ciudadanos, políticos, partidos y medios se comuniquen y provean contenidos para su difusión, que posibilitan que la información sea simultánea, diferenciada, retransmitida y recibida por todas las partes. *Twitter* ofrece un espacio para la creación de información y para la interacción; al mismo tiempo, genera el rol de los ciudadanos como productores y consumidores de información política, manteniendo relación con el debate político y los medios de comunicación.

López y Cabrera, en su estudio “Campaña política a través de redes sociales” (2014), indican que en el Ecuador, los partidos políticos utilizan las redes sociales para atacar a sus oponentes en lugar de interactuar con los usuarios y obtener puntos a favor. A esto se suma, que el uso de las redes sociales en el entorno político se vuelve complejo debido a los conflictos ideológicos que se muestran entre simpatizantes y opositores. Es importante conocer cómo los diferentes movimientos políticos enfrentarán la era tecnológica y cuál será el uso que se dará a las redes sociales en sus campañas.

Para entender las redes sociales y su función en la participación política durante las elecciones presidenciales en Ecuador, se consideraron ocho actividades políticas que pueden llevarse a cabo en las plataformas digitales, entre ellas, el uso informacional, expresivo, conversacional y orientado al contacto e interacción con grupos políticos. Además, las redes sociales pueden operar como plataformas de empoderamiento, permitiendo que los usuarios adopten

un papel más activo en la promoción o difusión de proyectos y propuestas políticas (Zumárraga–Espinosa et al., 2017).

El uso de las redes sociales en el discurso político permite crear una ciudadanía virtual en donde se considera a todas las personas que tienen acceso a internet y, por tanto, aportan a este proceso político en la Web 2.0 (Corrales–Caiza y Lozada–Robalino, 2023). Además, las redes sociales sirven como base de datos e información para que los ciudadanos puedan comprender y enterarse de las propuestas de los candidatos que postulan a una dignidad. Cuando triunfan en las elecciones, permite que por la interacción de los ciudadanos se conozca inconformidades, problemas de alcance social o económicos, y, por supuesto, la realidad que llevan los votantes; estos criterios deben considerarse para que la tarea valga la pena. En resumen, el uso de las redes sociales en el discurso político permite una mayor participación ciudadana y una mayor interacción entre los ciudadanos y los personajes políticos.

Las inconformidades y problemas de alcance social, se deben, según Gómez–Castellanos y otros (2022), a que el discurso en redes sociales sirve como base y apoyo de la política, pero no para sustituir los procesos políticos. A esto se suma que la información en los nuevos medios suele referirse a asuntos personales o circunstanciales y no a los motivos de las acciones sociales o decisiones políticas. Los gobiernos y partidos políticos a menudo utilizan internet como un tablón de anuncios para exponer su información, pero no para interactuar con los ciudadanos. El discurso en redes sociales ayuda a mejorar la democracia y la participación ciudadana, pero también crea limitaciones y riesgos.

Debido a la pandemia y la declaratoria de estado de emergencia en Ecuador, los candidatos se vieron forzados a usar estrategias digitales para llegar a una mayor cantidad de audiencia; su discurso político debía estar enfocado a quienes que –por distintas razones– no podían acompañarlos en las cruzadas por el territorio ecuatoriano. Elaborar un buen discurso político para redes sociales se tornó fundamental en las elecciones presidenciales de 2021, ya que la promoción o difusión de contenidos políticos dejaron de ser únicamente tradicionales, como: las reuniones con comunidades, campañas en televisión y radio. En este contexto, los candidatos utilizaron las redes sociales, incluyendo *TikTok*, para conectarse con la mayor cantidad de electores posible (Suárez–Tomalá y Cochea–Panchana 2022).

Los partidos políticos utilizaron plataformas virtuales para consolidar su discurso político; este fue su modo de promoción ideológica y representación. Consiguiendo que las campañas electorales presidenciales de 2021, en Ecuador, adquieran un nuevo perfil para transformar los métodos de fuerza y de ataque, en habilidades políticas reales e intensivas entre partes alternativas y los candidatos que se mantenían en la lucha (Bazantes–Cevallos, 2022).

Panorama de los Nuevos Métodos de Campaña Política en Redes Sociales

La campaña de Barack Obama en 2008 fue un ejemplo de cómo las redes sociales pueden ser utilizadas para movilizar a los ciudadanos y generar una mayor participación en la política. En este sentido, el éxito de la campaña se debió en gran medida al brillante manejo de los nuevos medios de comunicación digitales por parte de

Chris Hughes, uno de los fundadores de *Facebook*, quien comprendió que el éxito de las acciones comunicativas que utilizaría a través de la Web 2.0 dependía de la manera en que los electores se involucraran en la campaña (Araújo y Casero-Ripollés, 2018).

Entonces, en lugar de utilizar prácticas intrusivas, Hughes optó por promover la participación ciudadana y el diálogo en las redes sociales, lo que permitió que la campaña de Obama se convirtiera en un fenómeno viral y movilizará a millones de personas, destacando la importancia de que las campañas políticas en redes sociales se basen en la participación ciudadana y el diálogo, en lugar de la exposición de información y la publicidad intrusiva (Araújo y Casero-Ripollés, 2018).

En Latinoamérica, según Fernández (2018), el uso de las redes sociales en las campañas políticas es cada vez más generalizado, donde la irrupción de *WhatsApp* en las campañas políticas es particularmente relevante y las *Fake news* son un fenómeno complicado de controlar (Casero-Ripollés, 2018), ya que las redes sociales han introducido transformaciones en la producción, distribución y consumo de la información política, y que su consolidación en la comunicación política ha situado a la tecnología en el centro del debate académico. Además, el contexto en el que se produce el uso de las redes sociales es determinante y condiciona: 1) los resultados, incluyendo el sistema político, el sistema mediático; 2) la penetración de las tecnologías digitales; 3) la cultura política de la ciudadanía; y, 4) la organización de las campañas electorales.

En Ecuador, los políticos han utilizado redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *TikTok*, entre otras, para realizar

campañas políticas y promocionar sus propuestas. Por ejemplo, el expresidente de la República, Rafael Correa Delgado, predominó en presencia en las redes sociales durante su campaña política. El Consejo Nacional Electoral [CNE] monitoreó los espacios en Internet de cada uno de los aspirantes a la Presidencia, buscando la realización de campañas que concienticen a la población y aportaran al conocimiento profundo de las propuestas de cada candidato. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina [CIESPAL] también realizó una observación sistemática a cada uno de los canales digitales –Facebook y Twitter– de los aspirantes a presidente (López y Cabrera, 2014).

Zumárraga–Espinosa y otros (2017) afirman que gran parte de la propaganda de los candidatos fue impulsada a través de un entorno *online* y que el uso político en las redes sociales propicia un clima de participación política inédito previo, durante y después de las elecciones presidenciales. Resaltando, que las redes sociales pueden operar como plataformas de empoderamiento, permitiendo que los usuarios adopten un papel más activo en la promoción o difusión de proyectos y propuestas políticas. En general, se destaca la importancia de las redes sociales en la movilización política y en la modernización de las estrategias de reclutamiento de organizaciones y partidos políticos (Zumárraga–Espinosa et al., 2017).

Para gestionar adecuadamente los nuevos métodos de campaña política en redes sociales, es necesario conocer el uso de éstas y su segmentación para publicar contenido estratégico que llegue a los segmentos de audiencia que cada plataforma ha establecido por mayoría de usuarios.

Además, se recomienda planificar el contenido político que se va a publicar en la web, considerando los cambios y evolución que tiene la sociedad en aspectos políticos (Corrales–Caiza y Lozada–Robalino, 2023).

Las redes sociales y los nuevos métodos de campaña política se convierten en el escenario de oportunidades para recuperar los espacios perdidos a mediano plazo. Por ejemplo, (Gómez–Castellanos et al., 2022), mencionan la campaña presidencial de Howard Dean en 2004, se utilizaron blogs donde los simpatizantes dictaban las políticas del sitio oficial. Asimismo, en 2006, las redes sociales se consolidan y aproximadamente 40 millones de estadounidenses realizaban publicaciones de algún contenido en sitios como *YouTube*, mientras que cada siete de diez usuarios mantenían un blog, por lo tanto, ya no consumían solo información, sino que además la producían, volviéndose prosumidores.

Para Suárez Tomalá y Cochea Panchana (2022), las redes sociales, como parte de la Web 2.0, han desarrollado competencias para editar, producir y compartir recursos multimedia, creando de este modo narrativas y vivencias de aprendizaje transmedia. El uso de las redes sociales se evidencia a través del hecho de que candidatos a puestos políticos han optado por usarlas como parte de sus campañas, esto debido a factores como el bajo costo de inversión por publicación, el alcance, el compromiso, el público y la analítica.

Las nuevas campañas políticas se basan en la búsqueda de conocimientos y desarrollos tecnológicos, así como en la gestión inteligente y creativa, típico del proceso de intercambio político, así lo afirma Bazantes–

Cevallos (2022), quién asegura que las campañas electorales son procesos intensos de investigación, organización, comunicación, movilización y cuidado, y defensa del voto. Hoy, la comunicación lleva a nuevas formas de campañas electorales en la que los medios de comunicación, como es el internet y la telefonía móvil se imponen como líneas privilegiadas para hacer campaña.

Análisis de Nuevas Técnicas e Instrumentos

Las tecnologías de la información y comunicación, como las redes sociales, han cambiado la forma como se desarrolla la política, ya que han permitido una mayor participación ciudadana y han dado lugar a nuevas formas de organización y movilización social. Las redes sociales pueden ser utilizadas como herramientas para la construcción de una ciudadanía más activa y crítica, capaz de exigir transparencia y rendición de cuentas a los gobiernos y a los partidos políticos. Al mismo tiempo, se advierte que las redes sociales no pueden sustituir los procesos políticos, sino que pueden servir como base y apoyo de la política. Siendo importante que los gobiernos, los administradores y los partidos políticos no se limiten a exponer información en las redes sociales, sino que promuevan el diálogo y la participación ciudadana en la toma de decisiones políticas (Araújo y Casero-Ripollés, 2018).

Fernández (2018) puntualiza que dentro de estas nuevas técnicas e instrumentos está la microsegmentación y el análisis del Big Data, como herramientas importantes para comprender a los electores y diseñar políticas públicas acordes. Por ejemplo, la victoria de Trump en 2016 se dio porque entendió mejor la nueva forma en que los electores estaban consumiendo la información. Adicional,

los periodistas especializados en política están obligados a incorporar nuevas técnicas en la producción y distribución de la información, ya que el entorno digital está propiciando la proliferación de nuevos actores que van más allá de los sujetos tradicionales del campo. Entre estas nuevas técnicas e instrumentos se mencionan la analítica web, el SEO y la creación de la marca personal. Además, se destaca la emergencia de nuevos líderes de opinión digitales o *influencers*, que son capaces de acumular un elevado capital simbólico que les permite incidir efectivamente sobre el flujo informativo (Casero-Ripollés, 2018)

Se torna necesario conocer al Político 2.0, así lo aseveran López y Cabrera (2014), debido a que los políticos pueden utilizar las redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *TikTok*, entre otros, para integrar las TIC como concepto organizativo en sus campañas políticas. Los cambios sociales como el comportamiento, la red social como binomio político, el arte en una campaña por redes sociales y el concepto de ganar, a través de una red social, solo se podrá cristalizar si se comprende el uso correcto de las redes sociales en las campañas políticas (López y Cabrera, 2014).

En el uso de nuevas técnicas e instrumentos, los políticos deben aprender a utilizar cada red social para un objetivo y obtener un alto impacto en la ciudadanía virtual en tiempos de elecciones. Para ello, Corrales-Caiza y Lozada-Robalino (2023) desarrollaron un prototipo de página web en donde se muestra contenido informativo político para la ciudadanía virtual en general, educando a los votantes para que tengan conocimiento sobre todos los partidos políticos existentes, sus planes, proyectos, candidatos y demás aspectos requeridos por la sociedad.

Las TIC, especialmente la Web 2.0 y las redes sociales, han cambiado la forma en que se lleva a cabo la política. La capacidad de interactividad de las redes sociales es mucho mayor que la de los medios de comunicación tradicionales, lo que representa una oportunidad como ya lo habíamos mencionado, para que los partidos políticos recuperen el espacio perdido a mediano plazo. Las tecnologías de la comunicación han tenido su mejor expresión en el mundo político a través de la Web 2.0, las redes sociales son utilizadas para mejorar la democracia y la participación ciudadana (Gómez–Castellanos et al., 2022).

Ejemplos de Estudio: Aplicaciones Prácticas en la Actualidad

La campaña presidencial de Barack Obama en 2008 fue considerada un paraguas en las estrategias de marketing y comunicación política. La campaña de Obama fue exitosa en gran parte debido al brillante manejo de los nuevos medios de comunicación digitales con acciones comunicativas a través de la Web 2.0 con un gran involucramiento de los votantes en la campaña. Hughes utilizó las redes sociales para involucrar a los electores en la campaña, promoviendo la participación ciudadana y el diálogo. Entendiendo que las redes sociales pueden ser utilizadas como herramientas para la construcción de una ciudadanía más activa y crítica, capaz de exigir transparencia y rendición de cuentas a los gobiernos y a los partidos políticos. (Araújo y Casero–Ripollés, 2018).

Campos–Domínguez (2017) refiere que Twitter identifica diferentes perspectivas y tendencias teóricas. Permite realizar un análisis de posibilidades de los candidatos, analizar los efectos de su uso y exposición en las formas de hacer política, y el conteo del número de usuarios políticos y de instituciones con presencia en dicha red social. También

sugiere que sea estudiado tanto el rol de los ciudadanos en Twitter como productores y receptores de información política, así como su papel en la relación del debate político con los medios de comunicación.

En Latinoamérica, Fernández (2018) cita varios ejemplos específicos de campañas políticas en la era digital y las redes sociales. Para iniciar en Brasil, la campaña de Jair Bolsonaro utilizó las redes sociales para movilizar a sus seguidores y difundir información; En México, la campaña de Andrés Manuel López Obrador utilizó una estrategia de comunicación directa con los ciudadanos a través de las redes sociales. En Argentina, la campaña de Mauricio Macri utilizó técnicas de microsegmentación y análisis del *Big Data* para comprender mejor a los electores y diseñar políticas públicas acordes. Tomando como referencia un artículo que analiza el panorama político digital de los candidatos presidenciales en Colombia en 2018, se identifica que en la campaña, Gustavo Petro utilizó las redes sociales para movilizar a sus seguidores y difundir información.

Un ejemplo de cómo utilizar las redes sociales en Ecuador es la destacada campaña del expresidente de la República, Rafael Correa. El exmandatario utilizó diferentes sitios web, como la web de Movimiento País, su estructura política, suscripción al fan page de *Facebook*, diversas cuentas en *Twitter*, el canal de *Youtube* y blogs informativos, así como diferentes redes asociadas. Además, la campaña de Correa fue innovadora en la transmisión en directo de los mítines políticos a través del servicio *Livestream*. En general, su campaña es considerada un ejemplo exitoso de cómo utilizar las redes sociales en un proceso político (López y Cabrera, 2014).

Las redes sociales deben ser utilizadas únicamente como herramientas para la construcción de una ciudadanía más activa y crítica, capaz de exigir transparencia y rendición de cuentas a los gobiernos y a los partidos políticos. Además, es importante que los gobiernos, los administradores y los partidos políticos promuevan el diálogo y la participación ciudadana en la toma de decisiones políticas, en lugar de limitarse a exponer información en las redes sociales. Las campañas políticas en redes sociales deben basarse en la participación ciudadana y el diálogo, en lugar de la exposición de información y la publicidad intrusiva. (Araújo y Casero-Ripollés, 2018)

Por su parte Campos-Domínguez (2017) menciona, que si bien las campañas presidenciales de los Estados Unidos de 2008 y 2012 parecían confirmar la creencia de los utopistas de internet de que las herramientas digitales mejorarían la democracia mediante la expansión del empoderamiento y compromiso ciudadano; la campaña 2016 puso de relieve los desafíos que plantea internet –y Twitter en concreto– para la democracia estadounidense. Además, se han registrado análisis de los debates presidenciales o electorales en *Twitter*, bien centrados en conocer los efectos y actitudes de los usuarios, destinados a analizar el contenido del debate o la personalización de estas campañas. Lamentablemente los interesados no prestan atención a lo que ahí se expone.

Fernández (2018) destaca que la irrupción de *WhatsApp* en las campañas políticas ha generado nuevos retos en cuanto al control de las *fake news* y la manipulación de la información. Recalca, también, que la seguridad versus la libertad es un viejo dilema histórico que ahora se está

viendo en su versión 2.0 en el contexto de la ciberpolítica. Las campañas políticas en la era digital han generado preocupaciones éticas y morales en cuanto a la privacidad de los datos de los ciudadanos y la manipulación de la información.

Mientras en el Ecuador, según López y Cabrera (2014), en las redes sociales, se encuentran los «ataques» entre los partidos políticos, buscando desacreditarlos en vez de preocuparse por tener justamente la interactividad con los usuarios de estas redes y obtener ‘puntos a favor’ a través de las mismas, existiendo un uso incorrecto de las redes sociales y un desconocimiento del Político 2.0. Certificando lo mencionado, Zumárraga-Espinosa et al. (2017) cuestionan el uso político de las redes sociales, porque puede presentar desafíos y preocupaciones, como la difusión de información errónea o la polarización de la opinión pública.

Gómez-Castellanos, Ortiz-Marín y Concepción-Montiel (2022) explican que existen diferentes áreas de la política donde se puede aplicar el uso de las redes sociales y la web 2.0: 1. Campañas electorales: como se mencionó anteriormente, los partidos políticos y los candidatos pueden utilizar las redes sociales para llegar a un público más amplio y para involucrar a los votantes en la campaña. 2. Participación ciudadana: las redes sociales también pueden ser utilizadas para fomentar la participación ciudadana en la política. Los ciudadanos pueden utilizar las redes sociales para compartir información, discutir temas políticos y organizar protestas y manifestaciones. 3. Transparencia y rendición de cuentas: las tecnologías de la comunicación también pueden ser utilizadas para mejorar la transparencia y la rendición de cuentas en la política. Los ciudadanos

pueden utilizar las redes sociales para monitorear las acciones de los políticos y para exigir que se rindan cuentas por sus acciones. 4. Educación cívica: las tecnologías de la comunicación también pueden ser utilizadas para mejorar la educación cívica. Los ciudadanos pueden utilizar las redes sociales para aprender sobre temas políticos y para discutir y debatir sobre estos temas con otros ciudadanos.

En el Ecuador, en las elecciones 2021, el uso de *TikTok* se volvió esencial para que los ciudadanos pudieran conocer, además de las propuestas, la vida de cada candidato. *TikTok* permitió a los candidatos llegar a una audiencia más joven y conectarse con ellos a través de videos cortos y creativos, acompañados del uso de palabras comunes, hashtags del momento y personajes con quienes conectar a más del candidato, permitieron que una campaña resulte efectiva. Sin embargo, Suárez-Tomalá y Cochea-Panchana (2022) enfatizan que mostrar a *TikTok* como una herramienta principal de comunicación resulta ser una falacia, ya que, a pesar de tener un gran alcance de la audiencia, esta no representa un gran porcentaje de la población. *TikTok* sirve más como un elemento publicitario y bloquea una verdadera discusión de propuestas entre el candidato y su seguidor.

En su aplicación, las redes sociales fueron un factor determinante en la victoria del candidato Guillermo Lasso en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2021, en Ecuador. Porque proporcionaron imágenes y fuentes confiables de información sobre temas políticos, siendo las plataformas ideales para atraer la atención de la gente hacia la política y tener inclinado su voto (Bazantes-Cevallos, 2022).

Metodología

Para este estudio, se utilizó como técnica la encuesta que es una herramienta cuantitativa que permitió obtener información con oportunidad de los ciudadanos (Bravo, 2022). Este artículo deriva del proyecto «Comunicación, Derechos y Ciudadanía: Representación de Colectivos, Organizaciones y Nuevos Movimientos Sociales en el Discurso Mediático». La medición se realizó desde el Observatorio Latinoamericano de Convergencias Mediáticas de la carrera de Comunicación, Universidad Nacional de Chimborazo.

Se aplicó una batería de 11 preguntas a los ciudadanos de Riobamba –urbano–. Como muestra, se trabajó con 310 personas de las parroquias urbanas Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velazco y Yaruquíes. Como resultado, se pudo identificar, evaluar y comprender la preferencia de los electores frente a las estrategias discursivas empleadas por los actores políticos en las redes sociales que pueden influir en la opinión pública.

Al elegir estratégicamente una serie de campañas políticas ecuatorianas recientes que utilizaron mucho las redes sociales, se escogió la realizada por los candidatos a alcalde de Riobamba, en los comicios que se realizaron en febrero de 2023. Participaron como candidatos: Patricio Argüello Mendoza –Partido Social Cristiano [PSC]–; Luis Carvajal Novillo –Movimiento Pueblo, Igualdad y Democracia [MPID]–Lista 4–; Edison Cepeda Sampedro –Alianza “Vida” – Izquierda Democrática 12 [ID]– Amauta Yuyay 66–; César Daqui –Alianza “Frente Amplio” – Coalición de los Comunes 63, Mover 35, Democracia Sí 20 y Unidad Popular 2–; Jorge Erazo –Revolución Ciudadana 5 [RC] y Amigo 16–; Luis

Falconí –Movimiento Cambio–Lista 62–; Carlos Jara –Alianza “Ser” – Renovación 61, Suma 23 y Construye 2–; Doryan Jara Pachakutik–Lista 18–; Rocío Pumagualli –Alianza “Somos Esperanza”–Partido Socialista 17 y Sociedad Patriótica 3–; José Tenesaca –Alianza “Construimos Contigo” – Minga 100 y Avanza–; John Vinueza –Alianza “Vecinos en Acción”– Centro Democrático 1 y Reto 33–. Entre los datos recopilados se encontraban publicaciones, tuits, comentarios y cualquier otro tipo de contenido realizado por figuras políticas y usuarios en estas plataformas.

El análisis se completó con una revisión de los entornos sociopolíticos en los que se desarrollaron estos discursos. Este paso fue esencial para comprender cómo los discursos políticos se relacionan con las realidades sociales y políticas del país y cómo encajan en un contexto más amplio de luchas por el poder. Dado que las redes sociales han alterado la política ecuatoriana en la era digital, la metodología utilizada para estudiar estos cambios permitió una investigación minuciosa y metódica, que a su vez dio lugar a una comprensión crítica de sus implicaciones políticas.

Resultados

El presente epígrafe muestra los resultados alcanzados con la aplicación metodológica y se encuentran consignados en: Tabla 1: Edad y sexo de los participantes; Tabla 2: Exposición de la comunicación de los candidatos en el metaverso; Tabla 3: Dispositivo tecnológico que se utiliza con más frecuencia; Tabla 4: Plataformas digitales utilizadas con más frecuencia; Tabla 5: Contenido que más recibió respecto a información de los candidatos; Tabla 6: Qué días revisó más información de los candidatos en el proceso

electoral; Tabla 7: Qué elemento causó mayor impacto en la campaña en redes sociales; Tabla 8: Qué elemento impactó más en el discurso de los candidatos; Tabla 9: Decisión de voto; Tabla 10: Percepción sobre estrategias de difusión en comunicación política; Tabla 11: Explicación respuestas tabla 10.

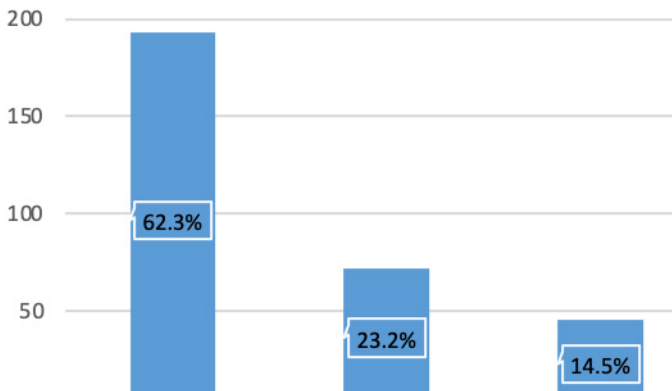
Tabla 1

Edad y sexo de los participantes

¿Cuál es su Edad?	Hombres	Mujeres	%
18-30	87	106	62.3%
31-43	37	35	23.2%
44-56	28	17	14.5%
57-65	0	0	0
TOTAL	152	158	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 1: Género de los encuestados



Nota: Elaboración propia

Del total de participantes en el presente estudio [Tabla 1], el 62 por ciento son jóvenes de entre 18 a 30 años, vinculados con el uso frecuente de las redes sociales. Además, las mujeres –55 por ciento– constituyen un porcentaje ligeramente superior frente a los hombres –45 por ciento–. Esto denota que las mujeres jóvenes se involucran más con el discurso político.

Las personas comprendidas en el rango de edad de 31 a 43 comprenden el grupo más grande –23.2 por ciento–. La proporción de hombres y mujeres sugiere que las personas participan por igual en el discurso político en las redes sociales.

Mientras que, las personas en edades entre 44 a 56 años, tienen la menor cantidad de participantes –14.5 por ciento–; de ellas el 62 por ciento son hombres y el 38 por ciento mujeres. Esto podría deberse a la formación, trabajo o por tradición familiar presentes en el Ecuador.

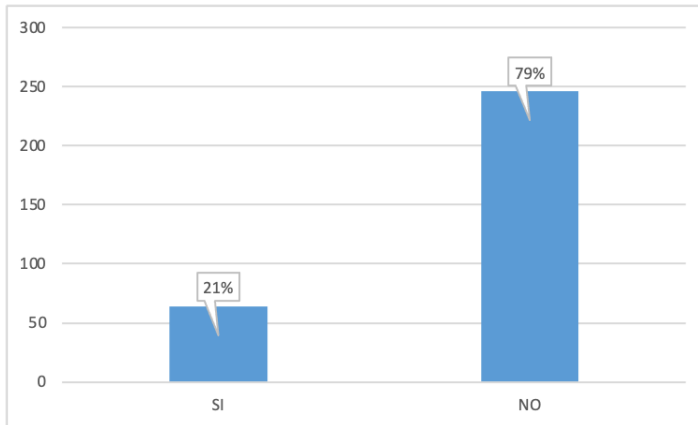
No se proporciona información para el grupo de edad de 57 a 65 años, lo que podría sugerir que este grupo de edad es menos activo en las redes sociales o la política digital, aunque se requiere más investigación para confirmar esta suposición.

Tabla 2

Exposición de la comunicación de los candidatos en el metaverso

¿Participó durante la campaña electoral gracias a la exposición de la comunicación de los candidatos en el metaverso?	Hombres	Mujeres	Porcentaje
SI	37	27	21%
NO	115	131	79%
TOTAL	152	158	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 2*Participación vinculada con el metaverso*

Nota: Elaboración propia

Esta pregunta refleja la participación de hombres y mujeres en el metaverso durante la campaña electoral orientada desde la exposición de las comunicaciones de los candidatos para alcalde de Riobamba –310 personas que corresponde al 100 por ciento–. La colección de entornos virtuales conocida como metaverso permitió la interacción social y comercial en tiempo real entre los usuarios. Durante este evento político, los postulantes usaron el metaverso como plataforma para involucrar a los votantes de maneras nuevas e interesantes. El 24.3 por ciento de los 152 hombres admitieron haber usado el metaverso durante la campaña cuando las comunicaciones de los aspirantes fueron publicadas. Mientras que, el 75.7 por ciento indicaron que no. En cambio, el 17.1 por ciento de mujeres afirmaron haber participado en actividades de metaverso relacionadas con la campaña frente 82.9 por ciento que afirmaron no haberlo hecho.

En consecuencia, de manera consolidada, los resultados alertan que los encuestados, hombres mujeres –79 por ciento–, no participaron en el metaverso durante la campaña electoral

pese a la comunicación de los candidatos. Durante la temporada electoral, los hombres eran más propensos que las mujeres a informar utilizando el metaverso. Esto sugiere que, a pesar de ser una plataforma novedosa para el discurso político, el metaverso puede no tener mucho efecto para alentar a los votantes a participar.

Tabla 3

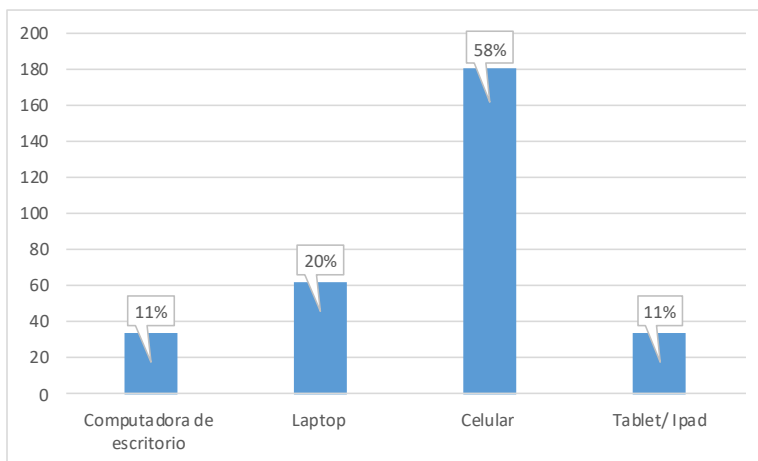
Dispositivo tecnológico que se utiliza con más frecuencia

¿Qué tipo de dispositivo tecnológico utiliza con más frecuencia?	Frecuencia	Porcentaje
Computadora de escritorio	34	11%
Laptop	62	20%
Celular	180	58%
Tablet/ Ipad	34	11%
Total	310	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 3

Dispositivos tecnológicos utilizados



Nota: Elaboración propia

Los resultados sobre la utilización de dispositivos tecnológicos indicaron que: la computadora de escritorio representó el 11 por ciento de la preferencia, Laptop el 20 por ciento y la Tablet/Ipad el 11 por ciento. Estos primeros datos resaltan la supremacía del Celular [teléfono móvil] como el dispositivo predominante –58 por ciento– y subraya la necesidad de potenciar las estrategias de campaña para dispositivos móviles; frente a esta implementar procesos de adaptación a estos, así como la generación de contenidos específicos ajustados a las características de la nueva realidad de usuarios y audiencias.

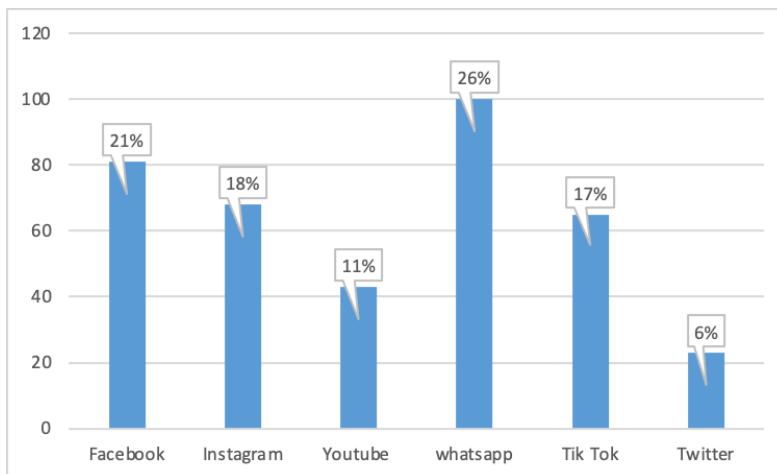
En este contexto, el «Celular» se convierte en una herramienta esencial para la comunicación política efectiva y la interacción con la ciudadanía. La alta preferencia por este dispositivo indica que los ciudadanos buscan una experiencia accesible y conveniente para mantenerse informados y participar en el discurso político.

Tabla 4

Plataformas digitales utilizadas con más frecuencia

¿Cuáles son las plataformas digitales que usted más utiliza?	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	81	21%
Instagram	68	18%
Youtube	43	11%
Whatsapp	100	26%
TikTok	65	17%
Twitter	23	6%
Total	380	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 4*Plataformas tecnológicas utilizadas*

Nota: Elaboración propia

La información destaca que tanto WhatsApp como TikTok son las plataformas líderes con un 26 por ciento y 17 por ciento de preferencia entre los usuarios, lo que permite resaltar la creciente relevancia de estas plataformas en la comunicación política y la participación ciudadana en la era digital, al ser redes sociales de contenido visual breve son indicadores clave para el diseño de estrategias de marketing político efectivas.

Por el contrario, *Facebook* e *Instagram* con un 21 por ciento y 18 por ciento, respectivamente, son consideradas como redes sociales fueron esenciales para la promoción de candidatos durante las campañas políticas, ya que permitieron llegar a una amplia audiencia y crear una

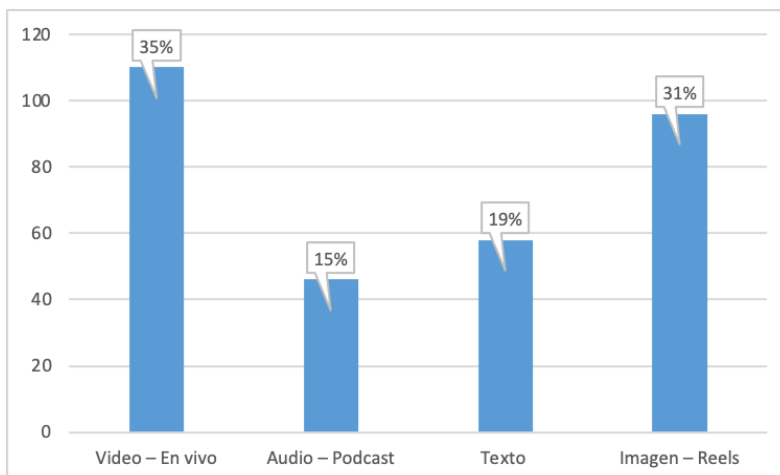
conexión personalizada con los votantes, difundiendo de forma masiva los contenidos y generando interacción con la audiencia y su entorno. Al igual que, *YouTube* que obtuvo el 11 por ciento, porque esta plataforma de contenido visual fue relevante para los votantes, debido a que brindó la oportunidad para que los candidatos se conectasen con audiencias más diversas y así puedan compartir contenidos multimedia y más largos. Y *Twitter*, con el 6 por ciento, aunque ocupó una reducida preferencia, es necesario recalcar que constituye una herramienta importante para la política 2.0, por su utilidad en la difusión de mensajes cortos y rápidos para discursos políticos.

Tabla 5

Contenido que más recibió respecto a información de los candidatos

¿Qué tipo de contenido fue el que más recibió respecto a información de los candidatos?	Frecuencia	Porcentaje
Video – En vivo	110	35%
Audio – Podcast	46	15%
Texto	58	19%
Imagen – Reels	96	31%
Total	310	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 5*Reacción frente a los contenidos observados*

Nota: Elaboración propia

De la data obtenida, habría que decir, que la reproducción de vídeos en directo ocupa el primer lugar con el 35 por ciento de preferencia de los encuestados. Hay que advertir algunos elementos: 1) La relevancia que tienen para las personas este tipo de contenidos y, los convierte en una herramienta efectiva para la comunicación política; 2) Estos videos difundidos en redes sociales como *Facebook Live*, *Instagram Live*, *Youtube Live* y otras, brindaron a los candidatos la oportunidad para conectarse con su audiencia –en tiempo real–; 3) Personalizaron el discurso político y permitieron la interactividad con las audiencias; 4) La inmediatez y el discurso orientado desde el contenido abonó a la confianza de la audiencia; 5) Se convirtió en una oportunidad para que la gente se conectase y enganche con la audiencia, fortalezca la participación ciudadana y comunique mensajes de manera efectiva.

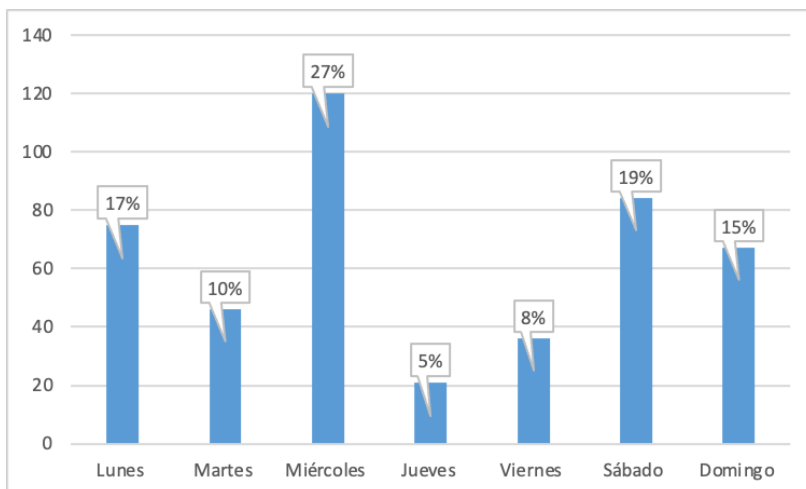
No obstante, los *Reels* o imágenes lo siguen con un 31 por ciento, evidenciando así que los contenidos visuales ofrecieron una manera más creativa de entregar contenidos de índole político con piezas comunicacionales cortas y concisas. El texto con un 19 por ciento de preferencia, demuestra que el contenido escrito, también fue relevante para presentar propuestas y argumentos que orienten el futuro voto de los electores. Los audios y podcast obtuvieron el 15 por ciento de preferencia, debido a que la audiencia busca una forma conveniente de consumir información relevante mientras realiza otras tareas adicionales y así abordar temas más detallados y fundamentados.

Tabla 6

Qué días revisó más información de los candidatos en el proceso electoral

Qué días son los que más revisó información de los candidatos en el proceso electoral	Frecuencia	Porcentaje
Lunes	75	17%
Martes	46	10%
Miércoles	120	27%
Jueves	21	5%
Viernes	36	8%
Sábado	84	19%
Domingo	67	15%
Total	361	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 6*Frecuencia de consumo de contenidos*

Nota: Elaboración propia

En el caso de la pregunta, sobre los días en que la audiencia revisó información de los candidatos durante el proceso electoral, se observó que el más relevante –según los datos– fue el miércoles, con un 27 por ciento de preferencia; es decir, los equipos de comunicación debieron considerarlo como momento clave para captar la atención de la audiencia y comunicar mensajes políticos con efectividad. El sábado y el domingo, obtuvieron un 19 por ciento y 15 por ciento, respectivamente, lo que indica que durante los fines de semana el mensaje político de los candidatos fue una oportunidad de alcance y maximización de las campañas políticas. Al igual que el 17 por ciento –obtenido el lunes y jueves– se convirtió en una oportunidad para presentar contenidos de políticos.

Finalmente, el martes –8 por ciento– y el viernes –10 por ciento– al ser los días con menos consumo de información, permitió determinar que fueron los días menos efectivos para aplicar las estrategias de contenido político; y deberá en posteriores procesos aplicar de mejor manera estrategias para incrementar el consumo de información.

Tabla 7

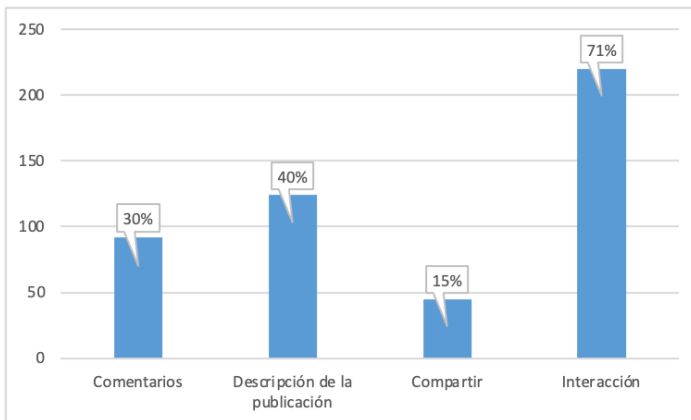
Qué elemento causó mayor impacto en la campaña en redes sociales

¿Qué elemento fue el que causó mayor impacto en la campaña en redes sociales?	Frecuencia	Porcentaje
Comentarios	92	30%
Descripción de la publicación	124	40%
Compartir	45	15%
Interacción	220	71%
Total	481	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 7

Elementos que impactaron dentro de la campaña



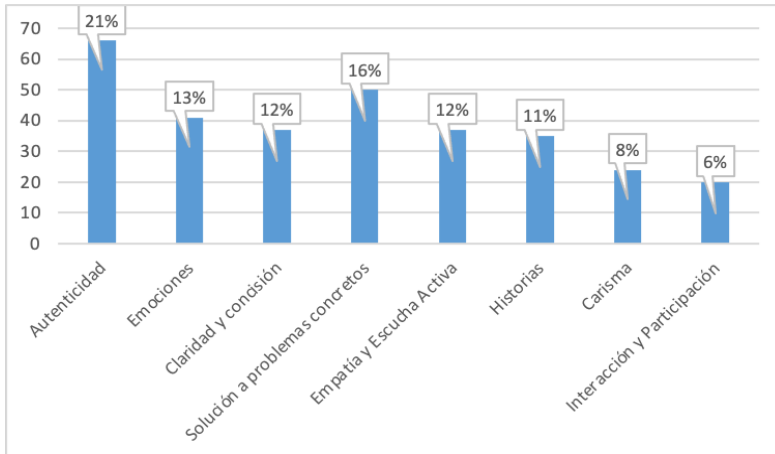
Nota: Elaboración propia

Al respecto de los resultados de esta interrogante, conviene decir que la «Interacción» fue la que tuvo el mayor impacto con el 71 por ciento de preferencia entre los usuarios, demostrando que, la participación activa de la audiencia (*likes*, comentarios, compartidos) fue una herramienta eficiente para generar compromiso y así, aumentar la visibilidad de los mensajes políticos de los candidatos en el período de estudio. La «Descripción de la publicación» –40 por ciento– apareció en segundo lugar, es decir que, la forma que se describió el contenido en las publicaciones de los candidatos y su mensaje político tuvo un fuerte impacto en la audiencia; y así, al detallar el contenido se convirtió en un elemento crucial para el éxito de la campaña en las plataformas de distribución de contenidos. Los «Comentarios» –30 por ciento– permitió entender que la audiencia interactúa con el contenido, convirtiéndola en una poderosa herramienta para la construcción de compromiso y aumentar el alcance del mensaje.

Y «Compartir» las publicaciones, obtuvo el 15 por ciento de la preferencia, a pesar de no ser tan significativo, fue relevante para analizar el rol de esta acción dentro de la comunicación política *online* como el elemento para generar nuevos espacios de ampliación de alcance y llegar a nuevos públicos objetivos.

Tabla 8*Qué elemento impactó más en el discurso de los candidatos*

¿Qué elemento impactó más en el discurso de los candidatos?	Frecuencia	Porcentaje
Autenticidad	66	21%
Emociones	41	13%
Claridad y concisión	37	12%
Solución a problemas concretos	50	16%
Empatía y Escucha Activa	37	12%
Historias	35	11%
Carisma	24	8%
Interacción y Participación	20	6%
Total	310	100%

Nota: Elaboración propia**Figura 8***Elementos de impacto en el discurso de los candidatos**Nota:* Elaboración propia

Aquí conviene detenerse para analizar los hallazgos de la pregunta ¿Qué elemento impactó más en el discurso de los candidatos? De acuerdo con los resultados presentados en la Tabla 8, la «Autenticidad» fue el elemento que causó mayor impacto en el discurso de los candidatos –con un 21 por ciento; hizo que la audiencia valorara la sinceridad reflejada por los candidatos en sus productos comunicacionales; este hecho les permitió conectarse con la comunidad digital. Respecto de la «Solución de los problemas concretos» –16 por ciento– evidencia que la audiencia buscó propuestas claras y viables para abordar las necesidades que se enfrentan y la forma cómo los candidatos afrontan estos problemas con soluciones concretas y buscan así ganarse el apoyo.

La «Emoción» y la «Claridad» de los discursos fueron elementos importantes con un 13 por ciento y 12 por ciento respectivamente, buscando de esta manera conectarse emocionalmente con su audiencia y generar empatía, y adicionalmente con esa concisión del discurso facilitar la comprensión del mensaje político.

La «Empatía» y «Escucha Activa» –12 por ciento– en conjunto con las «Historias» –11 por ciento–, reflejaron el interés de los usuarios por las respuestas recibidas frente a sus preocupaciones y propiciaron un escenario para que el postulante oiga las necesidades, se interese por ellas y genere mayor confianza y cercanía. Estos hechos fueron evidentes en las interacciones –preguntas, respuestas, reclamos y hasta insultos presentes en los contenidos observados–. Las réplicas de los responsables de la comunicación de los candidatos se convirtieron en el espacio de interacción candidato – ciudadanos.

Finalmente, en el «Carisma» –8 por ciento– y la «Interacción y Participación» –6 por ciento–, demuestra que, si bien son importantes, a los ciudadanos les interesa en mayor proporción la atención a sus requerimientos frente a la imagen que, por ejemplo, proyecta el candidato.

Tabla 9

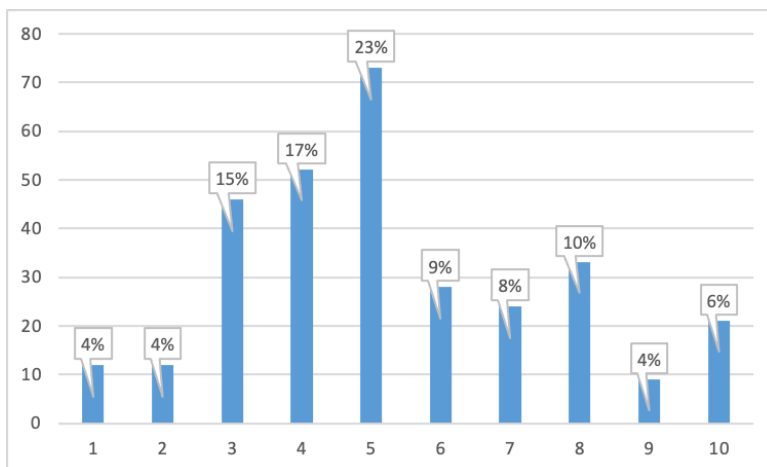
Decisión de voto

¿Cuál ha sido la influencia de la comunicación en el metaverso durante la campaña electoral en su decisión de voto?	HOMBRES	MUJERES	%
1	6	6	4%
2	7	5	4%
3	18	28	15%
4	30	22	17%
5	38	35	23%
6	14	14	9%
7	8	16	8%
8	15	18	10%
9	2	7	4
10	14	7	6
TOTAL	152	158	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 9

Influencia de la comunicación en el metaverso en la campaña electoral



Nota: Elaboración propia

De acuerdo con los datos obtenidos, en la Tabla 9, se demuestra cómo los hombres y las mujeres –4 por ciento– ven cómo la comunicación del metaverso afecta su capacidad para votar. La escala tiene un rango de 1 a 10, donde 1 denota «ninguna influencia» y 10 denota «influencia significativa», la distribución de las respuestas se puede entender de la siguiente manera.

Tanto para hombres como para mujeres, las respuestas más altas parecen concentrarse en los valores medios de la escala –3 a 5–. Hubo 38 respuestas, siendo el número 5 el más frecuente, seguido de 30 con el número 4 que se informaron, particularmente para los hombres. Los valores más comunes son 3 y 5, que son reportados por mujeres con 28 y 35 respuestas, respectivamente. Esto puede implicar que, aunque una proporción considerable

de mujeres también sintió cierta influencia moderada de la comunicación del metaverso en su decisión de votar, es posible que un poco más de mujeres sintieran menos influencia en comparación con los hombres.

Desde esa perspectiva, es necesario advertir que un porcentaje de las mujeres también sintieron una influencia de lo comunicativo implícito en el metaverso a la hora de sufragar; queda abierta la posibilidad para afirmar que ellas hayan tenido un menor efecto que los hombres y esto pudo incidir en su intención de voto.

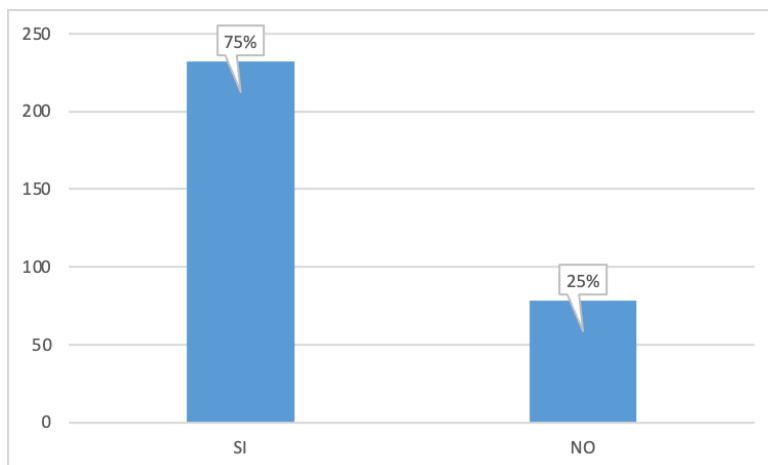
Según estos hallazgos, es posible que la comunicación del metaverso durante la campaña electoral tuviera un impacto moderado en la mayoría de las decisiones de voto de los participantes del estudio.

Tabla 10

Percepción sobre estrategias de difusión en comunicación política

¿Cree que la comunicación en el metaverso es más efectiva que otros métodos de comunicación política, como la publicidad en televisión o la radio?	HOMBRES	MUJERES	%
SI	116	116	75%
NO	36	42	25%
TOTAL	152	158	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 10*Efectividad de la comunicación en el metaverso*

Nota: Elaboración propia

Según los resultados, los participantes –dependiendo de su género– piensan que la comunicación política en el metaverso es más efectiva que las formas tradicionales de comunicación política, como la publicidad en radio o televisión. 36 hombres –aproximadamente el 25 por ciento– no estuvieron de acuerdo, y, el 76 por ciento restante de los 152 hombres que respondieron la encuesta, estuvieron de acuerdo en que la comunicación del metaverso era superior a los métodos tradicionales de comunicación política.

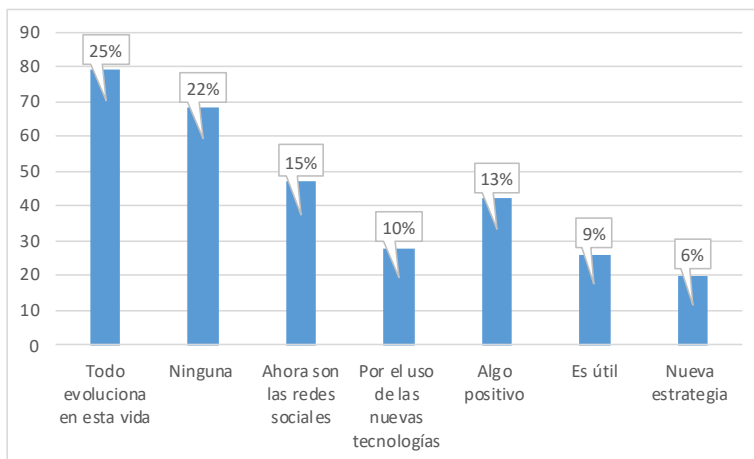
Las 158 mujeres que participaron en la encuesta tenían puntos de vista diferentes, pero aún estaban sesgadas a favor de la efectividad del metaverso. En general, 42 mujeres –27 por ciento– no estuvieron de acuerdo con la afirmación de que la comunicación en el metaverso es más efectiva que en el mundo real, mientras que 116 mujeres –73 por ciento– estuvieron de acuerdo.

Estos resultados sugieren que una gran mayoría de personas de ambos sexos cree que la comunicación del metaverso es un medio más eficaz para la comunicación política en comparación con los métodos más tradicionales. El hecho de que una parte considerable de los participantes no esté de acuerdo con esta afirmación también debe señalarse porque sugiere que algunas personas aún valoran las formas tradicionales de comunicación política. Esta división de percepciones puede verse influenciada por una serie de factores, que incluyen la edad, la comodidad tecnológica y las preferencias personales.

Tabla 11*Explicación respuestas tabla 10*

En base a la pregunta anterior explique su respuesta	HOMBRES	MUJERES	%
Todo evoluciona en esta vida	34	45	25%
Ninguna	30	38	22%
Ahora son las redes sociales	23	24	15%
Por el uso de las nuevas tecnologías	14	14	10%
Algo positivo	23	19	13%
Es útil	18	8	9%
Nueva estrategia	10	10	6%
TOTAL	152	158	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 11*Referencia de la comunicación en el metaverso*

Nota: Elaboración propia

Finalmente, los datos de esta tabla demuestran cómo respondieron hombres y mujeres cuando se les preguntó si creían que la comunicación política en el metaverso era más efectiva que otras formas de comunicación política, como la publicidad por radio o televisión. En la interrogante «Todo evoluciona en esta vida» se obtuvo el 25 por ciento, escogida por 34 hombres y 45 mujeres, respuesta que evidenció mayor preferencia. La segunda respuesta con mayor preferencia para los encuestados fue «Ninguno» –22 por ciento–, que fue seleccionada por 30 hombres y 38 mujeres.

El hecho de que una parte importante de los participantes seleccionaran las opciones «Ahora son las redes sociales» –15 por ciento– y «Por el uso de nuevas tecnologías» –10 por ciento– denota que son conscientes del papel cada vez mayor que están jugando

las redes sociales y las nuevas tecnologías, importante para la comunicación política. Parece que el apoyo a la comunicación política en el metaverso se puede ver en las respuestas «Algo positivo» –13 por ciento–, «Es útil» –9 por ciento– y «Nueva estrategia» –6 por ciento–. Estos resultados muestran que las opiniones de los participantes sobre la función del metaverso en la comunicación política son generalmente variadas.

Hallazgos y Sugerecias para Investigaciones Adicionales

Es evidente que la era digital ha revolucionado la forma en que se llevan a cabo las campañas políticas. La penetración masiva de las redes sociales ha transformado la manera en que los candidatos se comunican con la audiencia y cómo esta responde a sus mensajes. Como señala D’Adamo et. al. (2015), las redes sociales han proporcionado nuevas oportunidades para la participación ciudadana y la interacción directa entre candidatos y votantes.

En este sentido, Hidalgo y Cedeño (2022) sostienen, que la comunicación política –usando redes sociales– ha experimentado nuevos espacios de interacción, convirtiéndola en una eficiente herramienta para motivar la preferencia de los electores. Entre tanto, Cabezuelo–Lorenzo y Manfredi (2019) afirman que es notorio el nivel comunicativo alcanzado por las redes sociales y la forma en que los ciudadanos acceden a contenidos. El uso extendido de las redes sociales ha modificado el papel ejercido por la ciudadanía en el debate político creando audiencias menos pasivas (Crespo y Moreno, 2016).

Las redes sociales han cambiado la forma en que se desarrolla la política, permitiendo una mayor participación

ciudadana y dando lugar a nuevas formas de organización y movilización social.

En primer lugar, se debe definir la participación como aquella “práctica de ciudadanía urbana y activa que se funda en la idea de construir verdaderos espacios de ciudadanía” (Janoschka, 2011, p. 118); y las redes sociales “han modificado la forma y frecuencia en que los seres humanos se comunican, lo cual también ha originado una forma distinta de participación ciudadana”, (Ayala, 2014, p. 23). Es indispensable resaltar la importancia de que los gobiernos, los administradores y los partidos políticos promuevan el diálogo y la participación ciudadana en la toma de decisiones políticas, en lugar de limitarse a exponer información en las redes sociales. Igualmente, las campañas políticas en redes sociales deben basarse en la participación ciudadana y el diálogo, en lugar de la exposición de información y la publicidad intrusiva (Araújo y Casero-Ripollés, 2018).

Insisten Gil Ramírez y Gómez de Travesedo Rojas (2021):

La necesidad de mayores niveles de intercambio y consenso, especialmente entre las esferas política y ciudadana, en relación a los mensajes, símbolos y opiniones que, a través de la comunicación política, construyen la Opinión Pública digital. La posibilidad de una democracia deliberativa se vislumbra lejana. La confrontación discursiva propia de la comunicación política tradicional se traslada al entorno *online*, con la única salvedad de que, ahora y de momento, está más equiparada entre los tres elementos que en ella intervienen. (p. 64)

La autenticidad se destaca como un factor crucial en el discurso político en línea. La investigación de Zumárraga-Espinosa (2017) destaca, que la autenticidad y sinceridad son fundamentales para establecer una conexión genuina con la audiencia. En la era de la información, los votantes son cada vez más conscientes y exigentes en cuanto a la credibilidad y autenticidad de los candidatos. Añade Valverde (2019), que se trata del efecto no solo discursivo sino social y político que responde a niveles y escalas de percepción del ciudadano – elector. Concluye Olivie (2021), que a la autenticidad puede considerarla como una construcción que recalca en el imaginario de los seres humanos.

Destaca Fernández (2018), que *WhatsApp* en las campañas políticas es una plataforma muy utilizada para la información política, y es necesario que se realicen más investigaciones sobre el uso de la misma. Argumentan Crespo-Martínez, Rojo-Martínez, Mayordomo-Zapata, y Moreno-Moreno (2022, s/n) “en *WhatsApp*, el diálogo sobre asuntos políticos podría estar teniendo lugar preferentemente en espacios de interacción grupal «uno-a-varios» y no en chats privados”. Al mismo tiempo, hay muchos elementos nuevos al analizar las campañas contemporáneas, pero no todo lo nuevo tiene por qué ser negativo o criminal en sus implicaciones, y se sugiere que se realicen más investigaciones sobre las implicaciones éticas y morales de las nuevas técnicas de ciberpolítica. Comparten Zamora y Losada (2021), *WhatsApp* se ha posicionado como la herramienta digital que –en lo contemporáneo– no puede apartarse de las estrategias comunicativas vinculadas con lo político.

Como investigación adicional, Casero–Ripollés (2018) sugiere centrarse en determinar los efectos del entorno digital tanto para el sistema político como para la vida cotidiana, examinar cómo afectan a las relaciones de poder establecidas y a las jerarquías sociales existentes, y en introducir una perspectiva centrada en la generación de desigualdades digitales que el nuevo entorno tecnológico.

Asimismo, se pueden realizar investigaciones adicionales, como el análisis de las técnicas de segmentación de audiencia y personalización de mensajes utilizadas en las campañas políticas en las redes sociales, la medición del impacto de los mensajes políticos en las redes sociales y la evaluación de la efectividad de las campañas políticas en las redes sociales en comparación con otros medios de comunicación (López y Cabrera, 2014).

Se destaca la necesidad de seguir examinando el uso político de las redes sociales e Internet en la participación *online* y *offline*, especialmente en el contexto de América Latina, caracterizado por una mayor complejidad y polarización social. Mediante estudios de panel en un contexto no electoral para evaluar cómo las conductas que se incentivaron en el período electoral se mantienen en una etapa posterior (Zumárraga–Espinosa, et al., 2017).

Conclusiones

En la era de la comunicación digital, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental. Los candidatos utilizan estas plataformas para involucrar a los votantes de manera más directa y personal, al mismo tiempo que se conectan con una audiencia más amplia y diversa.

Las redes sociales tienen un gran impacto en cómo funcionan las elecciones y cómo participan los ciudadanos. Estas plataformas permiten la expresión de opiniones, el conocimiento de los candidatos y sus planes, y la organización del público en torno a causas políticas y sociales. Las tácticas y estrategias de las redes sociales para la comunicación política deben ser específicas. La estructura y lenguaje de cada plataforma debe trabajar con los mensajes, los cuales deben ser desarrollados para promover la participación e interacción de los usuarios.

El éxito de las campañas políticas en las redes sociales depende de la innovación y la creatividad. La capacidad de producir contenido atractivo y único que capte la atención de los usuarios e influya en la opinión pública es un requisito para los candidatos y sus equipos. A pesar de los beneficios de las redes sociales para la comunicación política, su uso conlleva riesgos y desafíos. Los usuarios de las redes sociales son crédulos ante la propaganda política y la información manipulada o distorsionada. El uso excesivo de las redes sociales también puede conducir a que se ignoren los problemas políticos y a que se sobrecargue la información.

Referencias

- Altamirano–Benítez, V. (2021). Voto consciente, elecciones 2021. Universidad del Rosario. https://doi.org/10.48713/10336_33061
- Araújo, X. R., y Casero–Ripollés, A. (2018). Comunicación política en la época de las redes sociales: lo viejo y lo nuevo, y más allá. *adComunica*, (16), 21–24. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.16.2>

- Ayala, T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (26), 23–48. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2014.n26-02>
- Bazantes–Cevallos, S. S. (2022). Medios nativos digitales y la opinión pública. Análisis de contenido de la campaña presidencial 2021 Ecuador [Trabajo de titulación de grado]. Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21743/4/TTQ566.pdf>
- Bravo, J. (2022). La investigación social en comunicación: investigación cuantitativa, cualitativa y participativa. Ediciones Universidad Nacional de Chimborazo.
- Cabezuelo–Lorenzo, F. y Manfredi, J. L. (2019). Posverdad, fake–news y agenda política en el discurso de Trump en Twitter. *Historia y Comunicación Social*, 24(2). <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66291>
- Campos–Domínguez, E. M. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información*, 26(5), 785–794. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>
- Casero–Ripollés, A. (2018). Investigación sobre información política y redes sociales: puntos clave y retos de futuro. *Profesional de la Información*, 27(5), 964–974. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/67489>
- Castellanos, R. M. G., Marín, M. O., y Montiel, L. E. C. (2022). Tecnologías de la comunicación y política 2.0. Espacios públicos, 14(30). <https://espaciospublicos.uaemex.mx/article/view/19840>

- Corrales–Caiza, J. J. y Lozada–Robalino, O. P. (2023). Ciudadanía virtual: uso de redes sociales y política 2.0. [Trabajo de titulación de grado]. Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/37566>
- Crespo, I. y Moreno, C. (2016). Los efectos de la comunicación política en el comportamiento electoral. En R. Sánchez–Medero [Ed.]. *Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente* (pp. 55–84).
- Crespo–Martínez, I., Rojo–Martínez, J., Mayordomo–Zapata, C., y Moreno–Moreno, S. (2022). Conversación y difusión de información política en *WhatsApp*: un análisis de la “caja negra” desde las teorías de la interacción en redes sociales. *Revista de Comunicación*, (21(1), 117–136. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2593>
- D’Adamo, O., García–Beaudoux, V., y Kievsky, T. (2015). Comunicación política y redes sociales: análisis de las campañas para las elecciones legislativas de 2013 en la ciudad de Buenos Aires. *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 107–125. <https://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/50206>
- Fernández, C. B. (2018). Ciberpolítica 2018: tendencias en Latinoamérica. *Nuevas campañas electorales en América Latina*, 147–162.
- Gil–Ramírez, M. y Gómez–de–Travesedo–Rojas, R. (2021). Repensar la comunicación política en el contexto digital. *Ciberdemocracia ¿democracia deliberativa? Vivat Academia. Revista de Comunicación*, (154), 63–87. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1268>

- Gómez–Castellanos, R. M., Ortiz–Marín, M., y Concepción–Montiel, L. E. (2022). Tecnologías de la comunicación y política 2.0. *Espacios Públicos*, 14(30). <https://espaciospublicos.uaemex.mx/article/view/19840>
- Hidalgo–Chica, A. y Cedeño–Moreira, C. (2022). Comunicación política en redes sociales durante la segunda vuelta electoral de Ecuador, año 2021: Análisis del uso de la red social *Facebook*. *ReHuSo*, 7(1), 104–115. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/4270>
- Janoschka, M. (2011). Geografías urbanas en la era del neoliberalismo. Una conceptualización de la resistencia local a través de la participación y la ciudadanía urbana. *Investigaciones Geográficas*, (76), 118–132. <https://doi.org/10.14350/riq.29879>
- López, M., y Cabrera, T. (2014). Campaña política a través de redes sociales.
- Olivié, F. (2021). *L'Enfer de la filibuster: Pirates Français dans la Mer du Sud*. Toulouse: Anacharsis.
- Suárez–Tomalá, G. y Cochea–Panchana, G. (2022). Marketing Político 2.0: Estrategias de storytelling a través de *TikTok* de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 5(9), 118–135. <https://doi.org/10.46296/rc.v5i9.0039>
- Valverde, M. (2019). Confesión y autenticidad en el discurso populista de hoy. *Revista CS*, 27, 143–165. <https://doi.org/10.18046/recs.i27.3435>
- Zamora, R. y Losada, J. (2021). Nuevos escenarios para la conversación política: el uso de *WhatsApp* por parte

de los partidos durante la campaña electoral de abril de 2019 en España. *Palabra Clave*, 24 (1), e2412 , <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.1.2>

Zumárraga-Espinosa, M., Reyes-Valenzuela, C., y Carofilis-Cedeño, C. (2017). ¿Verdad o ficción? el uso político de las redes sociales en la participación política *offline* en las elecciones presidenciales en Ecuador. *Análisis político*, 30(91), 130-145. <https://doi.org/10.15446/anpol.v30n91.70268>

Paridad de Género en la Coyuntura Política Ecuatoriana: Impacto de la Sentencia de la Causa 159-2023-TCE

Gender Parity in the Ecuadorian Political Situation: Impact of the Ruling in Case 159-2023-TCE

Ronnal Anthony Caiza Ibarra¹

Estudiante de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias
Políticas y Económicas rcaiza5@indoamerica.edu.ec

Lenin Petronio Ruales Saltos²

Docente

leninruales@uti.edu.ec

Universidad Tecnológica Indoamérica
Quito, Ecuador

Revista Enfoques de
la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 74-112.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 6-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Resumen

El artículo analizó la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE expedida por Tribunal Contencioso Electoral [TCE] y el impacto que generó en el sistema de la participación y representación política de Ecuador, haciendo hincapié en la eficacia de las normas y principios que rigen al sistema de la participación y representación política, bajo la perspectiva de paridad de género entre hombres y mujeres. En ese sentido, se denotó la importancia de la paridad de género y la igualdad de condiciones en una sociedad democrática. Así, se concluyó que la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE expedida por TCE –en el marco de varios recursos subjetivos contenciosos electorales– marcó un hito histórico y tuvo un impacto significativo en el sistema de la participación y representación política de Ecuador;

¹ Estudiante de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Políticas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, e investigador jurídico independiente ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8820-5830>.

² Docente a tiempo completo y Coordinador de Vinculación con Sociedad de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Políticas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9545-3656>.

puesto que, garantizó una participación y representación paritaria de mujeres y hombres, en igualdad de condiciones, lo cual, coadyuvó a la consolidación de una democracia representativa y participativa en el país, permitiendo que los ciudadanos pudieran participar activamente en la toma de decisiones, la gestión del gobierno y sus acciones, donde existió una participación colectiva e individual de los ciudadanos, tanto de hombres y de mujeres.

Palabras clave: paridad de género, democracia representativa, igualdad, coyuntura política, democracia participativa

Abstract

The article analyzed the Judgment No. 159–2023–TCE issued by the Contentious Electoral Tribunal and the impact it generated in the system of political participation and representation in Ecuador, emphasizing the effectiveness of the rules and principles that govern the system of political participation and representation, under the perspective of gender parity between men and women. In this regard, the importance of gender parity and equality of conditions in a democratic society was denoted. Thus, it was concluded that the Judgment in Case No. 159–2023–TCE issued by the Court of Appeals of the Supreme Court of Justice of the Republic of Costa Rica. 159–2023–TCE issued by the Contentious Electoral Tribunal in the framework of several contentious electoral appeals, marked a historical milestone and had a significant impact on the system of political participation and representation in Ecuador; Since it guaranteed equal participation and representation of women and men, under equal conditions, which contributed

to the consolidation of a representative and participatory democracy in the country, allowing citizens to actively participate in decision making, government management and its actions, where there was a collective and individual participation of citizens, both men and women.

Keywords: gender parity, representative democracy, equality, political situation, participatory democracy

Introducción

La coyuntura política ecuatoriana ha estado marcada por perseverantes luchas históricas por la igualdad y paridad de género en participación y representación política de las mujeres, las cuales han permitido el fortalecimiento de los derechos políticos de las mujeres, de modo que ha facultado que las mujeres ostenten dignidades de elección popular y puedan incidir en la gestión de los gobiernos. Así, el fortalecimiento de los derechos políticos de las mujeres son producto de arduas luchas sociales, garantizadas por el ordenamiento jurídico ecuatoriano, acogiendo los tratados y convenciones internacionales que tutelan los derechos políticos, entre ellos, la participación y representación política de las mujeres sin discriminación y en igualdad de condiciones (Accossatto, 2020).

De esta manera, Ecuador se ha constituido en un país paradigmático en materia de derechos políticos de las mujeres; pues, fruto de las luchas sociales se ha creado un marco normativo para su tutela, empezando desde 1929, cuando la Constitución de la época ya reconocía el derecho al voto de las mujeres, siendo una de las Constituciones pioneras en Latinoamérica en materia de derechos políticos de las mujeres (Ortiz y Carrión, 2023).

Por consiguiente, las incansables luchas históricas por la igualdad y paridad de género en participación y representación política de las mujeres han tenido frutos positivos en marco político y jurídico, desde la Constitución de 1929 hasta la actual Constitución de 2008. Por su parte, el legislador constituyente, con la expedición de la Constitución de la República del Ecuador de 2008, proclamó al Estado ecuatoriano como un Estado constitucional de derechos y justicia, donde el Estado está obligado a materializar de manera prioritaria los derechos, libertades y garantías consignadas en el texto constitucional, pretendiendo la constitucionalización de las actividades del Estado; entre ellas, las del sistema electoral de participación y organización del poder.

Así, dentro de la participación y organización del poder en Ecuador se encuentra constitucionalizado; por lo tanto, el desarrollo de actividades inherentes a los derechos políticos se rige por las disposiciones constitucionales, cuya connotación jerárquica es suprema. Según González Ulloa Aguirre (2009), la constitucionalización de la participación y organización del poder garantiza la representación política y la representación ciudadana, permitiendo que los ciudadanos puedan participar activamente en la gestión del gobierno y sus acciones, coadyuvando a la concepción de una sociedad democrática, con un cotejo complementario de la democracia participativa y representativa. De este modo, la democracia participativa, por su parte, incluye mecanismos inclusivos y participativos para dar voz e influencia en la toma de decisiones públicas a la ciudadanía, tanto de hombres y mujeres, sin discriminación alguna; mientras que, en la democracia representativa, existe

una delegación del poder que otorga la ciudadanía a los representantes de elección popular a través del sufragio. (Tardío, 2021).

En todo caso, la Constitución de la República del Ecuador de 2008 ha reconocido el principio de paridad de género en el sistema electoral de participación y organización del poder, de donde surgen varios derechos políticos para la sociedad ecuatoriana, cuyos derechos se fundamentan en la paridad de género, equidad e igualdad de oportunidades, garantizando una participación y representación paritaria de mujeres y hombres. En consecuencia, la paridad de género se constituye como un principio constitucional, reconocido en el artículo 116 del Texto Constitucional del 2008. Así, este principio provee de inspiración a otros derechos desarrollados en otras normas del ordenamiento jurídico, pretendiendo optimizar el sistema de la participación y representación política haciendo hincapié en la perspectiva paritaria.

No obstante, según el Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG] (2022) y su insumo técnico, se afirma que:

En la sociedad ecuatoriana, a pesar de que es una de las legislaciones más avanzadas desde el ámbito de los derechos humanos y el reconocimiento de la igualdad sin discriminación de ningún tipo, todavía perduran profundas brechas estructurales de desigualdad por condición de género y orientación sexual. (p. 7)

Coherentemente, el insumo técnico del Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG] (2022) muestra cifras donde se puede evidenciar brechas que atentan con

la paridad de género en el sistema de la participación y representación política de Ecuador. Consecuentemente, podemos denotar que existe ineficacia de las normas y principios que regulan por la igualdad y paridad de género en participación y representación política de las mujeres en Ecuador.

Por consiguiente, las normas y principios que rigen al sistema de la participación y representación política paritaria se han constituido en meras redacciones jurídicas engalanadas, carentes de eficacia jurídica, como bien lo señala Alexy (1993). He aquí, donde radica el problema en el sistema de la participación y representación política paritaria; puesto que, desde un punto de vista ontológico, debería haber paridad de género, pero en la práctica existen grandes brechas que corrompen la paridad de género en el referido sistema. Precisamente, por esta razón, el Tribunal Contencioso Electoral [TCE] y sus providencias judiciales, desempeñan un rol fundamental para la materialización de derechos políticos y configuración de una sociedad democrática.

Bajo este contexto, el artículo tiene por objetivo analizar el impacto de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE expedida por Tribunal Contencioso Electoral [TCE] (2023) en el sistema de la participación y representación política de Ecuador. Consecuentemente, se delimitará el impacto de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE de las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas del año 2023. Y, finalmente, analizaremos la eficacia de normas y principios que rigen al sistema de la participación y representación política paritaria a la luz de la sentencia tratada en el presente artículo.

Metodología

Para el desarrollo del presente artículo, y con el fin de dar cumplimiento de los objetivos trazados anteriormente, la investigación y fundamentación de este artículo se desarrolló con un estudio descriptivo con fundamento cualitativo y cuantitativo, sustentado en los métodos exegético, análisis documental y revisión bibliográfica.

Precisamente, el método exegético –conjuntamente con el análisis documental– permitió el adecuado desarrollo del artículo; puesto que, ayudó a la consignación de la información relevante y su idónea interpretación, permitiendo brindar luces a los lectores sobre la connotación jurídica y política de la paridad de género en las dignidades de elección popular en Ecuador a la luz de la Sentencia de la causa No. 159–2023–TCE (acumulada) expedida por el Tribunal Contencioso Electoral [TCE] (2023) en mérito de un recurso subjetivo contencioso electoral.

Así también, la revisión bibliográfica, como bien lo indica Espinoza Freire (2020), facilitó realizar una amplia revisión de libros, artículos científicos y varios textos académicos localizados en bases de datos para que la presente investigación sea enriquecedora y tenga fundamento jurídico y político suficiente para cumplir con los objetivos trazados en el artículo. Pues, en la actividad indagatoria empleada se hizo hincapié en recaudar información científica, normativa y académica sobre los siguientes ejes temáticos: La paridad de género en la coyuntura política dentro del ordenamiento jurídico ecuatoriano; y, el impacto de la Sentencia de la causa No.159–2023–TCE (2023).

Por lo expuesto, podemos señalar que, el Texto Constitucional (2008) garantiza la representación política y la representación ciudadana, facultando el ejercicio de derechos políticos, donde los ciudadanos puedan participar activamente en la gestión del gobierno y sus acciones. De este modo, se fomenta una sociedad democrática, con parámetros de democracia participativa y representativa, fomentando la participación y representatividad colectiva y personal de los ciudadanos, tanto de hombres y de mujeres.

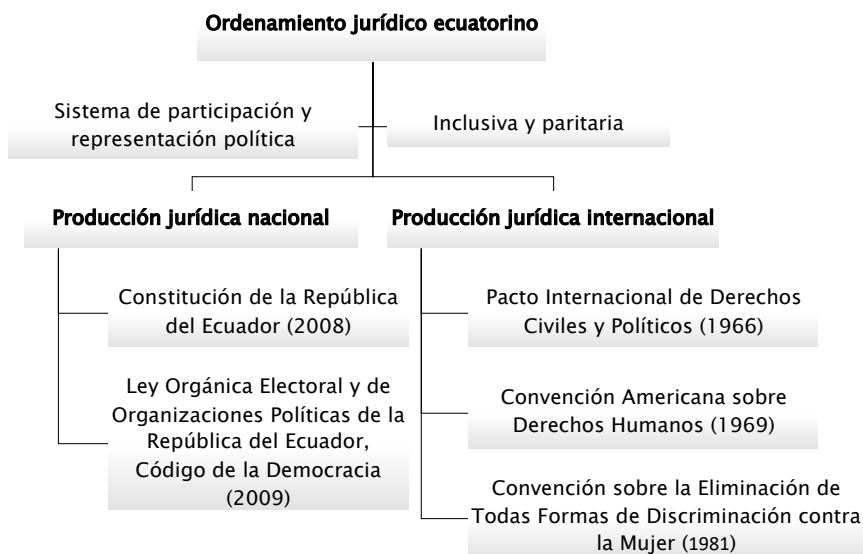
Asimismo, podemos denotar, que existen normas y principios que regulan la igualdad y paridad de género en participación y representación política que, según los datos proporcionados por el Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG] (2022), en su insumo técnico, son meras redacciones jurídicas engalanadas, carentes de eficacia jurídica, tal y como lo señalaba Alexy (1993). Sin embargo, durante el desarrollo del presente artículo, analizaremos la eficacia de estas normas y principios a la luz de la Sentencia de la causa No.159-2023-TCE.

La Paridad de Género en la Coyuntura Política Dentro del Ordenamiento Jurídico Ecuatoriano

El ordenamiento jurídico ecuatoriano, en gran medida, se encuentra constituido por varias normas que pretenden reivindicar los derechos de las mujeres; entre ellas, los derechos políticos, tanto de la producción jurídica nacional e internacional. Precisamente, por esta razón las normas buscan configurarse en ideales de paridad de género, especialmente, en las instituciones del Estado y sus funciones (Cajas-Córdova, 2017).

Figura 1

Las principales normas jurídicas que regulan la paridad de género en la coyuntura política ecuatoriana



Nota: Elaboración propia con base en los datos de la Corte Constitucional del Ecuador (2009).

Por su parte, en la Constitución de la República del Ecuador (2008), el legislador constituyente ha tomado en consideración las luchas históricas de las mujeres, quienes históricamente han sido excluidas de las esferas políticas y la toma de decisiones del país. Así, la Constitución de la República del Ecuador (2008) pretende reivindicar la igualdad entre hombres y mujeres, tanto la igualdad formal y la igualdad material. Por ello, el Texto Constitucional vigente nos habla de los principios para el ejercicio de los derechos, entre los cuales se prevé el principio de igualdad,

con el cual el Estado tiene la obligación de adoptar “medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad” (art. 11), estableciendo, además, que, los derechos, garantías y libertades establecidos en la norma constitucional y en los instrumentos internacionales de derechos humanos son de directa e inmediata aplicación, y que ninguna norma jurídica puede restringir el contenido y alcance de estos derechos, garantías y libertades.

En este sentido, la misma Constitución de la República del Ecuador (2008), al regular los derechos de participación, reconoce a los y las ecuatorianas el derecho a elegir y ser elegidas, además, participar en los asuntos de interés público, y a funciones y empleos del sector público, cumplimiento estrictamente con criterios de equidad, igualdad de oportunidades y paridad de género (artículo 61). Consecuentemente, el Estado ecuatoriano tiene la obligación de materializar la representación paritaria de mujeres y hombres en las instituciones y funciones del Estado, permitiendo una participación alternada y secuencial en las candidaturas a las elecciones pluripersonales y binomios presidenciales.

Por este motivo, la Corte Constitucional [CCE] (2009), como el máximo organismo de interpretación y administración de justicia constitucional, respecto a la representación paritaria entre hombre y mujeres, en la Sentencia No. 005-09-SEP-CC, ha indicado lo siguiente:

Es explícito el mandato constitucional a favor de la conformación paritaria, alternada y secuencial entre hombres y mujeres de las listas pluripersonales, es decir, la configuración de las listas de candidaturas

debe responder a los citados principios, tanto en el efecto vertical como en el horizontal. Por lo tanto, la omisión del Estado ecuatoriano en relación a la adopción de medidas efectivas para eliminar la discriminación implicaría una afectación de los derechos constitucionales a la participación política de la mujer. (p. 5)

En realidad, la paridad de género se configura como un principio constitucional, fundamental para la Función Electoral, el cual se encuentra positivizado en el artículo 217 de la norma constitucional del 2008. A juicio de Nohlen y Reynoso (2022), toda producción jurídica debe atender a este principio y su connotación jurídica para optimizar y proveer de inspiración al contenido y alcance de estas producciones jurídicas, permitiendo que las producciones jurídicas referentes a la participación y representación política se encuentren sustentadas en criterios de paridad de género.

En este contexto, la Corte Constitucional del Ecuador (2009), en la Sentencia No. 002-09-SEP-CC, al tratar sobre el principio de paridad de género, señala lo siguiente:

Los requisitos de paridad y alternabilidad, como componentes sustanciales del sistema político ecuatoriano y no como mera formalidad, se desprenden, además, de los procesos históricos de lucha por la igualdad material en el ejercicio de los derechos políticos entre hombres y mujeres. No es una novedad decir que, en el Ecuador, tradicionalmente, la representación política estuvo reservada, en la realidad de los hechos, para los ciudadanos, relegando a las ciudadanas al mundo de la vida privada.

Un Estado de derechos como el ecuatoriano, debe caracterizarse por permitir que, de hecho, las mujeres puedan acceder en igualdad de condiciones a la representación política, para lo cual los mandatos constitucionales obligan a que en la elaboración de las listas se respete los principios de alterabilidad y paridad. Esta Corte entiende por alterabilidad la obligación que tienen los sujetos políticos de elaborar sus listas mediante una secuencia alternada entre hombre–mujer–hombre o mujer– hombre–mujer hasta cubrir el número de candidatos correspondientes. Por paridad se entiende el hecho de que una lista esté compuesta por igual número de hombres y mujeres. (Corte Constitucional del Ecuador, 2009, pp. 8–9)

La Comisión Interamericana de Mujeres (2020), por su parte, ha indicado que la paridad de género es: (...) una medida de justicia que incorpora tres dimensiones: (i) participación igualitaria de mujeres y hombres (50/50) en los cargos de toma de decisión en los sectores público y privado, desde el plano internacional al plano local; (ii) el ejercicio del poder en condiciones de igualdad, esto es, libres de discriminación y violencia basada en el género y/o en el sexo; y (iii) la incorporación de la agenda de derechos de las mujeres y la igualdad de género. (p. 7)

Atendiendo a los criterios citados, podemos deducir, que la paridad de género se configura como un principio fundamental de toda sociedad democrática, donde la participación en la coyuntura política para cargos de toma de decisiones debe estar compuesta por igual número de hombres y mujeres, es decir, 50% de hombres

y 50% de mujeres; en igualdad de condiciones, sin discriminación alguna. Por lo tanto, hacer caso omiso a este principio implicaría una afectación a los derechos constitucionales a la participación política e ideales de una sociedad democrática, como bien lo ha señalado la Corte Constitucional (2009) en la Sentencia No. 005-09-SEP-CC, la cual –se citó anteriormente.

Entonces, la paridad y alternabilidad entre hombres y mujeres constituye un principio transversal de la Función Electoral y de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia (2009), siendo de aplicación directa e inmediata por parte de los organismos que componen la Función Electoral ecuatoriana, entre ellos, Consejo Nacional Electoral [CNE]. Por consiguiente, cuando existan eventos de participación y representación política, por mandato constitucional y legal, se debe garantizar la paridad entre hombre y mujeres, incluida su alternatividad, garantizar la participación igualitaria entre hombres y mujeres.

Por su parte, la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia (2009), se constituye en una norma orgánica que regula el derecho electoral en el Ecuador, donde la paridad de género tiene una connotación fundamental para una sociedad democrática, garantizando el ejercicio de derechos políticos con procesos electorales democráticos y equitativos. En este sentido, la norma aborda una variedad de temas relacionados con la participación política y el sistema electoral, así como la organización y regulación de los procesos democráticos y los partidos políticos.

Básicamente, el objetivo de Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia (2009), es establecer un marco organizativo y legal que promueva la transparencia, la democracia y la representatividad en el proceso electoral; pues, la norma garantiza y promueve la participación ciudadana y la paridad de género en las esferas políticas, establece sistemas de democracia directa, tutelando los derechos políticos con criterios de representatividad paritaria entre hombres y mujeres en cargos o dignidades del sector público.

Según Romina Accossatto (2021), el Estado ecuatoriano ha desarrollado grandes avances significativos en el marco normativo del sistema de la participación y representación política, principalmente porque los legisladores han pretendido reivindicar la paridad de género. Por ejemplo, en el año 2020, se publicó en el Registro Oficial No. 134 de 3 de febrero la Ley Orgánica Reformativa a la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, la cual dispone una reforma significativa al Código de la Democracia; pues, la disposición transitoria tercera de esta reforma al Código de la Democracia (Asamblea Nacional, 2020), indica que, de manera progresiva se debe aplicar parámetros de paridad de género, hasta conseguir la participación de un cincuenta por ciento –50%– de mujeres en los procesos democráticos.

Así, las reformas efectuadas a la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia (2020), tienen el objetivo de fomentar la democracia participativa y paritaria,

materializando los pilares de un Estado Constitucional de Derechos y Justicia. De esta manera, resulta trascendental que las mujeres puedan participar activamente en la toma de decisiones, de tal forma que, sus intereses y necesidades puedan ser reconocidos y tomados en cuenta en el desarrollo de las actividades de las instituciones y funciones del Estado (Nohlen y Reynoso, 2022).

Ahora, desde un enfoque de las normas internacionales ratificadas por el Estado ecuatoriano, existen varias de estas normas internacionales que regulan la paridad de género en la coyuntura política, siendo las principales: el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966); la Convención Americana sobre Derechos Humanos (1969); y, la Convención sobre la Eliminación de Todas Formas de Discriminación contra la Mujer (1981).

En cuanto al Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966), en su artículo 3, compromete a los Estados parte a garantizar la igualdad formal y material entre hombres y mujeres para el ejercicio y goce de los derechos civiles y políticos previstos en la norma referenciada. Mientras que, la Convención Americana sobre Derechos Humanos (1969), en su artículo 23, reconoce los derechos políticos, tanto para hombres y mujeres, donde, categóricamente, se prohíbe la producción jurídica que, menoscabe o limite estos derechos políticos por razones de género.

Concordantemente, la Convención sobre la Eliminación de Todas Formas de Discriminación contra la Mujer (1981), reconoce y desarrolla, ampliamente, la igualdad formal y material entre hombres y mujeres; donde se pretende fenecer todas las formas de discriminación y

menoscabo de los derechos de las mujeres, incluyendo sus derechos políticos. En este contexto, la referida convención, establece que los Estados parte tienen la obligación de establecer una protección jurídica y gubernamental para el ejercicio de los derechos de las mujeres, entre ellos, los derechos políticos que ostentan (Nohlen y Reynoso, 2022).

El Impacto de la Sentencia de la Causa 159-2023-TCE

A la luz de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE (acumulada) de 2 de junio de 2023, expedida por Tribunal Contencioso Electoral [TCE] en el marco de varios recursos subjetivos contenciosos electorales, ha tenido un impacto significativo para sistema de la participación y representación política de Ecuador, sobre todo, porque sus efectos auxilian a el fomento de una democracia participativa y paritaria (Tardío, 2021). Se trata de una sentencia histórica para el Ecuador y su democracia, ya que –en gran medida– pretende reivindicar la paridad de género en las esferas políticas.

La Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE (acumulada) se desarrolló en mérito de varios recursos subjetivos contenciosos electorales, interpuestos por colectivos y organizaciones sociales en contra de la Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 (Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas – 2023), publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 317 de 24 mayo 2023. Dicho reglamento fue expedido por el Pleno del Consejo Nacional Electoral [CNE] para regular el proceso democrático extraordinario para la elección de presidenta/e y vicepresidente/a de la República del Ecuador, Asambleístas Nacionales, Provinciales y del Exterior, para el período 2023 – 2025.

En realidad, el reglamento fue expedido en el marco de una muerte cruzada; puesto que, el presidente constitucional de la República del Ecuador, Guillermo Lasso, mediante decreto ejecutivo No. 741 (Presidencia de la República del Ecuador, 2023), publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 312 de 17 mayo de 2023, disolvió la Asamblea Nacional por grave crisis política y conmoción interna, aplicando el artículo 148 de la Constitución, por cuanto se anticipó el proceso a elecciones presidenciales y legislativas (Presidencia de la República del Ecuador, 2023). Por ello, el Pleno del Consejo Nacional Electoral tuvo que expedir dicho reglamento para regular el proceso democrático extraordinario para elecciones presidenciales y legislativas, ya que, por disposiciones constitucionales y legales, el Consejo Nacional Electoral es el organismo competente para llevar a cabo dicho proceso democrático.

Así, con la publicación del Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 (Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas - 2023), varios colectivos y organizaciones sociales interpusieron recursos subjetivos contenciosos electorales contra dicho Reglamento; donde los recurrentes señalaron que el artículo 11 del Reglamento vulneraba el principio democrático de la paridad de género, menoscabando la igualdad de condiciones con los hombres.

Por tal motivo, los recurrentes, afirmaron que se afectaban directamente sus derechos políticos con el Reglamento; puesto que, el Consejo Nacional Electoral [CNE], arbitrariamente, interpretó y restringió los derechos políticos de las mujeres, inobservando, categóricamente, la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica Electoral y de

Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia y la disposición transitoria tercera de esta reforma, misma que establece parámetros de paridad de género en los procesos democráticos.

Con ello, el Tribunal Contencioso Electoral [TCE], analizó la fundamentación de los recursos subjetivos contenciosos electorales, que, por cierto, se acumularon en una sola causa, por impugnar a la misma Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 (Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas - 2023), delimitando el objeto de la controversia a los literales a), b), c) del artículo 11 de la Resolución y su incumplimiento de disposición transitoria tercera de la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia.

Al respecto la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia reformó el artículo 99 del Código de la Democracia, introduciendo formalmente reglas que favorecen al principio de paridad de género, aduciendo que, a) en una de las listas de asambleístas nacionales o parlamentarios andinos debe estar encabezada por mujeres; b) asimismo, en las listas para asambleístas provinciales, circunscripciones especiales en el exterior y por distritos, necesariamente, deben estar constituidas por el cincuenta por ciento –50%– de mujeres; y, c) finalmente, los binomios presidenciales deben constituirse por un hombre y una mujer, o viceversa, cumpliendo estándares de paridad de género.

Para ello, para alcanzar dicho objetivo, los legisladores implementaron en la Ley reformativa de 2020, en la tercera disposición transitoria, varias reglas para que, de manera progresiva, se pueda alcanzar la paridad de género dispuesta en el artículo 99 del Código de la Democracia. Sin embargo, el Tribunal Contencioso Electoral [TCE], afirmó que, la Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 (Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas – 2023), no acataba dicha disposición transitoria, ya que, textualmente, señalaba lo siguiente:

Reglas de Participación Política. – Los derechos de participación política de hombres y mujeres, se rigen por el principio de igualdad y no discriminación, y se aplicarán de acuerdo a las siguientes reglas: a) En el caso del binomio de presidente y vicepresidente, las candidaturas se integrarán con la participación de personas de diferente o el mismo sexo (...) c) En caso de elecciones de asambleístas provinciales y de las circunscripciones especiales del exterior, del total de listas que la organización política inscriba a nivel nacional para estas dignidades, el treinta por ciento (30%) estarán encabezadas por mujeres (...). (Consejo Nacional Electoral [CNE], 2023, art. 11)

Es decir, la Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 (Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas – 2023), inobservó la disposición transitoria tercera de la Ley Orgánica Reformativa a la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, la cual, disponía que se pueda alcanzar la paridad de género, de manera progresiva, dispuesta en el artículo 99 del Código de la Democracia. El Tribunal enfatizó,

que la inobservancia de dicha disposición transitoria se configura, en razón de que, para el nuevo proceso democrático extraordinario del 2022, ya correspondía aplicar la paridad de género en un cincuenta por ciento (50%) de hombres y de mujeres en participación política, es decir, que el Pleno del Consejo Nacional Electoral [CNE] no aplicó la progresividad.

Por esta razón, el Tribunal Contencioso Electoral [TCE] aceptó parcialmente los recursos subjetivos contenciosos electorales, interpuestos por colectivos y organizaciones sociales en contra de la Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 (Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas - 2023), por inobservar las disposiciones constitucionales y la tercera disposición transitoria de Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia (2009).

Siendo evidente que no se cumple con la disposición transitoria tratada; puesto que, correspondía aplicar la paridad de género en un cincuenta por ciento -50%- de hombres y de mujeres en participación y representación política para el evento democrático. Precisamente, por ello, el Tribunal Contencioso Electoral [TCE] (2023), resolvió:

Disponer al Consejo Nacional Electoral, a través de su presidenta, que, en el plazo de veinticuatro (24) horas, contado a partir de la notificación de la presente sentencia, cumpla con los principios de equidad, paridad, alternabilidad, secuencialidad entre hombres y mujeres, tanto de principales como suplentes, en las listas pluripersonales y en los binomios presidenciales, al momento de las inscripciones de las candidaturas (...). (p. 32)

En consecuencia, el Pleno del Consejo Nacional Electoral [CNE] tuvo que acatar el fallo dictado y expidió una nueva resolución, reformatoria a la Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 (Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas – 2023). Se trata de la nueva Resolución PLE-CNE-13-3-6-2023, la cual, introdujo las reformas que se detallan a continuación.

Tabla 1

Reformas al Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas – 2023

Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas – 2023	
Artículo 11 – antes de la reforma	Artículo 11 – posterior a la reforma
a) En el caso del binomio de presidente y vicepresidente, las candidaturas se integrarán con la participación de personas de diferente o el mismo sexo.	<i>a) En el caso de las candidaturas de presidenta o presidente de la República y su binomio, se integrarán con la participación de una mujer y un hombre o viceversa.</i>
c) En caso de elecciones de asambleístas provinciales y de las circunscripciones especiales del exterior, del total de listas que la organización política inscriba a nivel nacional para estas dignidades, el treinta por ciento (30%) estarán encabezadas por mujeres.	<i>c) En caso de elecciones de asambleístas provinciales y de las circunscripciones especiales del exterior, del total de listas que la organización política inscriba a nivel nacional para estas dignidades, el cincuenta por ciento (50%) estarán encabezadas por mujeres.</i>

Nota: En esta tabla, se puede evidenciar los cambios significativos del Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas – 2023, donde existe se empieza

a consolidar los mandamientos del principio de paridad de género. Tomado de la Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 y Resolución PLE-CNE-13-3-6-2023 del Pleno de Consejo Nacional Electoral [CNE], 2023.

Ahora, centrándonos en el impacto que generó la Sentencia, podemos denotar que existen avances significativos para el rol activo de las mujeres en la coyuntura política, donde existe una optimización para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres, para que puedan ostentar cargos y dignidades públicas. En tal contexto, a criterio de Piktin (2014), se promueve que las mujeres puedan participar en la toma de decisiones desde las instituciones y funciones del Estado, solventando sus necesidades e interés desde la institucionalidad del Estado.

En gran medida, la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE (acumulada) fomenta un sistema de la participación y representación política más inclusivo y equitativo, garantizando que hombres y mujeres ostenten de un rol protagónico en el manejo de la institucionalidad del Estado. Así, la participación y representación paritaria y equitativa ofrece un enfoque más inclusivo, donde hombres y mujeres pueden direccionar la toma de decisiones de las instituciones públicas (Rabasa-Gamboa, 2020).

Según Tardío (2021), se consigna un sistema de participación y representación política más inclusivo y equitativo, donde se garantiza que las necesidades e intereses de ambos géneros sean tomados en cuenta desde la institucionalidad del Estado, promoviendo una mayor empatía en toma de decisiones; lo cual, en gran medida, legitima las actuaciones y toma de decisiones de las instituciones y funciones del Estado.

Si bien es cierto, existen varias normas de nuestro ordenamiento jurídico que buscan un sistema de la participación y representación política más inclusiva, con mandatos de paridad de género; tal como la Constitución de la República (2008); la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia (2009); el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966); la Convención Americana sobre Derechos Humanos (1969); y, la Convención sobre la Eliminación de Todas Formas de Discriminación contra la Mujer (1981). No obstante, según datos proporcionados por el Consejo Nacional Electoral [CNE] (2020) y el Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG] (2021), podemos señalar, que las normas referidas resultan ineficaces. Como bien lo dice Alexy (1993), son meras redacciones jurídicas engalanadas, carentes de eficacia jurídica, las cuales no consuman sus fines jurídicos.

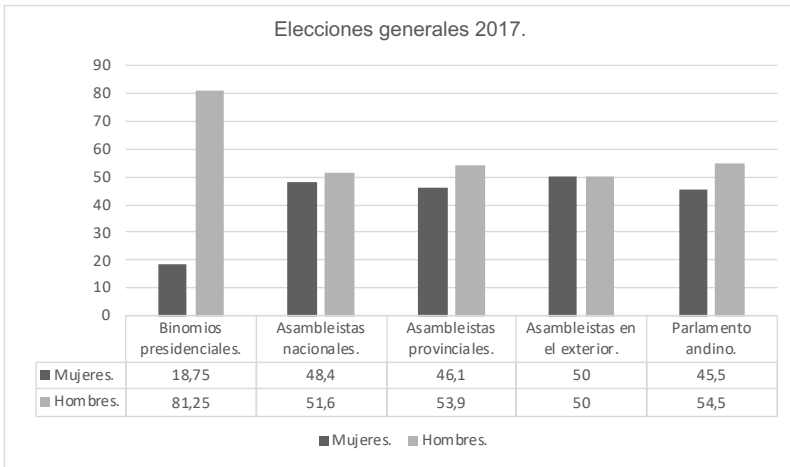
A *posteriori*, demostraremos ineficacia jurídica de las normas de nuestro ordenamiento jurídico que regulan el sistema de la participación y representación política en Ecuador tornan en ineficaces, bajo un enfoque en la participación en candidaturas por sexo en elecciones generales de los dos últimos períodos de elecciones generales.

Por ejemplo, según el Consejo Nacional Electoral [CNE] (2020), en las elecciones generales de 2017, participó una mujer –Cynthia Viteri Jiménez, Partido Social Cristiano– para presidenta y otras dos mujeres para el cargo de vicepresidenta, dentro de los 8 binomios presidenciales; es decir, participaron 3 mujeres en los binomios presidenciales; 109 mujeres de un total de 225 candidatos

a asambleístas nacionales; 689 mujeres de un total de 1495 candidatos a asambleístas provinciales; 26 mujeres de un total de 52 candidatos a asambleístas en el exterior; y, 25 mujeres de un total de 55 candidatos para el parlamento andino, tal y como se detalla en porcentajes, a continuación.

Figura 2

Los porcentajes de las candidaturas por sexo en las elecciones generales 2017



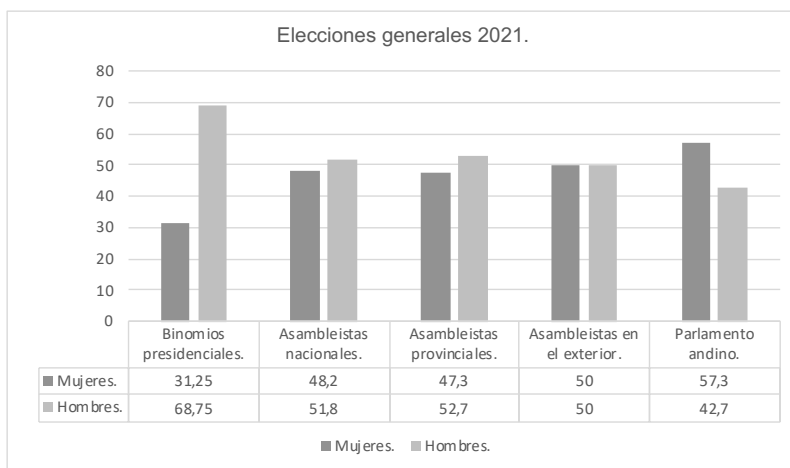
Nota: Elaboración propia con base en los datos del Consejo Nacional Electoral (2020)

Mientras que, según Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG] (2022), en las elecciones generales de 2021, participó una mujer –Ximena Peña Pacheco, Alianza País– para presidenta y otras 9 para el cargo de vicepresidenta, dentro de los 16 binomios presidenciales, es decir, participaron 10 mujeres en los binomios presidenciales; 123 mujeres de un total de 255 candidatos a asambleístas nacionales; 867 mujeres de un total de 1833 candidatos a asambleístas provinciales; 34

mujeres de un total de 68 candidatos a asambleístas en el exterior; y, 43 mujeres de un total de 75 candidatos para el parlamento andino, tal y como se demuestra porcentualmente, a continuación.

Figura 3

Los porcentajes de las candidaturas por sexo en las elecciones generales 2021



Nota: Elaboración propia de los autores con base en los datos del Consejo Nacional para la Igualdad de Género (2022)

Entonces, podemos interpretar las figuras 2 y 3, donde, evidentemente, no se logra consolidar una verdadera paridad de género en las distintas candidaturas de dignidades de elección popular, especialmente, en los binomios presidenciales; puesto que, los hombres tienen un mayor rol protagónico en estas candidaturas de elecciones generales, tanto del año 2017 y 2021. He aquí, donde podemos denotar que, las normas jurídicas carecen de eficacia jurídica; puesto que, buscan un sistema de la

participación y representación política más inclusiva, con mandamientos de paridad de género entre hombres y mujeres, pero, en la realidad, hasta el período de elecciones generales 2021, las normas jurídicas tornaban en ineficaces; especialmente, en la paridad de género de los binomios presidenciales.

No obstante, a la luz de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE (acumulada), estas normas con ideales de inclusión y paridad de género entre hombres y mujeres, que regulan sistema de la participación y representación políticas empiezan a ser más eficaces, conduciendo a los fines deseados por los legisladores. En todo caso, dejan de ser simples normas jurídicas engalanadas, sino que, surten eficacia jurídica para consumir una paridad de género, donde existe participación de hombres y mujeres en las dignidades de elección popular, evidenciando una composición por igual número de hombres y mujeres; puntualmente, en las candidaturas de los binomios presidenciales, tal y como se analizará *a posteriori*.

Por su parte, en las elecciones extraordinarias para el período 2023 - 2025, a la Luz de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE (acumulada) expedida por Tribunal Contencioso Electoral [TCE], fue uno de los principales motivos para la reforma de la Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 (Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas - 2023), en su artículo 11, efectuando grandes avances significativos para la paridad de género; proponiendo alcanzar un cincuenta por ciento -50%- entre hombres y mujeres, para que ambos sexos tengan la oportunidad de ostentar roles protagónicos en la coyuntura política ecuatoriana.

En tal sentido, el Reglamento Reformado para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas - 2023, a raíz de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE (acumulada), señala que, las inscripciones de las candidaturas de los binomios presidenciales, necesariamente, deben constituirse por un hombre y una mujer. Por ello, para las elecciones extraordinarias para el período 2023 - 2025, se encuentran inscritos los siguientes binomios presidenciales.

Tabla 2

Los Binomios Presidenciales inscritos para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas del período 2023-2025

Candidaturas de binomios presidenciales 2023-2025		
Candidatura para presidente	Candidatura para vicepresidente	Partido/Movimiento/ Alianzas
Fernando Villavicencio - Masculino	Andrea González - Femenino	Movimiento Construye
Yaku Pérez - Masculino	Nory Pinela - Femenino	Alianza Claro que se puede: Unidad Popular; Partido Socialista Ecuatorianos; y, Democracia sí
Daniel Noboa - Masculino	Verónica Abad - Femenino	Alianza Acción Democrática (ADN); Movimientos Pueblo, Igualdad y Democracia (PID); y, Movimiento Mover
Luisa González - Femenino	Andrés Arauz - Masculino	Movimiento Revolución Ciudadana

Jan Topic – Masculino	Diana Jácome – Femenino	Alianza por un País sin Miedo; y, Partido Social Cristiano (PSC) Partido Sociedad Patriótica (PSP); y, Centro Democrático
Otto Sonnenholzner – Masculino	Érika Paredes – Femenino	Alianza Actuemos: Partido Avanza y Partido SUMA
Bolívar Armijos – Masculino	Linda Romero – Femenino	Movimiento Amigo
Xavier Hervas – Masculino	Luz Vega – Femenino	Movimiento Reto

Nota: En esta tabla, se puede evidenciar el impacto de la Reforma del Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas – 2023, el cual, señala en su artículo 11 que, en las inscripciones de las candidaturas de los binomios presidenciales, necesariamente, debe constituirse por un hombre y una mujer, CNE (2023).

De esta manera, podemos observar que, el impacto de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE (acumulada) es trascendental en la democracia participativa del Ecuador, ya que, fue uno de los principales motivos para la reforma de la Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023 (Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas – 2023), con lo cual, las normas jurídicas que regulan el sistema de participación y representación política de Ecuador, fundadas con mandamientos de paridad de género, empiezan a embestirse de eficacia jurídica en lo concerniente a los mandamientos de paridad de género.

Precisamente, porque empieza a consolidarse una paridad de género de cincuenta por ciento –50%– entre hombres y mujeres, siendo evidente que en las inscripciones de las candidaturas de los binomios presidenciales para el período 2023–2025, detallados en la tabla 2, existe una verdadera reivindicación del principio de paridad de género; puesto que, el cincuenta por ciento –50%– de cada uno de los ocho binomios presidenciales se encuentra constituida por mujeres, con la participación total de 8 mujeres. De esta manera, se rompe las brechas que atentan contra la paridad de género que se evidenciaron en las elecciones generales del 2017 y 2021, detalladas en la figura 2 y 3, donde los hombres tienen un mayor protagonismo, especialmente, en las candidaturas de binomios presidenciales.

Es por ello, que catalogamos a la Sentencia de la causa No. 159–2023–TCE como «histórica» en el Ecuador, impactando significativamente a la democracia, participación y representación política de las mujeres; puesto que, se les brinda la oportunidad de ostentar dignidades de elección popular bajo mandamientos de paridad de género entre hombres y mujeres, para que los ambos sexos tengan roles protagónicos en la coyuntura política. Se trata, sin lugar a dudas, de una optimización del ejercicio de los derechos políticos de las mujeres, sin menoscabar los derechos políticos de los hombres; para que tanto hombres y mujeres puedan participar activamente en la toma de decisiones desde las instituciones y funciones del Estado, solventando sus necesidades e interés desde la institucionalidad del Estado.

Resultados y Discusión

En función de lo expuesto, podemos discutir los impactos de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE expedida por Tribunal Contencioso Electoral [TCE], la cual ha generado un impacto trascendental en el sistema de participación y representación política de Ecuador, bajo mandamientos de paridad de género, que, en gran medida, solidifica una democracia representativa y participativa en el país, donde ambas se complementan entre sí. Puntualmente, porque la paridad de género permite que hombres y mujeres, en igualdad numérica -50/50-, puedan participar y tener representatividad en toma de decisiones de interés público, como, en este caso, las dignidades de elección popular; tal y como lo señalan Hurtado-Delgado y González-Fuentes (2019), respecto a la democracia participativa y representativa:

La democracia participativa implica la participación cotidiana del ciudadano en las decisiones y en la ejecución de estas que atañen su vida en sociedad, mientras que en la democracia representativa la ciudadanía deposita el poder de elección de gobernantes a través del sufragio cada tres o seis años, en la democracia participativa el ciudadano conserva y ejerce cotidianamente su capacidad de decisión. (p. 176)

En este caso, la democracia participativa se configura cuando el conglomerado social puede participar activamente en las decisiones que atañen al interés público, donde los hombres y mujeres, en igualdad numérica, tienen voz y voto en la toma de decisiones pública; mientras que, la democracia representativa se configura cuando se delega el

poder del pueblo a los representantes a través del sufragio. Por ende, en el caso de Ecuador, la democracia participativa se complementa mutuamente con la democracia representativa, bajo criterios de paridad de género, tal y como lo prevé el ordenamiento jurídico antes analizado.

En realidad, el impacto que genera la referida Sentencia recae sobre la eficacia de las normas con fundamentos de paridad de género entre hombres y mujeres, que regulan sistema de la participación y representación políticas, ya que, dejan de ser simples normas jurídicas engalanadas, sino que, surten eficacia jurídica para consignar una paridad de género en la coyuntura política ecuatoriana, para que exista representatividad y participación de hombres y mujeres en igual cantidad, a efectos que puedan ostentar dignidades de la esfera política o cargos públicos de elección popular.

Dentro de este marco, la participación y representación política en Ecuador empieza a ser más inclusiva, bajo mandamientos de paridad de género, donde hombres y mujeres tienen la oportunidad de ostentar dignidades de elección popular para direccionar las distintas funciones e instituciones del Estado. Así, se brinda la oportunidad de que los hombres y las mujeres puedan participar en procesos electorales, en igualdad de condiciones, para que hombre y mujeres puedan participar en la toma de decisiones de las funciones e instituciones del Estado, atendiendo a las necesidades e intereses de cada uno de los géneros.

En mérito de lo señalado, se analiza los resultados obtenidos, a la luz de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE expedida por Tribunal Contencioso Electoral

[TCE] en el marco de varios recursos subjetivos contenciosos electorales, enfocando el análisis de resultados en las dignidades de elección popular donde, históricamente, han existido brechas más significativas que atentan contra los mandamientos de paridad de género, siendo, en este caso, en las candidaturas de binomios presidenciales, donde existe un mayor protagonismo de los hombres, menoscabando los derechos políticos de las mujeres.

Así, según los datos oficiales del Consejo Nacional para la Igualdad de Género (2022) y Consejo Nacional Electoral [CNE] (2023), las mujeres no han tenido un rol protagónico en las candidaturas de binomios presidenciales de los últimos períodos electorales. En ese sentido, en las elecciones generales de 2017, participó solo una mujer –Cynthia Viteri Jiménez, Partido Social Cristiano– para presidenta y otras dos para vicepresidentas –Monserratt Bustamante Chán y Doris Quiroz Cárdenas–, dentro de los 8 binomios presidenciales, es decir, participaron 3 mujeres en los binomios presidenciales, donde 18,75% corresponde a la participación de las mujeres en las candidaturas de los binomios presidenciales de dicho período.

Mientras que, según los datos oficiales del Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG] (2022) y Consejo Nacional Electoral [CNE] (2023), en las elecciones generales de 2021, participó una mujer para presidenta y otras 9 para vicepresidentas, dentro de los 16 binomios presidenciales, es decir, participaron 10 mujeres en los binomios presidenciales, donde 31,25% corresponde a la participación de las mujeres en las candidaturas de los binomios presidenciales de dicho período.

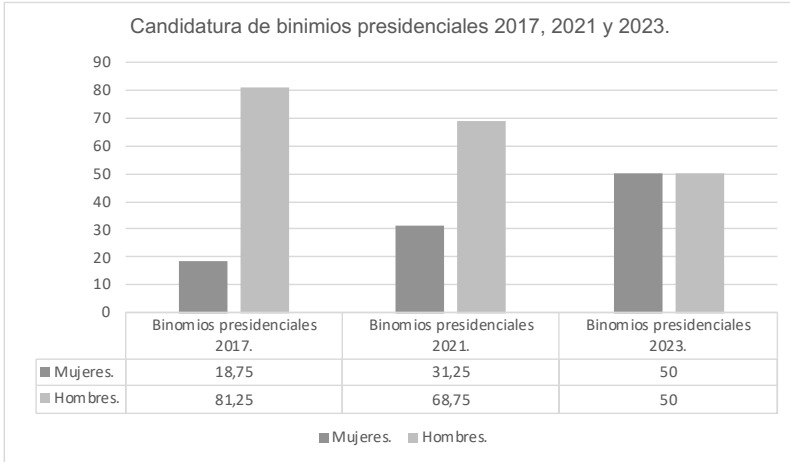
No obstante, desde la expedición de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE (acumulada), las normas jurídicas con parámetros de paridad de género entre hombres y mujeres, que regulan sistema de la participación y representación políticas empiezan a embestirse de eficacia jurídica. Empezando desde que, a raíz de la referida Sentencia se dispuso al Consejo Nacional Electoral cumplir con los mandatos de paridad de género en las elecciones generales anticipadas 2023; por lo tanto, el organismo tuvo que reformar el Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas - 2023.

Por ello, para las elecciones extraordinarias para el período 2023, el Reglamento Reformado para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas 2023, en su artículo 11, señala que, en las inscripciones de las candidaturas pluripersonales, tanto principales y suplente; y, los binomios presidenciales deben encontrarse constituidos por hombres y mujeres, cumpliéndose los estándares de paridad de género.

Consecuentemente, según los datos oficiales del Consejo Nacional Electoral [CNE] (2023), en las elecciones generales anticipadas de 2023, participó solo una mujer (Luisa González - Revolución Ciudadana) para presidenta y otras 7 para vicepresidentas -Andrea González, Nory Pinela, Verónica Abad, Diana Jácome, Érika Paredes, Linda Romero y Luz Vega-, dentro de los 8 binomios presidenciales, es decir, participaron 8 mujeres en los binomios presidenciales, donde 50% corresponde a la participación de las mujeres en las candidaturas de los binomios presidenciales de dicho período 2023.

Figura 4

Los porcentajes de las candidaturas por sexo en las elecciones generales 2023-2025: Binomios presidenciales



Nota: Elaboración propia de los autores con base en la información del Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG] (2022) y CNE (2023).

En efecto, la Sentencia de la causa No. 159–2023–TCE expedida por Tribunal Contencioso Electoral, innegablemente, reivindica el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres, sin menospreciar a los derechos políticos que ostentan los hombres, cultivando una sociedad democrática con un enfoque de paridad de género; para que tanto hombres como mujeres ostenten la dirección y toma de decisiones de las instituciones y funciones del Estado, brindándoles la oportunidad de participar y tener representatividad en igualdad de condiciones, sin ningún tipo de discriminación.

Conclusiones

En mérito de lo expuesto, podemos concluir que, la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE expedida por Tribunal Contencioso Electoral en el marco de varios recursos subjetivos contenciosos electorales, ha tenido un impacto significativo en el sistema de participación y representación política de Ecuador, puesto que, se ordenó al Consejo Nacional Electoral [CNE] que cumpla con los principios de paridad de género, equidad y alternatividad en los binomios presidenciales y listas de asambleístas durante las elecciones anticipadas de 2023. De este modo, la sentencia impactó en el sistema de la participación y representación política, porque garantizó una participación y representación paritaria de mujeres y hombres, en igualdad de condiciones, lo cual, coadyuva a la consolidación de una democracia representativa y participativa en el país.

En este sentido, las elecciones presidenciales y legislativas anticipadas del año 2023 marcan un hito histórico en el sistema de la participación y representación política de Ecuador; ya que, las normas y principios que regulan por la igualdad y paridad de género en participación y representación política dejan de constituirse en meras redacciones jurídicas engalanadas, carentes de eficacia jurídica, sino que, a la luz de la Sentencia tornan en normas y principios eficaces, reivindicando la paridad de género en igualdad de condiciones. En ese contexto, la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE dispuso que las inscripciones de las candidaturas pluripersonales, tanto principales y suplente; y, los binomios presidenciales se encuentren constituidos en igualdad numérica por hombres y mujeres, cumpliéndose los estándares de paridad de género.

Por lo tanto, podemos sintetizar, que normas y principios que rigen al sistema de la participación y representación política en Ecuador empiezan a investirse de eficacia jurídica, materializando la voluntad del legislador constituyente en cuanto a la paridad de género, permitiendo el fortalecimiento de las instituciones del Estado fundada en lineamientos de una democracia representativa, que se complementa con una democracia participativa, donde se permite el ejercicio de derechos políticos en igualdad de condiciones tanto para hombres y mujeres. Por ende, a la luz de la Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE surge un avance significativo para la paridad de género, de manera que se encauza la eficacia jurídica de las normas y principios que rigen al sistema de la participación y representación política, permitiendo que la coyuntura política ecuatoriana otorgue un papel más activo a las mujeres, que históricamente han sido marginadas de la actividad participación y representación política.

Referencias Bibliográficas

- Accossatto, R. (2020). *Estudio Sobre la Situación de la Democracia Paritaria en Ecuador*. ONU Mujeres Ecuador. <https://repositorio.dpe.gob.ec/bitstream/39000/3079/1/DEPE-DPE-075-2021.pdf>
- Accossatto, R. (2021). El lugar de las mujeres en los partidos políticos de América Latina: el caso de Ecuador. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals* (127), 201 – 228. <http://dx.doi.org/10.24241/rcai.2021.127.1.201>
- Alexy, R. (1993). *Teoría de los Derechos Fundamentales*. Centro de Estudios Constitucionales. <https://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2014/12/doctrina37294.pdf>
- Cajas-Córdova, A. K. (2017). Igualdad de género en la Constitución de 2008. Foro: *Revista De Derecho*, (16), 139-152. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/foro/article/view/403>

- Comisión Interamericana de Mujeres [CIM]. (2020). *Plan de paridad de género en los puestos de toma de decisión de la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos*. http://www.oas.org/legal/spanish/gensec/Plan_de_Paridad_de_Genero_SG_OEA_Espa%C3%B1ol.pdf
- Consejo Nacional Electoral [CNE]. (2020). *Participación política de las mujeres en el Ecuador*. <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/01/PARTICIPACION-POLITICA-DE-LAS-MUJERES-EN-EL-ECUADOR.pdf>
- Consejo Nacional Electoral [CNE]. (2023). *Binomios Presidenciales y planes de trabajo*. <https://www.cne.gob.ec/planes-de-trabajo/>
- Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG]. (2022). *Mujeres y Hombres del Ecuador en Cifras IV. Una mirada estratégica desde el género y las diversidades*. https://ecuador.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/libro_mujeres_y_hombres_1.pdf
- Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer. 3 de septiembre de 1981. <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/convention-elimination-all-forms-discrimination-against-women>
- Convención Americana sobre Derechos Humanos. San José, Costa Rica, 7 al 12 de noviembre 1969. Organización de Estados Americanos [OEA]. Gaceta Oficial No. 9460 del 11 de febrero de 1978. https://www.oas.org/dil/esp/1969_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf
- Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial No. 449 del 20 de octubre de 2008. https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Corte Constitucional del Ecuador [CCE]. (2009). *Sentencia No. 002-09-SEP-CC, Caso: 0111-09-EP*. CEDEC.
- Corte Constitucional del Ecuador [CCE]. (2009). *Sentencia No. 005-09-SEP-CC, Caso: 0112-09-EP*. CEDEC.

- Consejo Nacional Electoral [CNE]. (2023). Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas - 2023. [Resolución No. PLE-CNE-1-23-5-2023](). Registro Oficial Suplemento No. 317 de 24 mayo 2023.
- Consejo Nacional Electoral [CNE]. (2023). Reforma al Reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas - 2023. [Resolución PLE-CNE-13-3-6-2023](). Registro Oficial Segundo Suplemento No. 328 de 9 junio 2023.
- Decreto ejecutivo No. 741 de 2023 [Presidencia de la República del Ecuador]. El presidente constitucional disuelve la Asamblea Nacional por grave crisis política y conmoción interna, aplicando el artículo 148 de la Constitución. https://www.comunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Decreto_Ejecutivo_No._741_20230417063831.pdf
- Espinoza-Freire, E. E. (2020). La búsqueda de información científica en las bases de datos académicas. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(1), 31-35. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/219/268>
- González-Ulloa-Aguirre, P. A. (2009). *Declive y reconfiguración de la democracia representativa*. <https://elibro.net/es/lc/utiec/titulos/38179>
- Hurtado-Delgado, F. y González-Fuentes, C. (2019). Democracia participativa como complemento de la democracia representativa. *Ius Comitialis*, 2(4), 168-185. <http://dx.doi.org/10.36677/iuscomitialis.v2i4.13076>
- Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia. Registro Oficial Suplemento No. 578 de 27 de abril de 2009. <https://docs.ecuador.justia.com/nacionales/leyes/ley-electoral.pdf>
- Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas, Código de la Democracia de 2020. Por la cual se regula la participación política de las mujeres como cabezas de listas. 3 de febrero de 2020. Ecuador: Suplemento - Registro Oficial N.º 134.

- Nohlen, D. y Reynoso, J. (2022). *Sistemas Electorales y Partidos Políticos*. Tirant lo Blanch.
- ONU Mujeres, Care. (2022). *Análisis rápido de género sobre la situación de mujeres y personas de diversidades sexo-genéricas, impactos del COVID-19 en Ecuador*. https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2022/06/ARG_MUJERES_DIVERSIDADES_SMH_COVID19.pdf
- Ortiz, R. y Carrión, V. (2023). Gender Parity in Ecuador: The Impact of the 2020 Electoral Reform on the Descriptive Representation of Women Elected to National Assembly. *Revista de ciencia política*, 43(1), 93–114. <http://dx.doi.org/10.4067/s0718-090x2023005000105>
- Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. 16 de diciembre de 1966. <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>
- Piktin, H. (2014). *El concepto de representación*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Rabasa-Gamboa, E. (2020). La democracia participativa, respuesta a la crisis de la democracia representativa. *Cuestiones constitucionales*, (43), 351–376. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484881e.2020.43.15188>
- Tribunal Contencioso Electoral [TCE]. (2023). *Sentencia de la causa No. 159-2023-TCE (acumulada) de 2 de junio de 2023*. Obtenido de: https://apps.tce.gob.ec/jml/bajar/Sentencias/a1b9fe_SENTENCIA-159-23-020623.pdf
- Tardío, J. (2021). La denominada “democracia participativa” como género distinto de la democracia directa y de la democracia representativa. *Revista Cuadernos Manuel Giménez Abad*, (21), 203–220. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7960887>

Artivismo Hipermediático por el #No: Tecnopoéticas y Tecnopolíticas de BoomBapKillaz Sobre el Referendo 2023 en Ecuador

Hypermedia activism for #No: BoomBapKillaz technopoetics and technopolitics about the 2023 referendum in Ecuador

Byron Pacífico Andino Veloz¹

Investigador, docente universitario y periodista

byronandinov@gmail.com

Quito, Ecuador

Revista Enfoques de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 113-147.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 3-jul-2023
Aceptado: 26-sept-2023

113

Resumen

El hip hop usó las plataformas digitales para mostrar una postura crítica ante el referendo promovido por el presidente de Ecuador, Guillermo Lasso. El canal de hip hop BoomBapKillaz generó contenido con un cypher para establecer su artivismo en épocas electorales. El objetivo fue indagar los discursos multimodales de las tecnopoéticas y tecnopolíticas insumisas, además de la forma hipermedial de distribución del video «#No», producido ante el referendo 2023. La metodología fue cualitativa, descriptiva e interpretativa, se utilizó análisis de discurso e inmersión etnográfica para conocer el uso de plataformas y el contenido de las elocuciones políticas multimodales. Entre los resultados está que la fragmentación fue la estrategia para la propagación y distribución hipermedial del video. Las visualidades mostraron una reapropiación del espacio público; el cuerpo se utiliza para visibilizar

¹ Docente universitario de grado y posgrado, periodista. Doctor en Comunicación, Universidad Nacional de La Plata (Argentina). Magister en Comunicación, Universidad Andina Simón Bolívar. Licenciado en Periodismo. Especialización en Comunicación Digital (UNLP). Diplomados en: Comunicación Política (UBA-Sholem); Tecnología, Subjetividad y Política (CLACSO); Docencia Universitaria (CLACSO). Copy editor-redactor para los noticieros de Televistazo en Ecuavisa. Riobambeño y residente en Quito.

diversidades; las sonoridades poseen hibridaciones entre lo moderno y lo tradicional; las líricas insumisas deslegitimaron el discurso oficial en el referéndum, construyó un “nosotros” crítico y reflexivo para rechazar propuestas cortoplacistas e impulsar que haya políticas integrales en lo social y la seguridad para el pueblo.

Palabras clave: comunicación política, hip hop, consulta popular, activismo, discurso político

Abstract

Hip hop used digital platforms to show a critical position on the referendum promoted by the president of Ecuador, Guillermo Lasso. Hip hop channel BoomBapKillaz generated content with a cypher to establish their activism at election time. The objective was to investigate the multimodal discourses of the unsubmissive technopoetics and technopolitics, in addition to the hypermedia form of distribution of the video «#No», produced for the 2023 referendum. The methodology was qualitative, descriptive and interpretive, discourse analysis and ethnographic immersion were used to learn about the use of platforms and the content of multimodal political utterances. Among the results is that the fragmentation was the strategy for the propagation and hypermedia distribution of the video. The visualities showed a reappropriation of public space; the body is used to make diversities visible; the sounds have hybridizations between the modern and the traditional; the unsubmissive lyrics delegitimized the official discourse on the referendum, built a critical and reflective “we” to reject short-term proposals and promote comprehensive social and security policies for the people.

Keywords: political communication, hip hop, referendum, activism, political discourse

Introducción

Ecuador ha implementado mecanismos de democracia directa desde 1979, cuando se volvió a un modelo liberal representativo para elegir mediante votación a un gobierno y legisladores postulados desde movimientos y partidos políticos. La democracia directa presupone una potestad para que los ciudadanos participen en las decisiones, incluso para que tomen resoluciones sobre la programación del accionar de los gobiernos a distinta escala, lo que sería una oportunidad para su politización, en el mejor caso.

Sin embargo, en Ecuador, todas las consultas populares y referendos fueron convocados por presidentes de la República –Febres–Cordero, Durán–Ballén, Alarcón, Palacio, Correa, Moreno, Lasso–, de forma instrumental y de arriba hacia abajo, como búsqueda de legitimidad política y consolidación de poder para su gobierno de turno (Trujillo Montalvo, 2019). Esto acude a una visión minimalista que impulsa solo la ejecución del voto y que deviene más en una democracia delegativa (Lissidini, 2011). El uso de estas herramientas ha resultado una forma de medición de la popularidad de un líder, de su eficiencia política o del respaldo que tiene su movimiento o partido.

El caso en análisis tuvo inicio con la firma del decreto ejecutivo del mandatario Guillermo Lasso, el 29 de noviembre de 2022, para convocar al referéndum que se desarrolló el 5 de febrero de 2023, en conjunto con las elecciones seccionales. Tuvo un presupuesto de 18 millones de dólares, según el Consejo Nacional Electoral [CNE].

Esta propuesta nació en un contexto de ampliación de la inseguridad en el país, falta de efectividad en la gestión gubernamental, además que fue tras los conflictos

y movilizaciones de 18 días, de junio de 2022, lideradas por el movimiento indígena y acompañada por distintas agrupaciones que impulsaban sus demandas sociales. El gobierno prometía con el referendo más seguridad, mejor representación y cuidado del medio ambiente.

Tabla 1

Resultados del referendo 2023

Temática de la pregunta	No	Sí
1. Extradición de ecuatorianos	51,54%	48,46%
2. Autonomía de la Fiscalía General del Estado	56,71%	43,29%
3. Reducir el número de asambleístas	53,07%	46,93%
4. Número de afiliados mínimo de movimientos políticos	54,55%	45,45%
5. Eliminar la facultad de designar autoridades que tiene el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social	57,63%	42,37%
6. Modificar el proceso de designación de los miembros del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social	57,87%	42,13%
7. Incorporar subsistema de protección hídrica al Sistema Nacional de Áreas Protegidas	55,41%	44,59%
8. Beneficios por compensaciones por apoyo a la generación de servicios ambientales	55,96%	44,04%

Nota: elaboración propia. Fuente: Consejo Nacional Electoral [CNE] (2023)

Los resultados fueron una derrota electoral para el gobierno de Lasso, como proponente del referéndum, ninguna de estas preguntas fue aprobada.

En la historia de la comunicación política en la región, la campaña por el «NO» en Chile en 1988 evitó que Augusto Pinochet (dictador y luego sentenciado por crímenes de lesa humanidad) permanezca ocho años más en el poder. Esa tendencia ganó tras mostrar una explosión de creatividad en épocas de dominio de la televisión y lo audiovisual, cobró más fuerza el uso de las emociones y se promovía la alegría, un futuro distinto. Ahora, 35 años después, predomina la digitalización, la convergencia mediática y la plataformización, los ciudadanos también son productores de contenidos, a la vez que la explotación de los sentimientos se profundiza con instantaneidad y cortoplacismo, entre otras transformaciones de la economía simbólica (producción, distribución, circulación y consumo comunicacional).

El caso en estudio involucra al canal BoomBapKillaz², que muestra la posibilidad de los ciudadanos para interceder como productores, en este caso, mediante la cultura popular y el hiphop. Es un proyecto artístico comunicacional que se reapropia de las plataformas dominantes como *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *TikTok*, *Spotify*, entre otras, para la distribución hipermediática de su contenido que posee discursos sociales críticos y son parte de su activismo. BoomBapKillaz creó videos en hechos clave del país como los paros nacionales de

² BoomBapKillaz es un proyecto que difunde e impulsa el hip hop de artistas de Ecuador y Latinoamérica. Su canal está en distintas plataformas en internet. Tiene origen entre 2014 y 2015 con el proyecto Valles Unidos 593, lo encabeza Carter B. Realiza producciones como cyphers, videos para artistas en espacios urbanos y rurales del país y la región.

octubre de 2019, junio de 2022, también en momentos de cuestionamiento nacional como el femicidio de María Belén Bernal (en la Escuela Superior de Policía, por parte de su pareja) y en escenarios electorales, como el referendo convocado por Guillermo Lasso, además publicó distintos contenidos para la difusión de los raperos de provincias de Ecuador e incluso de otros países latinoamericanos.

El video que se analizará es un *cypher* (colaboración de raperos para improvisación en público), se titula «#NO», tuvo una distribución hipermediática entre el 1 y 5 de febrero de 2023, dos de sus contenidos tuvieron más de 500 mil reproducciones en esos días. El video muestra una postura política, participación y libertad de expresión de los raperos mediante estos espacios artísticos en la red, que reflejan un accionar más allá del margen de las instituciones formales.

El aporte del estudio es explorar las transformaciones de la comunicación política por el uso de las tecnologías y plataformas, para conocer cómo el activismo se desenvuelve en el ambiente hipermediático de comunicación y desarrolla tecnopoéticas del desvío. A la vez se establece una metodología de análisis del discurso multimodal que permite conocer qué elementos poseen las estrategias en la digitalidad.

Este artículo presentará un marco teórico basado en la comunicación política, el activismo, las tecnopoéticas y tecnopolíticas insumisas, a la vez que se dialogará con categorías de la digitalidad y el poder de la plataformización en ambientes hipermediáticos. Luego se explicará la metodología construida para este caso que se basa en el

análisis crítico del discurso y una inmersión digital. De ahí se presentarán los resultados de la estrategia hipermediática y el discurso de BoomBapKillaz.

Marco Teórico

Se parte de la conceptualización que hace Canel (1999) sobre la comunicación política como una actividad de determinadas personas e instituciones en la que “como resultado de la interacción, se produce intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas, así como la aplicación de éstas en la comunidad” (p. 27), a lo que incluye su relación con el ámbito social y cultural para desarrollar una concepción circular del proceso de comunicación, que es dinámica y en la que se generan constantemente significados.

Esta denominación evita que se direcciona a la comunicación política solo como una actividad vertical de las élites o de grupos hegemónicos. Con ello se toma en cuenta que los ciudadanos son sujetos partícipes de estos procesos en los que intervienen sus mediaciones socioculturales (Martín Barbero, 1987) para construir significados sobre la política. Los ciudadanos son condicionados, por ejemplo, por sus orígenes étnicos, género, clase social, comunidades interpretativas a las que pertenezca, experiencias localizadas, su relación hipermediática, sus comunidades digitales y otros factores multidimensionales que complejizan el entendimiento de la comunicación.

Este trabajo apunta más hacia esos usuarios como nuevos productores de contenidos en la comunicación política, un escenario donde se...

intercambian argumentos, pensamientos y pasiones a partir de los cuales los ciudadanos eligen. Además, es a la vez una instancia en la que el ciudadano obtiene información política para formarse una opinión de las diferentes opciones que se le presentan y, así, tomar una decisión. (Reyes et al., 2011, p. 91)

Es una oportunidad de incidir en el debate público en un contexto de digitalización con aplicación de hipermedia, que es una conjunción entre hipertexto y multimedia, con organización reticular de información textual, sonora o audiovisual mediante enlaces que relacionan distintos mensajes (Cuadra, 2022).

El desarrollo de esos contenidos puede ser bajo el activismo contemporáneo que posee una expansión comunicativa por los medios tecnológicos. Es una acción artística con fines de intervención social que trabaja en un contexto para construir significados con imágenes alternativas, metáforas, ironía, humor, provocación, con lenguajes que no respetan las normas culturales fijas. El activismo permite intervenir en el espacio social público, es una práctica cultural que devuelve a la estética su capacidad política como instrumento de transformación (García, 2023). El activismo también se desenvuelve para fomentar una política vigilada, si las calles hierven, las redes queman, indica el autor:

De las plazas a las redes. Y viceversa (...). La irrupción, la interrupción y la provocación que boicotea y sabotea lo establecido son las armas de una nueva generación de activistas políticos y

sociales. (...) Hemos visto la renovada emergencia de la poesía política, la irrupción de los coros para la denuncia, el uso inteligente de datos y visualizaciones. (Gutiérrez-Rubí, 2014, p. 54-55)

Es una reapropiación de la técnica para formar relatos gamificados, con profundización de las emocionalidades y pulsiones, capacidades creativas para tejer redes (Gutiérrez-Rubí, 2015). Estas tecnopolíticas se unen a las tecnopoéticas insumisas y del desvío que son la producción de experiencias estéticas que van más allá de lo literario, es una construcción del mundo desde un espacio técnico-artístico y técnico-social para producir sentidos sociales y posicionamientos políticos ante el sentido instrumental y hegemónico de la técnica, son:

prácticas artísticas que implican una conceptualización del hacer artístico e incluso una autoproducción artística, no solo en vinculación con la técnica artística específica, sino también con el fenómeno sociotécnico/tecnológico que da forma a ciertos modos de ver el mundo en cada tiempo y lugar. (Kozac, 2019, p. 3)

Si se hablaba que el activismo irrumpe en el espacio social público, este también tiene hoy como escenario a las plataformas digitales que son “una vasta infraestructura para detectar, grabar y analizar datos. Dicho de manera simple, los datos son la materia prima que debe ser extraída, y las actividades de los usuarios, la fuente natural de esta materia prima” (Srnicsek, 2019, p. 42), son poderosas compañías que monopolizan, extraen, analizan y usan esas grandes cantidades de datos para su procesamiento

y reutilización instrumental. Estas tecnologías también son sociales (Williams, 1992), y se les puede dar un sentido de «techné» y reapropiarse del invento, de sus marcos de saberes y los conocimientos necesarios para darles otros usos. Así, se le asigna otro sentido en diferentes condiciones sociales, alejadas del interés mercantil, en este caso para el uso ciudadano, con activismo y discursos críticos que se propagan como efecto red.

Metodología

El objetivo es indagar los discursos multimodales de las tecnopoéticas y tecnopolíticas insumisas en un video del canal BoomBapKillaz (producido en el final de la campaña ante el referendun 2023) y su forma hipermedial de distribución. El corpus seleccionado corresponde al video titulado «#No», colgado en *Youtube* el 1 de febrero, que tuvo una forma de distribución enlazada con *Facebook* y también adaptada para *TikTok*. Fue producido por @ *CarterBeats* y Nicolás Abril, participan los artistas Carter B, quien encabeza el proyecto BoomBapKillaz, Park –Solanda, Quito–, Dome –Conocoto, Quito– y Lenin Yumbay –kichwa del pueblo Waranca–.

Es un trabajo cualitativo porque busca el entendimiento del significado de las acciones de los seres humanos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), tiene un enfoque sociocrítico y no experimental. Se aplica observación estructurada del video para recolectar la información de forma metódica, con categorías previamente codificadas y una guía para clasificar y sistematizar los datos (Campos y Lule Martínez, 2012).

Tabla 2*Esquema metodológico aplicado*

Unidad de análisis	Categorías		
Video #No	Tecnopoéticas y tecnopolíticas insumisas	Visualidades	Espacios, signos
		Sonoridades	Beats, consignas, idioma
		Corporalidades	Técnicas, estéticas, símbolos
		Líricas insumisas	Autorrepresentación positiva Heterorepresentación negativa

Nota: Elaboración propia

En las siguientes plataformas, el investigador realizó una inmersión etnográfica en las cuentas de BoomBapKillaz para recolectar la información y anotarla en una matriz:

- **TikTok:** copy o texto multimodal; número de reproducciones, «me gusta», comentarios, compartidos; link y fecha.
- **Facebook:** copy o texto multimodal; número de reproducciones, comentarios, compartidos y reacciones; fecha y link.
- **Youtube:** nombre, reproducciones, comentarios, «me gusta», «no me gusta», link y fecha.

La información numérica se recogió el domingo, 5 de febrero de 2023, día de las votaciones, al finalizar la jornada, para conocer la propagación existente hasta el momento de los comicios. A partir de esos datos se desarrolló un enfoque descriptivo con un proceso interpretativo sobre los usos del hipermedia, relacionado con las formas de conexión y distribución entre las plataformas y la adaptación del video principal.

Para completar el objetivo se realizó un análisis crítico del discurso, cuyo esquema metodológico es aplicado por el autor también en otros corpus, que corresponden a una investigación más amplia sobre el canal BoomBapKillaz³. Las categorías incluidas son las visualidades y el espacio, las sonoridades, la reapropiación del cuerpo y las líricas insumisas con autorrepresentación positiva y heterorepresentación negativa de los otros contruidos, esto es parte de prácticas comunicativas contradiscursivas (Van-Dijk, 1999).

La lírica del video de 5 minutos 35 segundos fue transcrita y con las anotaciones sobre las categorías indicadas se desarrolla un análisis crítico del discurso, de forma multimodal, sobre un contenido que cuestiona –mediante las tecnopoéticas insumisas del rap– el abuso de poder y dominio en un contexto social (Van-Dijk, 1999). El presidente Guillermo Lasso dominaba el contexto de comunicación al tener la maquinaria comunicacional y gubernamental para apoyar el Sí en la consulta, sus encuadres discursivos eran replicados en los medios nacionales, además que en redes sociales hubo cuentas

³ Otros resultados fueron publicados en el artículo "Tecnopoéticas y tecnopolíticas insumisas en el hip hop ecuatoriano durante el paro nacional 2022", en la Revista Chasqui.

como *Consulta Ciudadana Ec* que gastó más de 200 mil dólares en pauta solo en Meta (datos del reporte de la misma plataforma, esta cuenta fue cerrada una vez concluida la consulta), sin conocerse quién estaba al mando de esa página que apoyaba el «SÍ», ni de dónde provenían esos recursos.

Los resultados se exponen, primero, con la estrategia de distribución hipermedial en las plataformas y, después, con las categorías del análisis crítico del discurso, para lo que se incluyen ejemplos y descripciones del corpus de las líricas tomadas de cada autor.

Estrategia Hipermediática Multiplataforma: Fragmentación e Hipertextualidad

En la comunicación digital interactiva se producen variaciones en el proceso de producción, distribución, circulación y consumo. La gestión estratégica de los contenidos se desarrolla en modo multiplataforma, con contaminaciones y combinaciones de formatos (Scolari, 2008) que permiten extender los contenidos primarios. Los canales se diversifican, provocando una ubicuidad del contenido, con presencia en distintos espacios de la red. Aquí se explora tres plataformas en las que se distribuyó el video «#No» por parte de BoomBapKillaz: *Facebook*, *TikTok* y *Youtube*.




Facebook

BoomBapKillaz posee 150 000 seguidores, su página fue creada en noviembre de 2014. Esta plataforma tuvo 20 publicaciones referidas al referéndum y el video «#No», con diversos formatos y usos. El primero fue crear expectativa en momentos previos a la publicación, por ejemplo, con un *reel* de un video del día de grabación en el que se presentaba de forma jocosa a los ciudadanos que llevaron una pancarta.

La publicación oficial del link de «#No» se hizo de dos formas: con una foto grupal, tipo portada, de los cuatro raperos y todos quienes acompañaron el cypher; la segunda fue con una imagen de la artista Dome al momento de su intervención. Un día antes de las elecciones se publicó el video completo en *Facebook*, no solo el link, sin embargo, este no tuvo igual repercusión que los fragmentos.

Tabla 3

Publicaciones con mayor alcance en Facebook

Indicador	1. El Buen Lenin Yumbay viajó desde Guaranda 5 horas para grabar este video en Quito! somos #boombapkillaz LO MEJOR DEL RAP ECUATORIANO!	2. LA MÁS QUERIDA #DOME #BOOMBAPKILLAZ #viral #NO	3. Tayta #carter #boombapkillaz representando como se debe!	4. #park #boombapkillaz representando la lucha popular!
Reproducciones	628 000	190 000	104 000	42 000
Comentarios	1 300	401	396	174
Compartidos	16 000	5700	2 500	718
	17 000	9 300	5 300	2 200
	2 400	1 400	712	214
	41	12	14	7

Nota: Elaboración propia

La publicación que tuvo más propagación en red en el período analizado fue el video extracto de Lenin Yumbay (BoomBapKillaz, 2023b), que consigue alta interacción con

comentarios y reacciones. Las tres siguientes también fueron extractos de videos de Dome, Carter y Park. Los contenidos fragmentados eran más cortos (duraban un minuto) que el video total, fueron reeditados con formato vertical e imagen centrada en cada raper. Su propósito era enganchar continuamente la atención de los seguidores para redirigirlos de forma hipertextual hacia el contenido completo en *Youtube*, colocando el link o URL de «#No».


En cuanto a contenido inclusivo, está un video de la usuaria *@adriasec* que había sido publicado en *TikTok* –8 000 visualizaciones– y es replicado en *Facebook*, dura un minuto y tiene pantalla dividida: a la derecha está Carter con su rap del «#No» y a la izquierda está la usuaria que interpreta su lírica en lengua de señas, es llamativo por su rol político y construcción colaborativa entre usuarios, con el rap y los medios digitales de por medio.

TikTok

BoomBapKillaz tiene 133 mil seguidores en esta plataforma, que es la que más ha crecido durante los últimos años. Esta se caracteriza por sus videos de corta duración, por una constante oferta que llega, según la programación algorítmica, y la personalización de contenidos (que toma cuerpo según los intereses de cada usuario para mantenerlo atado al consumo).

Los 5 videos publicados sobre el cypher «#No» eran iguales a los que se difundieron en *Facebook*, por ejemplo, el video *reel* para crear expectativa –que aquí tiene mayor circulación que en *Facebook*– y los 4 extractos del rap de los artistas –estos, en cambio, tuvieron mayor impacto en la otra plataforma–. Aquí coincide que la publicación con el contenido de Lenin Yumbay fue la más propagada y con mayor interacción.

Tabla 4*Publicaciones en TikTok*

Texto	Reproducción	«Me gusta»	Comentan	Comparten
Mipana @leninyumbayskb representando en los #boombapkillaz!	525 000	379 000	1 120	3 355
soy del partido de mi mujer  #NO	79 600	4 548	170	220
YA LA EXTRAÑABAN? #DOME #BOOMBAPKILLAZ	14 800	1 798	34	263
#carterbi #no al banquero, el pueblo le dice no al banquero	12 900	1 367	25	93
mi pana #park los boombapkillaz! todo duro ahi!!!	5 628	248	4	18

El formato de los videos en vertical y con modelo fragmentario muestra su adaptación para esta plataforma. Aquí también hubo intención de redirigir a los usuarios al canal de *Youtube* de BoomBapKillaz, al colocar un código QR al final de cada video como elemento hipertextual.

Youtube

El canal de BoomBapKillaz en esta plataforma fue creado el 1 de enero de 2014 y tiene 80 mil suscriptores. El uso que se le ha dado, en este caso, es ser repositorio de producciones artísticas del hip hop, con tecnopoéticas y tecnopolíticas para ser distribuidas en la red. El video completo de #No (BoomBapKillaz, 2023a) fue colgado en la plataforma, de este se obtuvieron los fragmentos antes indicados.

Tabla 5

Publicación en Youtube

Video	Reproducciones	Comentarios	«Me gusta»	«No me gusta»
#No	27 700	1 754	2 550	0

Nota: Elaboración propia

BoomBapKillaz promovió que los usuarios lleguen al video completo para ampliar la relación con un contenido más extenso y más elementos que forman una narrativa del cypher. Esto –en comparación con datos de otras plataformas– se logró en menor grado, ya que otros sitios tuvieron mayores posibilidades de tejer redes y conseguir alcance.

El consumo de este video fue de adherentes al sentido del cypher «#No», con interacción, hasta ese momento no tuvo ninguna reacción en contra, según los datos del indicador «no me gusta» que incluye *Youtube*.

Análisis Crítico del Discurso

Visualidades: representaciones y reapropiación de espacios públicos

Figura 1

Los artistas al momento de rapear en la Plaza de la Independencia



Nota: Adaptado de «#No» [Video], por BoomBapKillaz, 2023, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=-DEL-0OLtqw>)

Las prácticas del ver están atravesadas por contextos políticos y culturales que les otorgan sentido. El cypher analizado se desarrolla en la Plaza de la Independencia, junto al palacio de gobierno en el centro de Quito, que es sitio del poder presidencial, en esta ocasión a cargo de Guillermo Lasso. La presencia de los artistas frente a Carondelet es una arenga y confrontación directa ante el mandatario, como respuesta a su propuesta de referéndum, por lo que jóvenes de origen popular ejercen su libertad de expresión, desarrollan una apropiación del espacio urbano y cotidiano como territorio sonoro (Garcés y Acosta, 2022) para llenarlo de arte y resistencia –por ejemplo– ante la comercialización musical o los discursos del gobierno.

El hip hop empezó décadas atrás en espacios periféricos, los suburbios de Nueva York, con poblaciones afroamericanas y latinas que desarrollaban encuentros callejeros, luego compartieron su arte en medios de transporte público y sitios periféricos. BoomBapKillaz irrumpe, en cambio, en sitios céntricos y simbólicos de poder en la capital del país, comparte su música en este espacio (un parque central y calles tradicionales), los artistas se representan junto al ciudadano común que transita: extranjeros y turistas que llegan a ese sector, incluso tienen cerca a agentes municipales. En este caso, se trata también de raperos 2.0 (Biaggini, 2021), pues su finalidad no es tanto que sea un evento masivo presencial, sino que construyen su cypher para su propagación y distribución digital en red mediante las plataformas de internet.

La representación visual de cada rapero se desarrolla sobre todo con un plano medio, que lo muestra centrado frente a la cámara para comunicarse ante los usuarios y como arenga al presidente mientras la gente lo acompaña a su alrededor. También utilizan el primer plano contrapicado para resaltar sus rostros y hay movimientos de cámara para que se vea a los participantes del cypher.

La multimodalidad visual también incluye una gigantografía, hecha por ciudadanos que se enteraron de esta actividad y que se sumaron a esta expresión artística, decía en su texto anclaje: “¡No Lasso No! 05 feb. Esta consulta no soluciona ningún problema del país, solo le sirve a Lasso para tapar su corrupción” (BoomBapKillaz, 2023a), incluía como imagen denotada al mandatario con su rostro solo hasta los ojos, con la connotación de esconderse.

Otro signo presente, y que proviene de una interdiscursividad de los videos de BoomBapKillaz durante el paro 2022, son los gigantes zapatos que los lleva colgados un ciudadano como burla a la campaña presidencial de Lasso en 2021, en la que utilizaba unos zapatos rojos deportivos para su campaña de marketing en las redes sociales. De esta forma, el rap recupera su naturaleza política, el rap político usa otros elementos visuales para fortalecer su discurso como vehículo de protesta (Cru, 2021) ante las realidades sociales de este contexto.

Usos del Cuerpo

Figura 2

Primer plano de los artistas, con sus estéticas y uso del cuerpo



Nota: Adaptado de «#No» [Video], por BoomBapKillaz, 2023, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=-DEL-0OLtqw>)

El hip hop ha provocado tensiones estéticas mediante el uso social del cuerpo para evitar su explotación instrumental en el sistema. Aunque los sujetos de las clases populares no tengan parte en la sociedad (Rancière, 2010), luchan por ser visibles, como desacuerdo ante el orden

hegemónico y ante quienes gobiernan. Ellos rechazan a los actores policiales que mantienen una inmovilidad social, usan al cuerpo como espacio de creación, experimentación, invención, portador de sentidos en un funcionamiento colectivo (Tijoux, Facuse y Urrutia, 2012) que impulsa el litigio.

Los raperos aplican marcadores simbólicos culturales que se diferencian de los arquetipos disciplinantes de belleza eurocéntrica que oprimen, regulan, norman al cuerpo con el ideal de hombre blanco, occidental, eficiente económicamente, moderno. Al contrario, ellos impulsan un encuentro intercultural reflejado en los cuerpos diversos: camisas con tejidos andinos, poncho, sombrero, capuchas, tatuajes, uso de aretes, piercings, collares y cadenas, pulseras, peinados variados, cabeza rapada.

El rap ha tenido un uso de la ropa deportiva como estética vestimentaria para mostrar una presencia corporal identitaria: chaquetas de baseball, fútbol americano, gorras y gorros. Esta no significa alienación, sino un *nosotros* que se identifica con la situación de discriminación, violencia y exclusión social que han sufrido los grupos marginados de EE.UU., donde se originó el hip hop, debido a las situaciones localizadas en los nuevos contextos (Gugenberger, 2022). La clase social también se presenta con el porte de una camiseta rasgada y rota, con ropajes populares de quienes también apoyaron el cypher.

El cuerpo es parte de las expresiones mediante la gestualidad y lenguaje no verbal, con arenga e interpretación: la gente alienta con gestos que van acorde al ritmo, bailan y disfrutan de la música, despliegan risas, hay jolgorio y goce al irrumpir en la política y exponer sus

subjetividades. Se trata de cuerpos en interacción para una construcción colectiva de significados mediante el arte. Es una forma de dejar la individualidad y buscar reunión, acoplamiento, encuentro al mismo nivel, incluso para alcanzar un nuevo nosotros en las redes digitales, que se identifiquen con estos discursos estéticos.

Sonoridades

Las hibridaciones sonoras han sido comunes en la producción musical. La digitalización facilita la combinación de ritmos, géneros e instrumentos de distinto origen, cultura y tradición artística. El caso de «#No» muestra la existencia de identidades híbridas: la música ecuatoriana suena a ritmo de la guitarra y el requinto (que emite un sonido más agudo), como principales elementos de la pista, en específico es una melodía del género albazo, conocido en la cultura popular nacional; a esto se suma la base electrónica para formar una conjunción entre lo tradicional y lo moderno, con una identidad nacional musical actualizada para las juventudes, así como para los seguidores del hip hop que encuentran en esa producción elementos culturales localizados.

La hibridación también se produce al conjugar el castellano y palabras del kichwa que se han propagado en la cultura popular –«shunsho», «mushpa», «pishco»–, así como al compartir fragmentos más largos en la lengua originaria por parte de Lenin Yumbay. Su objetivo es integrarse a nuevos espacios sociales de identidades urbanas para visibilizar y reivindicar la lengua mediante esta producción artística, es ejercer su función identitaria al pertenecer a una comunidad bilingüe (Gugenberger, 2022). También es un papel simbólico y contrahegemónico (Cru, 2021) ante

la homogeneidad cultural occidental que, en el caso de Ecuador, ha colocado al castellano como dominante por el trayecto de la colonialidad y sus matrices de dominación.

El rap es una construcción corposonora, creada con la voz y la memoria de expresiones culturales que guardan significados, a estos se suman las arengas del hip hop y los gritos que alientan y elogian a quien rapea. Las consignas sonoras también se unen a este cypher, antes de comenzar su rap Carter B decía: “Esto es BoomBapKillaz, rap ecuatoriano, alzando la voz por el pueblo y por los que se merecen, somos de Ecuador, un país hermoso, pero con malos gobernantes. Vamos, las manos en el aire” (BoomBapKillaz, 2023a, 0m20s), es un discurso hablado, con una postura desde el proyecto por parte de su creador y también partícipe de este cypher que anuncia su politicidad artística. Otro relato hablado, en cambio, exalta su pertenencia geográfica y étnica: “Imanalla, directamente desde los Andes, papá” (Yumbay, L.).

De ahí, se alzan voces colectivas, en coro, que pronuncian su postura directa ante el referéndum propuesto por el presidente Lasso: “Ocho veces No, ocho veces NO, ocho veces No, ocho veces NO. Y qué le decimos a Lasso: NO...” (BoomBapKillaz, 2023a, 4m47s), es una evocación que va desde el rap con intencionalidad de que se plasme en un proceso electoral, entonces desde las calles y las redes se irrumpe con discursos para interceder en los procesos formales de democracia directa.

Otros elementos sonoros que atraviesan este cypher son los aplausos y silbidos, una comunicación no verbal de aprobación, aliento y apoyo a esta actividad artística.

Líricas insumisas y del desvío

Son las ideas producto de una construcción artística y puesta en escena de significados sociales y posicionamientos sobre el mundo que van más allá de los sentidos instrumentales del arte y la técnica. Al estar –en este caso– vinculados a una forma de comunicación política, sus componentes se nutren de elementos del discurso político.

- «#No» ante el referéndum

El cypher «#No», de BoomBapKillaz, es una exposición de razones políticas y sociales por parte de raperos, con argumentos organizados, contra la iniciativa verticalista de democracia directa que propuso el presidente Guillermo Lasso:

– Carter B: están jugando con la inocencia de mi pueblo, les valen v... si estás vivo o estás de duelo. No a tu avaricia y corazón frío, te están prometiendo un puente donde no hay ríos (...)
Estos ridículos solo quieren agradar, te dicen vota sí y luego te van a patiar (BoomBapKillaz, 2023a, 0m41s).

– Park: pura mañosería en una consulta que juega con el léxico, una consulta no cambiará el panorama tétrico. La extradición solo funciona en lo teórico, sino miren la situación de Colombia y México (BoomBapKillaz, 2023a, 1m34s).

Los raperos desarrollan una función pedagógica de la política, su propósito es develar las intenciones instrumentales y de manipulación que intentaría el gobierno de Lasso a través de las preguntas, el lenguaje usado en las

mismas y que se anclan en la situación social del país. Ellos argumentan que la consulta no conlleva elementos para un desarrollo social, en general, y no funcionaría en la práctica –en particular– la propuesta ante la inseguridad, basada en la pregunta para modificar la Constitución y permitir la extradición de ecuatorianos.

El objetivo de la argumentación es llegar a una conclusión que refute a otros discursos, en este caso, al oficialista. Con estos contradiscursos, los artistas urbanos interceden en los conflictos públicos de opinión con insumos de pensamiento:

- Dome: mi gente no necesita una consulta popular, necesita educación, apoyo al arte y donde camellar (...) Y no, no te apoyo a vos porque tengo memoria, el pueblo gana cuando no se repite la historia (...). Sin carne en el hospital y un fucking salario mensual, extradición no sirve empleo, ni combate la inseguridad (BoomBapKillaz, 2023a, 3m12s).
- Lenin Yumbay: digo NO, ocho veces no al banquero ladrón que gobierna con represión, rechazamos la consulta que apoya la corrupción, queremos empleos, salud, seguridad y educación (BoomBapKillaz, 2023a, 4m1s).

La conclusión es rechazar la propuesta del referéndum mediante la votación del No, nombre al cual también corresponde su cypher, además de deslegitimar como político al presidente. Sus argumentos se sustentan en que las necesidades de Ecuador van más allá de una consulta popular porque se necesitan mejoras estructurales a través de política pública y acción integral del Estado, más allá de un cortoplacismo instrumental.

- Los contradestinatarios contruidos

El discurso posee esa dimensión polémica que caracteriza un enfrentamiento entre enunciadores (Verón, 1987), en este caso también desarrollado desde el hip hop. Van Dijk (1999) indica que esa actividad conlleva formar una representación negativa del otro, incluso como contradiscurso ante quienes ostentan el poder. El más señalado es el presidente Guillermo Lasso:

– Carter B: no a un presidente que nos miente, que usa corbata, pero es delincuente (...).

No al banquero, acaso no te das cuenta desde que le diste el voto, estamos en la mierda. No al banquero, acaso no te recuerdas que en los noventa dejó vacía las cuentas (BoomBapKillaz, 2023a, 0m32s).

– Park: a Lasso se le dice No por experiencia, nos estás jodiendo la maldita existencia (BoomBapKillaz, 2023a, 2m15s).

Atan el referéndum y la actuación de Lasso para deslegitimarlos. Activan el encuadre de «banquero» para hacer alusión a la memoria histórica del feriado bancario en Ecuador, como uno de los crueles y críticos momentos para los ciudadanos del país. Complementan la construcción de su imagen como parte de las élites y causante de las afectaciones sociales en Ecuador. También se incluye una descripción de actores institucionales, entre otros:

– Lenin Yumbay: sus narcogobiernos y los ponchos dorados Llullakuna, manavalikuna (mentirosos, no sirven para nada) (BoomBapKillaz, 2023a, 4m36s).

– Park: narco, todo el gobierno, milico y policía, querer aumentarlo en la calle: qué ironía (...)

si los que matan, roban son los chapas todo el día (BoomBapKillaz, 2023a, 1m45s).

Aparece la adjetivización como narco para el gobierno, las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional. Semanas antes de la realización del cypher se había difundido la investigación del caso El Gran Padrino, que vinculaba al cuñado del mandatario con gente que tenía vínculos con la mafia albanesa, además de los múltiples casos de integrantes de la fuerza pública que participan en delitos ligados a grupos delictivos. A esto se suman los calificativos de ratas, impostores, mañoso, cínico, embustero, desleal, habilidoso, lacayos del poder, ratas de derecha, los señalan como gente con interés particular, corruptos, por ejemplo, en líricas de Dome y Carter B. Lenin Yumbay es indígena, por lo que también cuestiona a los “ponchos dorados”, que son reconocidos como las élites dirigenciales o que han asumido cargos institucionales, actuando más para grupos de poder y no para los colectivos sociales.

Otros contradestinatarios son dos actores que se desenvuelven en los entornos hipermediáticos, también estas líricas son una respuesta a sus discursos y encuadres:

- Dome: prensa cada día más sucia, pero con bolsillo lleno (BoomBapKillaz, 2023a, 2m47s).
- Lenin Yumbay: no sean mushpas y pónganse a pensar, por un poco de cushqui se dejaron comprar, se convirtieron en lamebotas de unas ratas más, mal pagadas mascotas de un banquero de quien más. Hace falta honradez, *youtubers* ignorantes, por no pensar en su gente nos tocó sentenciarles, por ver un poco de dinero

empezó a afectarles (...) venimos a ajusticiarles (BoomBapKillaz, 2023a, 3m40s).

La primera idea ya había sido objeto de cuestionamiento por los cyphers de BoomBapKillaz, por ejemplo, durante el paro de junio de 2022, cuando se criticaba el papel de los medios tradicionales de comunicación de alcance nacional al replicar la postura oficialista (Pilca y Quevedo, 2023). Lo nuevo es la crítica a creadores de contenido de Ecuador que tienen amplio alcance en las plataformas digitales –Kike Jav, Tamara Rivera y John Valverde–, pues ellos hicieron campaña en sus perfiles a favor del referéndum. Yumbay los cuestiona por ser funcionales al gobierno de Lasso a cambio de dinero y de dar la espalda a la gente.

- Evocar al pueblo ante el referéndum

Al final del video «#No» aparece la frase: “Un pueblo ignorante es un instrumento ciego de su propia destrucción, Simón Bolívar”, se enlaza con uno de los propósitos del cypher que es apelar a los usuarios de las redes sociales para la toma de conciencia sobre su postura política y electoral. Se evoca al pueblo, como conjunción de esa diversidad de ciudadanos que pertenecen a estratos populares y subalternos:

– Lenin Yumbay: este es mi pueblo, siempre muy atento, a toda mi tierra, vengo aquí yo represento (BoomBapKillaz, 2023a, 4m10s).

– Carter B: alzando la voz por el pueblo y por los que se merecen (...). No seas shunsho, ellos no te quieren, no seas tonto, ellos no convienen (BoomBapKillaz, 2023a, 0m7s).

– Park: así que piensa, así que piensa, ya lo dijo el Can: nunca habrá Revolución sin evolución de conciencia (BoomBapKillaz, 2023a, 2m20s).

Además de evocar al pueblo, también indican que lo representan al compartir sus líricas, pensamientos y vivencias ante la mirada de los otros, mediante las plataformas digitales. Es aparecer en las diversas pantallas con esa capacidad de creadores artísticos, con la intención de buscar reflexión para evitar el apoyo a quienes impulsan el referéndum. Park utiliza una interdiscursividad con alusión al rapero y activista venezolano, Tirone González, conocido como Canserbero, para apegarse al sentido de transformación social. La dimensión antagónica del pueblo está vigente, el llamado al litigio social también se muestra:

– Lenin Yumbay: salimos de abajo, esfuerzo y trabajo (...). Son grandes mis sueños como son mis fundamentos, y a luchar sin miedo, guerreros y mis ancestros (...) Kay pichka patzak watakunata, Pay kunata shuwaska, Kuri allpakunata Ñucanchi mikunata. Kunanka na ushanka, Ashtawan mirarinka (Hace 500 años nos robaron nuestro oro, nuestra comida. Ahora no nos robarán, no nos dejaremos) (BoomBapKillaz, 2023a, 4m32s).

Se valora la condición subalterna con una visión andina del tiempo, es recuperar la importancia del pasado, de la historia, mostrar las estructuras sociales que han quedado. A la vez incentiva las luchas ante esos mismos condicionamientos, usa el kichwa en el rap para impulsar una decolonialidad del poder y el litigio social, buscar otras formas de existencia social alejadas de una jerarquía que colocaron a lo indígena y lo negro en lo más bajo de las escalas sociales (Quijano, 2020).

Cierre

La metodología empleada permitió explorar el uso de las plataformas, así como el contenido discursivo referente a la comunicación política desde los ciudadanos. Es una forma de mantener la pregunta por el poder y entender la complejidad que conllevan los procesos comunicacionales, aquí también atravesados por el arte popular, el activismo social y las coyunturas electorales en Ecuador. Así se evita reproducir tendencias tecnofílicas o centradas únicamente en las tecnologías como determinantes.

Este estudio de caso recupera contenidos destacados para el artivismo en Ecuador, como forma de empoderamiento para generar debate mediante creaciones colectivas del hip hop. Estos ciudadanos ejercieron su soberanía y capacidad de decisión ante el referéndum, el cual no se consolidó como una forma de democratización de la agenda de gobierno porque fue impuesta verticalmente desde el mandato, al igual que en otros episodios de la historia del país.

El cypher «#No» contiene tecnopoéticas y tecnopolíticas con usos del cuerpo diverso y estéticas no normadas hegemónicamente, se distancian de la blanquitud del sujeto occidental, económicamente opulento, exitoso. El espacio público fue reapropiado para encarar presencial y simbólicamente al poder, lo que fue llevado también al espacio virtual con el video «#No», rompiendo barreras de espacio y tiempo. Las sonoridades presentaron una hibridación entre lo tradicional y lo moderno, con lo popular nacional, el castellano y el kichwa. Las líricas insumisas y del desvío evitan lo efímero, enrumban su contenido

a una causa política para deslegitimar las propuestas cortoplacistas del gobierno en el referéndum, al contrario, ellos piden políticas integrales para las mayorías.

Las tecnopoéticas evolucionan, pasan de presentarse en una sola obra a distribuirse hipermediáticamente y en fragmentos. La lógica fue mantener un diálogo entre los contenidos de *Facebook*, *TikTok* y *Youtube*, utilizando a las dos primeras plataformas para generar expectativa del lanzamiento, así como para propagar el video «#No» y redirigir a los usuarios hacia el video completo en *Youtube*, que es el principal repositorio de los contenidos del proyecto BoomBapKillaz.

Pese a que el objetivo del canal era que los usuarios lleguen principalmente al video completo de «#No» en *Youtube*, los extractos o fragmentos del mismo en *Facebook* y *TikTok* fueron los que tuvieron mayor propagación y alcance en la red. Se muestra esta tendencia de consumo con menor tiempo, pero que causa mayor viralización y propagación.

Queda pendiente ampliar las líneas de investigación con el análisis más profundo de los seguidores de BoomBapKillaz para conocer cómo se relacionan con estos contenidos, cómo ponen en juego sus hipermediaciones, en cuanto a discursos y elementos narrativos contemporáneos en las plataformas.

El cypher «#No» es una muestra de la comunicación política desde los artistas-ciudadanos que pusieron en disputa los sentidos sobre el referéndum, mediante la reapropiación de formatos hipermediales y lógicas de la digitalidad contemporáneos para incidir en plataformas hegemónicas. Los raperos le dan otro significado a

la tecnología, para superar su sentido instrumental hegemónico, lo aplican para el activismo social y político desde los artistas populares y el hip hop.

Referencias

- Biaggini, M. (2021). Práctica del rap estilo libre en Argentina: antecedentes históricos. *Análisis*, 53(99). <https://doi.org/10.15332/21459169.6419>
- BoomBapKillaz. (1 de febrero de 2023a). BoomBapKillaz #NO | Carter B, Park, Dome, Lenin Yumbay | Prod. @ CarterBeats & Nicolás Abril [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=-DEL-00Ltqw>
- BoomBapKillaz. [BoomBapKillazOficial]. (2 de febrero de 2023b) El Buen Lenin Yumbay viajó desde Guaranda 5 horas para grabar este video en Quito! somos #boombapkillaz LO MEJOR DEL RAP [Video] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=517480140487041>
- Campos, G. y Lule Martínez, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45–60.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Canel, M. (1999). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. TECNOS.
- Cru, J. (2021). Rap en lenguas originarias: de la recreación artística a la denuncia sociopolítica. *Ichan Tecolotl*, 345. <https://ichan.ciesas.edu.mx/rap-en-lenguas-originarias-de-la-recreacion-artistica-a-la-denuncia-sociopolitica>
- Cuadra, Á. (2022). Análisis de Discurso Digital: Hipermedia & Microblogging. *Revista Chilena de Semiótica*, 17,

101-112. https://da931a359d.clvaw-cdnwnd.com/acecc7bc7a31391a2f6770a849fc939a/200000399-970b1970b4/RCHS%2017_101-112-8.pdf?ph=da931a359d

- Garcés, Á. y Acosta, G. (2021). Territorios sonoros. Resistencia artística, política y pedagógica en las Escuelas de Hip Hop en Medellín. *Revista Izquierdas*, (51), 1-17 <http://www.izquierdas.cl/images/pdf/2022/51/art10.pdf>
- García, M. (2023). Artivismo y afectos. Entrecruces desde el feminismo y el Análisis Político de Discurso. En Rosa Buenfil y Luz Montelongo (Coord.), *Formación, afectos y política. Investigaciones político-discursivas en educación* (pp. 173-194). Editorial Balam.
- Gugenberger, E. (2022). La construcción de nuevas identidades urbanas: lenguas originarias de América Latina y castellano en el etno-rap. *Caracol*, (24), 110-139. <https://doi.org/10.11606/issn.2317-9651.i24p110-139>
- Gutiérrez-Rubí, A. (2014). *Tecnopolítica*.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2015). *La transformación digital y móvil de la comunicación política*. Editorial Ariel S.A.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Kozak, C. (2019). Tecnopoéticas latinoamericanas en el dominio digital. Intersecciones arte-tecnología-política-territorio. En Horta, A. (comp). *Fundamentos y prácticas poéticas. Arte, arquitectura, ciudad, diseño, cultura material* (pp. 47-64). Universidad Nacional de Bogotá.

- Lissidini, A. (2011). *Democracia directa en Latinoamérica: Entre la delegación y participación*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO <https://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/lisidini/lisidini.pdf>
- Pilca, P. y Quevedo, T. (2023). “Si el Estado es el ruido, el pueblo es la melodía”. Reflexiones sobre la música en el levantamiento indígena y popular – Ecuador, junio 2022. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (194). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi194.9628>
- Quijano, A. (2020). *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. CLACSO.
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Manantial
- Reyes, M., O’Quinn, J., Morales, J., y Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios públicos*, 14(30), 85–101. <https://espaciospublicos.uaemex.mx/article/view/19842>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra
- Tijoux, M., Facuse, M., y Urrutia, M. (2012). El Hip Hop: ¿Arte popular de lo cotidiano o resistencia táctica a la marginación? *Polis*, (33). <http://journals.openedition.org/polis/8604>
- Trujillo–Montalvo, P. (2019). Consultas y referéndums populares. ¿Búsqueda de legitimidad política en Ecuador? *Apuntes Electorales*, 18(60), 101–125. <http://aelectorales.ieem.org.mx/index.php/ae/article/view/111>

- Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En E. Verón, *El discurso político: Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11–26). Hachette.
- Van-Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 23–36.
- Williams, R. (1992). *Historia de la Comunicación. De la imprenta a nuestros días*. Editorial Bosch.

***TikTok* y Campaña Política: Análisis de Contenido de los Perfiles en *TikTok* de los Candidatos a la Alcaldía de Latacunga Ecuador - Elecciones 2023**

***TikTok* and Political Campaign: Content Analysis of *TikTok* Profiles for the 2023 Latacunga Mayoral Candidates in Ecuadorian Elections**

Ricardo Francisco Ureña-López¹
Decano de la Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación

ricardo.urena@utc.edu.ec

Erika Jasmin Valiente Licintuña²
Graduada

erika.valiente0219@utc.edu.ec

Hillari Nai Sevilla Hernández³
Graduada

hillari.sevilla0377@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador

Revista Enfoques de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 148-178.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 10-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Resumen

El objetivo del presente artículo es, en el marco de las investigaciones de comunicación política, realizar un análisis de contenido de los perfiles en *TikTok* de

1 Sociólogo por la Universidad de Guadalajara México, Maestría en Ciencias Sociales FLACSO Ecuador. Doctorando en Ciencias Sociales FLACSO Argentina. Actualmente es docente Investigador y decano de la Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador. ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5525-5981>

2 Licenciada en Comunicación por la Universidad Técnica de Cotopaxi, perteneciente a la organización Unión de Organizaciones Campesinas del Noroccidente de Sigchos "UNOCS", ha participado en el taller de "El quehacer periodístico, la comunidad y su gente", cuenta con certificado en "Comunicación Emergente y Cambio Social 2022", ha realizado pasantías en Radio Latacunga y TV MICC. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4011-3646>

3 Licenciada en Comunicación por la Universidad Técnica de Cotopaxi, obtuvo el certificado de idiomas en inglés B1 en la Universidad Técnica de Cotopaxi; ha participado en el taller "Comunicación Emergente y Cambio Social 2022", ha realizado pasantías en TV MICC. Y el GAD Parroquial de Tanicuchi. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1041-2100>

los candidatos a la alcaldía de Latacunga Ecuador que participaron en las elecciones del año 2023. El análisis se realizó desde el 01 de enero al 05 de febrero, esta investigación identificó las estrategias políticas y el uso político que dieron los candidatos a la red social de *TikTok* durante el proceso electoral. Las cuentas oficiales de *TikTok* de los candidatos que formaron parte del objeto de estudio fueron José Iturralde, Rodrigo Espín y Fabricio Tinajero. La metodología que se implementó dentro del artículo fue de carácter cuantitativo a través de la técnica de análisis de contenido, para ello se analizaron 255 videos publicados por los candidatos en sus perfiles y posteriormente se revisaron a través de las categorías y subcategorías como visualizaciones e interacciones. Los resultados demuestran que es importante generar contenidos de interés, pero sobretodo interactuar con los usuarios, además se identificó que la red social de *TikTok* llegó a ser popular y en la actualidad es utilizada por los políticos para realizar sus procesos de comunicación política debido a que les permitió llegar a un público joven, así como atraer seguidores y aumentar su visibilidad. Además, se demostró que no siempre el candidato ganador es el que cuenta con mayor número de seguidores y realiza numerosas publicaciones, sino el que busca los mecanismos adecuados para interactuar con su audiencia.

Palabras claves: comunicación política, Ecuador, elecciones, Latacunga, *TikTok*

Abstract

The purpose of the article is, at the framework political communication research, to carry out a content analysis of

candidates *TikTok* profiles for Latacunga mayor – Ecuador Who participated in 2023 elections. The analysis was carried out from January 01th to February 05th, this investigation identified political strategies and the political use that candidates gave to *TikTok* social network during electoral process. The official *TikTok* candidates accounts who were part of the study object were José Iturralde, Rodrigo Espín and Fabricio Tinajero. The implemented methodology was quantitative with the use of analysis content technique, which 255 published videos were analyzed from candidates profiles, later it was reviewed through categories and subcategories such as views and interactions. The results show that is important to generate content of interest to interact with the audience, also identified that *TikTok* social network became popular and is currently used by politicians to carry out their political communication processes because it allows them to reach a young audience, as well attract followers and increase their visibility. In addition, it was shown that the winning candidate is not always the one with higher number of followers and makes numerous publications, but rather the one who seeks appropriate mechanisms to interact with their audience.

Keywords: political communication, Ecuador, elections, Latacunga, *TikTok*

Introducción

La comunicación ha sido una herramienta esencial para la evolución y el impacto de la política en la sociedad, por ende, es un medio mediante el cual los líderes políticos han buscado ganar el apoyo de la ciudadanía, promover ideas y políticas específicas, que permiten dar forma a las estructuras e instituciones sociales que

definen el funcionamiento de un Estado. En este sentido, el entendimiento y la gestión efectiva de la comunicación han sido importantes para el éxito y la estabilidad de las sociedades y sus sistemas políticos a lo largo de la historia.

La comunicación política ha sido un elemento importante entre los últimos años que se vio potenciado con las redes sociales, ya que según (Chaves–Montero, 2017), son “un buen instrumento para que todo político difunda su labor y para que todo colectivo interactúe con los representantes de la soberanía popular para extender la política” (p.10). Por otra parte, la emergencia del ámbito digital potenció las formas de hacer política. Es así que surge la comunicación política digital como una forma de comunicación que utiliza las tecnologías digitales y las plataformas en línea para llevar a cabo estrategias políticas y llegar a la audiencia de manera más efectiva, por lo que se ha convertido en una herramienta esencial para los líderes políticos, partidos y gobiernos, ya que les permite conectar con la ciudadanía, promover sus mensajes, campañas, y movilizar el apoyo público de manera más directa y rápida.

Las redes sociales son plataformas en línea que permiten a las personas conectarse, compartir contenido, ideas, información y audiovisuales en un entorno virtual, con comunidades y organizaciones que tengan un objetivo en común, estas plataformas facilitan la interacción entre usuarios, ya sea a través de mensajes, comentarios, publicaciones o compartiendo contenido multimedia como fotos y vídeos (Peña, Pérez y Rondón, 2010; Marrero et al., 2020).

La emergencia de las redes sociales tomó un mayor impulso a partir de 1995, con la mejora de la velocidad de

Internet, durante el lapso comprendido entre los años 2002 y 2004, surgieron plataformas como *Facebook*, *Friendster*, *Hi5*, *MySpace*, *Plaxo*, entre otros (Sánchez et al., 2017). Estas plataformas de redes sociales han adquirido un papel relevante en el ámbito del periodismo, ya que gran cantidad de medios tradicionales y digitales han creado perfiles virtuales con el fin de interactuar con sus respectivas audiencias, transformados en receptores y generadores de contenido (Oliva, 2012).

Las redes sociales y su posibilidad de interactuar directamente con los usuarios ha hecho que sea utilizada por diversas entidades, públicas y privadas e incluso en las campañas políticas, con la finalidad de generar promoción y posicionamiento (Castro y Díaz, 2021), ya que la comunicación es un proceso complejo que implica no sólo la transmisión de información verbal, sino también el entendimiento mutuo a través de señales no verbales y contextuales, como el lenguaje kinésico y proxémico que es esencial para lograr una comunicación efectiva y armoniosa entre individuos y grupos con distintas costumbres y tradiciones (Petrone, 2021).

Fue tanto el impacto de las plataformas que han llegado a constituirse como un escenario clave en el debate político y estas han sido de vital importancia para los partidos (Morejón-Llamas, 2023). De esta manera los medios de comunicación tradicionales ya no son el único canal de comunicación para lanzar una candidatura política así lo refiere Quintana, Sosa y Castillo, (2018) “Los medios tradicionales –en especial la prensa– ya no son el único espacio a través del cual el poder político y la ciudadanía están al tanto de propuestas y posicionamientos” (p.8).

En este sentido, las redes sociales presentan nuevas oportunidades para fomentar la participación ciudadana en la esfera política, especialmente en lo relacionado con elecciones y campañas electorales (Marcillo y López, 2017). Por lo tanto, podemos entender que los medios digitales se han convertido en una herramienta necesaria para la promoción y construcción de imagen ante lo político con la difusión de mensajes, construcciones narrativas, persuadir al público y movilizar a sus seguidores.

Es por ello que algunos partidos políticos a nivel internacional han creado perfiles en diferentes redes sociales como *Facebook* y *Twitter* (Herrera y O'Quinn, 2020). Sin embargo, en los últimos años, *TikTok* es la plataforma de redes sociales que más se ha destacado debido al manejo de su algoritmo y su capacidad de vincular a usuarios, generar visitas e interacciones de forma masiva. Todo ello genera que esta plataforma se constituya como un objeto de estudio relevante para la investigación en Comunicación pues cada vez más, es utilizada por los políticos para desplegar sus estrategias, mensajes, propuestas, ideales y directrices (Ariza, March y Torres, 2022; Bueno-Fernandes y Campos-Pellanda, 2022; Cusot y Palacios, 2021).

Podríamos afirmar, que todo ello se dio porque la crisis sanitaria global ha tenido un impacto significativo en el mundo digital y ha acelerado su evolución (Veintimilla-León y Torres-Toukourmidis, 2021). En este sentido, *TikTok* se ha convertido en una plataforma de gran alcance que atrae a diario una multitud de usuarios de todo el mundo. Además, esta red tiene la particularidad de tener un alcance significativo en el público juvenil, ya que les permite visualizar, compartir inquietudes y necesidades, e

incluso les brinda la posibilidad de comunicarse en tiempo real con un mayor número de personas a través de la transmisión de «en vivo». Los políticos no son ajenos al uso desmedido de esta plataforma, ya que varios candidatos la han utilizado para ganar votos, atraer audiencia y aumentar sus visibilidad, compartiendo en ella sus rutinas diarias, propuestas presidenciales e incluso participando en desafíos y siguiendo las tendencias propias de la plataforma (Zabala-Shigui y Banda-Casa, 2022; Tovar-Arangoitia, 2021), siendo el internet el principal canal para llegar a las diversas audiencias, es por ello que los partidos políticos tanto a nivel internacional como nacional han migrado a la red social *TikTok* para llegar a un público que prefiere informarse y entretenerse con un formato de información diferente.

La plataforma *TikTok* fue habilitada por primera vez en el año 2016, su nombre original era Douyin, ahí los usuarios podían compartir videos y musicales cortos, con el objetivo de utilizar la red fuera de China, esta cambió su nombre a *TikTok*. Para el año 2017 la red contaba ya con 100 millones de usuarios, convirtiéndose en la aplicación más descargada de la App Store, especialmente en Estados Unidos, la red tuvo su mayor realce en el año 2018, este crecimiento se potenció con la pandemia de la COVID-19, actualmente la misma se encuentra disponible en 154 mercados y 75 idiomas (Herrera-Flores, Campi-Maldonado y Torres-Vargas 2021). Ahora bien, lo que le diferencia de las demás redes sociales es que *TikTok* permite crear videos cortos de entre 15 a 60 segundos, tiene plantillas, filtros, stickers y cuenta con dos secciones principales: «Para ti» y «Seguidores» (Quiroz, 2020). De este modo, el algoritmo examina qué tipo de contenido genera interacciones

positivas, como: «me gusta», comentarios, compartidos y visualizaciones por parte de los usuarios, así como la cantidad de tiempo que dedican a cada video. Con base en esta información, el algoritmo ofrece a los usuarios un tipo específico de contenido.

La red social de *TikTok* no solo se limita a convertirse en una comunidad de entretenimiento, sino que se ha transformado en una plataforma integral que abarca servicios de comercio electrónico, educación en línea, publicidad y turismo. De acuerdo a (Forja-Pena, 2022), este tipo de contenidos se distribuye y se hace accesible a las personas a través de dispositivos móviles conectados a internet, como teléfonos inteligentes o *tablets*. En este sentido *TikTok* ha logrado un éxito generalizado en todos los países, regiones y estratos sociales gracias a su capacidad de brindar entretenimiento y habilitar la autoexpresión.

Aunque inicialmente se creó como una aplicación de entretenimiento y contenido breve, ha evolucionado para abordar temas políticos y sociales de manera significativa, por ende, diversos actores sociales encontraron esta plataforma de *TikTok* como una herramienta para promover sus ideologías entre los adolescentes y potenciales seguidores. Utilizando videos, hashtags, campañas de diferentes niveles de complejidad y tono para difundir sus ideas (Gomezcoelho, Asanza y Ávila-Carranza en Torres-Toukoumidis, De-Santis y Vintimilla-León, 2021). En el año 2020, la red social se convirtió en un escenario destacado para la participación política, siendo un campo de batalla donde demócratas y republicanos compiten por ganarse el voto de los jóvenes (Acosta, 2022).

En el caso de España, de acuerdo a López (2022), antes del 2020 ningún partido político se encontraba registrado en la red de *TikTok*, pero en enero del mismo año el primer partido en hacer uso de esta red social fue Unidas Podemos, luego se apropió Vox, seguidamente lo hizo el partido Ciudadanos y esto se dio por la necesidad de hacer frente a la pandemia.

Así como también actores de otros países hicieron uso de esta plataforma para propagar su campaña política como son “Nayib Bukele, presidente de El Salvador; Nicolás Maduro, presidente de Venezuela y Guillermo Lasso, presidente de Ecuador” (Ramos-Reyes, 2022).

En Ecuador, dentro de los últimos años, algunos candidatos que utilizaron la plataforma *TikTok* para difundir información durante sus campañas fueron Andrés Arauz, Guillermo Lasso, Javier Hervas y Yaku Pérez (Suárez-Tomalá y Cochea-Panchana, 2022), de entre los mencionados, Andrés Arauz y Guillermo Lasso pasaron a la segunda ronda electoral, según (Chipuxi y Falconí, 2022) los candidatos “utilizaron intensamente las redes sociales como campo de discusión y confrontación política” dando a conocer que la segunda vuelta electoral se llevó a cabo el 11 de abril del 2021. Nuestra investigación se enmarcó dentro de este escenario considerando el uso de *TikTok* por parte de los candidatos a la alcaldía de la ciudad de Latacunga durante la campaña que se realizó tomando como referencia el mes en el que culminaron las campañas electorales, por ello se consideró el período del 1 de enero al 05 de febrero del 2023. Cada uno de los candidatos, hasta la culminación del proceso electoral, contaba con un gran número de seguidores: Rodrigo Espín -2469-, Fabricio Tinajero -3338-

seguidores, y José Iturralde –44.5k–, es preciso tener presente que la red social de *TikTok* ha cumplido una función importante para los candidatos, además de eso podemos darnos cuenta de que esta plataforma sirve para visualizar el número de votantes que posiblemente estén a su favor.

El presente artículo retoma el antecedente expuesto y se orienta a través de la presente pregunta de investigación en el marco de la comunicación política ¿Cómo los candidatos a la alcaldía de Latacunga utilizaron *TikTok* como herramienta de comunicación política para aumentar su visibilidad?

Metodología

La metodología que orientó al presente artículo fue de tipo cuantitativo y utilizó la técnica de análisis de contenido, ya que debido a sus características es una opción idónea para examinar de manera integral las unidades enunciativas cuyo significado se forma mediante diversas herramientas de comunicación como: audiovisuales, fotografías, otros documentos (Ariza, March y Torres, 2022). En el caso concreto de los candidatos a la alcaldía de Latacunga nos centramos en los perfiles de *TikTok* de José Iturralde (@joseiturraldemaya), Rodrigo Espín (@rodrigoespinv) y Fabricio Tinajero (@fabriciotinajerojimenez).

Tomando en cuenta que *TikTok* se ha convertido en una herramienta indispensable para la política y que fue usada por los tres candidatos para su campaña, analizamos los últimos meses antes de las votaciones, es decir en los videos del mes de enero hasta el día del proceso electoral, que se realizó el 05 de febrero, año 2023. La información recabada se obtuvo a través del análisis de los perfiles de *TikTok* con el objetivo de contar con información directamente de la fuente, insumo necesario para nuestra investigación y el posterior análisis de los datos.

Las categorías que analizamos en los perfiles de los candidatos para la investigación fueron: temáticas, tiempo del vídeo, protagonistas y espacio en que realizaron los videos, para ello hemos tomado en cuenta aquellos que tienen más visualizaciones, *likes*, comentarios y compartidos.

Una vez revisados los perfiles, categorizamos los videos e identificamos la existencia de un total de 255 videos publicados en los perfiles de los mismos y con el objetivo de realizar el análisis se efectuó una elección utilizando las siguientes categorías:

Tabla 1

Dimensiones a analizar

Categoría	Subcategoría		
Perfil de los candidatos	Nombre de la cuenta N· de publicaciones del 01 enero al 05 Febrero N· seguidores N· reacciones Descripción de perfil		
Videos	Visualizaciones <i>Likes</i> Comentarios Compartidos	Tiempo	Segundos, minutos
		Temáticas	Educación, salud, turismo, medio ambiente, fauna urbana, vías, entre otros
		Espacio	Interno, externo
		Protagonistas del video	Joven, adulto, adulto mayor, animales

Nota: Elaboración propia

Resultados

Los resultados que presentamos a continuación se organizan de la siguiente manera: en un primer término,

presentamos los perfiles de los candidatos detallando el número total de seguidores, publicaciones en los meses de análisis, número total de *likes* y descripción de los perfiles. Posteriormente se encuentran las tablas donde se detallan las subcategorías de visualizaciones, *likes*, comentarios y ‘compartidos’ donde seleccionamos los videos con más interacción por subcategoría y dentro de ella se realizó un análisis en función del tiempo, temáticas, protagonistas de los videos y espacio.

Finalmente está una tabla con la cantidad de respuesta con videos, ya que dentro de los 255 videos publicados por los candidatos se encontró que un candidato realizaba ese tipo de interacción con los usuarios de *Tiktok*, tomando en cuenta que no responde a ninguno de nuestras categorías y subcategorías de la tabla realizada para el análisis de contenido que se ejecutó para esta investigación, sin embargo, fue de relevancia por la cantidad de interacción que generó.

En el caso del candidato José Iturralde⁴ en su perfil tiene la descripción de «¡Mashca de corazón Padre de familia Emprendedor ¡Mi compromiso es con Latacunga!»». Su perfil cuenta con 143.6K reacciones y con 44.5k en seguidores, a partir de ello, seleccionamos 152 videos que se publicaron del 01 enero al 05 de febrero.

Por otra parte, el perfil de Rodrigo Espín⁵ tenía la descripción de “Latacungueño, arquitecto planificador, amante de mi ciudad” con 39.4K reacciones en todo su contenido y 2469 seguidores. Él tiene 60 publicaciones dentro del período de análisis.

4 <https://www.tiktok.com/@joseiturraldemaya>

5 <https://www.tiktok.com/@rodrigoespinv>

Por último, está Fabricio Tinajero⁶ con la descripción de “Juventud a triunfar, Unidos lograremos una Latacunga de nuestros sueños”, cuenta con 30.7K de reacciones, tiene 3338 seguidores, y durante el mes del 01 enero al día de las elecciones publicó 43 videos.

A partir de los datos obtenidos hemos realizado una selección de dos videos que tengan un mayor número de visualizaciones e interacciones en los contenidos de los tres candidatos.

Tabla 2

Perfil de los candidatos en la red social de TikTok

Nombre	Cuenta	N· de publicaciones de 01 enero al 05 de febrero	Total de seguidores	Total de reacciones	Descripción de perfil
José Iturralde	@joseiturraldemaya	152	44.5k	143.6K	Mashca de corazón Padre de familia Emprendedor ¡Mi compromiso es con Latacunga!
Rodrigo Espín	@rodrigoespínv	60	2469	39.4K	Latacungueño, arquitecto planificador, amante de mi ciudad
Fabricio Tinajero	@fabriciotinajerojimenez	43	3338	30.7K	Juventud a triunfar. Unidos lograremos una Latacunga de nuestros sueños

Nota: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla analizada, se pudo determinar

como primer lugar el video⁷ de José Iturralde con mayor visualización cuya temática fue Fauna Urbana con 1.1M, su tiempo de duración fue 00:24 segundos, fue desarrollado en un espacio externo, su protagonista fue un animal doméstico. Como segundo video⁸ está la temática de ‘otros’, tiene un total de 35.5K visualizaciones con tiempo de 0:27 seg, sus protagonistas fueron artistas y fue grabado en un lugar externo. Era una invitación para el cierre de campaña.

En cuanto al candidato Rodrigo Espín, tenía su primer video⁹ con la temática de medio ambiente, estaba realizado con personas adultas, de igual manera tenía un total de 223.3k, era grabado en un espacio externo con tiempo de duración de 0:17, sus protagonistas fueron adultas; como segundo video¹⁰ encontramos con la temática de ‘otros’, sus protagonistas fueron adultos y artistas, este video tenía 112.1K de vistas, el tiempo de duración es de 0:30seg y era grabado en un lugar externo mencionando que era un baile con la artista Paulina Tamayo.

Por otro lado, se ubicó a Fabricio Tinajero con su primer video¹¹ de 44.7K de visualizaciones, su temática era educación, por otro lado, este video fue grabado en un espacio interno y con tiempo de duración de 0:51 seg, sus protagonistas fueron adultos. Como segundo video¹² tenemos con la temática de otros que tenía 27.7 K de visualizaciones sus protagonistas fueron adultos y adultos mayores, fue grabado en un lugar externo con tiempo de duración de 0:38seg.

7 <https://www.tiktok.com/@joseiturraldemaya/video/7193116919933717766>

8 <https://www.tiktok.com/@joseiturraldemaya/video/7193116919933717766https://www.tiktok.com/t/ZM2Xbw5vt/>

9 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XpwYs8/>

10 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XpcoYn/>

11 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XsCErf/>

12 <https://www.tiktok.com/t/ZM2Xsboff/>

Tabla 3*Los dos videos con mayor número de visualizaciones por candidato*

José Iturralde					
Visualizaciones	Temáticas	Protagonistas	Tiempo	Espacio	Enlace
1.1M	Fauna Urbana	Animalistas	0:24seg	Externo	https://www.tiktok.com/@joseiturraldemaya/video/7193116919933717766
35.5k	Otros	Artistas	0:27seg	Externo	https://www.tiktok.com/@joseiturraldemaya/video/7193116919933717766https://www.tiktok.com/t/ZM2Xbw5vt/
Rodrigo Espín					
223.3K	Medio ambiente	Adulto	0:17seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2XpwYs8/
112.1K	Otros	Adulto, artista	0:30seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2XpcoYn/
Fabricio Tinajero					
44.7k	Educación	Adulto	0:51seg	Interno	https://www.tiktok.com/t/ZM2XsCErf/
27.7k	Otros	Adulto; Adulto Mayor	0:38seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2Xsboff/

Nota: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla analizada se pudo determinar como primer lugar el video¹³ de José Iturralde que hace referencia a su video de Fauna Urbana, con 2933 de comentarios, su tiempo de duración fue 00:24 segundos en los cuales se desarrolló en un espacio externo, sus protagonistas eran amantes a los animales. Como segundo video¹⁴ tenemos con la temática de seguridad la cual tenía un total de 151 comentarios, con tiempo de 0:19 seg, sus protagonistas fueron jóvenes y adultos por lo que era un video grabado en un lugar externo.

¹³ <https://www.tiktok.com/t/ZM2XbmE65/>

¹⁴ <https://www.tiktok.com/t/ZM2Xbud9u/>

En cuanto al candidato Rodrigo Espín, se identificó que sus dos videos tenían como temática a otros, el primer video¹⁵ es el día de las elecciones donde sale él diciendo “es hoy es hoy” tenía 69 comentarios, duraba 0:08 y el segundo video tenía 51 comentarios con tiempo de duración de 0:34 y los dos tenían como protagonistas a personas adultas y fueron grabados en un espacio interno.

Por otro lado, tenemos a Fabricio Tinajero con su primer video¹⁶ de 113 de comentarios, su temática hacía referencia a educación, este video fue grabado en un espacio interno y con tiempo de duración de 0:51 seg, sus protagonistas eran adultos. Como segundo video¹⁷, tenemos con la temática de otros: tenía 73 de comentarios, sus protagonistas eran adultos, adultos mayores y que por lo tanto fue grabado en un lugar externo con tiempo de duración de 0:38 seg, dando a conocer que este video fue publicado el día de las elecciones, el contenido del video mostró que Tinajero tiene contacto con los vendedores de comida del barrio San Felipe y luego hizo un recorrido en las calles hasta finalmente llegar al recinto electoral.

En cuanto a comentarios, es importante mencionar que los candidatos no respondían a comentarios negativos y muy pocas veces daban respuesta a comentarios positivos, pero solamente de manera textual, lo que les diferenciaba a Tinajero de los dos candidatos es que realizaba respuesta con videos a algunos comentarios.

15 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XsYMx8/>

16 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XsCErf/>

17 <https://www.tiktok.com/t/ZM2Xsboff/>

Tabla 4

Los dos videos con mayor número de comentarios por candidato

José Iturralde					
Comentarios	Temáticas	Protagonistas	Tiempo	Espacio	Enlace
2933	Fauna urbana	Animalistas	0:24seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2XbmE65/
151	Seguridad	Joven, adulto	0:19seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2Xbud9u/
Rodrigo Espín					
69	Otros	Adulto	0:08seg	Interno	https://www.tiktok.com/t/ZM2XsYMX8/
51	Otros	Adulto	0:34seg	Interno	https://www.tiktok.com/t/ZM2XsSb6t/
Fabrizio Tinajero					
113	Educación	Adulto	0:51seg	Interno	https://www.tiktok.com/t/ZM2XsCErf/
73	Otros	Adulto, Adulto Mayor	0:38seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2Xsboff/

Nota: Elaboración propia

En términos de *likes* encontramos los dos videos de José Iturralde que más les gustaron a los usuarios de *TikTok* como la temática de fauna urbana, con protagonista animal doméstico y 103k de *likes*, por otro lado, estaba la seguridad con 654 *likes*, los protagonistas eran jóvenes y adultos. Los dos videos fueron realizados en espacios externos, el tiempo varió dependiendo la temática.

También se identificó que tanto Rodrigo Espín y Fabricio Tinajero coincidían con el orden de *likes*, debido a que el primer video de los dos candidatos hablaba de las temáticas obras y el segundo video se enfocaba en otras actividades.

Así tenemos a Espín¹⁸ con su tema medio ambiente en 0:17 seg, tenía 3831 *likes*, fue realizado en un espacio externo, sus protagonistas fueron adultos, mientras que el segundo video¹⁹ estaba enfocado en otras actividades con 0:30seg, tenía 1392 *likes*, hecho en un espacio externo y contaba con la presencia de adultos y artistas, el contenido del video mostraba un baile de Espín con Paulina Tamayo y gran multitud de personas.

Por otro lado está Tinajero con el tema de educación²⁰, fue realizado dentro de un espacio interno en 0:51 seg, con protagonistas adulto y tenía 1356 *likes*, su segundo video²¹ tenía una duración de 38seg, 986 *likes*, protagonista adultos y adultos mayores y fue realizado en un espacio externo, dando a conocer que este video era publicado el día de las elecciones, el contenido del video mostró que Tinajero tiene contacto con los vendedores de comida del barrio San Felipe y luego hace un recorrido en las calles hasta finalmente llegar a recinto electoral.

De esta forma se pudo apreciar que el primer video con más *likes* de los tres candidatos también fue los que más visualización obtuvo, así como también el segundo video, excepto el de José Iturralde, ya que el video con más vistas fue de otros que era una invitación para el cierre de campaña y en *likes* era de seguridad, lo que significa que no siempre

18 <https://www.tiktok.com/t/ZM2Xbud9u/><https://www.tiktok.com/t/ZM2XpwYs8/>

19 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XpcoYn/>

20 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XsCErf/>

21 <https://www.tiktok.com/t/ZM2Xsboff/>

los usuarios se interesan en ese tipo de contenidos más bien se enfocan en temas de obras.

Tabla 5

Los dos videos con mayor número de likes por candidato

José Iturralde					
Likes	Temáticas	Protagonistas	Tiempo	Espacio	Enlace
103k	Fauna urbana	Animales	0:24seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2XbmE65/
654	Seguridad	Joven: Adulto	0:19seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2Xbud9u/
Rodrigo Espín					
3831	Medio ambiente	Adulto	0:17segs	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2Xbud9u/ https://www.tiktok.com/t/ZM2XpwYs8/
1392	Otros	Adulto, artistas	0:30seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2XpcoYn/
Fabrizio Tinajero					
1356	Educación	Adulto	0:51seg	Interno	https://www.tiktok.com/t/ZM2XsCErf/
986	Otros	Adulto, Adulto Mayor	0:38seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2Xsboff/

Nota: Elaboración propia

En términos de ‘compartidos’ se ubicó a José Iturralde con la temática de fauna urbana que tenía 3301 compartidos y otros 125 compartidos, con protagonistas diferentes, dependiendo el tema, eran realizados en un espacio externo y su tiempo oscilaba entre los 24 y 27 seg. Recalcando que la temática de otros era un video donde realizaban una invitación para el cierre de campaña.

En cuanto a Rodrigo Espín, sus dos videos más compartidos se enfocaban en la temática de ‘otros’ con 59 y 54 compartidos, el primer video²² fue un baile con la artista Paulina Tamayo, tenía una duración de 0:30 seg y el segundo video²³ de igual manera era un baile con música creada para su campaña electoral realizada en 1:12 min, sus protagonistas eran jóvenes, adultos y adultos mayores. Los dos videos se realizaron en un espacio externo.

Por último, Fabricio Tinajero en su primer video²⁴ abordó el tema de educación en 0:51 seg, realizado en un espacio interno, el protagonista era un adulto y tiene 94 compartidos, el segundo video²⁵ era de la temática otros con 67 compartidos, los protagonistas fueron las personas adultas mayores y fue realizado en un espacio externo con una duración de 0:49 seg. En este video salió hablando él y complementó con tomas de mujeres emprendedoras, empezó diciendo “en pocos días tendremos que elegir entre el pasado y el futuro, entre lo malo y lo bueno, termina diciendo este cinco de febrero vota por Fabricio Tinajero, unidos por la seguridad y la vida” (Tinajero, 2023).

22 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XpcoYn/>

23 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XseMSF/>

24 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XsCErf/>

25 <https://www.tiktok.com/t/ZM2XGAmqj/>

Tabla 6*Los dos videos con mayor número de compartidos por candidato*

José Iturralde					
Compartidos	Temáticas	Protagonistas	Tiempo	Espacio	Enlace
3301	Fauna urbana	Animalistas	0:24seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2XbmE65/
125	Otros	Artistas	0:27seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2Xbw5vt/
Rodrigo Espín					
59	Otros	Adulto, artista	0:30seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2XpcoYn/
54	Otros	Joven, adulto, adulto mayor	1:12min	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2XseMSE/
Fabrizio Tinajero					
94	Educación	Adulto	0:51seg	Interno	https://www.tiktok.com/t/ZM2XsCErf/
67	Otros	Adulto, Adulto Mayor	0:49seg	Externo	https://www.tiktok.com/t/ZM2XGAmqJ/

Nota: Elaboración propia

En esta tabla se pudo visualizar que de los tres candidatos solo Tinajero generó respuesta con videos a los comentarios, de las cuales de sus 43 publicaciones realizadas –desde 01 de enero al 05 de febrero– siete fueron respuestas a comentarios de los usuarios, donde cinco videos eran respuesta a comentarios con preguntas, enfocadas en qué obras iba a realizar en el ámbito de turismo, seguridad, fauna urbana, servicios básicos y en los emprendimientos, en cuanto a comentarios sin preguntas, tenemos dos videos con respuesta donde Erikita86 comentaba

lo siguiente “Que lindooo, siempre un caballero ese es el Alcalde de mi Ciudad” (Tinajero, 2023) y el contenido del video era una señora diciendo por qué iba a dar el voto a Fabricio Tinajero, mientras que otro video era respuesta a comentario de ßñ ho donde decía “Dr. Visite Loma Grande mi familia vamos votar gente nueva” (Tinajero, 2023); el contenido del video mostró una toma de Latacunga realizada desde el barrio Loma Grande, posteriormente, se difundió videos cortos de Tinajero que estaba visitando diversas casas del barrio. Cabe destacar, que la cuenta de José Iturralde se eliminó el viernes 21 de julio del 2023.

Tabla 7

Tabla de respuesta con videos por candidato

Candidato	Cantidad de videos con respuesta
José Iturralde	0
Rodrigo Espín	0
Fabricio Tinajero	7

Nota: Elaboración propia

Discusión

En nuestra investigación coincidimos con Moreno (2021), ya que menciona que “*TikTok* se está convirtiendo, en el contexto de las campañas electorales, en un plato de El Hormiguero”. Esta cita destaca cómo *TikTok* se está convirtiendo en una herramienta importante para las campañas políticas en Europa, especialmente para llegar a los votantes jóvenes. Además, en su investigación destaca que la plataforma ofrece una forma única de transmitir mensajes políticos a través de videos cortos y atractivos, lo que puede generar un mayor compromiso y resonancia con los usuarios.

Por otro lado, en este análisis se percibió que existe cierta cantidad de usuarios jóvenes, sin embargo, ciertos contenidos (políticos, sentimentales, educacionales, medio ambiente, turismo, entre otros) llaman la atención de un público adulto, por lo que discrepamos ante los resultados del autor, ya que, en las reacciones de los videos de los candidatos, quienes reaccionaron y quienes fueron –en su mayoría– protagonistas, se evidenció que fue un público adulto.

El uso de *TikTok* ha sido favorable para las campañas políticas ya que ha permitido generar estrategias para los candidatos. Un análisis exploratorio examinó la creciente influencia de *TikTok* en el ámbito político de la región. Los resultados revelaron que esta plataforma se ha convertido en una poderosa herramienta para los políticos, brindándoles la oportunidad de conectar con una audiencia joven y comprometida.

Consideramos que esta investigación fue innovadora ya que es pionera en analizar específicamente el uso de *TikTok* en el contexto político local de una ciudad como es Latacunga (Ecuador). La mayoría de los estudios sobre redes sociales y política se han centrado en plataformas más establecidas como *Facebook* y *Twitter* y únicamente en ciudades principales como Guayaquil y Quito por lo que esta investigación aporta conocimiento nuevo y relevante sobre una plataforma emergente y su impacto en la comunicación política. Y de cierta manera coincidimos con la investigación de (Gomezcoelho, Asanza y Ávila-Carranza, 2021), ya que, este estudio proporciona información útil para comprender cómo las plataformas digitales están transformando la política a nivel local y cómo los candidatos están adoptando nuevas estrategias para conectarse con los votantes.

En cuanto a la metodología utilizada para el análisis de contenido, esta demostró ser adecuada para examinar de manera integral los contenidos publicados por los candidatos en *TikTok*. Los cuadros presentados muestran las subcategorías de videos con más interacción, lo que permitió identificar las temáticas, protagonistas y espacios que generaron mayor impacto en la audiencia. Este enfoque es coherente con la propuesta de Ariza, March y Torres (2022), quienes resaltan la utilidad del análisis de contenido para estudiar la comunicación a través de diversas herramientas, como audiovisuales y fotografías, siendo esto muy útil para generar un mensaje.

Conclusiones

Dentro de la investigación se identificó que con la aparición de las redes sociales los candidatos –además de participar en medios tradicionales– se sumaron a la creación de contenido en otros medios y plataformas, estos nuevos canales desempeñan un papel importante en la difusión de información política, es decir, la ciudadanía ya no depende solo de los medios tradicionales para estar informados sino que también los medios y plataformas digitales han tomado un espacio importante dentro de la comunicación política.

TikTok se ha convertido en una de las plataformas más populares de redes sociales, por esta razón los políticos –ya sea a nivel internacional y nacional– optaron por hacer uso de esta red para su campaña electoral ya que les permite llegar a un amplio público –en especial jóvenes– considerados como votantes potenciales. Los candidatos a través de esta red pueden compartir sus propuestas, mensajes y generar interacción con sus seguidores.

Se pudo identificar como principal hallazgo la importancia que trae consigo establecer interacciones con los usuarios para que estos no pasen desapercibidos, es decir, que una de las diferencias que caracterizó al candidato ganador fue la interacción con los usuarios al dar respuestas con videos a los comentarios y no solo recurrir a una respuesta textual. Este mecanismo permitió también realizar contenido con ampliación de los proyectos planificados que se tradujeron, a través de las respuestas en video, en propuestas contextualizadas que evidenciaban una aplicación práctica, en este sentido, también el candidato pudo acercarse a los espacios en los que los usuarios solicitaban su presencia.

Por una parte, se identifica que la cantidad de publicaciones y seguidores que tengan en *TikTok* para tener aceptación del público no lo es todo, sino que también es importante considerar a los protagonistas, el espacio donde se realizan los videos, generar contenidos con temas de interés y que estén dirigidos a diferentes públicos, tomando en cuenta que todos los públicos son importantes al momento de ejecutar el voto.

De igual manera, si se desea realizar un contenido diferente donde no solamente se den a conocer las propuestas de campaña, se debe ir más allá de publicar videos de entretenimiento como aquellos en donde los candidatos publican videos bailando o haciendo *trends*, sino que es muy relevante publicar videos en donde se interactúe con la audiencia, en el caso concreto de los candidatos a la alcaldía de Latacunga una de las acciones que marcó la diferencia fue la interacción con los emprendedores del cantón, la relación que se estableció con actores de la

sociedad civil como los representantes de los barrios pero sobre todo aquellos vídeos publicados en *TikTok* en donde se proyectaban mensajes de cambio para el cantón en caso de resultar electo, otra de las características del mensaje es que las ideas que se difunden a través de estos espacios deben ser claras, concisas y sencillas, pero sobre todo deben ser mensajes inclusivos, en donde cada uno de los actores se sienta representado.

Finalmente, se puede mencionar que *TikTok* es una red social popular centrada en la creación de videos cortos y que ha demostrado ser una herramienta potente para vincular a las audiencias juveniles y conectarse con ellas, el uso de esta red en campañas políticas puede ser una estrategia valiosa para atraer audiencias y aumentar la visibilidad, para ello, es necesario enfocarse en realizar videos con temas políticos y dar a conocer las propuestas, es decir, que los contenidos deben ser precisos y coherentes destacando la interacción permanente con su audiencia.

Referencias

- Acosta, M. (2022). La pandemia como oportunidad. El Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en *TikTok*. *Astrolabio*, (29), 181–206. <https://doi.org/10.55441/1668.7515.n29.31898>
- Ariza, A., March, V., y Torres, S. (2022). Una radiografía del uso de *TikTok* en Argentina. *TSAFIQUI | Revista Científica en Ciencias Sociales*, 12(19), 29–39. <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i19.1098>
- Bueno–Fernandes, A. C. y Campos–Pellanda E. (2022). Estereotipos de género en *TikTok* e *Instagram*: un experimento de ingeniería inversa para entender los mecanismos de los algoritmos de las redes sociales.

- Universitas–XXI, 37, pp. 247–270. <https://doi.org/10.17163/uni.n37.2022.10>
- Chaves–Montero, A. (2017). Comunicación política y redes sociales. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/91718/comunicacionpoliticaayredessociales.pdf>
- Castro–Martínez, A. y Díaz–Morilla, P. (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*, 67–89. <https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/210/0>
- Chipuxi–Llivi, D. M. y Falconí–Suárez, F. E. (2022). Estrategias de Campaña Virtual en la Segunda Vuelta Presidencial. Ecuador, Año 2021. *Revista Enfoques de la Comunicación*, (8), 339–384. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/gateway/plugin/publResolver/ark:/31468/rec.vi8/339-384>
- Cusot, G., y Palacios, I. (2021). Tik Tok y su Rol Predominante en la Campaña Presidencial de Xavier Hervas. *Revista Enfoques de la Comunicación*, (6), 65–96. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/52>
- Espín, R. (2023). Inicio [Perfil de TikTok]. *TikTok*. Recuperado el 1 de enero de 2023 de <https://www.tiktok.com/@rodrigoespinv>
- Forja–Pena, T. (2022). Engagement de los ministerios de sanidad español, inglés y alemán en *TikTok*. *Universitas–XXI*, (36), 173–194. <https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.07>

- Gomezcoelho, J., Asanza, J., y Ávila-Carranza, I. [edit.] (2021). *TikTok en la comunicación política: caso elecciones del Ecuador 2021* en: Torres-Toukoumidis, Á., De-Santis, A., y Vintimilla-León, D., (eds.) *TikTok: más allá de la hipermedialidad* (2021, pp. 75-96). <https://doi.org/10.7476/9789978106815.0005>
- Herrera-Flores, A. E., Campi-Maldonado, A. T., y Torres-Vargas, R. J. (2021). Códigos de modernidad: Industria cultural digital y la economía global de desarrollo. *Tik Tok. Journal of Science And Research*, 1-19. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1228>
- Herrera, J., y O´Quinn, J. (2020). El papel de las redes sociales en la gestión de un gobierno independiente: La comunicación política a través de *Facebook* del gobierno de Jaime Rodríguez Calderón. *Revista Espacios Públicos*, 22(56), 85-105. <https://espaciospublicos.uaemex.mx/article/view/18576>
- Iturralde, J. (2023). Inicio [Perfil de TikTok]. *TikTok*. Recuperado el 1 de enero de 2023 de <https://www.tiktok.com/@joseiturraldemaya>
- López, V. (2022). Nuevos medios en campaña. El caso de las elecciones autonómicas de Madrid 2021 en *TikTok*. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas* (36), 221-241. <https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.09>
- Marcillo, F., y López, T. El marketing político a través de las redes sociales en las elecciones presidenciales Ecuador 2017. *Ingeniería*. Universidad de Especialidades Espíritu Santo. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7968>

- Marrero, M., Rodríguez, T., Águila, Y., y Rodríguez, I. (2020). Las redes sociales digitales aplicadas a la docencia y asistencia médicas. *EDUMECENTRO. Revista Educación Médica del Centro*, 12(3), 261-276. <https://revedumecentro.sld.cu/index.php/edumc/article/view/1485>
- Morejón-Llamas, N. (2023). Política española en *TikTok*: del aterrizaje a la consolidación de la estrategia comunicativa. *Revista Prisma Social*, (40), 238-261. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4833>
- Moreno, I. (2021). *TikTok*, una herramienta de campaña para llegar a los más jóvenes. RTVE.es. <https://www.rtve.es/play/videos/telediario-fin-de-semana/tiktok-herramienta-campana-para-llegar-mas-jovenes/6807957/>
- Oliva, C. (2012). Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (54), 1-16. <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva.pdf>
- Peña, K., Pérez, M., y Rondón, E. (2010). Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo*. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, (16)173-205. <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/33627>
- Petrone, P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud. *Revista Colombiana de Cirugía*, (36), 188-192. <https://doi.org/10.30944/20117582.878>
- Quintana, L., Sosa, A., y Castillo, A. (2018). Acciones y estrategias de comunicación en plataformas digitales. El Caso Cifuentes. *Revista Prisma Social* (22), 247-270. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2585>

- Quiroz, N. (2020). *TikTok* la aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista Argentina de Estudios de Juventud, dossier temático*, (14), e044, 1–9. <https://doi.org/10.24215/18524907e044>
- Ramos-Reyes, W. (2022). Branding de tres representantes políticos de Latinoamérica en *TikTok*. [Trabajo de titulación de maestría]. Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23973>
- Rodríguez, M. (2005). Análisis de contenido. Editorial Universitas.
- Sánchez, M., Schmidt, M., Zuntini, J., y Obiol, L. (2017). La Influencia de las redes sociales virtuales en la difusión de información y Conocimiento: Estudio de PYMES. *Revista Ibero Americana de Estrategia*, 16(4) 69–90. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4238>
- Suárez-Tomalá, G. y Cochea-Panchana, G. (2022). Marketing Político 2. Estrategias de storytelling a través de *TikTok* de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021. *REICOMUNICAR. Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa*, 5(9). <https://doi.org/10.46296/rc.v5i9.0039>
- Tinajero, F. (2023). Inicio [Perfil de TikTok]. *TikTok*. Recuperado el 1 de enero de 2023 de <https://www.tiktok.com/@fabriciotinajerojimenez>
- Tovar-Arangoitia, C. (2021). El uso de la plataforma *TikTok* en el caso de Keiko Fujimori. [Trabajo de investigación]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658966/Tovar_AC.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Vintimilla–León, D. y Torres–Toukoumidis, A. (2021). Covid–19 y *TikTok*. Análisis de la folksonomía social. *Risti Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E40), 15–26. <https://www.risti.xyz/issues/ristie40.pdf>
- Zabala–Shigui, R. I. y Banda–Casa, M. A. (2022). Tik Tok como herramienta educomunicacional en los estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga. *Polo del Conocimiento*, 134–159. <https://mail.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3577>

Las Fake News Divulgadas en Facebook y su Incidencia en la Opinión Pública en las Elecciones Generales Ecuador 2021

Fake News Disseminated on Facebook and its Impact on Public Opinion in the General Elections Ecuador 2021

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 179–211.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 31-jul-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Andrés Espinel¹
Investigador Independiente
andresespinelj@gmail.com
Quito, Ecuador

Resumen

El artículo tiene como objetivo analizar las *fake news* divulgadas en *Facebook* y la influencia en la opinión pública de las elecciones generales en Ecuador 2021. Para este propósito, fue necesario establecer la terminología «fake news» que entró en la literatura tras las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 y se ha definido como señales distorsionadas no correlacionadas con la verdad, publicadas en las redes sociales de *Facebook*. Por otra parte, la metodología utilizada es descriptiva junto con los enfoques cualitativos y cuantitativos, porque permite recabar información numérica para determinar hallazgos valiosos. En este sentido, hay que señalar que la relación entre las *fake news* y el comportamiento electoral era correlacional y no causal. Es decir, varios factores influyeron en las decisiones de los votantes, y esta investigación sólo pudo probar que las *fake news* eran uno de los factores. También, más del 50% de los votantes emitieron su voto sin conocer las noticias correctas y se dejaron influenciar por las *fake news*. Por esto, los votantes políticamente neutrales que fueron los menos capaces de juzgar las *fake news*, tendieron a votar a los candidatos guiados

por su inclinación política o por quienes encabezaban la lista de candidatos. La gente se dejó llevar por las *fake news* y actualmente el Ecuador se encuentra en un declive político, legislativo y judicial; se ha sumergido en una crisis económica y de seguridad civil sin precedentes; lo que denota en la gran cantidad de daño que pueden causar las *fake news* a la sociedad.

Palabras claves: elecciones, *fake news*, Facebook, opinión pública, votantes

Abstract

The article aims to analyze the *fake news* disseminated on Facebook and the influence on public opinion of the general elections in Ecuador 2021. For this purpose, it was necessary to establish the terminology “*fake news*” which came into the literature after the 2016 US presidential election and has been defined as distorted signals not correlated with the truth, published on social networks Facebook. On the other hand, the methodology used is descriptive together with qualitative and quantitative approaches, because it allows gathering numerical information to determine valuable findings. In this sense, it should be noted that the relationship between *fake news* and voting behavior was correlational and not causal. In this respect, several factors influenced voter’s decisions, and this research was only able to prove that *fake news* was one of the factors that influenced voter’s decisions. Also, more than 50% of voters cast their votes without knowing the correct news and were influenced by *fake news*. Therefore, politically neutral voters, who were the least able to judge *fake news*, tended to vote for candidates guided by their political leanings or those at the top of the

list of candidates. People got carried away by *fake news* and currently Ecuador is in a political, legislative and judicial decline; it has plunged into an unprecedented economic and civil security crisis; which denotes the great amount of damage that *fake news* can do to society.

Keywords: elections, fake news, Facebook, public opinion, voters

Introducción

Las plataformas de medios sociales que han surgido en el ámbito de las nuevas tecnologías y que son nuevas configuraciones de la tecnología moderna e Internet, han hecho que los debates sociales y políticos adquieran nuevas dimensiones. El hecho de que los medios sociales influyeran notablemente en los movimientos de revolución/contrarrevolución que se iniciaron en diciembre de 2010 en Túnez, y posteriormente en Egipto y Siria, aumentó el interés por estos (Álvarez–Canchignia y Aymacaña–Moreno, 2022). Los canales de Internet, cuyos efectos se pusieron a prueba en los movimientos sociales, se han convertido ahora en una parte indispensable de la vida social y han afectado profundamente a la política.

Tras estos avances, se esperaba que la aparición de sitios web de segunda generación y la estructura dinámica de la Web 2.0, la segunda etapa de desarrollo de Internet, caracterizada especialmente por el cambio de páginas web estáticas a contenidos dinámicos o generados por los usuarios y el crecimiento de los medios sociales, reforzarían la tendencia a la democratización. Las nuevas formas de la Web 2.0, como *Facebook*, *Twitter* y *Skype*, donde el individuo es efectivo y donde se acepta que la reciprocidad es posible, reforzaron estos argumentos (Jumbo–Lozano, 2021). En

contraste con la participación limitada y supervisada de los medios tradicionales, los medios digitales permiten a los individuos expresarse de forma incontrolada y proporcionan un entorno relativamente libre. A raíz de la evolución de la Web, que vino acompañada del auge de las redes sociales en línea, se ha extendido la convicción de que estas redes crean un entorno más libre y equitativo.

Por otra parte, las *fake news* en las redes sociales cobraron protagonismo en 2016 durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos de América, llevando a la gente a cuestionar la ciencia, las noticias verdaderas y las normas sociales. Las *fake news* están afectando cada vez más a los valores sociales, cambiando las opiniones sobre cuestiones y temas críticos y redefiniendo hechos, verdades y creencias (Apolo, Tusa y Román, 2021). Para entender hasta qué punto las *fake news* han cambiado la sociedad y el significado de las *fake news*, este artículo propone un novedoso marco conceptual derivado de la literatura sobre *fake news* y redes sociales. La literatura sugiere que las sociedades están divididas a la hora de diferenciar las noticias verdaderas de las *fake news*.

En complemento, en las noticias en cascada y la información sensible, los principios fundamentales están integrados en los conceptos de verdad, así como en las teorías de la precisión en la comunicación. Sin embargo, en los últimos cinco años aproximadamente, los medios sociales han redefinido la estructura, las dimensiones y la complejidad de las noticias (Buitron-Zuñiga, 2022). El impacto de las redes sociales, específicamente en los asuntos políticos, ha atraído más interés, ya que las plataformas de redes sociales, en particular *Twitter*, *Facebook*

e *Instagram*, permiten compartir ampliamente información y noticias. Además de proporcionar información, otro propósito principal de las redes sociales es permitir a las personas participar en la interacción social, la comunicación y el entretenimiento. En particular, muchas publicaciones de redes sociales buscan apoyo, y el reenvío tiene como objetivo difundir mensajes a través del efecto multiplicador.

Al proporcionar acceso ilimitado a una gran cantidad de información, las personas pueden compartir diferentes creencias y valores. Sin embargo, los riesgos y las implicaciones de este nuevo recurso siguen sin estar claros para la mayoría de la población. Uno de estos riesgos son las *fake news*. Las *fake news*, aunque no han sido verificadas, tienen una apariencia creíble y profesional, lo que garantiza que la gente no siempre pueda distinguir las noticias verdaderas. Los efectos de *fake news* atraviesan la sociedad, por ejemplo, la difusión de *fake news* en redes sociales determina cómo los gobiernos, las organizaciones y las personas responden a los eventos en la sociedad (Prieto, 2021). La mayoría de las *fake news* se dirigen a una muestra específica de la población con el objetivo de promover una determinada ideología estimulando fuertes creencias y polarizando a la sociedad. Por tanto, se requiere una revisión periódica de las *fake news* en redes sociales para limitar la discordia y la violencia de grupos o individuos en la sociedad.

Las *fake news* se han convertido en una parte importante de las redes sociales, lo que plantea dudas sobre la credibilidad, la calidad y la verificación de la información. Han aparecido estudios que investigan la influencia de las *fake news* en las redes sociales en diversos campos,

como los medios digitales, el periodismo y la política; sin embargo, los análisis en profundidad del impacto de las *fake news* en la sociedad siguen siendo escasos (Castillo-Gutiérrez, 2021). Además, a pesar del creciente cuerpo de investigación sobre *fake news* y redes sociales, también falta una revisión adecuada del impacto de las *fake news* en redes sociales en la sociedad.

Con base en lo argumentado, las *fake news* y la desinformación provocaron acaloradas discusiones durante las elecciones generales de 2021 en Ecuador. Más significativamente, creció la preocupación de que se estuviera intentando influir en la política del país, con una nueva arma de «campaña de influencia en la opinión pública». Las investigaciones develan que las *fake news* afectan al juicio de los votantes ecuatorianos sobre las noticias y a sus decisiones de voto. Más del 50% de los votantes emiten su voto sin conocer las noticias correctas de la campaña (Rodríguez-Hidalgo, 2022).

En particular, los votantes políticamente neutrales, tienden a votar por los partidos políticos afines al gobierno o por aquellos que están liderando las encuestas. El análisis demográfico revela además que las votantes femeninas tienden a creer más en las *fake news* durante los períodos electorales en comparación con los votantes masculinos (Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática [MPRCMD], 2022). Los votantes más jóvenes o con menor nivel adquisitivo tienen los niveles más bajos de discernimiento de las *fake news*.

Según el informe Varieties of Democracy de Digital Society Survey en 2022, Ecuador estuvo entre los 20 países más atacados del mundo en términos de ser abastecido con

desinformación por gobiernos extranjeros (Elizalde–Robles, 2022). Las elecciones de Ecuador de 2021 formaron parte de este escenario exacto y se convirtieron en una víctima de la desinformación. Las *fake news* proliferaron durante las elecciones ecuatorianas de 2021 hasta el punto de que la Oficina de Investigación del Ministerio de Justicia publicó un informe antes de las elecciones en el que destacaba «pruebas inequívocas» de que se estaba aprovechando las granjas de contenidos en línea para avivar la división en la sociedad ecuatoriana (Elizalde–Robles, 2022).

La Oficina citó datos recopilados por un grupo de trabajo que supervisaba la difusión de *fake news* y descubrió varias historias destinadas a exacerbar la histeria y la división en Ecuador. Entre ellas, se incluían noticias sobre fraude en las urnas, ataque de hackers para hacer ganar las elecciones a cierto candidato, levantamientos indígenas y protestas, entre otras cosas (Elizalde–Robles, 2022). Antes de las elecciones, el New York Times y la BBC alertaron al mundo de la intromisión de información falsa en las redes sociales que podían originar influencia en la elección de algún candidato, se habló del manejo de dinero en paraísos fiscales de determinado candidato, de acciones de lavado de dinero de otro candidato o del regreso de un candidato al poder (Elizalde–Robles, 2022).

La BBC informó de que hackers chinos y rusos utilizan *trolls* y *spam* con vínculos con el ejército para manipular la opinión pública de varios países en América Latina y polarizar a la sociedad (Rodríguez–Hidalgo, 2022). A su vez, la proliferación de *fake news* durante las elecciones generales en países como Ecuador tuvo el objetivo final de alterar el panorama político (Rodríguez–Hidalgo, 2022).

Junto con la información de segunda mano de las noticias de televisión, que proliferó la desinformación las 24 horas del día, la campaña electoral creó uno de los períodos más oscuros de la historia electoral del país. Sin embargo, la sociedad ecuatoriana mantuvo opiniones muy divergentes sobre los problemas de las *fake news*.

Algunos ciudadanos consideran que las *fake news* son un arma devastadora que amenaza la democracia de Ecuador, mientras que otros las ven como una mera excusa del gobierno para evitar las críticas y legislar leyes pertinentes contra las *fake news* en un esfuerzo por inhibir la libertad de expresión. Dado que la sociedad ecuatoriana está muy dividida sobre el tema de las *fake news*, este artículo pretende llevar a cabo un estudio empírico para investigar si las *fake news* realmente influyeron en los resultados de las elecciones de 2021 (Álvarez–Canchignia y Aymacaña–Moreno, 2022). Este trabajo también pretende proporcionar un estudio de caso sobre los posibles efectos de las *fake news* en las elecciones para otras sociedades democráticas.

Marco Teórico

Epistemología de las Fake News

Las *fake news* tienen la forma de replicar la información falsa, imitando sus características; es decir, exactitud, verificabilidad, brevedad, equilibrio y veracidad para engañar al público. Las *fake news* no es un fenómeno nuevo, se remonta al menos a la época romana, cuando el primer emperador romano tuvo que anunciar *fake news* para animar a Octavio a destruir el sistema republicano (Coreas–de–Mendoza, Mejía–Fuentes y Ventura–Álvarez, 2019). Durante la época romana, no había forma de verificar

y validar la autenticidad de las noticias, ya que desafiar a la autoridad se consideraba traición.

El siglo XX anunció una nueva era de numerosos modos de comunicación de uno a muchos, como periódicos, emisoras de radio y canales de televisión, lo que marcó el inicio de la desinformación en las noticias. Con la aparición de las corporaciones multimedia, el contenido de las *fake news* ha ido ganando nuevas audiencias, y la llegada de Internet hacia finales de siglo mejoró el fenómeno de las *fake news* (Federación Internacional de Periodistas [FIP], 2018). Con el avance de la tecnología en el siglo XXI, llegaron las redes sociales, que multiplicaron la difusión de las *fake news* utilizando estrategias tanto de uno a muchos como de muchos a muchos.

Dado que las *fake news* se basan fundamentalmente en fenómenos no rastreados y engañosos, expertos e investigadores han observado un creciente interés en el desarrollo de herramientas de comprobación de hechos para detectar la propagación de contenidos de *fake news* en la sociedad. Sin embargo, a pesar de la gran inversión en herramientas innovadoras para identificar, distinguir y reducir las discrepancias fácticas (por ejemplo, la «autenticación de contenidos» de Adobe para detectar alteraciones del contenido original), los retos relativos a la propagación del contenido falso siguen sin resolverse, ya que la sociedad continúa participando, debatiendo y promoviendo dicho contenido (Hernández-Cadena et al., s.f.). De hecho, la brecha entre la comprobación de hechos y los valores y creencias fundamentales del público desalienta a las personas a promover la comprobación de hechos en lugar de aceptar los peligros de las *fake news*. Por lo tanto,

estas herramientas hacen poco por reducir la propagación de las *fake news* en la práctica.

En términos precisos, las *fake news* se refieren a informes falsos que son deliberadamente fabricados y difundidos en los medios de noticias tradicionales o en formatos de medios en línea con el propósito de «engañar al público» y presentar «intereses políticos o comerciales». En concreto, las *fake news* se refieren a noticias «manipuladoras» que parecen creíbles pero que en realidad pretenden engañar, confundir o persuadir a las masas (Jumbo–Lozano, 2021). Suelen aparecer en forma de noticias en línea, pero su difusión no se limita a Internet.

Este documento se centra en las *fake news* divulgadas en *Facebook*, considerando que esta desinformación es un término paraguas que engloba varios tipos de guerras informativas, incluidas diferentes formas de *fake news* (Red de Políticas de Internet y Jurisdicción [RPIJ] y Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2021). Las *fake news* definidas en este estudio se refieren a la desinformación de la que comunican la red social *Facebook* sin verificación, fabricada deliberadamente para atacar a candidatos o campos específicos para engañar a los votantes durante el período electoral.

Hay varios casos notables de *fake news* que ocurrieron durante las elecciones de 2021 en Ecuador (Álvarez–Canchignia y Aymacaña–Moreno, 2022). Por ejemplo, se difundió información falsa que afirmaba que el Consejo Nacional Electoral [CNE] estaba manipulando los resultados electorales a favor de un candidato específico. Esta noticia falsa generó confusión e incertidumbre entre los votantes. Además, se crearon noticias falsas en las que

se afirmaba que líderes internacionales importantes estaban respaldando a un candidato en particular, buscaban influir en la opinión pública y generar un apoyo ficticio para un candidato.

El alcance, la sofisticación y la intensidad de la campaña de desinformación durante las elecciones de 2021 en Ecuador parecieron ser excepcionalmente escaladas. Además, el régimen penetra en el entorno político e informativo, con el objetivo de empañar la percepción general de la democracia, crear divisiones dentro de las sociedades y distorsionar el entorno político (Elizalde-Robles, 2022). Teniendo en cuenta las circunstancias inusuales de las elecciones de 2021, el presente artículo sirve como una investigación empírica oportuna y necesaria para escudriñar los posibles efectos de la desinformación durante las elecciones.

Por otra parte, las *fake news* también están influenciadas por el «sesgo de confirmación» que es un fenómeno psicológico en el que las personas tienden a buscar, interpretar y recordar información de manera selectiva para confirmar sus creencias o hipótesis previas. En el contexto de las *fake news*, el sesgo de confirmación puede jugar un papel importante. Las personas pueden ser más propensas a creer y difundir noticias falsas que se alineen con sus creencias o prejuicios existentes. Esto se debe a que estas noticias falsas confirman lo que ya creen anticipadamente, y pueden ignorar o descartar información que contradiga sus creencias.

El sesgo de confirmación puede reforzar la propagación de las *fake news*, ya que las personas pueden estar más dispuestas a aceptar y compartir información

que se ajuste a sus perspectivas preexistentes, incluso si no es verdadera. Esto puede generar una polarización y división en la sociedad, ya que las personas se aferran a sus creencias sin tener en cuenta la veracidad de la información. Por lo tanto, es importante tener en cuenta el sesgo de confirmación fomentando la verificación de la información, animar el pensamiento crítico y promover la apertura a considerar diferentes perspectivas antes de aceptar y difundir una noticia. Así se puede contribuir a combatir la propagación de las *fake news* y fomentar una sociedad más informada y objetiva.

Redes Sociales y la Sociedad

Las redes sociales proporcionan un entorno en el que los individuos pueden intercambiar intereses personales, grupales o populares para construir relaciones con personas que tienen creencias y valores similares y/o divergentes. Por ejemplo, la mayoría de las personas de un determinado grupo de edad comparten intereses similares, cortesía de haber crecido en la misma época. Las características de las personas suelen heredarse de las instituciones educativas, las comunidades y los estilos de vida familiares (Grogovinas, 2021). Además, determinados grupos de edad siguen aferrándose a valores y creencias específicos. En consecuencia, los valores y las creencias se transmiten a través de las generaciones familiares, lo que hace posible que un grupo de la sociedad siga aferrándose a filosofías específicas.

Las redes sociales desempeñan un papel importante a la hora de ayudar a las personas a volver a conectar con amigos y familiares, así como a encontrar trabajo y adquirir productos y servicios. Las plataformas de redes sociales

también son canales de captación de interesados para la continuidad y propagación de una ideología arraigada (Fuchs y Villegas, 2021). Además, las personas con atributos demográficos comunes utilizan los servicios de mensajería instantánea en redes sociales para comunicarse más que las que no comparten dichos atributos demográficos. Así pues, las plataformas de redes sociales son servicios en línea que reflejan actividades del mundo real.

La estrategia de aceptación social puede reducir la propagación de las *fake news*. Sin embargo, la expansión de múltiples puntos de acceso para compartir información y noticias en las plataformas de redes sociales contribuye más a la propagación de la falsedad que a reducir su impacto. No obstante, la aceptación social se considera un factor de cambio para controlar la propagación de las *fake news* por redes sociales (Asorza, 2021). Algunos estudios empíricos han analizado la propagación y el flujo de las *fake news* en línea, pero pocas investigaciones examinan cómo el juicio humano puede diferenciar la verdad de la falsedad. Para reducir la propagación de las *fake news* en la sociedad, es importante entender el triángulo de las *fake news*, las relaciones entre los constructos de cada círculo y las asociaciones que unen los círculos, y luego analizar la fuerza de la relación.

Fake News y la Era de la Posverdad en la Política Mundial

A principios de la década de 2000, el crecimiento de las noticias en línea suscitó una nueva serie de preocupaciones, entre ellas la de que una excesiva diversidad de puntos de vista facilitarían que los ciudadanos con ideas afines formaran “cámaras de eco” o “burbujas de filtros” en las que quedarían aislados de perspectivas

contrarias y de interacciones significativas con personas de creencias diferentes (Galvín-Benítez, 2022). Los algoritmos y técnicas utilizados en la producción de *fake news* son directamente eficaces en la manipulación de los individuos y son eficaces en la polarización social e ideológica.

La terminología «fake news» entró en la literatura tras las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 y se ha definido como señales distorsionadas no correlacionadas con la verdad. En un sentido más amplio, las *fake news* se han definido como artículos de noticias que son intencionada y verificablemente falsos, y que podrían inducir a error a los lectores (Durán y Tusa, 2019). En este sentido, las *fake news* se diferencian de términos como desinformación. Mientras que la desinformación se ha definido como el suministro involuntario de información errónea, las *fake news* son el acto de distorsionar intencionadamente la información.

Al tener más connotaciones y un uso más amplio en la vida cotidiana, las *fake news* han sido tachadas de demonizadoras por las organizaciones de noticias tradicionales. En este sentido, al distorsionar la realidad social y ser utilizadas intensamente las *fake news* refuerzan la afirmación de que se ha entrado en un período de **posverdad** en el que la verdad ha perdido su valor (Tomalá, 2022). El mundo de la posverdad es un mundo en el que las percepciones son más importantes que la verdad, y una era en la que todo tipo de manipulaciones y contenidos falsos pueden dirigirse a masas de personas con facilidad.

Producidas con fundamentos ideológicos y económicos, las *fake news* han tenido efectos demostrables en importantes acontecimientos de la política mundial

en los últimos tres años. El período del Brexit en el Reino Unido y la elección de Donald Trump en Estados Unidos fueron años en los que las *fake news* alcanzaron su punto álgido (Encarnación–Maríñez, 2019). Con el reciente auge de la digitalización y el aumento de los nuevos entornos mediáticos, se han multiplicado los argumentos a favor de la eficacia de las *fake news* para influir en la política (Encarnación–Maríñez, 2019). De hecho, se ha llegado a afirmar que, si no fuera por las *fake news*, Trump no habría sido elegido. Las elecciones presidenciales de 2017 en Francia y las elecciones generales en Kenia también se vieron muy afectadas por el contenido de *fake news* en *Facebook* y otras plataformas digitales de Internet (Encarnación–Maríñez, 2019).

A la luz de todos estos argumentos, han ganado terreno las afirmaciones de que los contenidos falsos producidos en plataformas basadas en Internet afectan a las preferencias políticas y a las elecciones (Durán y Tusa, 2019). A través de los ejemplos utilizados en este artículo, quedará claro cómo se dirige la política mundial a través de los medios sociales y hasta qué punto la democracia ha sido afectada por el uso de los medios sociales.

Psicología del Rumor

Se evalúa la teoría de la psicología del rumor para responder a la siguiente pregunta: ¿Por qué a la gente le gusta compartir información no verificada? Según esta teoría, los seres humanos hacen todo lo posible por obtener «hechos» de su entorno para sobrevivir, y esto, a su vez, les motiva a buscar y difundir información «exacta». Sin embargo, en ausencia de información precisa, varias razones pueden incitar a las personas a difundir información

no verificada (Vásquez-Pérez, 2020). La psicología del rumor existente identifica cinco variables relacionadas: incertidumbre, importancia o implicación en el resultado, falta de control, ansiedad y creencia.

La interacción social se produce cuando las personas intentan cumplir uno o más de tres objetivos: actuar con eficacia, construir y mantener relaciones y gestionar las auto impresiones favorables. Estos tres objetivos están representados por tres motivaciones en el contexto de la transmisión de rumores: búsqueda de hechos, mejora de las relaciones y mejora de uno mismo (Albert-Molina, 2021). El primer objetivo de los seres humanos a la hora de actuar eficazmente es su motivación para averiguar los hechos.

En un contexto social, las personas necesitan un conocimiento válido y preciso de sus circunstancias para sobrevivir, lo que les motiva a buscar y difundir información precisa (García-Ribes, 2017). Por otro lado, la incertidumbre se define como un estado psicológico en el que las personas dudan del significado de los acontecimientos actuales o de la ocurrencia de sucesos futuros. También, la sensación de ansiedad y falta de control se desencadena por sentimientos de incertidumbre sobre cuestiones de importancia personal.

Las personas siempre se motivan a intentar reducir la incertidumbre y la ansiedad y restaurar una sensación de control sobre sus circunstancias, lo que genera una necesidad de saber. Además, si las personas no pueden obtener información a través de canales formales, recurren a redes informales como amigos y comunidades sociales, y la interpretación informal resultante suele convertirse en rumor (Salamea-Limones, Lemos-Beltrán y Astudillo-Mancilla, 2021). En las elecciones, la incertidumbre de

los votantes ecuatorianos se debió quizá a la lentitud de la economía y a las relaciones internacionales, a menudo tensas.

Mientras la economía de Ecuador seguía mostrando un crecimiento lento posterior a la pandemia de la COVID-19, el sentimiento de incertidumbre sobre el futuro político y económico era muy común entre los votantes antes de las elecciones, y se convirtió en un estado psicológico al consumir información falsa o no verificada durante los períodos electorales. Además, la definición de importancia es la relevancia de los resultados de un acontecimiento para una persona (Arnaudo et al., 2021). Si el resultado de un evento se considera más relevante para algunas personas, es más probable que esas personas participen en la difusión de rumores.

Aparte de las cuestiones mencionadas, estas elecciones también se celebraron en medio de un creciente sentimiento de identidad nacional de Ecuador por la creciente migración de compatriotas a Estados Unidos y otros países. La importancia de estas elecciones las convirtió en un campo de batalla inevitable para la proliferación de *fake news* o rumores (Morales-Aguirra, 2020). A su vez, la sensación de falta de control de algunos votantes proviene de la distribución desigual de la riqueza en el país. Las grandes herencias son la principal causa de esta distribución tan desigual de la riqueza y del agravamiento de la brecha entre ricos y pobres (Benítez-Gaitán et al., 2019).

Por último, tanto el rasgo de ansiedad como el estado de ansiedad están relacionados con la transmisión de rumores. Las personas con estado de ansiedad alta son más propensas a difundir rumores que las personas con estado

de ansiedad baja. También, los individuos con estado de ansiedad elevado prestan menos atención a la exactitud de los rumores que difunden (Benítez–Gaitán et al., 2019). Esto significa que, aunque la incertidumbre sobre temas importantes puede aumentar la motivación para averiguar hechos, la ansiedad puede obstaculizar la evaluación de la exactitud de la averiguación de hechos resultante.

El segundo objetivo de que los seres humanos actúen con eficacia desencadena la motivación de mejorar las relaciones. Las personas pueden intentar causar buenas impresiones y agradar a los demás en las relaciones a corto plazo o en las primeras etapas de la formación de relaciones, lo que puede hacer que las personas sacrifiquen la honestidad por objetivos orientados a las relaciones y transmitan información sin preocuparse por su autenticidad (Gama, 2020). Las personas suelen participar en la transmisión de rumores de forma involuntaria para mejorar su estatus social.

Exposición Selectiva a las Noticias

Estudios anteriores muestran que las personas tienden esencialmente a preferir información política afín cuando pueden elegir, porque los sesgos ideológicos afectan a los hábitos de consumo de noticias de las personas. Sin embargo –hasta ahora– se tiene muy poca información sobre cómo la exposición selectiva se relaciona con la desinformación o las *fake news* (Álvarez–Mengual, 2021). La literatura sobre ciencia política y psicología ha revelado que las percepciones erróneas suelen estar relacionadas con las identidades y predisposiciones políticas de las personas.

Como resultado, se decide tomar las inclinaciones políticas de los votantes como una variable independiente significativa. Ecuador ha estado dividido durante mucho tiempo por las ideologías políticas polarizadas a favor de la izquierda y a favor de la derecha (Rúa-Ramírez, 2018). En los últimos años, cada vez más votantes tienden a ocultar su identidad política, afirmando que son «neutrales» en su postura política. Además, se considera hasta qué punto el uso de las redes sociales exagera la tendencia a la exposición selectiva a la desinformación.

La literatura científica indica que la tendencia a la exposición selectiva a noticias e información coherentes con la actitud puede verse exacerbada por el proceso de compartir y consumir contenidos en línea (González, 2020). En este sentido, el consumo de noticias en redes sociales puede exacerbar la exposición selectiva a información política dudosa en cuanto a los hechos, pero coherente con la actitud, lo que hace que las personas tiendan a comentar, postear o publicar *fake news* sin comprobar la fuente de origen, tan solo con el propósito de tener visualizaciones.

Metodología

Se realizó una encuesta en línea a 1.068 votantes, seleccionados al azar, a través de la mayor plataforma de empresas de encuestas por Internet de Ecuador, en las dos semanas posteriores al día de las elecciones. Hubo tres razones para elegir una encuesta en línea en lugar de una encuesta telefónica tradicional (Álvarez-Canchignia y Aymacaña-Moreno, 2022). En primer lugar, la encuesta debía completarse durante un breve período de tiempo, mientras los votantes aún tendrían fresco el recuerdo de las *fake news* sobre las elecciones.

En segundo lugar, las preguntas de recuerdo de noticias contienen 10 preguntas de discernimiento de noticias compuestas por seis largos párrafos de *fake news* y otras seis afirmaciones correctas de noticias contrarias, lo que hacía que la encuesta telefónica fuera una opción muy difícil; si no improbable (Elizalde–Robles, 2022). Por último, el ámbito de la investigación incluía varios aspectos del uso de las redes sociales por parte de los votantes, por lo que los encuestados debían ser básicamente usuarios de Internet.

En la actualidad, el 83% de la población de Ecuador utiliza Internet, por lo que una encuesta representativa –realizada en línea– se ha convertido en una opción más viable. Basada en la psicología del rumor y las perspectivas de exposición selectiva de los medios informativos, la encuesta constará de cuatro partes (Álvarez–Canchignia y Aymacaña–Moreno, 2022). En primer lugar, la encuesta obtendrá el consentimiento de los encuestados para participar en el estudio. En segundo lugar, la encuesta solicitará los datos demográficos de los participantes, incluida la inclinación partidista, la educación, el género, la edad, el lugar de residencia y el nivel de ingresos.

En tercer lugar, la encuesta preguntaba a los votantes sobre su consumo de noticias durante las elecciones, incluidos sus hábitos de uso de los medios de comunicación y su comportamiento, la hora del día o de la noche en que leían o veían las noticias electorales y la fuente de medios de comunicación «más importante» durante estas elecciones, así como preguntas sobre el uso de los medios de comunicación en línea y las redes sociales (Castillo–Gutiérrez, 2021). En cuarto lugar, la encuesta

seleccionó tres de las *fake news* más influyentes de las elecciones basándose en dos criterios y preguntó a los encuestados si recordaban esa noticia y en qué medida.

Los dos criterios fueron la cantidad de cobertura de *fake news* en los cuatro principales periódicos de Ecuador durante el período electoral, y la cantidad de cobertura de casos de *fake news* en medios de renombre internacional durante el período electoral (Arnaudo et al., 2021). El discernimiento de las *fake news* se midió en la encuesta preguntando a los encuestados si eran capaces de juzgar las versiones corregidas de las seis *fake news* el día de las elecciones y en qué grado podían hacerlo.

En complemento, el método descriptivo de la investigación permitió abordar la literatura en los repositorios digitales de la web, revistas indexadas de Scielo, Scopus, Latindex y otros, además de tesis de grado de cuarto nivel y tercer nivel que permitieron sustentar el análisis. Se ha determinado que las noticias falsas difundidas en *Facebook* tuvieron un impacto en la opinión pública durante las elecciones generales de Ecuador en 2021. Las noticias falsas son fenómeno que está estrechamente vinculado a la tecnología y a la política, afectando así la percepción pública por no contrastar la veracidad de la información (Elizalde-Robles, 2022). Las *fake news* son estrategia política, que los votantes deben comprobar para no caer en trampas antidemocráticas y desperdiciar su voto a base de rumores y falsedades.

Resultados

La tabla muestra la principal *fake news* divulgada en las elecciones del 2021 en el Ecuador con las categorías de comprobación de la noticia.

Tabla 1*Fake news difundidas en las elecciones del 2021*

Fake news	Difusión en redes	Verificación	Sin verificación
Varios candidatos visitaron zonas inundadas durante un temporal de lluvia; no solo pisaron el agua para visitar a la gente en persona, sino que entregaban cajas de fósforos con billetes de 5 dólares en su interior para comprar el voto	85%	50%	50%

Nota: Elaboración propia con base en Castillo–Gutiérrez (2021)

En términos generales, en la plataforma *Facebook* los resultados de la investigación revelaron que la noticia falsa más influyente en estas elecciones fue...

Varios candidatos visitaron zonas inundadas durante un temporal de lluvia; no solo pisaron el agua para visitar a la gente en persona, sino que entregaban cajas de fósforos con billetes de 5 dólares en su interior para comprar el voto. (Fuchs y Vellegas, 2021)

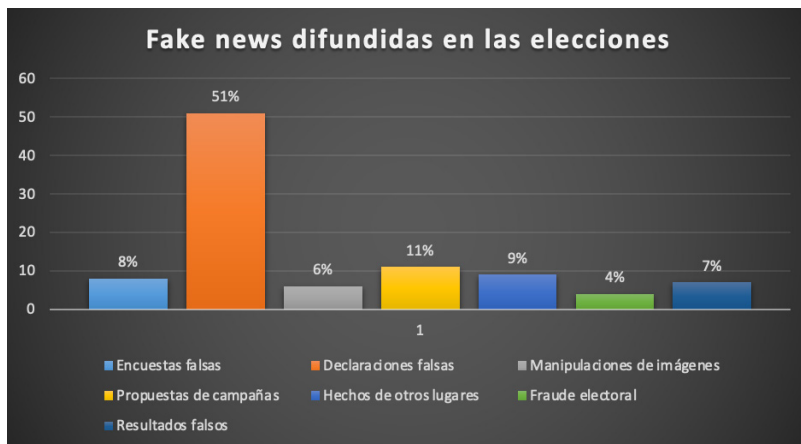
Casi el 85% de los votantes había oído esta noticia antes de las elecciones, pero menos del 50% conocía la verdadera versión de esta noticia el día de las elecciones. En otras palabras, más del 50% votó entendiendo que varios candidatos mostraron una actitud muy arrogante hacia el sufrimiento y no comprendieron el dolor de las víctimas del invierno (Fuchs y Vellegas, 2021).

Dado que este artículo evidenció que aproximadamente la mitad de los votantes ecuatorianos no

podían discernir las *fake news* durante los períodos electorales, se investigó más a fondo el impacto de las noticias falsas en los resultados de las elecciones. El análisis demostró que los votantes que no buscaban comprobar las *fake news* eran más propensos a votar a los candidatos de izquierda que «vienen del pueblo» (Álvarez–Canchignia y Aymacaña–Moreno, 2022). Esta tendencia era especialmente evidente en los votantes cuyas inclinaciones políticas eran ligeramente independentistas o neutrales; a su vez, eran los votantes con menores niveles de discernimiento de *fake news*. La figura 1 muestra las *fake news* divulgadas en las elecciones.

Figura 1

Fake news difundidas en las elecciones



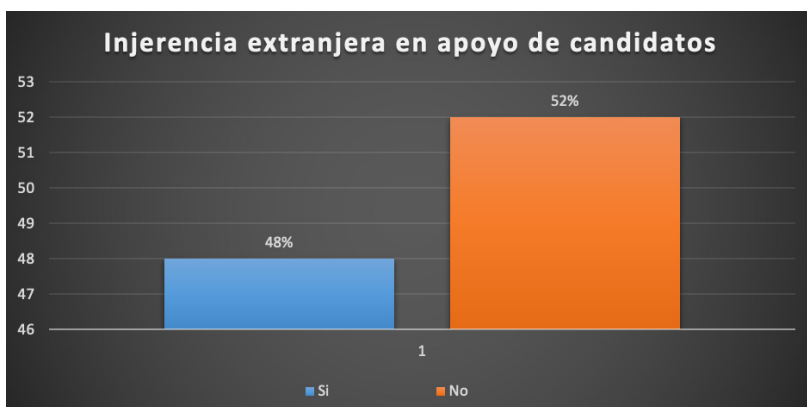
Nota: Elaboración propia con base en Castillo–Gutiérrez (2021)

Se debe señalar que la relación entre las *fake news* y el comportamiento electoral era correlacional y no causal. Es decir, varios factores influyeron en las decisiones de los votantes, y esta investigación sólo pudo probar que las *fake news* eran uno de los factores. Así mismo, este estudio indagó sobre si los votantes creían que había «injerencia extranjera» en apoyo

de candidatos específicos o ataques contra candidatos de distintos bandos en estas elecciones. El 48% de los votantes creía que había injerencia extranjera, mientras que el 52% no lo creía o no podía juzgar si era cierto (MPCMD, 2022). La siguiente figura (Figura 2) muestra el criterio de injerencia extranjera en apoyo de candidatos específicos o ataques contra candidatos de distintos partidos políticos.

Figura 2

Fake news difundidas en las elecciones



Nota: Elaboración propia con base en Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática [MPCMD] (2022)

También se investigó cómo comprobaban los votantes la veracidad de las noticias en las elecciones. El 25% de los votantes verificó la autenticidad de las noticias comparando informes de medios de comunicación con posiciones políticas diferentes; ésta fue la forma más común adoptada por los votantes. Casi el 21% de los votantes optó por comprobar los comentarios de los líderes de opinión del ciberespacio (Tomalá, 2022). En cuanto a las organizaciones de comprobación de noticias, el 57% de los votantes nunca había

oído hablar de ellas. La siguiente figura (Figura 3) ilustra el medio de comprobación de las *fake news* por parte de los votantes o ciudadanos antes y después del proceso electoral.

Figura 3

Comprobación de las fake news



Nota: Elaboración propia con base en Tomalá (2022)

Discusión

Este trabajo es uno de los primeros estudios empíricos que investigan el impacto potencial de las *fake news* en las elecciones generales de Ecuador 2021. Los resultados mostraron que las noticias falsas están efectivamente correlacionadas con el juicio informativo de los votantes y sus decisiones de voto. Más del 50% de los votantes emitieron su voto sin conocer las noticias durante el período de campaña (Álvarez–Canchignia y Aymacaña–Moreno, 2022). En particular, los votantes políticamente neutrales tendieron a votar a los candidatos, guiados por su inclinación política.

En cuanto a las diferencias demográficas, las mujeres votantes eran más proclives a creer en las *fake news* durante el período electoral que los hombres votantes. Los

votantes más jóvenes, de 20 a 29 años, tenían un nivel de discernimiento más débil para las *fake news*, mientras que los votantes con menores ingresos y mayor frecuencia de uso de las redes sociales eran los menos capaces de distinguir entre *fake news* y verdaderas (Elizalde-Robles, 2022).

La literatura psicológica existente nombra cinco características relacionadas con la comunicación de rumores: incertidumbre, importancia o implicación relevante para el resultado, falta de control, ansiedad y creencia. Los votantes más vulnerables a las *fake news* –en las elecciones generales de Ecuador 2021– presentaban más de estas características (Tomalá, 2022). Las personas más jóvenes y los grupos con salarios más bajos tendían a mostrar una mayor sensación de incertidumbre y ansiedad, percibían menos control sobre su futuro y mostraban una mayor desconfianza en el gobierno y los sucesores de su partido político.

Los resultados de este estudio pueden aportar inferencias desde varias perspectivas. En primer lugar, la propagación de rumores no es un fenómeno nuevo en la historia de la comunicación. Más bien, es la evolución de las tecnologías de los medios de comunicación a través de la era de Internet la que ha aumentado la influencia perjudicial de la difusión de rumores. Especialmente en Ecuador, los medios de comunicación televisivos se basan –en gran medida– en las fuentes de noticias de Internet, independientemente de si son verificadas o falsas; esto permite que las *fake news* de Internet se difundan entre el público con un impacto inmenso y de gran alcance (Álvarez-Canchignia y Aymacaña-Moreno, 2022). Durante las elecciones, la difusión de *fake news* hizo que muchas personas fueran incapaces de juzgar correctamente

información crucial sobre temas o candidatos importantes, lo que puede haber dado lugar a resultados electorales injustos, amenazando los cimientos de la democracia.

Conclusiones

Las *fake news* divulgadas en *Facebook* tuvieron una incidencia significativa en la opinión pública durante las elecciones generales de Ecuador en 2021. La plataforma de *Facebook* es ampliamente utilizada en el país y se convirtió en un canal importante para la difusión de información, tanto verdadera como falsa. Las noticias falsas que circulaban en la plataforma generaron confusión y desinformación entre los votantes, influyendo en sus opiniones y decisiones electorales.

Las *fake news* en *Facebook* tuvieron el potencial de polarizar aún más el panorama político en Ecuador durante las elecciones de 2021. Al transmitir información falsa que se alineaba con las creencias y preferencias de determinados grupos, estas noticias contribuyeron a la polarización de la opinión pública. Esto dificultó el diálogo constructivo y la comprensión mutua entre los diferentes sectores políticos, generando un ambiente de confrontación y desconfianza.

La falta de regulación y control efectivo sobre la difusión de *fake news* en *Facebook* durante las elecciones de 2021 en Ecuador fue un factor que contribuyó a su incidencia en la opinión pública. A pesar de los esfuerzos por parte de la plataforma para combatir las noticias falsas, la magnitud y velocidad de su propagación dificultaron su control completo. La ausencia de una legislación específica y mecanismos de verificación rigurosos permitió que las *fake news* se difundieran con relativa impunidad, afectando

negativamente la calidad del debate público y la toma de decisiones informadas.

Es necesario promover la educación digital y el pensamiento crítico para contrarrestar la influencia de las *fake news* en *Facebook* durante las elecciones. Ante la creciente presencia de información falsa en las redes sociales, los ciudadanos deben ser conscientes de la importancia de verificar la veracidad de las noticias antes de compartirlas o creer en ellas. Fomentar habilidades de alfabetización digital y pensamiento crítico puede ayudar a las personas a discernir entre información confiable y noticias falsas, fortaleciendo así la resiliencia de la opinión pública frente a la desinformación.

Referencias

- Albert-Molina, J. (2021). *El aumento de las fake news y mecanismos para frenar su escalada en las redes sociales*. [Trabajo de titulación de Grado]. Universidad Miguel Hernández de Elche. <http://dspace.umh.es/handle/11000/26585>
- Álvarez-Canchignia, K. J. y Aymacaña-Moreno, J. M. (2022). *Campañas políticas y redes sociales: Análisis comparativo del manejo de las redes sociales Twitter, Instagram y TikTok de Andrés Arauz y Guillermo Lasso en las elecciones presidenciales Ecuador 2021*. [Trabajo de titulación]. Universidad Central del Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/25782>
- Álvarez-Mengual, S. (2021). *Guía del ciudadano digital contra las fakes news o noticias falsas en los procesos electorales en Colombia*. [Trabajo de titulación de grado]. Universidad de los Andes. <http://hdl.handle.net/1992/54781>

- Prieto, L. (2021). *Evolución del marketing político en los últimos años*. Universidad de Valladolid.
- Apolo, A., Tusa, F., y Román, M. (2021). Fake news e incremento desinformativo durante el estado de excepción 2020: caso el Mercico, ECUADOR. *CHAKIÑAN, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1(16), 35–51. <https://chakinan.unach.edu.ec/index.php/chakinan/article/view/654>
- Arnaudo, D., Bradshaw, S., Ooi, H. H., Schwalbe, K., Studdart, A., Zakem, V., y Zink, A. (2021). *Combatiendo la manipulación de información: Un manual para las elecciones y posterior a ellas*. Instituto Nacional Republicano y Democrático: https://www.iri.org/wp-content/uploads/2021/12/infomanip_playbook_spanish_final-1.pdf
- Asorza, H. (2021). *Fake news en la narrativa de Willax TV: Impacto social y desafíos*. Universidad de Lima.
- Benítez-Gaitán, L. J., Conde-Angarita, J. M., Gamboa-Rozo, J. I., Reyes-Torres, J. L., y Sanabria-Restrepo, J. A. (2019). *La influencia de las noticias falsas en la opinión pública: un análisis desde Twitter y Vanguardia*. <http://hdl.handle.net/20.500.12749/7000>
- Buitron-Zuñiga, E. A. (2022). *Análisis de las relaciones entre resultados electorales y el rendimiento de los candidatos en redes sociales: el caso de las elecciones presidenciales generales de Perú (2021)*. [Trabajo de titulación de maestría]. Universidad Politécnica de Valencia. <https://riunet.upv.es/handle/10251/186143>
- Castillo-Gutiérrez, K. E. (2021). Las fakes news expuestas en el portal coronavirusecuador.com y su impacto en los estudiantes del tercer semestre de la

- carrera de Medicina de la Universidad Técnica de Ambato en el período marzo–septiembre de 2020. [Trabajo de titulación de grado]. Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/34140>
- Coreas–de–Mendoza, G. G., Mejía–Fuentes, W., M., y Ventura–Álvarez, J. A. (2019). Las noticias falsas [fake news] t su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño. [Trabajo de graduación]. Universidad Tecnológica de El Salvador. <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001209.pdf>
- Durán, M. B. y Tusa, F. (2019). (2019). La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición. *Revista Universidad San Francisco de Quito*, 3(1), 18–41. <https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1550>
- Elizalde–Robles, R. M. (2022). Opinión pública en red virtual: Análisis de la posverdad a partir del rumor y noticias falsas aplicado a Tendencias de Twitter en la campaña presidencial 2017 de Ecuador. [Tesis de maestría]. Facultad Lataniamericana de Ciencias Sociales FLACSO. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/16535/5/TFLACSO-2020RMER.pdf>
- Encarnación–Maríñez, A. R. (2019). *Fake news*: El desafío del descubrimiento de la verdad en internet. [Trabajo de titulación de maestría]. Universidad de Murcia. <http://hdl.handle.net/10317/8014>
- Federación Internacional de Periodistas [FIP]. (2018). ¿Qué son las *Fake News*?: Guía para combatir la desinformación en la era de la posverdad. https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf

- Fuchs, M. C. y Villegas, A. (2021). COVID-19, Estado de derecho y procesos electorales en Latinoamérica. *Fundación Konrad Adenauer*. https://teeh.org.mx/iipce/images/Programas/Diplomado_Internacional_Derecho_Electoral/1%20COVID%20ESTADO%20TRANSPARENCIA%20-%20M%C3%B3dulo%208.pdf
- Galvín-Benítez, A. (2022). La regulación de la comunicación electoral y su aplicación en la cobertura periodística en campañas: un estudio comparado de España y Francia. [Trabajo de titulación de grado]. Universidad Complutense de Madrid. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/4013>
- Gama, C. (2020). *La red social Facebook como fuente de desinformación: Un análisis de las elecciones brasileñas de 2018*. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/43573?locale-attribute=en>
- García-Ribes, M. M. (2017). El uso de las redes sociales en política: El caso de Donald Trump. [Trabajo de titulación de grado]. Universidad Politécnica de Valencia. <http://hdl.handle.net/10251/89517>
- González, A. (2020). *La influencia de las redes sociales en la elección presidencial de 2018 en Colombia: Caso Sergio Fajardo*.
- Grogovinas, C. (2021). *Autopercepción de la influencia de las redes sociales en la intención de voto en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA): Una medición del potencial del empleo de las redes sociales*. [Tesis de Maestría] Unidad Educativa Escuela de Guerra Naval. <http://www.cefadigital.edu.ar/handle/1847939/1781>
- Hernández-Cadena, F., Morales, A. L., Camiña, P., Vargas-Pulido, J. D., y Espeleta, C. (s.f.). *Impacto*

de las redes sociales en el proceso electoral colombiano - Elecciones de Congreso y Presidencia 2018. Misión de Observación Electoral. <https://moe.org.co/wp-content/uploads/2019/03/2.-Monitoreo-de-Redes-Sociales-Intolerancia-y-Noticias-Falsas.pdf>

Jumbo-Lozano, B. J. (2021). *Uso de la red social Facebook como instrumento para generar “NOTICIAS FALSAS” y su efecto en la opinión pública*. [Trabajo de titulación]. Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54564>

Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática [MPRCMD]. (18 de Septiembre de 2022). *Lucha contra las campañas de desinformación en el ámbito de la seguridad nacional: Propuestas de la sociedad civil*. Gobierno de España. <https://www.dsn.gob.es/sites/dsn/files/LibroDesinfoSN.pdf>

Morales-Aguirra, J., Gamarra, C. A., Sánchez-Fajardo, S., y Donoso-Gómez, D. (2020). *La credibilidad en las noticias falsas y su incidencia en el pensar y actuar de los jóvenes del grado 11° de la U.P.B.* [Informe de investigación]. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/8006>

Red de Políticas de Internet y Jurisdicción [RPIJ] y Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2021). *Informe sobre la situación regional 2020 (LC/TS.2020/141)*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/a0f5789d-7ee5-49eb-8ecf-666b61f1c19e/content>

Rodríguez-Hidalgo, C. (2022). *Competencia mediática de periodistas y estudiantes de periodismo de la Comunidad Andina frente a las fake news*. [Tesis doctoral]. Universidad de Huelva. <https://hdl.handle.net/10272/21894>

- Rúa-Ramírez, E. B. (2018). *Pensamiento crítico frente a la proliferación de información falsa*. Ingenio Magno, 8(2), 3-7. <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ingeniomagno/article/view/1502>
- Salamea-Limones, Z. V., Lemos-Beltrán, D. G., y Astudillo-Mancilla, F. P. (2021). *Análisis de los formatos más utilizados para compartir noticias falsas en Facebook*. Journal of Science and Research, 6(3), 240-256. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1214>
- Tomalá, F. (2022). *Campañas electorales redes sociales y fake news*. Revista del Tribunal Contencioso Electoral del Ecuador, V(6), 55-69. <https://www.tce.gob.ec/wp-content/uploads/2022/08/R-JED-No.6.pdf>
- Vásquez-Pérez, S. (2020). *Consumo de información falsa en redes sociales por parte de los estudiantes de la UNAD: Una estrategia comunicativa para contrarrestar la desinformación y su incidencia en la formación de opinión*. [Proyecto de investigación]. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/33392>

ARTÍCULOS INTERPRETATIVOS

Mujeres y elecciones. Haz y envés de la reforma electoral de 2020 y sus resultados al 2021 y 2023

Women and elections. Back and forth of the 2020 electoral reform and its results in 2021 and 2023

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 213-247.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 7-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Alfredo Espinosa Rodríguez¹
Investigador Independiente
alfr.espinosa.r@gmail.com
Quito, Ecuador

Resumen

El artículo 99 de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia y la Disposición Transitoria Tercera de la misma norma establecen una política de cuotas progresiva –15% en 2021, 30% en 2023 y 50% en 2025– para que las candidatas mujeres encabecen las listas pluripersonales. Este artículo describe y analiza qué tan eficientes fueron las reformas electorales en materia de equidad y paridad –aprobadas en febrero de 2020 por la Asamblea Nacional– cuyos resultados se evidenciaron en las elecciones generales de 2021, así como en las seccionales de 2023. Concluye con una serie de propuestas a debatir por la sociedad civil, política, grupos de mujeres y la academia para emprender un nuevo proceso de reforma electoral en esta materia.

Palabras clave: mujeres, elecciones, participación política, equidad, paridad

Abstract

Article 99 of the Organic Electoral Law and Political Organizations of the Republic of Ecuador, Code of Democracy and the Third Transitional Provision of the same rule establish a progressive

quota policy (15% in 2021, 30% in 2023 and 50% in 2025) for women candidates to head the multi-person lists. This article describes and analyzes how efficient were the electoral reforms in terms of equity and parity were approved in February 2020 by the National Assembly, the results of which were revealed in the general elections of 2021, as well as in the regional elections of 2023. It concludes with a several proposals to debate by civil society, politics, groups of women and the academy to undertake a new process of electoral reform in this area.

Keywords: women, elections, political participation, equity, parity

Introducción

El presente trabajo reflexiona sobre la participación política y electoral de las mujeres en las elecciones generales de 2021 y en las elecciones seccionales de 2023, procesos que se realizaron al amparo de la reforma electoral que viabilizó el camino progresivo hacia la paridad y el encabezamiento femenino en las listas pluripersonales. Consecuentemente, la pregunta de investigación que se utilizó fue: ¿Hasta qué punto la aplicación de la reforma electoral de 2020 permitió una mayor participación y representación de mujeres en puestos de elección popular? Mientras que el principal objetivo de este artículo es el de analizar dicha participación y sus resultados en los procesos electorales de 2021 y 2023. Para cumplir con este propósito, se revisaron algunos preceptos teóricos de autores como Nicole Darat (2022), Robert Dahl (1992) y Nancy Fraser (2008), así como también información estadística de los procesos electorales desde el año

2009 hasta el año 2023, y documentación oficial tanto del Consejo Nacional Electoral [CNE] como del Tribunal Contencioso Electoral [TCE].

En cuanto al ámbito metodológico, éste se enmarca en los estudios de tipo explicativos que, según Hernández et al. (1997), en su libro *Metodología de la Investigación*, se caracterizan porque “van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales” (p. 74). Agrega también que, “las investigaciones explicativas son más estructuradas que las demás clases de estudios y de hecho implican los propósitos de ellas (exploración, descripción y correlación), además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia” (p. 75).

Mujeres, Modernidad y Democratización del Estado

La participación política de las mujeres es un derecho humano reconocido por la comunidad internacional, a través de diversas declaraciones, pactos y convenciones, de las cuales el Ecuador es país suscriptor; entre ellas, la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer [CEDAW] de 1979, así como los diversos compromisos asumidos en las conferencias mundiales sobre las mujeres llevadas a cabo por la Organización de las Naciones Unidas [ONU] a partir de 1975. (Bareiro et al., 2013, p. 35). Pero también la participación política de las mujeres, es una lucha histórica contra la invisibilidad de una democracia con alto sesgo patriarcal que relegó por décadas a las mujeres de lo público, de la política, de los debates nacionales y que las condenó –casi por dictamen– a cumplir roles secundarios

–exclusivos del ámbito privado –«familiar y hogar»– apartadas del poder y la toma de decisiones². Pero, ¿por qué es tan importante la conquista femenina del espacio público? Constant (1988, como se citó en Darat, 2022, p. 3), nos recuerda que...

(...) para los griegos el espacio público era [el lugar] donde se concentraba todo lo valioso, la vida propiamente humana solo podía ocurrir ahí, el espacio público era el lugar de la isegoría³ y de la isonomía⁴; mientras que el espacio privado era el espacio de la necesidad y de la animalidad. (p. 3)

Dicho de otra manera, si nos retrotraemos al mundo griego, lo público es el espacio de legitimación colectiva de los individuos –inicialmente solo hombres y con posterioridad mujeres– libres.

² Young (2020, como se citó en Darat, 2022) considera que el concepto «mujer» “ nombra también una serie definida por ciertas normas y relaciones de poder, vinculadas a la heterosexualidad obligatoria y a la división sexual del trabajo, es decir, una posición de subordinación dentro de ese reparto de poder. Por ende, reivindicar justicia en cuanto «mujer», implicaría exigir el fin de las opresiones que determinan la subordinación, el fin de la heterosexualidad obligatoria y de la división sexual del trabajo. Pero para que esta reclamación de justicia tenga lugar, antes es preciso reconocer que se sufre dicha opresión y reconocerse como «mujer» en ese sentido hace posible la organización política” (p. 6).

³ En su artículo *Repensar la igualdad democrática: isonomía, isegoría, isotimía*, Diego Córdova (2015) manifiesta que: “La democracia instituye el principio de la isegoría que no es otra cosa que la posibilidad de que cualquiera, sin importar su condición social, pueda tomar la palabra en la asamblea (hoboulomenos). Pero no sólo eso, sino que es un «igual derecho a su uso». La palabra del último vale tanto como la del primero en la lista. Y los argumentos de los que antes eran nadie deben ser sopesados y tomados en cuenta en la discusión pública. Quizás deben tomarse más en cuenta que los otros, ya que los que no tenían parte, léase el demos, siempre son los más” (p. 22).

⁴ “Isonomía está compuesta de dos partículas: isos (igualdad) y nomos (ley), por lo que su significado literal sería «igualdad ante la ley». No obstante, el concepto isonomía, denominador absoluto de la presencia de una democracia, posee un significado mucho más amplio. Por isonomía se entiende una igualdad de derechos políticos de todos los ciudadanos consagrada en la ley. Es la existencia misma de la democracia que designa la ruptura, el escándalo que permite que todos, sin mediar títulos, nacimiento, jerarquía ni posesiones, puedan ingresar al campo de la decisión política y tomar la palabra para expresar sus opiniones (doxa). Isonomía designa el gobierno democrático mismo. Es el gobierno de la voluntad de la mayoría, en una comunidad completa en la que se les permitió el ingreso a todos, sin mediar clase social”. (Córdova, 2015, p. 14)

La separación de espacios en públicos y privados, excluyó a las mujeres de la participación pública, de los sistemas de representación política y de la titularidad de los derechos humanos. Ellas se vieron confinadas al mundo doméstico, donde también fueron colocadas las prácticas de reproducción social. A las mujeres se les negó la racionalidad y se les sometió a la autoridad de figuras masculinas, ya fuera el padre o el esposo y, en ausencia de los primeros, de los hijos varones. (Bareiro et al., 2013, p. 32)

Este sistema de jerarquías negó a las mujeres la posibilidad de involucrarse –por cuenta propia y al mismo tiempo que los hombres– en la modernidad, entendida por Wagner (1997, p. 30) como “la idea de libertad y autonomía utilizada históricamente para reinterpretar a la luz de este significado imaginario, las prácticas sociales accesibles a la observación”. Wagner (1997) agrega que:

En esta reciente perspectiva, la modernidad está interesada sobre todo por el incremento de la individualidad y del individualismo. Aunque tal vez al principio fueran sólo unos pocos los que pudieron gozar de los beneficios a costa de otros muchos, y aunque también hubiera más tarde y durante mucho tiempo diferencias según grupos y roles –no según individuos– ya hoy día se podría comprobar que las conquistas de la modernidad permitían el desarrollo de un gran número de personas y de una gran diversidad de estilos y esquemas de vida individuales de los que se supone disfrutaba ya la mayoría de la población de las sociedades occidentales. (p. 33)

No obstante, para que los beneficios de la

modernidad lleguen a los grupos sociales subalternos –en este caso a las mujeres– los movimientos feministas del siglo pasado se trazaron como objetivo la recuperación –feminización– de la democracia y sus principios, a fin de que el Estado no continúe con la legitimación y reproducción económica, social, política e institucional de patrones discriminatorios y desigualdades de género que, desde el punto de vista de Fraser (2008), operan a través del androcentrismo que invade la cultura popular y la interacción cotidiana. El autor añade que:

A consecuencia de ello, las mujeres sufren formas específicas de subordinación de estatus, incluyendo las agresiones sexuales y la violencia doméstica; representaciones estereotipadas trivializadoras, cosificadoras y despreciativas en los medios de comunicación; hostilidad y menosprecio en la vida cotidiana; exclusión o marginación en las esferas públicas y en cuerpos deliberantes, y negación de los derechos plenos y protecciones equiparables de los ciudadanos. (2008, p. 92)

Para subvertir esta realidad, Fraser (2008) formula la noción de justicia de paridad en la participación, compuesta por dos categorías: representación y redistribución con el fin de combatir la injusticia que sufren las mujeres en ambos frentes al elevar la paridad al estándar de norma institucional (p. 99). Mientras que Wagner (1997, como se citó en Guzmán, 2002, p. 14) –desde una óptica complementaria– identificó dos tipos de ofensivas modernizadoras para afrontar esta problemática: una que se impulsa desde arriba, es decir al amparo del poder institucional para abrir camino a nuevas oportunidades

y actores⁵; y, otra que proviene de abajo, y cuyo principal propósito es la defensa y visibilización de aquellos grupos excluidos que aspiran a ser reconocidos como iguales, entre ellos, los movimientos feministas que han promovido los derechos de las mujeres, por ejemplo, a través del sufragio universal que para el caso de América Latina inició en Uruguay a finales de la década de 1920 del siglo pasado y concluyó en Paraguay en el año 1961.

Lo expuesto deja en claro que esta división de espacios y roles (públicos/privados) entre hombres y mujeres, se oponen diametralmente al principio de igualdad política formulado por Dahl (1992), quien sostiene que todos los miembros de la sociedad están calificados para participar en la toma de decisiones colectivas y obligatorias (p. 121). Desde esta perspectiva, ningún ciudadano está mejor calificado que otro como para ser excluido de la toma de decisiones y, en consecuencia, para gobernar. Es decir, Dahl cree que la democracia genera condiciones de igualdad intrínseca de derechos y oportunidades a lo que se suma la presunción de autonomía personal que considera a cada individuo el mejor juez de sus propios bienes o intereses. (1992, p. 124), con lo cual, la presencia activa de las mujeres –en particular, y de las diversidades y grupos vulnerables, en general– fortalece el funcionamiento y operatividad del régimen democrático.

⁵ Varios países de la región cuentan con instituciones responsables de transversalizar el enfoque de género en la institucionalidad del Estado. Ecuador no es la excepción, desde 1970, con el Departamento de la Mujer adscrito al entonces Ministerio de Prevención Social y Trabajo, hasta el Consejo Nacional para la Igualdad de Género, creado vía Decreto Ejecutivo en 2009, se ha intentado garantizar la igualdad y no discriminación. Durante el gobierno de Guillermo Lasso, el 29 de noviembre de 2022, vía Decreto Ejecutivo 608, se creó el Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos, cuya génesis responde a siete mesas de diálogo con organizaciones y colectivos de mujeres; no obstante, la coyuntura en la que el Gobierno Nacional dio vida a esta entidad no es aislada, pues surge dos meses después del femicidio de la ciudadana María Belén Bernal en la Escuela Superior de Policía de Quito el 11 de septiembre de 2022.

Sororidad, Salvavidas Político y Contradicción. El Uso Instrumental de una Necesaria Reforma Electoral con Enfoque de Género en Ecuador

Las reivindicaciones históricas y las exigencias legales del activismo feminista incidieron en la formulación de los cambios a Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia (2020), con el ánimo de democratizar la norma al promover la obligatoriedad progresiva de la equidad y la paridad, a través del encabezamiento de listas. No obstante, el contexto político en el que se discutieron y aprobaron las reformas electorales –específicamente, en materia de género– fue altamente polémico, por ello, cabe preguntarse, ¿hubo algo más que empatía, sororidad o conciencia femenina en la promoción que dio a esta iniciativa la Presidenta del CNE, Diana Atamaint?, ¿qué la motivó a convertirse en la principal interlocutora y portavoz de la causa feminista en el país, incluso, por sobre otras mujeres con mayor liderazgo y trayectoria en colectivos ciudadanos? Lo cierto es que –entre finales del 2019 e inicios de 2020– dos ex legisladores del movimiento CREO, Fernando Flores y Jeannine Cruz, llamaron a juicio político a la Presidenta del CNE, con el objetivo de «evitar otro fraude»⁶, esto en clara alusión a los resultados de las elecciones presidenciales de 2017, en las que el entonces candidato a la Presidencia de la República, Guillermo Lasso, perdió –bajo la sospecha de un «apagón informático»– la segunda vuelta electoral ante su

⁶ El 29 de noviembre de 2019 los asambleístas del bloque legislativo del movimiento CREO, Fernando Flores y Jeannine Cruz formalizaron el pedido de juicio político contra la Presidenta del Consejo Nacional Electoral, Diana Atamaint, para –según ellos– “evitar otro fraude”. Flores manifestó que “los últimos procesos electorales nos dejan claro que en el CNE se ha construido un engranaje de ineptitud, encabezado por Diana Atamaint. Queremos evitar que suceda lo que pasó en Bolivia, no podemos permitir que intereses particulares estén sobre los de los ecuatorianos”. (CREO, 2019) Disponible en: <https://www.creo.com.ec/noticias/se-formaliza-el-pedido-de-juicio-politico-contra-atamaint-para-evitar-otro-fraude-electoral/>; acceso (01/08/2023).

contendor, Lenin Moreno, candidato oficialista del correísmo.

Los interpelantes argumentaron cuatro causales para el juicio político, las cuales se desprendieron de una serie de críticas documentadas por el exconsejero electoral, Luis Verdesoto y el vicepresidente del CNE, Enrique Pita. Estas fueron:

1. Inercia ante los indicios de fraude electoral en los comicios seccionales de 2019 en las provincias de Los Ríos –cantón Mocache– y Guayas –cantones Alfredo Baquerizo Moreno y Juján–, los cuales pudieron dar cuenta de un esquema replicable a otras localidades del país; 2. Incumplimiento del Reglamento de Auditoría de Procesos Legales del CNE; 3. Demora en la entrega de una respuesta a un pedido de consulta popular hecho por el colectivo Yasunidos; 4. Posible negligencia en un caso de tráfico de influencias a escala nacional que tuvo en Luis Loyo a su gestor en el CNE. (Espinosa, 2021, pp. 33–34).

Coincidencia o no, mientras el destino de Diana Atamaint al frente del CNE era motivo de negociación política en la Asamblea Nacional –a la par– el Consejo Nacional Electoral [CNE] promovía una serie de espacios con representantes de los colectivos de mujeres, grupos feministas, universidades, organizaciones no gubernamentales y autoridades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales y Municipales⁷, encuentros que tuvieron como

⁷ Uno de los principales aliados de Diana Atamaint dentro y fuera del CNE es el Partido Social Cristiano [PSC] liderado por Jaime Nebot. Parte de esta alianza se explica en el respaldo de la exlegisladora y ex prefecta del Guayas, Susana González. Esta dirigente socialcristiana acompañó a Diana Atamaint en varios eventos públicos, entre ellos, las reuniones con grupos de mujeres en apoyo a la reforma electoral. El 3 de diciembre de 2019, González estuvo junto a Diana Atamaint y al consejero de mayoría, José Cabrera, también del PSC, en una rueda de prensa en la que “celebraron la aprobación de las reformas electorales”. (García, 2019, párr. 1)

finalidad ganar la disputa por la progenitura de la reforma al Código de la Democracia al consejero Luis Verdesoto⁸ pero, con el paso de los meses, estos espacios calzaron como «anillo al dedo» para que la Presidenta del CNE haga *lobby* y sume apoyos para desviar el foco de atención de la opinión pública a su cuestionada administración.

¿Cómo se instrumentalizó «esta coincidencia»? A partir del 22 de julio de 2019 hasta poco antes de que se aprueben las reformas electorales –diciembre 2019⁹, el Consejo Nacional Electoral desarrolló encuentros territoriales con autoridades de los gobiernos autónomos descentralizados, los mismos dieron origen a una serie de manifiestos firmados por las mujeres en respaldo a las reformas electorales sobre su participación y violencia política de género¹⁰.

Imbuida por este escenario de hermandad y reivindicación femenina, y en su afán de evitar una potencial censura política, Atamaint recurrió a la revictimización de género sintetizada en la máxima: «me atacan solo porque soy mujer», como primera línea de defensa ante sus interpelantes en la Asamblea Nacional. Fermín Vaca (2019), periodista de la Revista Plan V, describió en su crónica política lo sucedido:

Y la primera mujer shuar estalla en adjetivos, mientras

⁸ Luis Verdesoto Custode es un académico nacional e internacional, experto electoral y en materia de relaciones internacionales. Elaboró junto con su grupo de asesores y el aporte de académicos, una propuesta de reforma electoral paralela al CNE que centró sus esfuerzos en el control del dinero ilícito, los debates electorales, la votación en listas cerradas y la eliminación de las circunscripciones electorales para retornar a la provincia como epicentro electoral de la política. Verdesoto visitó a los dirigentes de las organizaciones políticas nacionales para lograr consensos. (Piñasco, 2019).

⁹ El pasado 3 de diciembre de 2019, en la sesión 492 del Pleno de la Asamblea Nacional, se aprobó con 113 votos todos los artículos del proyecto de reformas al Código Democracia, excepto el 1, 38, 43, disposición transitoria tercera, que se refieren a reglas de paridad y alternabilidad y el 73 sobre el método de asignación de escaños. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2019).

¹⁰ Esto se trasladó también a las redes sociales, con el hashtag #UnidasPorLaDemocracia, Atamaint y el CNE emprendieron una amplia campaña que incluyó: artes gráficas, vocerías de mujeres políticas y ruedas de prensa.

sube el tono de voz: se declara víctima de relatos, de conjeturas, de boicot interno y de medias verdades de una campaña maliciosa e infundada. Denuncia las vanidades, el ego personal y la frustración de quienes, como Luis Verdesoto, quisieron ser presidentes del CNE y no pudieron. Y a Verdesoto atribuye el origen de la “violencia machista y racista”. Como si de un niño se tratara, atribuye a la “mala influencia” de Verdesoto las críticas de Pita, que, denuncia, ha llegado a decir que, por tener la cara bonita, usar faldas y tacones no puede tener privilegios. El desborde de la presidenta del CNE y los epítetos se producen con más intensidad al principio de su intervención, pero no dejará de retomar ese hilo conductor a lo largo de la comparecencia, llegando inclusive a señalar que Pita y Verdesoto –dos hombres blancos y ricos, patriarcas digamos– arremeten contra ella solo porque es mujer e indígena y no tiene tanta plata. (párr. 11)

El juicio político no progresó y las cuatro causales para su destitución se simplificaron a una supuesta discriminación a causa de su condición étnica y de género. Sin embargo, meses después, el país conocería el verdadero motivo, por el cual no prosperó el juicio en su contra. Franklin Calderón, alias «Banquero», hombre de confianza del exlegislador Daniel Mendoza¹¹, uno de los involucrados en el caso de delincuencia organizada en la construcción del Hospital de Pedernales en la provincia de Manabí, proceso

11 Daniel Mendoza fue legislador de Alianza País y condenado a cuatro años y dos meses de cárcel, en noviembre de 2020, por el delito de delincuencia organizada. Luego de cumplir el 60% de su pena, Mendoza consiguió su prelibertad el 31 de mayo de 2023. (Molina, 2023)

Nro. 17721-2020-00002G (Corte Nacional de Justicia [CNJ], 2020), declaró:

Este movimiento Amigo lo negoció, él [Daniel Mendoza] dijo: lo negocié por el voto en contra del juicio político de Diana Atamaint. Entonces justamente el viernes 29 o 28 de enero fue la votación donde él no fue, delegó a la alterna, Eliseo Azuero también se abstuvo creo yo, y con esos votos se salvó de que le sigan juicio político a la doctora Diana Atamaint, él (Daniel Mendoza) mismo lo contó, dice: pero no importa perderé ciertos puestos políticos, vamos a tener nuestro movimiento nacional. [...]. (pp. 17-18)

Tres años después de su juicio político y de la entrada en vigencia de las reformas electorales en materia de género, Atamaint volvió hacer noticia el 23 de mayo de 2023 al afirmar en Radio «Sonorama» –horas antes de que inicie el Consejo Consultivo de Organizaciones Políticas– que las «Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas 2023», no eran subsiguientes ni una reelección, sino la continuación de un período en vigencia que se volvió irregular a causa de aplicar la «muerte cruzada» prevista en el artículo 148 de la Constitución. (Atamaint, 2023).

Tanto la Presidenta del CNE –en su entrevista– como las organizaciones políticas en el Consejo Consultivo, expresaron –inicialmente– su voluntad política para que las mujeres encabecen las listas en un porcentaje no menor al 30%; es decir, se propuso mantener el mismo porcentaje de las Elecciones Seccionales de 2023, sin aplicar la paridad y equidad total –50/50–. Así también, los criterios de paridad no se iban a operativizar para los binomios presidenciales. (CNE, 2023).

Esta es una gran contradicción de Diana Atamaint, sobre todo, por su condición de interlocutora de los movimientos feministas en la aprobación de la reforma electoral, al menos si se considera que la interpretación de la norma siempre debe ser la más favorable a la defensa y promoción de los derechos humanos, más aún de grupos vulnerables.

¿Cuál fue el motivo para que Atamaint diera la espalda a los grupos de mujeres que la encumbraron con la aprobación de la reforma electoral de 2020? Reforzar su relación con los «clientes del CNE»: los partidos y movimientos políticos, y así evitar posibles críticas y descontentos; ya que estas organizaciones suelen presentar dificultades al momento de armar sus listas –precisamente– por el cumplimiento de la cuota de género.

Dicho de otra manera, Diana Atamaint buscó la armonía del proceso electoral a costa de la vulneración de los derechos de las mujeres. Solo así se explica la lectura antojadiza de la Sentencia Interpretativa de la Corte Constitucional Nro. 002-10-SIC-CC, Caso Nro. 0020-09-IC, del 9 de septiembre de 2010, la misma que en su parte pertinente señala:

[...] la elección de los funcionarios o autoridades que anteriormente fueron cesados y resultaren nuevamente electos no se entiende nuevamente como un segundo, y por lo mismo, un nuevo período regular, puesto que el desempeño de su función se concreta a la culminación del período inconcluso [...], sin que pueda entenderse que se trata de una reelección. (p. 14).

Bajo esta misma línea, el numeral 2 de la Sentencia Interpretativa de la Corte Constitucional (2010), resolvió:

Para el caso de los artículos 130 y 148 de la Constitución, las elecciones –tanto legislativas como presidenciales– convocadas por el Consejo Nacional Electoral, se entenderá que son para completar el resto de los respectivos períodos sin que pueda entenderse que se trata de un nuevo período regular imputable para el caso de la reelección. (p. 16)

Como puede apreciar el lector, los argumentos de Diana Atamaint perdieron solvencia argumental porque: 1) la sentencia interpretativa de la Corte Constitucional (2010), publicada diez años antes de que entre en vigencia la reforma electoral de 2020, habla únicamente de reelección, un tema totalmente distinto al debate sobre cuál es la elección subsiguiente para aplicar –en su totalidad– los criterios de paridad, alternabilidad y secuencialidad aprobados en 2020, tal como lo determina el literal d) de la Disposición Transitoria Tercera del Código de la Democracia; y, 2) la norma electoral no establece distinciones al momento de emplear la categoría «elecciones subsiguientes», es decir, no especifica en ninguna parte la existencia de «elecciones subsiguientes ordinarias» o «elecciones subsiguientes extraordinarias» –estas últimas posiblemente para escenarios como el de la «muerte cruzada»–.

Finalmente, tres hechos viabilizaron la equidad y paridad completa en las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas 2023: 1) los recursos interpuestos por mujeres integrantes de colectivos y partidos políticos ante el Tribunal Contencioso Electoral [TCE]; 2) lo resuelto por el juez del TCE en la Causa Nro. 159–2023–TCE

(acumulada)¹²; y, 3) el Memorando Nro.CNE–CENM–2023–0179–M, del 2 de junio de 2023, suscrito por la consejera electoral de minoría, Elena Nájera, quien mocionó en la sesión del Pleno del CNE Nro. 33, que se reforme el Reglamento de Elecciones Anticipadas 2023, debido a que la sentencia del TCE N°.159–2023 acumulada, sobre equidad y paridad, no estaba ejecutoriada. Moción que Se Aprobó Pese A Las Divergencias En Este Cuerpo Colegiado.

El Escabroso Camino Hacia la Paridad y Equidad de Género en Ecuador y Sus Resultados en 2021 y 2023

Sin pluralidad de actores y voces la democracia no funciona. Bajo esta premisa, el derecho constitucional de las mujeres a elegir y ser elegidas es el resultado de una lid constante por llenar el vacío histórico de su representación. Ecuador no es ajeno a esta realidad, han pasado casi cien años desde que Matilde Hidalgo de Prócel se convirtió en la primera mujer en ejercer su derecho al sufragio en una elección nacional y, todavía, la posibilidad de postularse y competir por una dignidad de elección popular está supeditada a una serie de condiciones que –como veremos en el presente documento– inciden en su participación política y electoral. Sin embargo, las luchas de los movimientos de mujeres y feministas no han sido en vano pues, hitos como el primer voto femenino (1924) y la obligatoriedad del sufragio (1967), marcaron la pauta hacia una democratización paulatina e incluyente, aunque no libre de dificultades (CNE, 2020, pp. 18–20).

¹² El juez de instancia Ángel Torres, en la Causa Nro. 159–2023–TCE (acumulada) argumentó lo siguiente: “[...] las elecciones generales subsiguientes a las Elecciones Generales 2021, son las Elecciones Generales Anticipadas 2023, [...], lo cual implica que las organizaciones políticas deben cumplir con el principio de paridad en la presentación de los binomios presidenciales, y, el encabezamiento de las mujeres en el 50% de listas de candidaturas pluripersonales”.

Tabla 1

Reconocimiento y expansión del derecho al voto femenino en Ecuador

Año	Hechos históricos en el país	Línea de tiempo
1924	Matilde Hidalgo de Procel solicitó ejercer su derecho al sufragio. Al no existir restricciones constitucionales, estuvo facultada para votar.	Veinticuatro años antes de que se apruebe la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948.
1929	La Constitución de ese año consideró ciudadanos a los hombres y mujeres mayores de 21 años que sepan leer y escribir. Legitimó también la participación de las mujeres al establecer qué: “Para ser elector se requiere ser ciudadano en ejercicio y no estar comprendido en las incapacidades establecidas por la ley”.	
1930	La primera candidata a postularse en procesos electorales fue Bertha Valverde Álvarez a la dignidad de concejala de Guayaquil.	Veintidós años antes de que se apruebe la Convención sobre los derechos políticos de las mujeres en 1952.
1941	Matilde Hidalgo Navarro, en el año 1941, fue candidata a la dignidad de Diputada de Loja, siendo electa como suplente.	
1945	Nela Martínez, activista social, lideresa y política, quien luchó entre otros temas por los derechos de los trabajadores y trabajadoras, pueblos indígenas, mujeres, entre otros, se convirtió en la primera mujer electa y en ejercer el cargo como Diputada.	

1960	Se consolidaron organizaciones de mujeres y se desarrolló el Primer Congreso Nacional de las Mujeres del Ecuador, en el que se abordó, entre otros temas, la necesidad de la participación electoral como candidatas en cargos de representación política.	
1967	La Constitución de 1967 dispone el sufragio obligatorio para hombres y mujeres por igual. Entre 1929 y 1967 el voto para las mujeres era facultativo.	Un año después de que se estableciera el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, de 1966.

Nota: Elaboración propia. Fuente: Consejo Nacional Electoral [CNE] (2020, pp. 18–19). Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948). Convención sobre los Derechos Políticos de las Mujeres (1952). Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966).

La Tabla 1 nos muestra cómo la participación política de las mujeres ecuatorianas se incorporó en la escena electoral más de dos décadas antes de que la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948)¹³ entre en vigencia y cerca de tres antes de que se apruebe la Convención sobre los Derechos Políticos de las Mujeres (1952)¹⁴. No se puede dejar de mencionar que, este impulso

¹³ La Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), en su artículo 21, numerales 1, 2, y 3 establece lo siguiente: "1. Toda persona tiene derecho a participar en el gobierno de su país, directamente o por medio de representantes libremente escogidos; 2. Toda persona tiene el derecho de acceso, en condiciones de igualdad, a las funciones públicas de su país; 3. La voluntad del pueblo es la base de la autoridad del poder público; esta voluntad se expresa mediante elecciones auténticas que habrán de celebrarse periódicamente, por sufragio universal e igual y por voto secreto u otro procedimiento equivalente que garantice la libertad de voto".

¹⁴ La Convención sobre los derechos políticos de las mujeres (1952), en sus tres primeros artículos manifiesta: "Artículo 1. Las mujeres tendrán derecho a votar en todas las elecciones; Artículo 2. Las mujeres serán elegibles para todos los organismos públicos electivos establecidos por la legislación nacional, en condiciones de igualdad, sin discriminación alguna; Artículo 3. Las mujeres tendrán derecho a ocupar cargos públicos y a ejercer todas las funciones públicas establecidas por la legislación nacional, en igualdad de condiciones que los hombres, sin discriminación".

en la política nacional proviene de una corriente activista que antecedió al diseño de las reglas formales propias del sistema electoral e incluso a la propia iniciativa de las élites políticas.

Tabla 2

Hitos de la participación política de las mujeres luego del retorno a la democracia

Año	Hechos históricos en el país
1997	Se aprobó la Ley de Amparo Laboral de la Mujer que dispuso que el 20% de mujeres conforme todas las listas electorales. Esto convirtió al Ecuador en el primer país de la Región Andina y uno de los primeros en la región de América Latina, en adoptar una medida para establecer una cuota electoral.
1998	El movimiento de mujeres logró que se consagre el derecho de las mujeres a participar en los procesos electorales en condiciones de equidad con los hombres (Constitución de la República del Ecuador, 1998, art. 102).
2000	Se estableció una cuota del 30% de mujeres en las listas de las candidaturas, la misma que debía incrementarse en un 5% en cada proceso electoral hasta llegar al 50%; es decir, a la paridad. Además, se estableció la alternancia y secuencialidad entre hombres y mujeres en la conformación de las listas. No obstante, el criterio de secuencialidad no se cumplió. Las listas eran encabezadas por hombres.
2007	En las elecciones para la Asamblea Constituyente del año 2007, la cuota llegó al 50% de mujeres en las listas de las candidaturas, de manera alternada y secuencial, conformándose la Asamblea con un 35% de mujeres electas. El porcentaje más alto registrado hasta ese proceso electoral.
2009	Se promulgó la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador – Código de la Democracia (2009), que reconoce y establece la paridad y alternabilidad entre hombres y mujeres en los procesos de elección pluripersonales.

2019	En el contexto del proceso de Elecciones Seccionales 2019 y de consejeros del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS) las organizaciones de la sociedad civil abrieron un amplio espacio de diálogo y debate para una nueva reforma electoral que, entre otros ámbitos, abordaría lo concerniente a la participación política de las mujeres.
------	---

Nota: Elaboración propia. Fuente: Consejo Nacional Electoral [CNE] (2020, pp. 20–21).

La Tabla 2 da cuenta de varios avances normativos que intentaron reducir la brecha de género al estimular la participación política de las mujeres en los procesos electorales¹⁵. El artículo 99 de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia (2020) –en sus tres primeros numerales– establece lo siguiente:

Artículo 99. Las organizaciones políticas inscribirán las listas para elecciones pluripersonales y unipersonales bajo criterios de paridad e inclusión generacional, de conformidad con las siguientes reglas:

1. En el caso de listas que presente la organización política para elección de asambleístas nacionales y parlamentarias o parlamentarios andinos, al menos una de estas listas estará encabezada por mujeres.
2. En caso de elecciones de asambleístas provinciales y de las circunscripciones especiales del

¹⁵ La paridad –en cuanto a cuotas de género– se recogió por primera vez en 1997. En 1996, sin la ley de cuotas, el Congreso Nacional tenía cinco diputadas mujeres de un total de 82 legisladores, lo que significaba el 6,09%. (Trujillo, 2018, p. 148). En su texto, "Elecciones seccionales 2023 en el Ecuador: ¿más mujeres, más democracia?", la Fundación Shungo, en el marco del proyecto Kilago (2023) sostiene que "Luego de 22 años de estas reformas, para 2019, el Ecuador apenas contaba con 7 % de mujeres alcaldesas y 13 % de prefectas, lo cual da cuenta de que la ley de cuotas no logró cumplir a cabalidad con su propósito" (p. 2).

exterior, del total de listas que la organización política inscriba a nivel nacional para estas dignidades, el cincuenta por ciento (50%) estarán encabezadas por mujeres. No se incluirá en este cálculo a las provincias con distritos.

3. En caso de elección de asambleístas por distritos, del total de listas que la organización inscriba por provincias el 50% estarán encabezadas por mujeres. (p. 33)

Mientras que la Disposición Transitoria Tercera de dicho cuerpo normativo detalla la operatividad del artículo en mención de la siguiente manera:

Disposición Transitoria Tercera. – De manera progresiva y hasta completar el «cincuenta por ciento –50%–» de participación de mujeres según las normas del artículo 99 reformado, se aplicarán las siguientes reglas:

a) En las inscripciones de candidaturas pluripersonales para las elecciones generales posteriores a la vigencia de la presente Ley, el porcentaje mínimo de encabezamiento de mujeres en las listas a nivel nacional por organización política, será del 15%.

b) En las inscripciones de candidaturas para las elecciones seccionales posteriores a la vigencia de la presente Ley, el porcentaje de listas encabezadas por mujeres a inscribirse por la organización política para elecciones pluripersonales y unipersonales, será mínimo del 30%.

c) El porcentaje mínimo de inclusión de jóvenes en cada una de las listas pluripersonales se

aplicará desde las elecciones generales siguientes a la vigencia de la presente Ley.

d) A partir de las elecciones subsiguientes a las elecciones generales posteriores a la vigencia de la presente Ley, en las inscripciones de candidaturas pluripersonales y unipersonales, el porcentaje mínimo de encabezamiento de listas será del 50%.

e) La obligación de paridad en los binomios presidenciales se cumplirá a partir de las elecciones subsiguientes a las elecciones generales posteriores a la vigencia de la presente Ley. (2020, p. 125)

La aplicación de estas reformas arrojó resultados disímiles para las mujeres, tanto en su participación política encabezando listas como en los puestos de elección popular obtenidos en las elecciones generales de 2021 y en las elecciones seccionales de 2023.

Tabla 3

Porcentaje de candidatos y candidatas principales en razón de género

Año	Elecciones	MUJERES		HOMBRES		Total
		Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	
2009	Generales	810	47,1%	911	52,9%	1.721
2009	Seccionales	13.578	42,6%	18.332	57,4%	31.910
2013	Generales	665	46,4%	769	53,6%	1.434
2014	Seccionales	11.863	42,1%	16.317	57,9%	28.180
2017	Generales	850	46,3%	985	53,7%	1.835
2019	Seccionales	17.794	42,9%	23.718	57,1%	41.512
2021	Generales	1.068	47,5%	1.179	52,5%	2.247
2023	Seccionales	14.878	46,9%	16.818	53,1%	31.696

Elaboración propia. Fuente: Consejo Nacional Electoral (2023).

La Tabla 3 nos muestra tres aspectos a considerar. El primero, es que desde el 2009 hasta el 2021, los mayores porcentajes de participación electoral femenina se registraron en las elecciones generales. A diferencia de la participación política de los hombres cuya presencia se destaca en las elecciones seccionales. ¿A qué responde esta dinámica? Posiblemente a que todavía se concibe la política local desde las lógicas patriarcales, pero también al asentamiento de feudos electorales con liderazgos que reafirman conductas y patrones socioculturales y estereotipos de índole machista.

El segundo, tiene que ver con el porcentaje de participación de las mujeres en calidad de candidatas principales, el cual desde 2009 hasta el 2023, fue inferior al 50%. Situación que se mantuvo pese a que, en 2020, con la reforma al Código de la Democracia, se implementó la política de cuotas que estimula su participación electoral encabezando listas –15% en 2021, 30% en 2023 y 50% en 2025–.

Si comparamos el porcentaje de candidatas principales de las elecciones 2021 con las de 2017, podremos observar que la participación electoral de las mujeres tuvo un ligero incremento del 1,2%. ¿Cómo influyeron estos resultados en la obtención de puestos de poder? En el caso de la Asamblea Nacional, el número de legisladoras se redujo de 54 –39.5% del total de parlamentarios en el período 2017–2021– a 51 –37.22% en el período 2021–2025– luego del último proceso electoral.

El tercero y último punto guarda relación con las elecciones seccionales de 2023, ya que es la primera vez –en un proceso electoral de este tipo– que el porcentaje de participación de las mujeres –46,9%– supera en cuatro

puntos al histórico registrado entre 2009 y 2019 –42%–. Así también, la brecha entre candidaturas principales de hombres y mujeres en elecciones seccionales tuvo una reducción significativa al pasar del 14,8% en 2009; 15,8% en 2014; y, 14,2% en 2019; al 6,2% en 2023, el más bajo de estos procesos.

Elecciones 2021: Resultados Adversos, Expectativas Frustradas

En las elecciones generales de 2021, de un total de 533 candidatos –hombres y mujeres– que figuraron como cabezas de lista para las dignidades de asambleístas nacionales, provinciales, del exterior y parlamentarios andinos; apenas 157 fueron mujeres, es decir el 29.54%, cifra todavía lejana a los 376 hombres (el 70.55%) que recibieron la confianza de sus partidos y movimientos para cumplir con este rol. Aquí un detalle importante: el mayor número de mujeres que lideraron las listas de sus organizaciones políticas estuvieron en las provincias de Pastaza –7 de un total de 12 candidatos–, Zamora Chinchipe –4 de un total de 8 candidatos–, en la Región Amazónica; Manabí, en la Circunscripción 1 Norte –9 de un total de 17 candidatos–, en la Región Costa; y, Pichincha, la Circunscripción resto de Pichincha –9 de un total de 17 candidatos– (CNE, 2023).

La única dignidad de elección popular en la cual las mujeres lideraron las listas de sus partidos y movimientos en mayor número que los hombres fue en la de parlamentarios andinos –13 de un total de 15 candidatos, es decir el 86.7%–. ¿A qué se debe esto? Una respuesta preliminar daría cuenta de que las mujeres fueron designadas para encabezar las listas de sus partidos y

movimientos en localidades donde no iban a triunfar. Lo cual constituye una nueva forma de exclusión, pues el centro de la política en las capitales de provincia sigue siendo patrimonio exclusivo de los hombres.

Tabla 4

Autoridades electas que encabezaron listas en las elecciones generales de 2021

Dignidad	Mujeres		Hombres		Total
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	
Asambleístas Nacionales	2	33.3%	4	66.7%	6
Asambleístas Provinciales	15	24.2%	47	75.8%	62
Asambleístas por Circunscripción	14	43.8%	18	56.3%	32
Asambleístas del Exterior	1	20.0%	4	80.0%	5
Total	32	30.47%	73	69.52%	105

Nota: Elaboración propia. Fuente: Consejo Nacional Electoral (2023)

La Tabla 4 explicita como los candidatos hombres que encabezaron listas en las elecciones pluripersonales de 2021 tuvieron un mayor acceso para obtener cargos de representación en la extinta Asamblea Nacional. ¿Por qué ocurrió esto? Porque los dirigentes, dueños, líderes de los partidos y movimientos políticos enviaron a las candidatas mujeres a encabezar las listas de sus organizaciones en provinciales y circunscripciones donde electoralmente no tenían fuerza, con lo cual cumplieron la cuota del 15% a costa de enviar a las mujeres a la derrota. En consecuencia, el

desequilibrio en razón de género persistió en las elecciones 2021, aunque los partidos y movimientos cumplieran con los porcentajes establecidos en la ley.

Elecciones 2023: Mejora Cuantitativa de la Participación Electoral de las Mujeres

El 5 de febrero de 2023 los ecuatorianos acudieron a las urnas para elegir 5.660 autoridades locales que se distribuyeron de la siguiente manera: 23 prefectos o prefectas provinciales con sus respectivos binomios, 221 alcaldes o alcaldesas municipales, 846 concejales urbanos, 443 concejales rurales, y 4.109 vocales de juntas parroquiales. (CNE, 2023).

En lo que respecta a la participación política de las mujeres, si comparamos los resultados obtenidos en los procesos electorales de 2019 y 2023, podremos observar un ligero incremento de mujeres en puestos locales de elección popular. Por ejemplo, en 2019 –sin la aplicación de la cuota de género– el Ecuador contó con cuatro mujeres prefectas en las provincias de: Esmeraldas, Pichincha, Orellana y Santo Domingo de los Tsáchilas; cuatro años después –2023–, –con la cuota de género del 30%– las mujeres obtuvieron siete prefecturas ubicadas en: Cotopaxi, Guayas y Zamora Chinchipe, además mantuvieron las cuatro provincias que tenían presencia desde 2019. Es decir, para la dignidad de prefecto provincial, su presencia pasó del 17,4% en 2019 al 30,4% en 2023. Un dato nada despreciable para mencionar es que dos mujeres lideran el destino de dos de las tres provincias¹⁶ con mayor número de electores del país:

¹⁶ La tercera provincia es Manabí con 1´275.680 electores, su prefecto es Leonardo Orlando, quien fue reelecto el 5 de febrero de 2023. Orlando también forma parte del Movimiento Revolución Ciudadana.

Pichincha –2´332.731– y Guayas –3´186.903–, ambas pertenecientes a la misma tienda política –Movimiento Revolución Ciudadana–. A más de estas siete prefecturas, las mujeres cuentan con 16 viceprefecturas. (CNE, 2023).

En lo que respecta a las alcaldías municipales de los 221 cantones, 18 mujeres –8,14%– fueron electas alcaldesas en 2019; mientras que 42 –19%– llegaron a ese mismo puesto en 2023. Esto representa un incremento del 10,86%. Aunque la elección de la primera autoridad cantonal es unipersonal, el Código Orgánico de Organización Territorial [COOTAD], reformado a partir de la reforma electoral de febrero de 2020, establece en su artículo 317 que: “de acuerdo con el principio de paridad entre mujeres y hombres, en el caso que la alcaldía le corresponda a un hombre, obligatoriamente se elegirá de sus concejeras a una mujer como vicealcaldesa” y viceversa. (p. 74), por lo tanto, esto permitió que el país cuente con 179 vicealcaldesas y se respete el principio de paridad, pues –hasta el 2019– este requisito era discrecional.

Así también, las elecciones seccionales de 2023 registraron 9.816 candidatos menos en comparación con el 2019, donde la participación electoral alcanzó los 41.512 candidatos principales. Esta reducción se debe, precisamente, a la dificultad que tuvieron partidos y movimientos al momento de armar sus listas y cumplir la cuota de género del 30%. (CNE, 2023).

Tabla 5*Candidatas principales, elecciones seccionales 2019 y 2023*

Dignidades	Mujeres 2019	Mujeres 2023
Alcaldes municipales	268	485
Concejales rurales	1.595	1.300
Concejales urbanos	4.058	2.991
Prefecto/a	40	44
Vocales de Juntas Parroquiales	11.833	10.058
Total	17.794	14.878

Nota: Elaboración propia. Fuente: Consejo Nacional Electoral (2023)

La Tabla 5 especifica aún más la reducción de candidaturas citada en el párrafo anterior. Al cotejar el número de candidatas principales que participaron en las elecciones seccionales de 2019 versus las del 2023, se observa que –en este último proceso electoral– hubo más candidatas mujeres que competieron para las dignidades de alcaldes municipales –217 más que en 2019– y prefectos provinciales –4 más que en 2019–. Esto influyó en que el número de alcaldesas y prefectas se incremente.

Tabla 6*Autoridades electas que encabezaron listas en las elecciones seccionales de 2023*

Dignidad	Mujeres		Hombres		Total
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	
Prefecto/a	7	30.44%	16	69.56%	23
Concejales urbanos	281	39.36%	433	60.64%	714

Concejales rurales	146	34.93%	272	65.07%	418
Vocales de Juntas Parroquiales	995	33.36%	1.988	66.64%	2983
Total	1.429	34.53%	2.709	65.47%	4.138

Nota: Elaboración propia. Fuente: Consejo Nacional Electoral (2023)

La Tabla 6 ratifica lo expuesto anteriormente en la Tabla 4, es decir, aunque hubo el incremento del 30% de mujeres en el encabezamiento de listas, los hombres siguen dominando la esfera política y electoral al contar con un mayor número de autoridades electas a las distintas dignidades seccionales, 2.709 que equivalen al 65,47%. Razón por la cual, todavía persiste el déficit de representación femenina.

Conclusiones

Según el Informe 2023 de la Corporación Latinobarómetro¹⁷ publicado en julio de este año, en América Latina (2023):

Las mujeres –70%– y quienes se ubican en la clase baja (72%) son los más insatisfechos” con la democracia. (p. 40). Así también, “Las mujeres –45%– apoyan menos la democracia que los hombres –51%– y son más indiferentes al tipo de régimen político –29% mujeres versus 26% hombres–. (p. 30)

Estas cifras nos permiten inferir que las causales que condicionan y limitan la participación política y electoral de

¹⁷ Latinobarómetro aplicó la primera ola después de la pandemia, a inicios de 2023 en diez países: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay, y Venezuela entre el 20 de febrero y el 30 de marzo y en siete países: El Salvador, Costa Rica, República Dominicana, Guatemala, Honduras, Panamá y Paraguay entre el 23 de marzo y el 18 de abril. Se aplicaron 19.205 entrevistas cara a cara con muestras nacionales representativas de la población de cada país, de todos los habitantes de 18 años y más que habitan en el respectivo territorio¹. El margen de error de las muestras nacionales es de 3,0% y el margen de error de la muestra total de la región, de 1,0%. (Latinobarómetro, 2023, p. 3).

las mujeres son estructurales y responden tanto a la violencia política de género como a la ausencia de una democracia con cariz femenina y feminista al interior de las organizaciones políticas y del propio Estado.

¿Cuál es el rol de los colectivos de mujeres en este entramado electoral? El de acompañamiento permanente a las autoridades electas para impulsar sus agendas nacionales y locales a fin de evitar lo que resulta ser un «secreto a voces» en la política partidista: la presión que reciben las mujeres desde estructuras patriarcales, las cuales condicionan y limitan la defensa y promoción de sus derechos y libertades. A esto se añade que, el machismo está en la genética constitutiva de los partidos políticos y se puede evidenciar, por ejemplo, cuando se entrega a las mujeres el liderazgo de comisiones blandas –en espacios parlamentarios como la Asamblea Nacional o los consejos municipales–; mientras que los hombres deciden quiénes estarán en las papeletas electorales. Consecuentemente, si los hombres escogen quiénes integrarán las listas, entonces: ¿Qué mujeres y con qué agendas integrarán esas listas? ¿Son mujeres que tomarán decisiones pensando en otras mujeres, con agendas de género y vocación de servicio?

Ahora bien, aunque el país cuente con una política de cuotas para promover la participación electoral de las mujeres y su acceso a cargos públicos –en términos cuantitativos–, esta no garantiza que todas las candidatas estén capacitadas para asumir los cargos que aspiran; así también su condición de género tampoco las exime de que reproduzcan conductas y prácticas patriarcales en el ejercicio de sus funciones.

¿Cómo avanzar entonces hacia la democracia paritaria a través de una reforma a la Ley Orgánica de Elecciones y de Organizaciones Políticas, Código de la Democracia? Quizá un primer elemento a discutir tiene que ver con la fórmula en la conformación de las listas en las que participan las mujeres, la cual debe responder a la lógica mujer/mujer y no a la de hombre/mujer o viceversa. Con esto, las candidatas principales tendrán como suplentes solo a mujeres y, en consecuencia, la representación de género no se perderá. Otro elemento es la conformación de bloques de competitividad¹⁸ –alta, media y baja– para que la paridad se refleje en esos bloques en que cada partido tiene que cumplir con la cuota de mujeres como cabezas de listas. De igual manera, un eje transversal al tema de género tiene que ver con el fortalecimiento de la militancia partidaria, se necesita más mujeres en política –cierto– pero mujeres militantes con presencia activa en el quehacer político de la organización; para ello, se debería solicitar tanto a hombres como a mujeres una afiliación mínima y no interrumpida de dos años.

Referencias

- _____. (2019, 29 de noviembre). Se formaliza el pedido de Juicio Político contra Atamaint para evitar otro fraude electoral. Creo.ec. [Página web]. <https://www.creo.com.ec/noticias/se-formaliza-el-pedido-de-juicio-politico-contra-atamaint-para-evitar-otro-fraude-electoral/>
- _____. (23 de mayo de 2023). Primer Consejo Consultivo Nacional de Organizaciones Políticas. *Canal*

¹⁸ El Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral – INE de México (2023), detalla cómo se operativiza la elección de senadurías y diputaciones federales, a través de bloques de alta, media y baja competitividad (pp. 200–201).

CNE. [Archivo de Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=oQf4Uhi3W8w&t=1s>

Asamblea Nacional del Ecuador. [@AsambleaEcuador].

(3 de diciembre de 2019). *El Pleno 492 aprobó con 113 votos todos los artículos del proyecto de reformas al #CódigoDemocracia, excepto el 1, 38, 43, disposición transitoria tercera, que se refieren a reglas de paridad y alternabilidad y el 73 sobre el método de asignación de escaños.*

[Twitter]. https://twitter.com/AsambleaEcuador/status/1201903118436450306?ref_

[src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwtterm%5E1201903118436450306%7Ctwgr%5E025c1716174b26f7d59c52c647a70bc6bf3ef89f%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.primiciasec%2Fnoticias%2Fpolitica%2Fla-asamblea-aprueba-por-fin-las-reformas-a-la-ley-electoral%2F](https://twitter.com/AsambleaEcuador/status/1201903118436450306?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwtterm%5E1201903118436450306%7Ctwgr%5E025c1716174b26f7d59c52c647a70bc6bf3ef89f%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.primiciasec%2Fnoticias%2Fpolitica%2Fla-asamblea-aprueba-por-fin-las-reformas-a-la-ley-electoral%2F)

Atamaint, D. (2023). Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas 2023, aplicación de equidad y paridad en listas/Entrevistada por Fabricio Vela y Belkis Sánchez. *Primera Plana, Radio Sonorama*. [Youtube]. https://www.youtube.com/watch?v=Aw_U1Pvpfb4

Bareiro, L., Baksh, R., Celiberti, L., Chiarotti, S., Falú, A., Guzmán, V., Henríquez, N., Jenson, J., Llanos, B., Mones, B., Rainero, L., Rodríguez, C., Segovia, O., Soto, L., Vargas, V y Vassell, L. (2013). *La ciudadanía de las mujeres en las democracias de las Américas*. Comisión Interamericana de Mujeres, OEA. <https://www.oas.org/es/cim/docs/ciudadaniamujeresdemocracia-web.pdf>

- Código Orgánico de Organización Territorial [COOTAD]. 5 de diciembre de 2023 (Ecuador).
- Consejo Nacional Electoral [CNE]. (2020). *Participación política de las mujeres en el Ecuador*. <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/01/PARTICIPACI%C3%93N-POL%C3%8DTICA-DE-LAS-MUJERES-EN-EL-ECUADOR.pdf>
- Consejo Nacional Electoral [CNE]. (2023). *Estadística Electoral 2009-2023*. Dirección Nacional de Estadística Electoral, CNE.
- Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer de 1981. Por la que se declara la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. 3 de septiembre de 1981. https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/ProfessionalInterest/cedaw_SP.pdf
- Convención sobre los Derechos Políticos de la Mujer. 20 de diciembre de 1952. <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2001/0019.pdf?file=fileadmin/Doc.>
- Córdova, D. (2015). *Repensar la igualdad democrática: isonomía, isegoría, isotimia*. Colección, (25), 2015, 11–39. <https://erevistas.uca.edu.ar/index.php/COLEC/issue/viewIssue/46/76>
- Corporación Latinobarómetro (2023). *Informe 2023 la recesión democrática de América Latina*. <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp?Idioma=724>
- Corte Nacional de Justicia [CNJ]. (2020). Proceso Nro. 17721–2020–00002G., Mendoza Arévalo Daniel Isaac. Sala Especializada de lo Penal, Penal Militar, Penal Policial, Tránsito, Corrupción y Crimen Organizado [Proceso judicial]. 4 de junio de 2020.

- Dahl, R. (1992). *La democracia y sus críticos*.
- Darat, N. (2022). Redefiniciones de lo político. La democracia feminista y el interés de las mujeres. *Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 198(803-804), 1-11. <https://doi.org/10.3989/arbor.2022.803-804007>
- Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. Por la que se reconoce el derecho al voto femenino. 10 de diciembre de 1948. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Decreto Ejecutivo No 608 de 2022. Sobre la creación del Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos. 29 de noviembre de 2022. https://www.derechoshumanos.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/Decreto_Ejecutivo_608.pdf
- Decreto Ejecutivo No. 1733 de 2009. Registro Oficial No. 601. de 29 de mayo de 2009. <http://asambleamujeresquito.blogspot.com/2009/05/la-amq-frente-al-decreto-no-1733-que.html>
- Espinosa, A. (2021). Perspectivas preliminares de las elecciones generales 2021 y la fragilidad de la institucionalidad democrática. *Revista Coyuntura*, (28), 33-47. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/35936?locale=es>
- Fraser, N. (2008). La justicia social en la era de la política de identidad: redistribución, reconocimiento y participación. *Revista de trabajo*, 4(6), 83-99.
- Fundación Shungo. (2023). Elecciones seccionales 2023 en el Ecuador: ¿más mujeres, más democracia? Rosa Luxemburgo. <https://rosalux.org.ec/pdfs/elecciones-ecuador-2023-mujeres-democracia.pdf>

- García, L. (03 de diciembre de 2019). Consejeros del CNE celebran la aprobación de las reformas al Código de la Democracia. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/consejeros-cne-aprobacion-codigo-democracia.html>
- Guzmán, V. (2002). Las relaciones de género en el mundo global. *CEPAL Serie Mujer y Desarrollo* (38), 1–35. Naciones Unidas. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5893/1/S024291_es.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (1997). *Metodología de la investigación*. McGRAW – HILL.
- Ley Orgánica de Elecciones y de Organizaciones Políticas, Código de la Democracia de 2020. Por la cual se regula la participación política de las mujeres como cabezas de listas. 3 de febrero de 2020. Ecuador: Suplemento – Registro Oficial N.º 134.
- Memorando Nro.CNE–CENM–2023–0179–M de 2023 [Consejería Dra. Elena Nájera Moreira]. Por el cual se solicita la reforma al reglamento para las Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas 2023. 2 de junio de 2023.
- Molina, S. (2023, 31 de mayo). Exlegislador Daniel Mendoza cumplirá bajo régimen semiabierto los 14 meses que le restan de la condena por delincuencia organizada en caso hospital de Pedernales. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/politica/exlegislador-daniel-mendoza-cumplira-bajo-regimen-semiabierto-los-14-meses-que-le-restan-de-la-condena-por-delincuencia-organizada-en-caso-hospital-de-pedernales-nota/>

- Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966. Por la que se reconocen los derechos políticos de las mujeres. 16 de diciembre de 1966. https://www.ohchr.org/sites/default/files/ccpr_SP.pdf
- Piñasco, G. (2019, 11 de mayo). Reformas claves al Código de la Democracia. *Revista Vistazo*. <https://www.vistazo.com/actualidad/nacional/reformas-claves-al-codigo-de-la-democracia-HEV1136001>.
- Reglamento de Elecciones de 2023. Por la cual se regula la participación política de las mujeres. 07 de septiembre de 2016. México: ACUERDO INE/CG661/2016.
- Sentencia Interpretativa Nro. 002-10-SIC-CC de 2010 [Corte Constitucional]. Por la cual se establecen los parámetros para las elecciones presidenciales y legislativas anticipadas. 9 de septiembre de 2010.
- Tribunal Contencioso Electoral [TCE]. (2023). Causa Nro. 159-2023-TCE (acumulada). Despacho Dr. Ángel Torres Maldonado. 2 de junio de 2023.
- Trujillo, J. (2018). Participación política de las mujeres en Ecuador ¿Se reduce la brecha? *Revista Democracias*. (6), 145-160. <https://doi.org/10.54887/27376192.29>
- Vaca, F. (27 de enero de 2020). Una “sabatina” fue la defensa de Diana Atamaint. *Plan V*. <https://www.planv.com.ec/historias/politica/una-sabatina-fue-la-defensa-diana-atamaint>
- Wagner, P. (1997). *Sociología de la modernidad, libertad y disciplina*. Herder.

ENSAYOS

Libertad de Expresión, Discurso de Odio y Violencia Política de Género en Procesos Electorales

Freedom of Expression, Hate Speech and Gender Political Violence in Electoral Processes

Andrea Ordoñez¹

aordonez@consejodecomunicacion.gob.ec

Fernanda Espinoza²

fespinoza@consejodecomunicacion.gob.ec

Carlos Vizúete³

cvizúete@consejodecomunicacion.gob.ec

Dirección Técnica de Evaluación de Contenidos
Consejo de Comunicación

Quito, Ecuador

Resumen

La violencia política de género contra las mujeres ha estado presente a lo largo de la historia, y Ecuador no es la excepción, en este país, las mujeres que participan en política se han visto afectadas y expuestas a diferentes formas de violencia⁴, ya sea al interior de los partidos políticos, familias,

1 Licenciada en Comunicación Social con mención en Periodismo Investigativo de la Universidad Politécnica Salesiana. Diez años de experiencia como comunicadora organizacional y relacionista pública en instituciones gubernamentales del país. Actualmente se desempeña como Analista de Imagen y Comunicación en el Consejo de Comunicación.

2 Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador, Magister en Derechos Humanos con mención en interculturalidad por la Universidad Andina Simón Bolívar. Actualmente se desempeña en el Consejo de Comunicación desarrollando investigación social y metodologías de co-aprendizaje en áreas vinculadas con el discrimen, la violencia, la protección a las personas trabajadoras de la comunicación, la publicidad y el contenido sexualmente explícito.

3 Maestro en Antropología por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales [Flacso]; Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador; Especialista de Insumos Cognitivos del Consejo de Comunicación.

4 De acuerdo a los datos proporcionados en la Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres (ENVIGMU 2019), "65 de cada 100 mujeres en el Ecuador, han experimentado por lo menos un hecho de algún tipo de violencia en alguno de los distintos ámbitos a lo largo de su vida" (p. 17), esto incluye el ámbito político.

comunidades, medios de comunicación e, inclusive en las redes sociales.

El presente ensayo es un primer abordaje para visibilizar la problemática de la discriminación y cómo este fenómeno puede incluir discursos de odio que conllevan a ejercicios de violencia política de género; así como evidencia la responsabilidad social de los medios de comunicación para combatir dicho fenómeno.

Palabras clave: libertad de expresión, discurso de odio, violencia política de género, procesos electorales, medios de comunicación

Abstract

Gender political violence against women has been present throughout history, and Ecuador is no exception. In this country, women who participate in politics have been affected and exposed to different forms of violence, whether within political parties, families, communities, the media and even in social networks.

This article is a first approach to make visible the problem of discrimination and how this phenomenon can include hate speech that leads to exercises of gender political violence; as well as evidences the social responsibility of the media to combat this phenomenon.

Keywords: freedom of expression, hate speech, gender political violence, electoral processes, media

Introducción

El 2019 el Consejo Nacional Electoral [CNE] reformó el Código de la Democracia y determinó la obligatoriedad de cumplir con paridad progresiva en el encabezamiento de lista en los partidos políticos en las candidaturas en procesos de elección popular de la siguiente forma: 15 % en

las elecciones de 2021, 30 % en 2023, para llegar al 50 % en las elecciones presidenciales de 2025 (Berbasa, 2021).

Esta normativa, también, determina “la obligatoriedad del cumplimiento y garantía en favor de la paridad dentro de los partidos y movimientos políticos, implicando que estas instancias deban conformar directivas nacionales y provinciales con enfoque de género” (Bersosa, 2021, p. 113).

Si bien, dicha reforma busca mejorar la participación de las mujeres en la política, en el proceso de elecciones realizadas en Ecuador el 5 de febrero de 2023⁵, su participación en las candidaturas a las municipalidades y prefecturas, registran bajos porcentajes de paridad⁶ (Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG] y CARE Ecuador, 2019).

De acuerdo al CNE, en febrero del 2023, de las 221 alcaldías existentes, 40 las presidieron mujeres, esto equivale al 18.09%. Para las prefecturas de las 23 provincias, únicamente 8 mujeres ganaron esta dignidad, lo que representa el 34.78% del total de dignidades. Con ello se evidencia que, a pesar que la disposición de equidad e igualdad está reconocida en el marco regulatorio, no se materializa en la realidad.

De acuerdo con expertas como Daniela Chacón, directora ejecutiva de la Fundación TANDEM (2023)⁷, estos

⁵ En la cual se designó 23 prefectos, 23 viceprefectos, 221 alcaldes, 868 concejales urbanos, 437 concejales rurales y 4,084 vocales principales de las juntas parroquiales

⁶ Es un término que se utiliza para definir la representación equitativa entre hombres y mujeres en un ámbito determinado, especialmente en la participación política. Es decir, que se logre una participación proporcional (50/50): 50% de hombres y 50% de mujeres. (Consejo Nacional para la Igualdad de Género y CARE Ecuador, 2019. p. 13)

⁷ Organización sin fines de lucro dedicada a la generación de procesos de diálogo y acción participativa entre la ciudadanía, sociedad civil, sector privado y gobiernos locales para responder a las necesidades de la comunidad y las personas (Fundación Tandem, 2023)

resultados constituyen un efecto de la violencia política⁸ a la cual estuvieron expuestas las mujeres⁹ en el escenario electoral de 2023. Precisamente, el *Estudio violencia política contra las mujeres en el Ecuador* (2019), realizado por el CNE en cooperación con ONU Mujeres en el 2019, identifica que este tipo de violencia se presenta de diferentes formas, pero, particularmente en “los procesos internos de los partidos políticos para la selección de las candidaturas a los cargos de representación popular y al participar en las contiendas electorales” (p. 19). Así,

mediante prácticas y omisiones que constituyen violencia política se afectan los derechos políticos de las mujeres para ser electas, impactando negativamente en su trayectoria y en su carrera política; [incluso] el ámbito familiar y comunitario no está exento de formas de violencia a causa de la participación en los espacios partidarios. (CNE Y ONU mujeres, 2019, p. 19)

Al respecto, las estadísticas de asignaciones y de candidaturas en el proceso de elecciones 2023 demuestran que dichas prácticas siguen vigentes y constituyen procesos de violencia política hacia las mujeres por cuanto no

⁸ La violencia política es definida como “aquella violencia cometida por una persona o grupo de personas, directa o indirectamente, en contra de las mujeres que sean candidatas, militantes, electas, designadas o que ejerzan cargos públicos, defensoras de derechos humanos, feministas, líderes políticas o sociales, o en contra de su familia. Esta violencia se orienta a acortar, suspender, impedir o restringir su accionar o el ejercicio de su cargo, o para inducirla u obligarla a que efectúe en contra de su voluntad una acción o incurra en una omisión, en el cumplimiento de sus funciones, incluida la falta de acceso a bienes públicos u otros recursos para el adecuado cumplimiento de sus funciones, (...) Toda mujer tiene derecho a una vida libre de violencia, tanto en el ámbito público como en el privado” (Ley Orgánica Integral Para Prevenir y Erradicar La Violencia Contra Las Mujeres [LOIPEVM], 2018, Art. 10, letra e)

⁹ “La descripción de la violencia que viven las mujeres en el escenario político es abrumadora. Al interior de los partidos políticos, de sus familias y en las comunidades están expuestas a la violencia, sea de forma directa –física, psicológica, sexual–, a través de las estructuras e instituciones que confluyen en el escenario político, o en los espacios cotidianos de reproducción culturales” (CNE Y ONU Mujeres, 2019, p. 59).

se ha podido ejercer libre y plenamente sus derechos políticos, entre otros interrelacionados y reconocidos por instrumentos de derechos¹⁰. Más se ha identificado que las organizaciones políticas son:

espacios más inseguros y más violentos para el ejercicio de la política de las mujeres (...) donde se dan los principales actos de violencia que desincentivan que las mujeres ejerzamos nuestros derechos en condiciones de igualdad y libres de violencia. (Chacón, 2023, p. 1)

La violencia experimentada por quienes participan en la política “ha estado presente a lo largo de la historia, su libre participación ha sido un proceso prolongado en el cual han enfrentado severas y, en ocasiones, violentas restricciones” (Guadarrama y Aguilar, 2021, p. 3). De hecho, las luchas por los derechos políticos de las mujeres han transcurrido por senderos de otros tipos de violencia que van “desde la violencia sutil hacia la extrema, lo cual dificulta su tipificación, definición y más aún la determinación de lo que puede y debe ser sancionable como forma específica” (Guadarrama y Aguilar, 2021, p. 22).

En Ecuador las mujeres que participan en política se han visto afectadas y expuestas a diferentes formas de violencia¹¹, ya sea al interior de los partidos políticos, familias, comunidades, medios de comunicación o incluso

10 La Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (1994), señala que toda mujer podrá ejercer libre y plenamente sus derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales y contará con la total protección de esos derechos consagrados en los instrumentos regionales e internacionales sobre derechos humanos.

11 De acuerdo a los datos proporcionados en la Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres (ENVIGMU, 2019), “65 de cada 100 mujeres en el Ecuador, han experimentado por lo menos un hecho de algún tipo de violencia en alguno de los distintos ámbitos a lo largo de su vida” (p. 17), esto incluye el ámbito político.

en las redes sociales, pues, como señalan Escalante Herrera y Méndez Aguilar (2008) sobre el espacio público, donde, se continúa “reproduciendo patrones patriarcales y se siguen manifestando la discriminación de género, desigualdad en las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, así como de los patrones sociales y culturales masculinos sobre los femeninos” (p. 16).

Ante lo expuesto, cabe reflexionar en torno a la problemática planteada para entender el fenómeno de la discriminación y cómo la violencia puede alimentar los discursos de odio y otro tipo de prácticas que se evidencian en esferas como la política, sus implicaciones; así como el rol estratégico de los medios de comunicación para combatir dichos fenómenos y aportar al cambio de patrones socioculturales para prevenir vulneraciones de derechos. En este sentido, el presente documento, pretende ser un aporte inicial para –a posterior– abordar el tratamiento que los medios de comunicación dan en sus agendas mediáticas a la temática y propender a la prevención de este tipo de vulneración de derechos.

La Libertad de Expresión Como Derecho Fundamental

La libertad de expresión es reconocida en el ámbito internacional y nacional como un derecho fundamental inherente a todas las personas para opinar y expresar libremente su pensamiento, en todas sus manifestaciones, constituyendo así “un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos [Comisión IDH], 1959, Art. 4, núm. 1). Disposición que es recogida en el Artículo 66 de la Constitución de la República del Ecuador¹².

¹² La Constitución de la República del Ecuador reconoce y garantiza que “las personas tienen el derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones” (2008, Art. 66, núm.6).

La Declaración Universal de Derechos Humanos [DUDH] (1948, art. 19) señala que este derecho incluye no ser molestado a causa de opiniones; investigar y recibir informaciones y opiniones; difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. Disposición que concuerda con lo establecido en la Constitución (2008, artículo 18, núm. 1)¹³, pero también con lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación [LOC] (2022), y que además determina que:

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones (...) (Art. 17)

La libertad de prensa¹⁴ es uno de los componentes de la libertad de expresión y se traduce en la “facultad para informar que tiene una persona” (Rojas y Zapata, 2008, p. 26). De modo general, se podría decir que, desde su inicio, la defensa por la libertad de prensa y la lucha contra la censura fue motivada por la defensa del derecho a la libertad de expresión.

Por consiguiente, se trata de un “derecho humano inalienable, al tiempo que un derecho social indispensable”

13 La Constitución de la República del Ecuador (2008) señala que, todos tienen derecho a “Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior” (Art.18, núm.1).

14 Sus orígenes se remontan al siglo XVII con la existencia de la imprenta en Inglaterra y con el desarrollo de las primeras nociones en favor de la libertad de expresión, principalmente, desde tres países: Inglaterra, Estados Unidos y Francia (Climent, 2016)

(Arrieta, 2014, p. 10) e irrenunciable, reconocido por la Constitución de la República del Ecuador, en el título II, capítulo sexto, y que comprende la facultad de recepción y difusión de información la cual debe ser “libre, completa, objetiva y plural” (OHCHR, 2019, p. 4). Más, como todo derecho tiene límites, es así que cuando un contenido, mensaje u acción atente contra otros derechos reconocidos por la Constitución y los acuerdos internacionales¹⁵, “estará sujeto a las sanciones legales en caso de que dichas expresiones vulneren algún derecho constitucional, esto como consecuencia de la responsabilidad ulterior¹⁶” (Convención Americana sobre Derechos Humanos, 1969, Art. 13, núm. 2).

Por lo general, no se acostumbra a analizar el accionar de los medios y sus políticas “y mucho menos cuestionadas respecto a la función que cumplen; más aún, cuando el concepto de libertad de prensa se ha posicionado como el pilar central de toda sociedad y por encima de otros principios esenciales” (Carrión, 2008, p. 7).

15 Por ejemplo, La Declaración de Durban y su Programa de Acción (2002) da una especial atención a la función de los medios de comunicación, reitera en ellos, e instan a los Estados a alentar al sector privado para que promueva que los medios, incluido el Internet y la publicidad políticas y prácticas que se orienten a: “a) Luchar contra el racismo, la discriminación racial, la xenofobia y las formas conexas de intolerancia; b) Promover una representación justa, equilibrada y equitativa de la diversidad de sus sociedades, así como garantizar que esa diversidad se refleje en su personal; c) Luchar contra la proliferación de ideas de superioridad racial y la justificación del odio racial y de toda forma de discriminación; d) Promover el respeto, la tolerancia y la comprensión entre todas las personas, pueblos, naciones y civilizaciones, por ejemplo apoyando las campañas de sensibilización de la opinión pública; e) Evitar toda clase de estereotipos, y en particular la promoción de falsas imágenes de los migrantes, incluidos los trabajadores migrantes y refugiados, a fin de prevenir la difusión de sentimientos xenofobos entre el público y de fomentar una representación objetiva y equilibrada de las personas, los acontecimientos y la historia” (Párr. 144).

16 Precisamente la Ley Orgánica de Comunicación establece que responsabilidad ulterior “es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias legales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, contenidos que lesionen los derechos establecidos, en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador, en la Constitución y la Ley” (2022, Art. 19).

De ahí que, “debido a la relevancia social del periodismo y la comunicación en todos los ámbitos del accionar humano, es necesario contar con mecanismos que garanticen un ejercicio periodístico responsable. Uno de ellos es la autorregulación¹⁷” (como se citó en Consejo de Comunicación, 2023, p 20). Considerado “no como un mecanismo de autocensura, sino como la adopción de parámetros que permitan a las y los profesionales realizar un trabajo periodístico que cumpla con estándares de calidad y que se constituya en un aporte social” (como se citó en Consejo de Comunicación, 2023, p 20).

La LOC (2022) establece que “el ejercicio de la actividad periodística y de comunicación debe regirse por estándares éticos y de autorregulación” (Art. 9.1). Mecanismos que buscan salvaguardar derechos interrelacionados como “la dignidad humana, el honor, intimidad personal y familiar, el derecho a una vida libre de violencia, a la igualdad y no discriminación, así como salvaguardar los derechos de las niñas, niños y adolescentes, especialmente a su desarrollo integral” (Consejo de Comunicación, 2020, p. 13). Desde esta perspectiva, la LOC, es categórica al determina la prohibición de:

(...) la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los

17 Esta es comprendida como “un conjunto de instrumentos y mecanismos orientados a garantizar la actuación de los medios de comunicación sobre la base de valores y normas inherentes a la actividad; implica contar historias de manera confiable y actuar con responsabilidad en cuanto a las relaciones con quienes pueden resultar afectados en la construcción de la noticia, tales como el público, las fuentes y otras organizaciones relacionadas (Como se citó en Pasco, 2014, p. 29).

derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador (Art. 62).

Este cuerpo legal además tipifica al contenido discriminatorio como “toda apología de odio¹⁸ nacional, racial o religioso que constituya incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional” (Art. 61). Disposición que contiene elementos significativos que incluyen “no solo la apología de odio, sino también los tipos concretos de distinciones, exclusiones o restricciones que conlleven el menoscabo o anulación de los derechos humanos reconocidos en la Constitución” (Consejo de Comunicación, 2023, p. 14) y que se convierte en una de las limitaciones del ejercicio del derecho a la libertad de expresión y de otros derechos.

En este marco, y para fines del presente escrito, las campañas electorales son espacios donde se pueden evidenciar diversos tipos de discursos que se pueden configuran como discurso de odio y que pueden generar violencia política de género. La Corporación Participación Ciudadana advirtió que, en la campaña para los comicios del 5 de febrero de 2023, se evidenció un aumento de la violencia y de los discursos de odio hacia las candidatas que participaban en dichos comicios (Diario Expreso, 2023). Por lo que cabe preguntarse ¿qué es el discurso de odio y cómo

¹⁸ Cabe mencionar que la Convención Americana de Derechos Humanos (1969), establece la prohibición de: “(...) toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional” (Art. 13, núm. 5).

este puede estar relacionado con la incitación a la violencia política de género contra las mujeres? Caracterizar estos fenómenos sociales resulta relevante.

Discurso de Odio e Incitación a la Violencia

El discurso de odio es uno de los tópicos más complejos, en lo que respecta al debate en torno al derecho a la libertad de expresión, pues se ubica “en tensión entre el derecho a expresar todo tipo de ideas en el debate público y la necesidad de garantizar a todas y todos los ciudadanos y las ciudadanas la posibilidad de ejercer en pie de igualdad sus derechos” (Torres y Tarrico, 2019, p. 2).

La estrategia de las Naciones Unidas (2020) considera que discurso de odio es cualquier clase de mensaje sea este hablado, escrito o un comportamiento...

(...) que ataca o utiliza lenguaje peyorativo o discriminatorio con referencia a una persona o un grupo sobre la base de quiénes son, en otras palabras, basadas en su religión, etnia, nacionalidad, raza, color, ascendencia, sexo u otro factor de identidad. (p. 8)

Por consiguiente, el discurso de odio está constituido por dos elementos claves:

en primera instancia la incitación al daño, sea en forma de violencia, hostilidad o discriminación; en segunda instancia, la situación de la víctima como parte de un determinado grupo social o demográfico, que amerita una protección especial. En general es aceptado que estos dos elementos deben estar hasta cierto punto vinculados, es decir, que el discurso que incita al daño hacia una persona o grupo, lo hace en tanto dicha persona o grupo posee una característica

o pertenece a una categoría particular. (Díaz, 2020, p. 5).

Es decir, el discurso de odio “rechaza los principios básicos de los derechos humanos, de la dignidad e igualdad, pues busca degradar la postura de personas y grupos en la sociedad” (CERD/C/GC/35, 2013. Párr.7). De ahí que, el discurso de odio pueda “contribuir a legitimar y a perpetrar un orden social discriminatorio, en el que determinados grupos de personas sufren a diario prácticas discriminatorias y de exclusión social, sin que ello sea percibido a nivel social como una vulneración de derechos” (Bazzaco et al, 2017, p. 19).

Si bien es cierto, diversos discursos sociales han sido referidos como elementos de violencia que desemboca en una acción que vulnera derechos, debido a la normalización de la violencia, en el campo de la violencia política de género, no se suele considerar que estas acciones conlleven discursos de odio contra las mujeres (Hernández, 2003, Macías y Valdespino, 2019). Características que dan cuenta que “el discurso de odio como elemento de violencia política hacia las mujeres en sociedades contemporáneas, presenta un grado de complejidad” (Macías y Valdespino, 2019, p. 3). Acción que es atenuada cuando se observa la institucionalidad y el accionar de las organizaciones político partidarias, en las que se ha evidenciado interacciones normalizadas que involucran ejercicios de violencia¹⁹ contra las mujeres (Consejo Nacional Electoral [CNE] y ONU mujeres, 2019).

¹⁹ “la violencia contra las mujeres constituye un atentado contra el derecho a la vida, la dignidad y la integridad física y psíquica de las víctimas; en definitiva, un atentado contra ellas y contra sus derechos humanos” (Lortv, 2002, p. 11)

Dicha normalización da cuenta de aquellos actos considerados como normales “que se expresan a través de la subordinación de patrones culturales y económicos impuestos por grupos de poder” (Evangelista, 2019, p. 87); condición estructural de la sociedad que se evidencia en todas aquellas expresiones sesgadas, manipuladas, prejuiciosas, o estereotipadas, que tienden a la descalificación y desinformación, estigmatización, exclusión, sobreexposición, invisibilización, etc., de la postura política de una mujer y su participación, mediante noticias falsas, expresiones discriminatorias, calumniosas y diversos tipos de manifestaciones de odio, como la incitación a la violencia, a partir de la exposición de información privada e íntima con fines de desprestigio, difundida por cualquier medio o soporte (2017, p. 6)²⁰.

De ahí que, la incitación a la violencia, al ser una forma de discurso de odio (Meza-Lopehandía, 2018), se vuelve evidente cuando en ella se concreta y alientan (Movimiento contra la intolerancia, 2017) (...):

conductas que niegan dignidad e iguales derechos a personas, de colectivos minoritarios o mayoritarios, a grupos vulnerables y gentes en riesgo por ser distintos, pudiendo adoptar y ser soporte de diversas formas de intolerancia, singulares o múltiples, (...) y cualquier otra construcción que implique rechazo, desprecio e irrespeto al prójimo y a sus inalienables derechos humanos. (p. 6)

Por lo tanto, el discurso de odio se constituye en

²⁰ “Difundido de manera oral, escrita, en soporte visual, papel o audio, en los medios de comunicación, o internet, u otros medios de difusión social, incluidos cartelería, pancartas u otros medios de distribución social” (Movimiento contra la intolerancia, 2017, p. 6)

“una forma de violencia política por razón de género, ya que obstaculiza, de manera simbólica el ejercicio pleno de los derechos políticos hacia las mujeres²¹” (Macías y Valdespino, 2019, p. 8), toda vez que este no solo es un enunciado de un suceso aislado, sino que, dadas las características del discurso de odio, “impacta y trasciende tanto en la opinión pública como en la carrera política de las mujeres²²” (Macías y Valdespino, 2019, p. 8).

Desde esta perspectiva, la misoginia (CNDH, 2019)²³ es considerada como la base para la construcción del discurso de odio (Urrutia, 2017, p. 38)²⁴, que se amplifica, reverbera y construye sentido en los medios de comunicación, incluso en redes sociales (Benassini, 2022). Es así que, cuando este tipo de discursos violentan o discriminan, “no (...) puede estar amparado bajo el

21 Precisamente la Declaración sobre la Violencia y el Acoso Políticos contra las Mujeres, en la que se considera que: “(...) tanto la violencia, como el acoso político contra las mujeres, pueden incluir cualquier acción, conducta u omisión entre otros, basada en su género, de forma individual o grupal, que tenga por objeto o por resultado menoscabar, anular, impedir, obstaculizar o restringir sus derechos políticos, conculca el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia y el derecho a participar en los asuntos políticos y públicos en condiciones de igualdad con los hombres. (...) Que la violencia y el acoso políticos contra las mujeres impiden que se les reconozca como sujetos políticos y, por lo tanto, desalientan el ejercicio y continuación de las carreras políticas de muchas mujeres (...)” (MESECVI, 2015, p. 5–6).

22 Sin embargo, detectar el discurso de odio en contextos de violencia política requiere tomar en cuenta factores como: “el contenido y la forma, el clima económico, social y político; la posición o status del hablante en la sociedad, la audiencia a la que se dirige; alcance y objetivo del discurso. Dicho brevemente, el discurso de odio no es sobre “las palabras que hieren”, sino sobre el contexto en el que adquieren sentido las acciones simbólicas discriminatorias. En este sentido, el discurso puede verse como un acto de habla: acciones realizadas por enunciados” (como se citó en Pérez y Noguera-Vivó, 2022, p. 131)

23 Es definido como “odio, rechazo, aversión y desprecio hacia la mujer y, en general, hacia todo lo relacionado con lo femenino que se manifiesta en actos violentos y crueles contra ella por el hecho de ser mujer” (CNDH, 2019, p. 20).

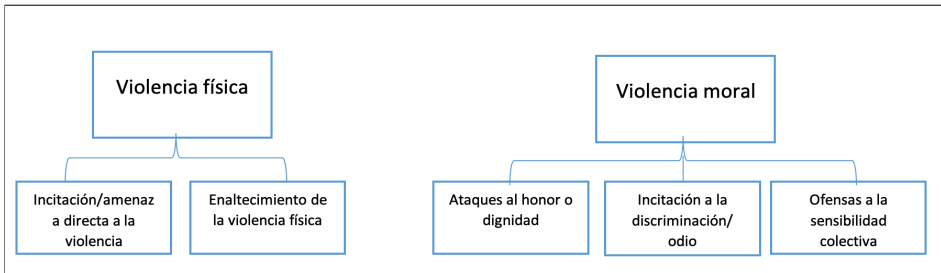
24 “La misoginia no es sólo el odio a la mujer por el hecho de ser mujer, sino que comprende los prejuicios arraigados contra la mujer y, como tal, es base para la opresión de las mujeres en las sociedades patriarcales. La misoginia puede manifestarse de diversas maneras, como la denigración, discriminación, violencia y cosificación sexual de la mujer. Cuando el contenido de ciertas expresiones machistas incita o provoca que las mujeres sean violentadas o violadas, sin lugar a dudas, estamos frente a un discurso misógino” (Urrutia, 2017, p. 38)

precepto del derecho a la libertad de expresión” (Bazzaco et al. 2017, p. 11). Sin embargo, para determinar si una expresión y contenido puede incitar a la violencia o al odio, los instrumentos internacionales²⁵, establecen la necesidad de utilizar la “Prueba del umbral” para identificar el cómo y de qué forma los contenidos se acercan o rebasan a los límites protegidos por la libertad de expresión (Bazzaco et al., 2017).

Ahora bien, el discurso de odio “podría considerarse comunicación violenta, en cuanto que la incitación a la violencia lo es en sentido de violencia física, y la incitación al odio o a la discriminación constituye una forma de violencia moral” (Miró, 2016, p. 87); este autor también identificó la existencia de cinco tipos de contenidos violentos:

Figura 1

Contenidos violentos producidos por el discurso de odio



Nota: Elaborado por la Dirección Técnica de Evaluación de Contenidos con base en Miró (2016).

Estos tipos de discursos están presentes en diversos ámbitos sociales, entre los que se encuentra el campo político, en el cual la violencia se manifiesta a partir de

²⁵ Como la Recomendación General N° 35 del Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial [CERD], 2013; así como la Recomendación número 15 relativa al Artículo 4 de la Convención Internacional para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial, 1993.

la reproducción de “estereotipos, estigmas y prejuicios socioculturales tendientes a la desvalorización y exclusión, en este caso de las mujeres” (Macías y Valdespino, 2019, p. 4). Fenómeno que fue evidenciado en el *Estudio violencia política contra las mujeres en el Ecuador* (CNE y ONU mujeres, 2019)²⁶, y cuyas estadísticas sirve para ejemplificar la existencia de discursos que incitan a la violencia de género en los contenidos comunicacionales. A continuación, se establece cada uno de ellos:

Incitación²⁷/Amenaza Directa a la Violencia²⁸

Esta categoría hace referencia a una acción que lleva a enunciar por parte del orador el cometimiento de un acto violento que como resultado causará un daño físico o amenaza directa, el discurso consiste en incitar a la violencia, provocando consecuencias hacia el grupo objetivo. Es decir, son todas aquellas “Amenazas directas para causar un daño físico o incitando a otro a hacerlo” (Bautista, 2017, p. 10).

No obstante, la violencia no se reduce a hechos o daños de tipo físico, sino que esta problemática amerita también considerar la noción de poder (Espinoza, 2021). Este término amplía la naturaleza de un acto de violencia y la comprensión convencional de la misma...

para dar cabida a los actos que son el resultado de una relación de poder, incluidas las amenazas y la

²⁶ Estudio construido a partir de grupos focales y algunas entrevistas en las que se pidió a las participantes identificar las formas experimentadas de acoso y violencia política por ellas o por mujeres conocidas en el ámbito familiar, comunitario y partidario, a lo largo del ciclo electoral. También indagó acerca de los autores o perpetradores de estos actos (CNE y ONU mujeres, 2019)

²⁷ La incitación “se caracteriza por el afán de influir en otras personas, persuadiéndolas o amenazándolas para que adopten determinadas formas de conducta, incluida la comisión de un delito” (Recomendación general N° 15, 1993, Art. 16).

²⁸ El “Estudio violencia política contra las mujeres en el Ecuador” expone que la violencia directa puede relacionarse también con la psicológica, económica y simbólica (CNE y ONU mujeres, 2019)

intimidación (...) el descuido o los actos por omisión, además de los actos de violencia por acción, más evidentes (...) y todos los tipos de maltrato físico, sexual y psíquico. (Krug et al., 2003)

Precisamente, el estudio realizado por el CNE y UNU Mujeres (2019), evidencia que, de las 50 mujeres, entre candidatas y electas, entrevistadas y participantes de los grupos focales, el 66% identificaron a este tipo de violencia como la más frecuente. Un ejemplo se puede citar cuando:

Los compañeros del partido o personas de su entorno laboral o comunitario, les hablan o se dirigen a ellas con aires de superioridad, o las nombran con diminutivos o palabras que las minimizan. En ocasiones estas palabras entrañan contenidos discriminatorios, o las ridiculizan y descalifican para la política, por su origen, edad, conocimientos, apariencia o cualquier otra característica que pueda ser utilizada con este fin. (p. 26)

La descalificación de las candidaturas y autoridades electas limita la participación de las mujeres en la política, pero, sobre todo, violenta sus derechos y el pleno ejercicio de democracia de la ciudadanía. En este contexto, la incitación a la violencia, considerada como una forma de discurso de odio (Meza-Lopehendía, 2018), atenta contra el derecho a la libertad de expresión pues su efecto coactivo silencia y busca disuadir a cientos de mujeres que deben bregar contra estas prácticas estructurales para poder hacer escuchar sus voces.

En el contexto ecuatoriano, la invisibilización aparece como una de las principales consecuencias de la

violencia política. Así, para el 2019, el 52% de mujeres que participan en política denunció la baja difusión de la candidatura o de la gestión pública, el aislamiento, la exclusión o marginación, dentro del partido, sea en el gobierno local o en la comunidad y el 46% de las mujeres entrevistadas denunciaron “ocultamiento de información o la entrega de información falsa por parte de personas del mismo partido o de funcionarios de los gobiernos locales” (CNE y ONU mujeres, 2019, p. 26).

Estas prácticas de presión al estar dirigidas “específicamente contra las mujeres por ser mujeres” (Krook y Restrepo, 2017, p. 130), ocasionan bajos niveles de incidencia en la participación política, así como en la representación y autorepresentación de las candidatas y mujeres electas (Krook y Restrepo, 2017).

Siguiendo esta línea, el 8% de mujeres entrevistas registraron menciones a los chantajes o presiones a través de coacción, por ejemplo, para obligarlas a hacer o decir algo en contra de su voluntad, especialmente en el ejercicio de sus cargos (CNE y ONU mujeres, 2019). Dentro de estas acciones podrían estar contemplados actos como: la realización de propuestas deshonestas, galanteos, uso de la gentileza como táctica neutralizadora, socavar la autoestima, emplear adjetivos descalificantes, y hasta negar la palabra en reuniones públicas con el único objetivo de descalificarlas políticamente (Rauber, 2003), que buscan “intimidar o limitar el ejercicio de un derecho político con implicaciones de violencia física, sexual, e incluso que ponen en peligro la vida de las mujeres” (como se citó en Freidenberg y Del-Valle-Pérez, 2017, p. 205).

Enaltecimiento de la Violencia Física

En esta categoría estarían todas las “formas de expresión en las que se justifica, se defiende o se enaltece la realización de acciones violentas, aunque no se propone directamente su causación (Miró, 2016, p. 105). Es decir, son mensajes “en los que justifica, defiende o se alegra de la violencia ejercida sobre alguna persona” (Bautista, 2017, p. 10).

El enaltecimiento se formula cuando en los discursos se evidencia acciones o palabras a través de las cuales se enlaza, elogia, alaba una determinada acción, justificándola y determinando su licitud y legitimidad (Bernal, 2016). Este tipo de discursos son utilizados para humillar a las víctimas de la violencia política de género, que, al no estar naturalizadas en el relacionamiento social pasan desapercibidas, lo que se demuestra con la ausencia de estadísticas sobre este fenómeno.

Frente a la ausencia de datos estadísticos relacionados con el enaltecimiento de la violencia física, es necesario tomar en cuenta que, para el 2019, un 30% de las mujeres ecuatorianas “mencionaron que sus familias o equipo de campaña recibieron ataques o daños personales”, y que, en menor porcentaje, el 12% y el 14% de este mismo grupo fueron víctimas de golpes o lesiones y el 8% recibieron amenazas de muerte o sufrieron un intento de asesinato (CNE y ONU Mujeres, 2019, p. 26), con lo cual se evidencia que la violencia física, contiene elementos de las otras violencias, ya sea psicológica, económica y hasta simbólica, que repercute de forma simbólica en el accionar de las candidatas y autoridades recién electas.

En este contexto, una de las características que ayuda a visibilizar a violencia política sobre las mujeres, es precisamente su conexión simbólica con los discursos, los cuales, “continuamente relega a las mujeres del espacio público al privado” (Macías y Valdespino, 2019, p. 3). De ahí que, el enaltecimiento de la violencia física en procesos de violencia política contra las mujeres, al ser normalizada como una práctica perteneciente al ámbito privado, permite la justificación de las prácticas como la agresión de las parejas de las candidatas. Situación que puede ser observada como una condición de poder y de dominio frente al rol de la mujer (Macías y Valdespino, 2019) y, constituyéndose entre “las principales razones para el abandono de la campaña” (CNE y ONU Mujeres, 2019, p. 26).

Ataques al Honor o Dignidad

Son “todas las expresiones injuriosas y calumniosas que vulnera la dignidad personal individual” (Miró, 2016, p. 95). Es decir, todos aquellos mensajes “en los que se haya insultado gravemente a alguna persona y/o la haya acusado de hacer algo sin conocimiento de su veracidad y/o haya hecho alguna declaración que atente contra la dignidad personal de alguien” (Bautista, 2017, p. 10).

En Ecuador un 54% de las mujeres entrevistadas denunciaron actitudes que generan desprestigio o campañas de rumores en su contra, los cuales provienen de actores al interior o fuera del partido. La investigación explica un dato relevante al respecto, sostiene que existen varios medios²⁹ que suelen usarse para estas formas de acoso político (CNE y ONU Mujeres, 2019).

²⁹ Las redes sociales, por la posibilidad de anonimato y perfiles falsos que brindan, se vuelven en canales privilegiados para estos fines. Los medios de comunicación como la prensa, radio y televisión, también poseen poder de persuasión y alcance, que los hace parte del acoso político que sufren algunas mujeres (CNE y ONU Mujeres, 2019).

Precisamente, el reciente informe de monitoreo de la Corporación Participación Ciudadana realizado en la campaña electoral para los gobiernos seccionales del 2023, ha identificado expresiones con contenido discriminatorio y discursos de odio que involucran practicas desvalorizantes al rol de la mujer, representaciones negativas, elementos gráficos con referencias violentas de género, cosificación, calificaciones y valoraciones negativas que intentan menospreciar la función pública de las mujeres en su condición de candidatas (GK, 2023). Con ello la anulación política de las mujeres que participan en los procesos electorales estaría cimentado en discursos, representaciones y prácticas de la violencia construidos socialmente, que involucran sentimientos de animadversión, desconfianza y hasta rechazo a que una mujer ejerza su derecho a participar o desempeñar un cargo político.

Otra de las formas más comunes, usadas para debilitar la figura de una candidata, afectar su campaña o destruir su carrera política es la difusión de la “bomba”, que son los rumores o chismes, transmitidos de boca en boca entre las personas de la comunidad (CNE y ONU Mujeres, 2019). Fenómeno que se alimenta de la condición estructural de la violencia política pues, está “presente en todos los entornos de la sociedad y responde a una desigualdad histórica entre hombres y mujeres” (Cortés, 2021, p. 38), lo cual se manifiesta a través de imaginarios y representaciones que evidencian las relaciones de poder asimétricas históricamente construidas que ha posicionado roles y estereotipos que las mujeres deben cumplir en la sociedad y que son la base de la cual se nutre este tipo de construcciones discursivas.

A pesar de que muchos de estos mensajes son catalogados como ofensivos, debido a la normalización de los roles y estereotipos de género vigentes en la sociedad, la mayoría de ellos conllevan discursos motivados por el odio que “buscan la exclusión y discriminación de personas y/o grupos sociales y rechazan los valores de convivencia democrática” (Teruel, 2017, p. 22). Así lo denuncia alrededor del 30% de las mujeres entrevistadas en el 2019 cuando expresan que han sido “víctimas de burlas, ridiculización y descalificación pública; han sido impedidas de hablar o expresar lo que piensan; y/o, víctimas de la difusión de una imagen negativa, estereotipada o denigrante suya en los medios de comunicación o redes sociales” (CNE y ONU mujeres, 2019, p. 26).

Por esta razón, los medios de comunicación, así como las redes y aplicaciones sociales, juegan un rol preponderante, pues, es a través de ellos se puede conocer las diversas propuestas, pero también –cuando un contenido discriminatorio o violento permea en ellos– pueden propender a la vulneración de los derechos.

Incitación a la Discriminación/Odio

Son aquellas “expresiones o comunicaciones que resultan violentas por ofender a una colectividad al incitar a la discriminación o al odio o al humillar a un grupo por razón de ‘raza’, color, linaje, origen nacional o étnico, edad, discapacidad, lengua, religión o pensamiento, sexo, género, identidad de género, orientación sexual y de otra característica personal o de estado³⁰” (Miró, 2016, p.106) como la política.

³⁰ Dentro de esta categoría está aquel mensaje “que haya incitado, defendido, justificado o se haya alegrado del trato desigual, degradante y/o humillante hacia alguna persona por razón de su sexo, raza, etnia, religión, orientación sexual o nacionalidad” (Bautista, 2017, p. 10-11).

La incitación es una acción en la cual una persona “induce con fuerza a alguien a una acción” (RAE, 2023), que en este caso es discriminatoria o violenta, pero que, en contextos de la violencia política de género, en muchos de los casos, es considerada como una ofensa (Peña, 2022), esto debido principalmente a que algunos de los elementos que se conjugan en los procesos de enunciación de este tipo de discursos se encuentran profundamente arraigados en la sociedad y están naturalizadas, como si fueran independientes de las prácticas sociales y simbólicas³¹” (Torres, 2004, p. 7).

Así, para el 2019, en el país, entre el 24% y el 26% de participantes recibieron formas diferentes de intimidación o amenaza de daño personal o a sus familiares, también fueron víctimas de repudio social, de burlas públicas, de acoso en línea o de ciberacoso (CNE y ONU mujeres, 2019), como se observa se constituyen en acciones que conllevan construcciones simbólicas de deslegitimación que se nutren de imaginarios, prejuicios y estereotipos, profundamente enclavados en la cultura, pero que cumplen la función de disciplinar (Galtung, 1990) y procuran un control coercitivo a partir de “herir, humillar, intimidar, aislar y dominar a las víctimas” (Stark, 2007, p. 5).

También se evidencia que entre un 16% y 18% de las mujeres encuestadas, denunciaron haber recibido ataques a la integridad y la sanción moral desde personas de la comunidad y contendores políticos, así como amenazas

³¹ La violencia simbólica es entendida como “esa violencia que arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales apoyándose en unas ‘expectativas colectivas’, en unas creencias socialmente inculcadas” (Bourdieu, 1999, p. 173). Es decir, es “todo poder que logra imponer significados e imponerlos como ‘legítimos’ disimulando las relaciones de fuerza en las que se basa su fuerza, agrega su propia fuerza, es decir, una fuerza específicamente simbólica, a estas relaciones de fuerza” (Bourdieu, 2001, p. 4).

de retiro de apoyo político o económico por parte de integrantes o dirigentes de sus partidos y sanciones discrecionales o desproporcionadas por parte de estos (CNE y ONU mujeres, 2019). Estas prácticas excluyentes y antidemocráticas de los partidos (como se citó en Freidenberg y Del-Valle-Pérez, 2017) afectan la reputación y las posibilidades de ejercer los derechos políticos y los otros que le corresponden a las candidatas y autoridades electas como seres humanos (Torres y Tarrico, 2019).

Ofensas a la Sensibilidad Colectiva

Son todos aquellos mensajes “que podrían ser considerados de mal gusto y/o en los que se haya utilizado insultos o palabras especialmente desagradables y/o que podrían afectar a la sensibilidad de los demás” (Bautista, 2017, p. 11).

Hace referencia a manifestaciones de defensa de la violencia pasada y a expresiones de mal gusto, que afectan gravemente a la sensibilidad colectiva, por la temática o por ser especialmente degradantes o expresiones coloquiales malsonantes, socialmente reconocidas como tales, así como expresiones chocantes o groseras en las que se utiliza la ironía de un modo tal que se hiera la sensibilidad de otros (Miró, 2016).

Las estadísticas de este fenómeno en el país evidencian que un 40% de mujeres han denunciado la existencia de agresiones verbales o insultos por ser mujer; y el 36% la persecución por sus opiniones o actividad política (CNE y ONU mujeres, 2019).

En este sentido, los mensajes que denuncian un trato humillante o degradante como parte de un ejercicio de violencia política de género, tendrían su asidero en la

consideración de inferioridad por su sexo /género, situación que ha sido construido históricamente y que se acuñan a partir de procesos de difamación sobre el ejercicio político de las mujeres (Waldron, 2012). En general, las mujeres que han optado por ser candidatas “no han estado exentas de ataques: crean un perfil falso para impulsar campañas de desprestigio, entre otros, los calificativos reportados son «la puta», «la zorra», y otros insultos dirigidos a minar la honra de las mujeres” (CNE y ONU Mujeres, 2019, p. 53). Situación que se mantiene en las elecciones del 2023, en las que se evidencia la existencia de memes, imágenes, expresiones y frases con “calificativos directos como: «estúpida», «incapaz», «hija de puta», «no deberías estar en el cargo», «estás ahí porque te acuestas con tal persona»” (GK, 2023, s/n). El único objetivo de este tipo de calificativos es “desincentivar a que las mujeres participen en política” (GK, 2023).

Ahora bien, el Estudio realizado por el CNE y ONU Mujeres (2019) suma a estos tipos de discursos, otros tipos de violencias que atentan contra su participación en los procesos electorales, entre los cuales encontramos:

Violencia Sexual

Este tipo de violencia se constituye en un “ejercicio de poder desigual entre los géneros. Sin distinción de sexo, autor y víctima (y sus comunidades asociadas) tienen un género poderoso en el rol masculino y en el femenino un papel débil” (Maldonado, 2019, p. 150). Es decir, la violencia sexual “no es simplemente una representación de géneros fijos, sino un acto de generización (Skjelsbaek 2001). Un acto performativo de la dominación masculina” (Maldonado, 2019, p. 150).

En Ecuador, para el 2019, se reportaba que el 16% de las participantes mencionó haber sufrido violencia sexual: insinuaciones no deseadas, gestos, palabras o acciones de contenido sexual no consentidas. En un 5% se encontraron aquellas referidas a la solicitud de favores sexuales y a formas de violencia sexual con contacto físico (CNE y ONU Mujeres, 2019). De tal forma, “la violencia sexual no solo pasa por el acto mismo de la violación, sino que basta por su sola amenaza para que tenga efectos sociales de desarticulación” (Maldonado, 2019, p. 146)

Violencia Intrafamiliar

La violencia intrafamiliar “se identifica como la forma más frecuente de violencia hacia las mujeres, dentro de su participación en política, al hostigamiento y vigilancia por parte de la pareja que podría generar de tal manera violencia psicológica” (Coello, 2021, p. 25). A esto se suma “el control de los recursos económicos y la retención o destrucción de objetos o bienes de su propiedad” (Coello, 2021, p. 25).

Las estadísticas en el país van desde el hostigamiento y la vigilancia (16%); el control de los recursos económicos, la destrucción de objetos o bienes de su propiedad (8%); la violencia física a través de golpes por este motivo, al igual que la de tipo psicológica o amenazas de divorcio o de quitarle a los hijos y el abandono (4%) (CNE y ONU mujeres, 2019).

Este tipo de violencia es uno de los discursos recurrentes de los medios de comunicación a partir de recursos discursivos que utilizan las representaciones socialmente construidas, sean estas positivas o negativas, para abordar esta problemática de forma aislada y trivial (Valdemarca y Bonavitta, 2010), mostrándolo como “un

hecho sin mayor problema, de modo que la refuerzan constantemente, conduciendo incluso a que se la asuma (...), como un modo de vida, creando así patrones de conducta, gustos, lenguajes, formas de asumir y mirar al mundo tremendamente violentos” (Chirino, 2020, p. 77)

En este sentido, la violencia política de género puede ser motivada cuando un mensaje, o acción, abarca construcciones simbólicas basadas en estereotipos, prejuicios, estigmas y roles de género en los que se naturalizan los patrones socio culturales, generando una distorsión de la realidad que justifica los actos violentos, ejercicio que tiene como repercusión la vulneración de los derechos de las personas que reciben los mensajes, consumen los contenidos o son víctimas de las diversas acciones, como sucede en el caso de los discursos de odio, que conllevan este tipo de violencias y cuya situación debe ser considerada por los medios de comunicación al momento de abordar dicha problemática.

Más aún cuando los medios de comunicación –y ahora las redes sociales– tienen un gran impacto en la forma en que las personas y el imaginario colectivo elaboran y representan imágenes, ideas y opiniones sobre la vida social. En el caso de la violencia política de género, algunos medios masivos de comunicación, a través de sus contenidos, continúan transmitiendo una imagen limitada y estereotipada (Cerva, 2017), pues es representada como una violencia cotidiana, donde los estereotipos y creencias tradicionales de género persisten y se reproducen por consenso social. De esta manera, se perpetúa esta eficacia simbólica que se presenta como la verdad misma los hechos que describe.

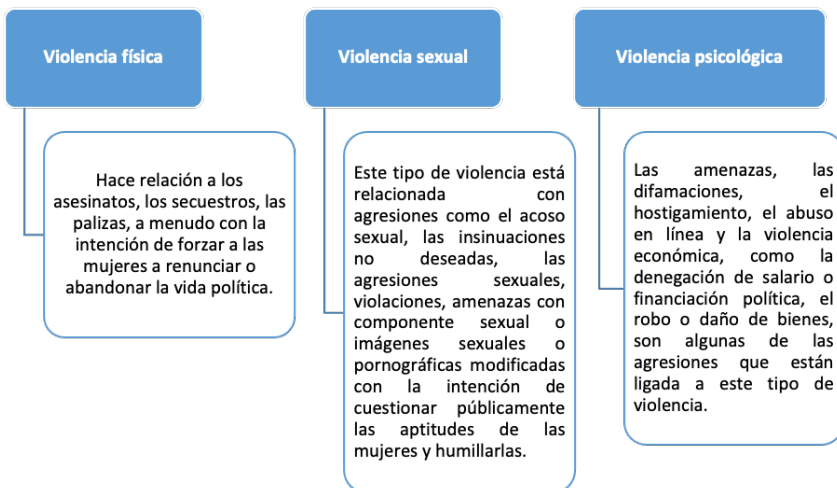
Violencia Política de Género y la Responsabilidad Social de los Medios

Esta violencia se identifica a nivel internacional como: “una violación de los derechos políticos de las mujeres y como uno de sus principales obstáculos a la representación política” (CNE y ONU Mujeres, 2021, p. 4). La violencia política de género, “puede ocurrir en cualquier espacio de la vida pública y política, en instituciones estatales, recintos de votación, partidos políticos, sindicatos, organizaciones sociales, medios de comunicación, entre otros” (Ministerio Público Fiscal, 2020, p. 10). Esta se basa en razones de género, que, a través de “intimidaciones, hostigamientos, amenazas, persecución y/o acoso, se impide o limita el desarrollo de la vida política, el acceso a derechos y deberes políticos, atentando contra la normativa vigente sobre la participación política de las mujeres” (Ministerio Público Fiscal, 2020, p. 10).

Así, las formas que evidencian la existencia de procesos de violencia política de género son:

Figura 2

Formas de manifestar violencia política de género



Nota: Elaboración de los autores con conceptos extraídos de la Guía Sobre Violencia Política de Género Contra las Mujeres en Medios de Comunicación y Redes Sociales ONU Mujeres (2021)

Cabe resaltar, que la violencia simbólica (LOIPVM, 2018, art. 9)³² es transversal a estas violencias y funciona como normalizador de patrones socioculturales de género. Por ejemplo, cuando en un debate le llaman a uno de los candidatos como master o especialista y la candidata por su nombre, ignorando su formación académica; cuando se hace referencia a su belleza, cosa que no se toma en cuenta en los candidatos hombres; cuando se le pregunta como equilibra su vida privada con la vida política, asunto que no se pregunta a los hombres.

Sin duda, el fenómeno social de la violencia política de género causa gran impacto en la garantía de los derechos de participación de las mujeres. En Ecuador, el 66% de las entrevistadas identificaron varias formas de vulneración a sus derechos de participación, sobre la base de experiencias relacionadas con violencia psicológica, expresiones sexistas, de minimización o descalificación; el 54% manifestaron haber sido excluidas de actividades políticas (CNE y ONU Mujeres, 2019). Además, se ha demostrado que, para el 2019:

el 58% de estas agresiones corresponde a los actores políticos (dirigentes de partidos políticos, candidatos/ as electorales, militantes de partidos políticos y personal de campaña electoral); el 32%

³² “Es toda conducta que, a través de la producción o reproducción de patrones estereotipados, mensajes, valores, símbolos, íconos, signos e imposiciones de género, sociales, económicas, políticas, culturales y de creencias religiosas que transmiten, reproducen y consolidan relaciones de dominación, exclusión, desigualdad y discriminación, naturalizando la subordinación de los sujetos de protección de esta Ley dentro de la sociedad” (LOIPVM, Art. 9, 2018, letra e).

a los actores sociales (votantes, miembros de la familia, miembros o grupos comunitarios, líderes religiosos o tradicionales, medios de comunicación y redes sociales, empleadores y colegas de trabajo, otros); y, el 10% a actores estatales (policías, militares y otros funcionarios gubernamentales de todos los poderes del Estado, incluidos funcionarios y personal electoral). (CNE, ONU Mujeres, 2019, p. 28)

Así, a pesar de contar con varios instrumentos legales –tanto nacionales como internacionales que prohíben la violencia política contra las mujeres– esta es una de las problemáticas sociales más latentes en nuestro país. En este escenario, en los últimos años se ha podido evidenciar, que esto se debe a la resistencia a admitir la idea que una mujer pueda ejercer un rol que históricamente ha sido ocupado por los hombres (CNE, ONU Mujeres, 2019).

La reproducción de este imaginario social distorsionado, posicionado históricamente por la sociedad, hace que se reproduzca y legitimen estereotipos de género dentro de las cuales la mujer cumple con el rol de mamá y ama de casa, de ser la responsable de habitar el espacio privado, mas no el público (Cristoffanini y Hernández, 2021), por lo que se reflejan relaciones entre el deseo de la mujer de romper con roles impuestos socialmente y las experiencias de violencia física, psicológica y en algunos casos sexuales, afectando a su desarrollo personal y profesional.

Frente a esta realidad, se manifiesta que un periodista o medio de comunicación puede generar violencia política de género contra las mujeres cuando:

Figura 3

Característica de contenidos que genera violencia política de género contra las mujeres

Cuando se divulgue por cualquier medio físico o virtual imágenes, mensajes que revele información privada de las mujeres en ejercicio de sus derechos políticos.

Con el objetivo de menoscabar su imagen pública, limitar o anular sus derechos políticos emiten expresiones que denigre a las mujeres durante el proceso electoral, con base en estereotipos de género.

Cuando un medio de comunicación difunda mensajes que exprese distinción, restricción o exclusión.

Nota: Elaboración de los autores con conceptos extraídos de la Guía Sobre Violencia Política de Género Contra las Mujeres en Medios de Comunicación y Redes Sociales, ONU Mujeres (2021)

Existen dos tipos de violencia mediática: “la violencia pasiva, aquella que los medios se limitan a presentarla y se benefician de sus efectos; y la violencia activa, definida como la que es producida por los medios” (Dunajecka, 2010, p. 1). En cualquiera de estos dos tipos, los medios exponen y ejercen la violencia utilizando con ella su poder y su credibilidad, bajo la idea de que lo que se ofrece es la realidad de las relaciones humanas, es decir los medios hacen ver habitual y natural, las conductas violentas como el insulto, la difamación o el linchamiento de víctimas (Dunajecka, 2010), lo cual, como se ha demostrado en el acápite anterior, son concomitantes con el discurso de odio. Al respecto, ONU Mujeres (2021) establece que:

el Consejo de Comunicación en su informe No. CRDPICCGDIC–DTMC–2021–001–INF Violencia política en los contenidos de los medios de comunicación, que cubrió el período del 11 de enero al 21 de febrero de 2021, “da cuenta de la descalificación; estigmatización; desvalorización; invisibilización; discriminación; enjuiciamiento mediático; victimización; deshumanización; ridiculización; violencia mediática contra las mujeres; violencia del derecho al honor, intimidad, propia imagen y privacidad personal o familiar”. (p. 24–25)

Sobre esta base, los contenidos suelen enfocarse en la estética y moda, en vez del trabajo y liderazgo de las mujeres en el espacio político, es decir, se invisibiliza la vitalidad de sus propuestas políticas con lo cual generan un tipo de violencia política de género, al centrar la información en sus cualidades estéticas, reforzando la sexualización de la mujer (ONU Mujeres, 2021) y no propiamente de sus capacidades para el cargo.

A esto se suma el hábito de mostrar a la mujer “como acompañante del hombre, como objeto decorativo y /o sexual, o como persona que obtiene una satisfacción exclusiva por ser observada [lo que] es interpretado por la audiencia como un estereotipo que perpetua la discriminación por motivos de género” (García y Martínez 2009, p. 210). Esta violencia simbólica pretende perpetuar roles de género y fundamentar la invisibilización del ejercicio y participación política de las mujeres, y por lo tanto naturalizar el discurso de odio hacia ellas.

Lo habitual es que, desde cualquier medio comunicacional masivo, se ofrezca una

representación distorsionada, sesgada, estereotipada y violenta sobre lo que supuestamente significa el “ser mujer”, cosa que atenta consecuentemente contra el derecho de las mujeres a una vida más digna en todos los sentidos. (Chirino, 2020. p. 71)

Cabe recordar, que los medios de comunicación, al ser uno de los agentes de socialización, pueden incidir sobre las audiencias, generando diversos niveles de impacto en algunos segmentos de la población. De esta forma, si los contenidos comunicacionales presentan expresiones basadas en odio, a partir de la estereotipación, estigmatización, descalificación, marginación, exclusión, invisibilización, sobreexposición, entre otros, puede devenir en la reproducción de estos relatos, lo cual puede naturalizar la misoginia y la propagación de un solo discurso, una sola perspectiva, atentatoria contra la democracia, la pluralidad y la participación política en condiciones de igualdad.

Si dicha configuración persiste en la sociedad ecuatoriana, el rol de la mujer en el ejercicio político seguirá siendo el que por muchos años se limita la posibilidad de contar con perspectivas variadas que aporten en la toma de decisiones concernientes a la vida política.

Por ende, resulta relevante el rol social de los medios de comunicación, mismo que puede ser auspicioso en la promoción de la igualdad y la no discriminación (Article 19, 2009). Su aporte es significativo en contextos electorales, pues se constituyen en instrumentos claves que inciden en el debate, la pluralidad de ideas y el voto informado, por ello, deben propender a ejercer su libertad de expresión mediante discursos y contenidos que tomen

en cuenta el enfoque de género y derechos para visibilizar y desnaturalizar los discursos de odio que normalizan la violencia, la misoginia e impiden la participación social y el ejercicio político equitativo de las mujeres.

Conclusiones

En el período 2023, se registran bajos porcentajes de participación de las mujeres en las candidaturas a las municipalidades y prefecturas en Ecuador. Esto evidencia que, a pesar de que existen avances en el reconocimiento formal de derechos de participación paritaria, es una realidad que no se aprecia en el escenario político actual.

La violencia política en el escenario electoral se evidencia en prácticas, ya sean estas de tipo físicas, psicológicas, sexuales u omisiones que afectan los derechos políticos de las mujeres para ser electas, lo que impacta negativamente su trayectoria de vida y su carrera política. A la vez que las organizaciones políticas se han constituido en los espacios más inseguros y más violentos para el ejercicio de la política de las mujeres.

En Ecuador, las mujeres que participan en política son afectadas y están expuestas a diferentes formas de violencia, ya sea al interior de los partidos políticos, sus familias, comunidades, medios de comunicación y redes sociales, donde, a través de discursos de odio, violentos o discriminatorios se ven expuestas a la difamación, la exclusión, invisibilización, ataques, agresiones, amenazas, entre otros actos vejatorios, que con el fin de menoscabar su imagen pública, atentan contra sus derechos de participación, limitan o anulan sus derechos políticos, y afectan al conglomerado de la sociedad y a la consecución de procesos plurales y democráticos efectivos.

La libertad de expresión es un derecho humano inalienable con una dimensión social fundamental, cuyos límites establecidos desde la figura de responsabilidad ulterior, conlleva asumir las consecuencias legales que pueden derivarse tras la difusión de contenidos. Al respecto, el Estado ecuatoriano prohíbe la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos violentos, sexualmente explícitos y discriminatorios que tengan por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos instituidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el país. Las disposiciones concordantes refieren que existe una condición específica del contenido discriminatorio e incluye no solo la apología de odio, sino también los tipos concretos de distinciones, exclusiones o restricciones que conlleven el menoscabo o anulación de los derechos humanos reconocidos en la Constitución.

Si bien es cierto, el discurso de odio como elemento de violencia política hacia las mujeres en sociedades contemporáneas presenta un grado de complejidad, la revisión analítica que hacen sobre la temática organismos como ONU mujeres, en relación a la institucionalidad y organizaciones político partidarias, evidencia la naturalización e invisibilización del ejercicio de la violencia política sobre las mujeres que estas organizaciones mantienen. A su vez, evidencian diversas formas de ataques de odio, discriminación y violencia que se manifiesta a través de redes sociales y medios de comunicación, como uno de los principales medios de ataque a la imagen de las mujeres.

Frente a esta realidad, las estadísticas expuestas permiten identificar que los diversos discursos de odio son una expresión de una forma de violencia política que se mantienen presentes en la contienda de febrero de 2023 que trae consigo la obstaculización del ejercicio pleno de los derechos políticos de las mujeres hasta la actualidad.

La violencia de género en el ámbito político es multifacética, normas sociales, creencias, comportamientos arraigados y prácticas cotidianas configuran este tipo de vulneración, los cuales conllevan diversos tipos de discursos de odio. Frente a esta realidad, los espacios de interacción comunicacional como las redes sociales y, específicamente, los medios de comunicación, como uno de los entes de socialización, cumplen un papel primordial para romper con los discursos de odio en la violencia política de género. Su función está ligada a contribuir desde la práctica comunicativa a la construcción de contenidos de calidad con enfoque de derechos, cimentando así, una dinámica comunicacional que propenda a la eliminación de la discriminación y la violencia en esta esfera de participación individual, social y política.

Referencias

_____. (25 de enero de 2023) Advierten aumento de violencia contra candidatas en elecciones de Ecuador. *Diario Expreso* <https://www.expreso.ec/actualidad/advierten-aumento-violencia-candidatas-elecciones-ecuador-148337.html>

Arrieta, M. (2014). Libertad de expresión y derecho a la información en las redes sociales en Internet. *Revista de Derecho Comunicaciones y Nuevas Tecnologías*, (12). https://derechoytics.uniandes.edu.co/components/com_revista/archivos/derechoytics/ytics191.pdf

- Article 19. (2009). Los Principios de Camden. Sobre La Libertad de Expresión y la Igualdad. <https://www.article19.org/data/files/pdfs/standards/los-principios-de-camden-sobre-la-libertad-de-expresion-y-la-igualdad.pdf>
- Bautista, R. (2017). ¿Eres un ciberhater? Predictores de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet. *International E-Journal of Criminal Sciences*, 11(2). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6483004>
- Bazzaco, E., García, A., Lejardi, J. Palacios, A., y Tarragona, L. (2017). ¿Es odio? Manual práctico para reconocer y actuar frente a discursos y delitos de odio. https://www.idhc.org/arxius/recerca/1517393506-ES_ODIO_Manual_practico_vF.pdf
- Benassini C. (2022). La construcción del discurso de odio contra las mujeres por los participantes en espacios misóginos de una red social. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 4(17). <https://revistas.usc.gal/index.php/ricd/article/view/8757/12536>
- Bernal, J. (2016). El enaltecimiento del terrorismo y la humillación a sus víctimas como formas del discurso de odio. *Revista de Derecho Penal y Criminología*, 3(16), 13-44. http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:revistaDerechoPenalyCriminologia-2016-16-5000/Bernal_Castillo.pdf
- Bersosa, J. (2021). Las mujeres como candidatas en los procesos electorales en Ecuador desde el retorno a la democracia—a propósito de las elecciones del 2021. *Boletín Académico Sociología y Política Hoy*, (5), 111 - 124. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/hoy/article/view/3252/3800>

- Bourdieu, P. (1999). *Intelectuales, política y poder*. Eudeba.
- Bourdieu, P. (2001). Fundamentos de una teoría de la violencia simbólica. En: Bourdieu, Pierre; Passeron, Jean-Claude. *La Reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*.
- Carrión, F. (2008). Violencia y medios de comunicación: populismo mediático. *URVIO. Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, (5), 8-9. <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/urvio/article/view/7-12/1664>
- Cerva, D. (2017). Medios de comunicación y violencia política hacia mujeres: continuidades y transformaciones en el proceso electoral de 2012 y 2015. [Trabajo de titulación]. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. https://www.researchgate.net/publication/317239996_Medios_de_comunicacion_y_violencia_politica_hacia_mujeres_continuidades_y_transformaciones_en_el_proceso_electoral_de_2012_y_2015
- Chacón, D. (2023) Violencia política. Entrevista realizada por Gabriela Sinchi. *Medio digital Wambra radio*. <https://wambra.ec/violencia-a-las-mujeres-elecciones-ecuador-2023/>
- Chirino, O. (2020). La violencia de género y los Medios de Comunicación Social. Encuentros. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, (11), 69-92. <https://www.redalyc.org/journal/6363/636369217005/636369217005.pdf>
- Climent, J. (2016). Análisis de los orígenes de la libertad de expresión como explicación de su actual configuración como garantía institucional. *Revista boliviana de derecho*, (22), 236-253. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2070-81572016000200011

- Coello, Y. (2021) la violencia política contra las mujeres y su incidencia en la Afectación de los derechos [Tesis]. Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8749/1/Coello%20Ibarra%20Y.%282022%29%20La%20violencia%20pol%C3%ADtica%20contra%20las%20mujeres%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20afectaci%C3%B3n%20de%20los%20derechos.pdf>
- Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia [CERI]. (1993) Recomendación General N° 15, relativa al artículo 4 de la Convención Internacional para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial. https://www.ohchr.org/sites/default/files/cerd_SP.pdf
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos [CNDH]. (2019). ABC de la perspectiva de género. CNDH. <https://mexicosocial.org/wp-content/uploads/2019/03/perspectiva-g%C3%A9nero-CNDH.pdf>
- Consejo de Comunicación. (2020). Los medios de comunicación social y la autorregulación: franjas horarias, tipos de contenidos y educación compartida de los actores de la comunicación en el contexto normativo ecuatoriano y española. <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/los-medios-de-comunicacion-social-y-la-autorregulacion-franjas-horarias-tipos-de-contenidos-y-educacion-compartida-de-los-actores-de-la-comunicacion-en-el-contexto-normativo-ecuatoriano-y-espanola/>
- Consejo de Comunicación. (2021). Presentación del Compendio de principios y recomendaciones para contribuir con la erradicación de la violencia política

en medios de comunicación. <https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO-REP/230/1/Foro-virtual-Violencia-poli%CC%81tica-en-los-medios-de-comunicacio%CC%81n-Presentacio%CC%81n-de-compendio.pdf>

Consejo de Comunicación. (2021). Recomendaciones generales para prevenir la violencia política en medios de comunicación social de Ecuador. <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/recomendaciones-prevenir-violencia-politicamedios-de-comunicacion-ecuador>

Consejo de Comunicación. (2021). Violencia política en los contenidos de los medios de comunicación, período del 11 de enero al 21 de febrero de 2021. [Informe No. CRDPIC-CGDIC-DTMC-2021-001-INF].

Consejo de Comunicación. (2023). Fundamentación de la metodología para la evaluación de contenidos comunicacionales presuntamente discriminatorios. [Escrito sin impresión]. Dirección Técnica de Evaluación de Contenidos.

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación [CRDPIC]. (2020.) Revista Enfoques de la Comunicación. Revista de análisis y debate de la comunicación. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/issue/view/rec4>

Consejo Nacional Electoral [CNE] y ONU Mujeres. (2019). Estudio Violencia Política Contra las Mujeres en el Ecuador. ONU Mujeres. <https://ecuador.un.org/sites/default/files/2020-02/violencia%20politica%20baja.pdf>

- Consejo Nacional Electoral del Ecuador [CNE]. (2023, 4 de julio) Resultados de las Elecciones Seccionales, CPCCS y Referéndum 2023. <https://app01.cne.gob.ec/resultados2023>
- Consejo Nacional para la Igualdad de Género [CNIG] y CARE Ecuador. (2019). Apuntes para la participación política de las mujeres: Mecanismos e insumos para su garantía y el combate a la Violencia Política de Género. <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/11/08-Apuntes-para-la-participaci%C3%B3n-pol%C3%ADtica-de-las-mujeres-mecanismos-e-insumos-para-su-garant%C3%ADa-y-el-combate-a-la-violencia-pol%C3%ADtica-de-g%C3%A9nero.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial No. 449 del 20 de octubre de 2008. https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, Convención de Belém Do Pará. 9 de junio de 1994. <https://www.oas.org/es/mesecvi/convencion.asp>
- Cortés, T. (2021). Violencia política contra las mujeres en la cultura política poblana. [Trabajo de titulación de grado]. Universidad Iberoamericana de Puebla. <https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/5074/Cortes%20Pancoat%20Teresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cristoffanini, M. y Hernández, P. (2021). Violencia de género: prevalencia, imaginarios sexistas, y mitos en la juventud universitaria. <http://www.>

scielo.org.pe/pdf/apuntes/v48n88/0252-1865-apuntes-48-88-00035.pdf

Declaración de principios sobre libertad de expresión de 1959.

<https://www.cidh.oas.org/basicos/declaracion.htm>

Declaración Universal de Derechos Humanos. 10 de diciembre

de 1948. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Declaración y Programa de Acción de Durban [DPAD] de 2002.

Conferencia Mundial contra el Racismo, la Discriminación Racial, la Xenofobia y las Formas Conexas de Intolerancia.

Díaz, M. (2020). Discurso de odio en América Latina.

Tendencias de regulación, rol de los intermediarios y riesgos para la libertad de expresión. Derechos Digitales.

<https://www.derechosdigitales.org/wp-content/uploads/discurso-de-odio-latam.pdf>

Dunajacka, M. (2010). La violencia y los medios. *Bien común*, (84), 58-62.

Escalante-Herrera, A. y Méndez-Aguilar, N. (2008).

Experiencias de acoso político hacia las mujeres que ocupan puestos de elección popular en el nivel

local de gobierno. ONU mujeres, Inamu, Solidar y

Gobierno de España. https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/84482/Tita_Acoso_Politico_EscalanteHerrera_MendezAguilar_UNU_mujeres_2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Espinoza, F. (2021). La prevención del abuso sexual contra

niños y niñas en entornos educativos del Distrito

Metropolitano de Quito desde el enfoque de derechos humanos. [Tesis de Maestría, Universidad Andina

Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/8314>

- Evangelista, A. (2019). Normalización de la violencia de género como obstáculo metodológico para su comprensión. *Revista Nómadas*, (51), 85–97. <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n51/0121-7550-noma-51-85.pdf>
- Freidenberg, F. y Del-Valle-Pérez [Eds.]. (2017). Cuando hacer política te cuesta la vida. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4735/23.pdf>
- Fundación Tandem. (20 julio de 2023). Quienes somos. [Página web] <https://fundaciontandem.com/>
- Galtung, J. (1990). Cultura Violence. *Journal of Peace Research*, 27(3), 291–305.
- García, N. y Martínez, L. (2009). La representación positiva de la imagen de las mujeres en los medios. *Comunicar*, 32(XVI), 209–214. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15812476023>
- GK (2 de agosto de 2023). La violencia política en las elecciones 2023, en cifras. GK. [Portal informativo]. <https://gk.city/2023/01/25/violencia-politica-elecciones-2023-ecuador/>
- Guadarrama G. y Aguilar, E. (2021). Las diversas lecturas del concepto de violencia política en razón de género en México (2010–2020). *Revista de Ciencias Sociales Convergencia*. <https://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v28/2448-5799-conver-28-e14538.pdf>
- Hernández, R. (2013). La normalización del discurso de la violencia. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. <http://132.248.9.195/ptd2014/enero/0708086/0708086.pdf>
https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/DurbanDecProgAction_sp.pdf

- Krook, L. y Restrepo, J. (2016). Género y violencia política en América Latina: conceptos, debates y soluciones. *Política y Gobierno*. XXIII (1), 127 – 162. <http://www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/article/view/737/587>
- Krug, E., Dahlberg, L, Mercy, J. Zwi, A., y Lozanos, R. [Eds]. (2003). Informe mundial sobre la violencia y la salud. <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/725/9275315884.pdf>
- Ley Orgánica de Comunicación de 2013. Tercer Suplemento del Registro Oficial Nro. 22, 25 de junio de 2013. Última reforma: Segundo Suplemento del Registro Oficial Nro. 188, 14 de noviembre de 2022. <https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/suplementos/item/17642-segundo-suplemento-al-registro-oficial-no-188>
- Ley Orgánica Integral para la Prevención y Erradicación de la Violencia de Género Contra las Mujeres de 2018. Registro Oficial Suplemento No. 175 de 5 de febrero de 2018. https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/ley_prevenir_y_erradicar_violencia_mujeres.pdf
- Macías, D. y Valdespino, G. (2019). El discurso de odio como elemento de violencia política por razón de género. [Trabajo presentado en el X Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, de la Asociación Latinoamericana de Ciencias Políticas (ALACIP)]. <https://alacip.org/cong19/434-valdespino-19.pdf>
- Maldonado, J. (2019). Violencia política sexual, una conceptualización necesaria. *Revista Nomadías*. (27), 143–166. <https://nomadias.uchile.cl/index.php/NO/article/view/54379/58346>

- Meza-Lopehandía, M. (2018). Tipificación de la incitación a la violencia. Comisión de Derechos Humanos y Pueblos Originarios. Proyecto de Ley que tipifica el delito de incitación a la violencia. Boletín N° 11424-17. https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/26181/1/BCN2018_TIPO_Tipificacion_de_la_Incitacion_a_la_violencia.pdf
- Ministerio Público Fiscal. (2020). Violencias de género y acceso a la justicia. Procuraduría General de la Nación República Argentina. <https://www.mpf.gob.ar/direccion-general-de-politicas-de-genero/files/2020/08/Violencias-de-ge%CC%81nero-y-acceso-a-la-justicia.pdf>
- Miró, F. (2016). Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet. *IDP: revista d'Internet, dret i política. Revista de Internet, derecho y política*, (22). <https://raco.cat/index.php/IDP/article/view/n22-miro/408486>
- Movimiento contra la Intolerancia. (2012). Informe sobre discriminación, delitos de odio y violencia contra las mujeres relacionada con su identidad u orientación sexual. <https://www.aragon.es/documents/20127/2523474/Informe+de+la+Intolerancia+a+la+Discriminaci%C3%B3n.pdf/d963b4ee-64eb-2cea-66c1-fa94c8619aa3?t=1614675194204>
- Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos - Paraguay [OHCHR]. (2019). Preguntas y respuestas Para entender el concepto y alcance del derecho a la libertad de expresión. <https://acnudh.org/load/2019/07/007-Preguntas-y-Respuestas-para-Entender-el-Concepto-y-Alcance-del-Derecho-a-la-Libertad-de-Expresi%C3%B3n.pdf>

- ONU Mujeres. (2021). Guía sobre violencia política de género contra las mujeres en medios de comunicación y redes sociales. <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ec/883cbc7b456c7b9d26f12c78837f3dfccd9aee536e997971975fd783f7a3b1d0.pdf>
- ONU Mujeres. (2021). Nota Orientativa Prevenir la Violencia contra las Mujeres en la Política, Nueva York. Obtenido de: <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2021/Guidance-note-Preventing-violence-against-women-in-politics-es.pdf>
- Organización de Estados Americanos [OEA]. (1969). Convención Americana sobre Derechos Humanos. Gaceta Oficial No. 9460 del 11 de febrero de 1978. https://www.oas.org/dil/esp/1969_Convenci%C3%B3n_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2020). United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech Detailed Guidance on Implementation for United Nations Field Presences. ONU. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/UN%20Strategy%20and%20PoA%20on%20Hate%20Speech_Guidance%20on%20Addressing%20in%20field.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2021). Género, medios & TIC: nuevos enfoques de investigación, educación & capacitación. Series UNESCO sobre la educación periodística. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375656>

- Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966. Por la que se reconocen los derechos políticos de las mujeres. 16 de diciembre de 1966. https://www.ohchr.org/sites/default/files/ccpr_SP.pdf
- Pasco, R. (2014). *Responsabilidad social y medios de comunicación*. CASO GRUPO RPP 2008– 2011.
- Peña, P. (2022). Guía práctica contra la violencia política de género digital. Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/chile/19251-20220914.pdf>
- Pérez, M. y Noguera-Vivó, J. [eds.]. (2022). Hate speech and polarization in Participatory Society. Routledge, Taylor and Francis Group, p. 122–152.
- Rauber, I. (2003). Género y poder. <https://cronicon.net/paginas/Documentos/No.38.pdf>
- Real Academia Española [RAE]. (2023). Diccionario. <https://www.rae.es/>
- Recomendación General No. 35 sobre el combate contra el discurso de odio racial [CERD]. 9 de septiembre 2013. Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial. CERD/C/GC/35. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G13/471/41/PDF/G1347141.pdf?Open>
- Rojas, C. y Zapata, G. (2008). Libertad de expresión e información de prensa. *Revista Derechos Humanos y Acción Defensorial*, 1(3), 23–42. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r23409.pdf>
- Stark, E. (2007). Control coercitivo: cómo los hombres atrapan a las mujeres en su vida personal. Prensa de la Universidad de Oxford.
- Teruel, G. (2017). Libertad de expresión y discursos de odio en países democráticos. *Revista Defensor*. XV

(2), 21–25. https://cdhcm.org.mx/wp-content/uploads/2014/05/dfensor_02_2017.pdf

Torres, M. (2004). Violencia social y violencia de género. *Planovicr*. https://planovicr.org/sites/default/files/documentos/violencia_social_vcm_marta_torres.pdf

Torres, N. y Taricco, V. (2019). Los discursos de odio como amenaza a los derechos humanos. Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información [CELE]. https://www.palermo.edu/Archivos_content/2019/cele/Abril/Los-discursos-de-odio_Torres-y-Taricco.pdf

Urrutia, L. (2017). ¿Discursos del odio, misoginia o libertad de expresión? *Revista EN LETRA*. Dossier de Debates Actuales sobre Género(s). IV (8), pp. 34–54. <https://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2019/07/doctrina47858.pdf>

Valdemarca, L. y Bonavitta, P. (2010). La violencia intrafamiliar como representación en la prensa gráfica en el diario de mayor distribución en el interior de Argentina. *Revista de Estudios Sociales* (39), 70–79.

Velázquez, S. (2003). Violencias cotidianas, violencia de género. Escuchar, comprender y ayudar. Paidós.

Waldron, J. (2012). “The Harm in Hate Speech”. Cambridge: Harvard University Press.

Discriminación y Violencia Generacional en Elecciones

Discrimination and Generational Violence in Elections

Paulina del Rocío Vizcaíno Carrera¹
Periodista

Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional
paulinavizcaino@igualdad.gob.ec
Quito, Ecuador

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 297-336.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 26-jun-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Resumen

La violencia y discriminación en un contexto de comunicación política, en el marco de elecciones y estrategias, que viven los grupos generacionales: niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores, es diferenciado, según la edad que atraviesan, la realidad que viven y cómo esto se expresa a través de distintas prácticas sociales.

La violencia y la discriminación, en cada grupo generacional, desde el quehacer político, en lo que tiene que ver con estrategias y comunicación –frente a un contexto electoral– muestra, además, que no solo se practica hacia cada uno, sino en un ambiente–país, donde se expone cómo distintos escenarios han marcado el relacionamiento entre los distintos actores sociales. El ensayo muestra cómo ciertas acciones de violencia y discriminación pasan desapercibidas y que a veces son invisibilizadas a tal punto que tienden a naturalizarse.

¹ Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador, 19 años de experiencia en comunicación organizacional en ámbitos públicos y privados. Coordinadora de proyectos, periodista en medios de comunicación digitales, blogger de paulvizcaino.com, community manager, administradora de sitios web y redactora de artículos y ensayos. Directora de Comunicación, desarrolladora de contenidos para copywriting, en redes sociales e impresos. Creadora de contenidos del curso «Comunicación con enfoque de derechos». Autora del Manual de Derechos con Enfoque de Comunicación para la Asociación de Scouts del Ecuador y Editora del Proyecto Educativo.

Se concluye que la prevención de la violencia y la discriminación en el espectro de la comunicación, políticas y estrategias es un tema de Estado, pero también se construye desde la sociedad civil, empezando por su base fundamental: la familia, para lo cual se da especial importancia al fortalecimiento de las relaciones y el diálogo intergeneracional.

Hacer comunicación con enfoque de derechos es uno de los retos fundamentales, no solo a llevarse desde la esfera pública, sino desde la privada también, para proteger y garantizar los derechos de niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores.

Palabras clave: adultocentrismo, política, ética, relaciones intergeneracionales, igualdad y no discriminación

Abstract

Violence and discrimination in a political communication context, within the framework of elections and strategies, experienced by generational groups: girls, boys, adolescents, young people and older adults, is differentiated according to the age they are going through, the reality they live and how this is expressed through different social practices.

Violence and discrimination, in each generation group, from the political agenda, in what has to do with strategies and communication, in the face of an electoral context, also shows that it is not only practiced towards each one, but in an country environment, where it is exposed, how different scenarios have marked the relationship between different social actors. The essay shows how certain actions of violence and discrimination go unnoticed and are sometimes made invisible, to the point that they tend to become naturalized.

It is concluded that the prevention of violence and discrimination in the spectrum of communication, policies and strategies is a problem of the State, but it is also built from civil society, starting with its fundamental base: the family, for which special importance is given to strengthen relationships and intergenerational dialogue.

Making communication with a rights-based approach is one of the fundamental challenges, not only to be carried out from the public sphere, but also from the private sphere, to protect and guarantee the rights of girls, boys, adolescents, young people and old adults.

Keywords: adult centrism, policy, ethics, intergenerational relations, equality and non-discrimination

Introducción

El espacio democrático conocido como elecciones o comicios electorales para las distintas dignidades políticas en el país, se desenvuelven y desarrollan en escenarios diversos, que muestran distintas posibilidades y a la vez transcurren dentro de lo conocido, lo previsible y acuñando prácticas que se han vuelto parte de la cotidianidad y a veces hasta invisibilizadas, como la discriminación o violencia, que dista por ejemplo, de lo que Fernando Savater, profesaba en *Política para Amador* (1993) y *Ética para Amador* (1991), tanto la política como la ética son dos ciencias diferentes, pero a la vez buscan un mismo fin, que es vivir bien, primero, con nosotros mismos y luego, manejando responsablemente la libertad, para lograr una sana convivencia.

Al abordar elecciones, estrategias y contextos, desde la comunicación política en este 2023 en el Ecuador y ponerla de cara hacia la discriminación y violencia, desde

este ensayo se abordará, dos frentes: la discriminación hacia los grupos generacionales y la violencia que se genera no solo a partir de este hecho, sino en expansión al ambiente que se vive en el país, en el marco de los comicios electorales.

Retomando uno de los postulados de Fernando Savater (1991), en la ética se puede decir, que lo importante es estar bien con uno mismo, con las propias acciones, la conciencia y, sobre todo, aprender a manejar de manera individual e inteligente la libertad. En cambio, la actitud política busca el desarrollo y organización grupal, busca limitar la libertad hasta el punto de que no afecte la del otro; que no es sino una forma de coordinación y armonía mutua.

A partir del juego de estas dos premisas –tanto en política como ética– podríamos decir que la actitud política a diferencia de la actitud ética, busca convencer al otro sobre ideales y pensamientos, mientras en la ética basta con convencerse a uno mismo.

Desde el Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNI], como la entidad responsable de asegurar el pleno ejercicio de derechos, igualdad y no discriminación de niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores, se reflexiona sobre la temática de la discriminación y violencia, desde distintos ámbitos, que han sido latentes y permanentes, frente a los cuales se ha manifestado una posición institucional de cara al tema, llamados al cumplimiento de la ley, así como la insistencia de coordinar y articular el trabajo junto a otras instituciones, para visibilizar problemáticas que giran alrededor de los comicios electorales.

En este sentido, consideramos como un significativo aporte, el criterio de Tomaž Deželan en el *Diálogo Intergeneracional para la Democracia* (2017), quien cita que “la democracia se trata de la equidad intergeneracional” (p.7). Cabe destacar entonces que un tema fundamental para el debate y la reflexión, son las relaciones intergeneracionales, donde se entrelazan una serie de situaciones, vínculos, afectos y desafectos que configuran los escenarios sociales y por supuesto los políticos, donde se puede apreciar desde los propios sentidos y los hechos externos al ser, situaciones como la inclusión o la discriminación; y para efectos del ensayo aquí propuesto: la violencia generacional en elecciones.

Cada grupo generacional ha vivido discriminación y violencia, relacionado con los comicios electorales. Cada escenario que se presenta hacia niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores, tiene sus particularidades y actuación propia, si bien, son diferenciados, confluyen en una misma situación, que analizaremos a continuación. Además, decir que no existen comicios electorales intergeneracionales, donde se logre destacar no solo las necesidades que pudieran ser atendidas para cada generación, sino para fortalecer y potenciar las relaciones intergeneracionales.

Desarrollo

Grupos Generacionales en Medio de las Elecciones, Estrategias y Contextos

Niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores son parte de los grupos de atención prioritaria que atiende el Consejo Nacional para la Igualdad

Intergeneracional [CNII], desde sus atribuciones y misión constitucional, por lo cual desde cada grupo generacional se vive de manera distinta el proceso electoral y el ejercicio del derecho a la participación.

De la Violencia y Discriminación. Niñas, Niños y Adolescentes Usados para Proselitismo Político

Del monitoreo realizado por el CNII, en el *Informe de observancia sobre el uso de imagen de niñas, niños y adolescentes en actividades de proselitismo político, durante la campaña electoral, correspondiente a las elecciones seccionales de febrero del 2023 (2023)*, del que hablaremos más adelante, se pudo observar cómo desde la esfera y el ámbito comunicacional, se utiliza la imagen de niñas, niños y adolescentes para hacer proselitismo político.

Los movimientos políticos usan la imagen de niñas, niños, adolescentes, en sus campañas a través de videos y fotografías, no solo para hacerse publicidad, sino para dar un mensaje y tratar de conquistar así a los electores, a que les den su voto, violentando no solo lo que dispone la normativa vigente en cuanto a la prohibición de la imagen de niñas, niños y adolescentes expresada en el artículo 52 del Código de la Niñez y Adolescencia vigente: Prohibiciones relacionadas con el derecho a la dignidad e imagen: “*La utilización de niños y niñas o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político o religioso*” (2022 (2003)).

Además, se encuentra de por medio, tratarlos como objetos, para provocar emotividad, dolencia y desprotección, así como también usar la inocencia de niñas y niños, para darle un rostro particular a un candidato o candidata.

Vale la pena también, recordar que, aún en los casos permitidos por la ley, no se podrá utilizar públicamente la imagen de un adolescente mayor de quince años, sin su autorización expresa; ni la de un niño, niña o adolescente menor de dicha edad, sin la autorización de su representante legal, quien sólo la dará si no lesiona los derechos de su representado. Con respecto al proselitismo político, el criterio y la ley es muy clara.

Del “Informe de Observancia sobre el cumplimiento de la prohibición de utilización de la imagen de niñas, niños o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político a nivel nacional – durante la campaña electoral en el período del 9 de enero al 2 de febrero de 2023” (Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNI], 2023), se encontró que el 55% de las y los adolescentes integrantes del Consejo Consultivo Nacional de Adolescentes, observó durante el período del 20 de enero al 2 de febrero de 2023, que no se cumplió la prohibición de utilización de niñas, niños o adolescentes en las campañas electorales, por parte de candidatas y candidatos a alcaldías y concejalía, en redes sociales como *Facebook*, en los campus educativos, en fiestas, canchas y de manera particular indicaron que se apreció en acciones concretas como:

- Organización de fiestas en discotecas, patrocinadas por un partido político o candidato.
- Exhibición de niñas y niños con banderas en eventos de campañas políticas por parte de sus padres.
- Utilización de fotografías de niñas, niños o adolescentes, en campañas sin permiso de sus padres.

Tabla 1

Tomado textualmente del Informe y sesión realizada vía zoom con niñas, niños y adolescentes del Consejo Consultivo Nacional (2023)

Adolescentes	Informarse y tomar en cuenta que NO podemos ser utilizados en campañas electorales. Conversar con el encargado de la campaña, el candidato para que entren en razón para que no utilice la imagen, de los niños, niñas y adolescentes porque está prohibido por la Ley.
Candidatos y Candidatas Organizaciones políticas	<ul style="list-style-type: none"> - Que candidatos y candidatas deberían pensar en la seguridad y privacidad de los niños y niñas si se quiere pensar en el beneficio del pueblo. "Ustedes que son personas modelo y las primeras que deben cumplir con la ley de niñez y adolescencia". - Que es necesario comprender que no es correcto usar la imagen de los niños, niñas y adolescentes, que es irresponsable y nos demuestra lo poco seguro que será su trayecto en el caso que llegaran a ganar.
Ciudadanas y ciudadanos Organizaciones sociales y comunitarias	Hacer una veeduría para que dentro de sus eventos no exista la presencia de niñez y adolescencia, ya que en la mayoría de las ocasiones son entornos peligrosos y donde suelen pasar hambre, sol y lluvia. También otras veedurías ciudadanas de la prohibición de niños, niñas y adolescentes en campañas.
Padres, madres y tutores de niñas, niños y adolescentes Familia	Que las familias hagan conciencia de no utilizar a los niños, niñas y adolescentes en campañas y mítines políticos, porque pasa hambre, sed, insolación.
Rector de la Política Electoral Consejo Nacional Electoral	<ul style="list-style-type: none"> - Supongo que lo más lógico sería hablar con la persona que está encargada de la campaña, con el candidato, etc. para que tomen en cuenta que al momento en el que usan el rostro, la imagen, el nombre, etc. ponen en riesgo a los niñas, niños y adolescentes. - Las autoridades deberían sancionar y monitorear oportunamente estos actos. Debe haber más control en redes sociales.

Nota: Fuente: Informe de Observancia sobre el Cumplimiento de la prohibición de utilización de la imagen de niñas, niños o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político a nivel nacional – durante la campaña electoral en el período del 9 de enero al 2 de febrero de 2023. Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII], (2023).

Cuando hablamos de niñas, niños y adolescentes, en un tema aparentemente «tan de adultos», como lo son las elecciones o la comunicación política, cabe indicar que, a más del incumplimiento de la ley, señalado en párrafos anteriores, existen más aspectos alrededor de ello, como es el adultocentrismo, que no es sino una concepción que sitúa al adulto en el centro de la sociedad y lo considera superior a los niños y a los adolescentes. El adultocentrismo es la situación de desigualdad de poder por edad que está instalada en la sociedad; por su parte el concepto adultismo, se refiere al conjunto de conductas que promueve y sostiene esa desigualdad (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF], 2013).

La transformación de las relaciones entre la niñez y la adolescencia con el «mundo adulto», según Victor Giorgi en el *Diálogo intergeneracional, Adultocentrismo y políticas públicas* (2021), que incluye personas e instituciones, demanda redefinir los servicios para un nuevo «usuario infantil»; e implica también importantes desafíos donde la corresponsabilidad requiere del diálogo intergeneracional entre los diferentes actores y una ruptura epistemológica en relación a modelos adultocéntricos tradicionales.

Esta perspectiva implica reflexionar acerca de cómo son tratados –desde la cotidianidad y en todos los espacios– las niñas, niños y adolescentes, bajo esta tendencia

o conducta de personas adultas y/u organizaciones –familiares, comunitarias, sociales, educacionales, laborales, estatales, políticas, etc.– que se relacionan de manera asimétrica con niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores y se erigen como modelos de referencia, para conceptualizar el mundo y la comprensión e interpretación de realidades y significados, por lo que la política no escapa a este escenario y prácticas sociales. “La historia de la infancia ha crecido en las sombras de su invisibilidad o a partir de una larga suma de abusos y daños irreparables a nivel de nuestras sociedades”, según Luis E. Albernaz (2021, p. 4).

El objetivo –al participar en la vida política– es tratar de encontrar el mayor equilibrio posible en la sociedad. La sociedad tiene que tratar de ser lo más social que pueda. Hay que reivindicar los intereses de la sociedad y buscar el bien común (Savater, 1991).

Pareciera entonces, que existe una suerte de dicotomía, entre política y ética. ¿Cómo hacer política y vivir desde la ética? ¿Cómo hacer política que involucre a niñas, niños y adolescentes, sin vulnerar sus derechos? ¿Es posible hacer campaña política involucrando a niñas, niños y adolescentes, sin usar su imagen? ¿Cómo ser una sociedad lo más social que se pueda?

La normativa que por una parte establece claramente la prohibición del uso de imagen de niñas, niños y adolescentes, en actividades de proselitismo político, se incumple en los medios de comunicación, y más aún en los que carecen de regulación, como lo son las redes sociales, donde todo el mundo publica fotos, comentarios y videos, sin que haya ese respeto por la imagen ajena, donde

resalta el uso y el abuso de la imagen de niñas, niños y adolescentes, que son tratados como objetos de protección. Esta problemática entonces, rebasa la ética y distorsiona la política.

Esta manera de violentar los derechos implica –no solo en el uso de la imagen en casos claramente prohibidos– sino que, además, es una forma de violencia y discriminación, donde el adulto hace caso omiso a lo que establece la ley y la protección de derechos. Partamos desde padres y madres, quienes posan para las fotografías y videos, junto a candidatos y candidatas, con sus hijos, vistiendo atuendos del movimiento político con el cual simpatizan o del cual reciben algún beneficio. La protección empieza por casa, y si hacemos énfasis en ello, se trata de educar al adulto para que entienda cuáles son los límites y por qué. Lo que debe entenderse es que niñas, niños y adolescentes tienen derechos, prioridad absoluta e interés superior, que va por sobre lo que los adultos pretendan, según se detalla en la Convención de los Derechos del Niño (1989):

1. En todas las medidas concernientes a los niños que tomen las instituciones públicas o privadas de bienestar social, los tribunales, las autoridades administrativas o los órganos legislativos, una consideración primordial a que se atenderá será el interés superior del niño. La Convención sobre los Derechos del Niño reconoce a niñas, niños y adolescente como sujetos de derechos y se basa en cuatro pilares: interés superior, participación, desarrollo y supervivencia; y no discriminación. (artículo 3)

Entonces lograr una sociedad más social, frase que argumenta Savater en *Ética para Amador* (1991), implicaría desde esta perspectiva aquí expuesta, que hay que vivir cada faceta de la vida social, como lo son las campañas y comicios electorales, respetando al otro, cumpliendo lo que señala la ley, siendo creativos e inclusivos desde el fondo y no solo en las formas.

De la Violencia y Discriminación. Adolescentes: entre el Derecho de Participar y ser Juzgados por la Sociedad

Adolescentes de 16 y 17 años que por primera vez participaron con su voto facultativo en el año 2009, cuyo proceso involucró una cifra de 507.534 adolescentes, según la Sistematización de la Primera Participación de Adolescentes en Elecciones Generales del año 2009. Campaña «Si tienes 16 años puedes votar» (Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia [CNNA], 2011), significó un avance en materia del derecho a la participación y tuvo ciertas particularidades que vale la pena recordar, pues pese a que este derecho se ha ido ejerciendo de manera progresiva, reflexionada e informada, existe violencia y discriminación, alrededor de la participación de las y los adolescentes.

Frente a este que fue el primer escenario de participación política de adolescentes a partir de los 16 años, con su voto facultativo, surgieron muchas expresiones de violencia y discriminación, donde muchos sectores de la sociedad en general, como líderes de opinión, académicos, periodistas y ciudadanos, contrapusieron el derecho a la participación, reflejado a través del voto facultativo, con el juzgamiento a adolescentes en conflicto con la ley penal, confundiendo y mezclando por completo los temas, con

el argumento de que debería aumentarse las penas, una vez que «ya tienen madurez» para votar. Otras opiniones más comunes afirmaban que al ser adolescentes no tienen responsabilidad, ni madurez para opinar o elegir en la vida pública y política.

Durante el año 2010, el Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia [CNNA], hizo un estudio – Investigación de adolescentes en conflicto con la ley (2010)– sobre la perspectiva de las personas adultas, frente a la inimputabilidad adolescente, donde uno de los puntos de reflexión que abordaba la justicia penal de adolescentes, afirmaba que se trata de una construcción social, resultado de una evolución histórica compleja, donde se ha creado una relación entre la política criminal, la política y el fenómeno delictual. El experto en derechos de la niñez y adolescencia, Miguel Cillero, explica cómo esta relación entre los tres temas, llega a desvirtuarse desde el constructo adulto:

No es la impunidad que dice que los menores de 18 años deben ser tratados de un modo distinto a los adultos. No es ese el fundamento, el fundamento es la igualdad, la justicia y la orientación de la respuesta penal limitada y especializada hacia fines específicos que resguarden por un lado la protección de la ciudadanía, pero por otro lado también, lo que es muy importante, la protección del desarrollo de los adolescentes. (Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia. (CNNA, 2010, p.5)

Desde esta óptica, se debe cualificar el tratamiento informativo que los medios de comunicación realizaron sobre estos temas, con respecto al derecho

a la participación y demás derechos de niñas, niños y adolescentes. La defensa de la inimputabilidad no implica desconocer la responsabilidad penal que tienen los adolescentes, ni el proceso penal para sancionar los hechos delictivos, lo que se ha buscado siempre, es garantizar un apego al marco jurídico internacional de derechos de niñez y adolescencia, el cual obliga al país a garantizar la protección especial de los adolescentes en conflicto con la ley penal, así como a tomar medidas proporcionales de acuerdo a las realidades particulares, lo que no tiene que ver con el derecho a la participación, a través del voto facultativo, a partir de los 16 años de edad.

Toda pretensión que persiga como propósito implementar limitaciones al ejercicio de derechos de niñas, niños y adolescentes, no hace más que desconocer el esfuerzo y el avance del Ecuador en materia de garantía de derechos humanos, sentando inclusive un grave precedente para el país a nivel internacional.

Al referirse al tema de la cantidad de votantes, Diario El Universo señala:

Del total de 13'450.047 votantes con los que el Consejo Nacional Electoral [CNE] cerró el registro electoral para las elecciones seccionales del 2023 y de miembros del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social [CPCCS] que se realizaron el 5 de febrero 2023, 4'090.233 tienen entre 16 y 29 años, lo que equivale al 30,4 % del padrón electoral. (Escobar, 2022)

Estas son cifras importantes, que implicaría involucrar a estos segmentos de la población en los planes de trabajo, proyectos locales, programas, servicios, etc.

Los avances normativos, reglamentarios y cambios en algunas formas de hacer las cosas, como lo son en varios casos: el voto asistido para las personas adultas mayores con discapacidad por ejemplo, filas preferenciales o dedicar un trato minucioso, son sin duda un progreso en las maneras de organización y de relación entre las personas, sin embargo, también persisten prácticas, con las cuales se puede connotar la discriminación existente por la edad y la violencia por la condición generacional.

Desde lo empírico que se transporta a una experiencia que contribuye a la reflexión, dentro de los consejos consultivos de adolescentes, han manifestado el interés, por ejemplo, por participar con su voto facultativo, no obstante, han asegurado desconocer si hay propuestas por parte de los movimientos políticos, que atiendan sus demandas e inquietudes.

Por ende, las niñas y niños, así como las y los jóvenes, no escapan a este escenario, aunque vivan distintos aspectos de violencia y discriminación por su propia condición.

Este ensayo expone las problemáticas marcadas en discriminación y violencia, que de manera particular saltan frente a cada grupo generacional, desde la especificidad que conlleva en sí misma, cada grupo etario.

De la Violencia y Discriminación. Jóvenes: ¿Actores Estratégicos para el Desarrollo y Democracia?

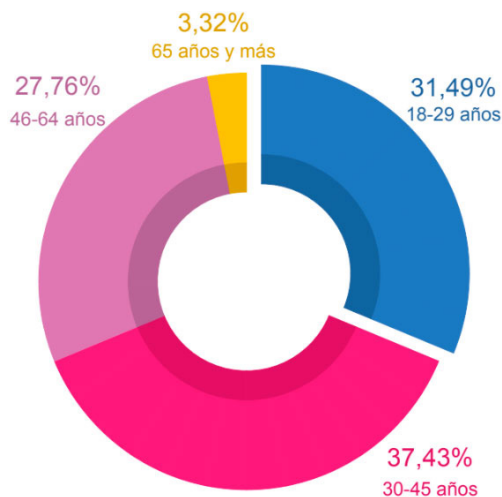
Desde el Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII], se realizó un monitoreo e *Informe de Observancia. Jóvenes: participación y representación política en el proceso electoral 2021 (2021)*, al respecto de la protección de sus derechos, su participación y

representación en la esfera política, que revela los siguientes datos y contexto.

Para plantear un contexto, según los datos del Consejo Nacional Electoral [CNE], en las elecciones del año 2021, 93 partidos –individualmente o mediante alianzas– inscribieron candidaturas para los comicios electorales. En total se registraron 5.036 candidatos de los cuales: 1.586 –31,49%– eran jóvenes entre los 18 y 29 años de edad –724 candidatos entre los 18 y 24 años y 862 entre los 25 y 29 años–; 1.885 –37,43%– se ubicaron en el rango de edad de 30 a 45 años; 1.398 –27,76%– entre los 46 y 64 años; y, 167 –3,32%– tenían más de 65 años (CNE, 2021).

Figura 1

Registro de candidatos por edad



Fuente: CNE, 2021. Fecha de corte: 03 de febrero de 2021. Elaboración: CNII, 2021.

Nota: Elaborado por el Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII] con base en la información del Consejo Nacional Electoral [CNE], febrero 2021.

En términos porcentuales, en el 24,73% de organizaciones políticas aproximadamente 2 de cada 10 candidatos eran jóvenes; en el 56,99% de los partidos o alianzas, aproximadamente entre 3 y 4 de cada 10 candidatos fueron jóvenes; en el 16,13%, entre 5 y 6 de cada 10 candidatos y en el 2,15 % aproximadamente 8 de cada 10 candidatos.

No obstante, y más allá de estos números, que, si bien representan una parte de la realidad, lo más preocupante es lo que no aparece en las cifras, lo que atañe a la realidad, a lo que se mira y escucha en medios convencionales y alternativos de comunicación, lo que está en la convivencia diaria y en las relaciones intergeneracionales.

Acuñado bajo frases coloquiales como: «Es joven e inexperto», esto se convierte en una concepción discriminatoria, pero que resulta en las prácticas algo que se ha normalizado y a veces llega a ser invisibilizado.

La brecha, por tanto, entre el número de jóvenes electos a puestos de representación política, versus otros grupos etarios y en relación al porcentaje de población que representan, obedece a la existencia de un sistema de discriminación que es consecuencia de determinadas prácticas adultocéntricas, entre las que se incluyen una sociedad que no promueve la participación política y no elige a jóvenes por considerarlos inexpertos o poco preparados, para el ejercicio de cargos públicos de representación.

Esto se puede observar en el propio proceso de inscripción de las candidaturas a elección popular en el año 2021, donde se inscribieron 5.036 candidatos de los

cuales 2.489 eran principales y 2.547 suplentes. En total se inscribieron 1.586 jóvenes que representó el 31,49% del total de candidatos, no obstante, solo 525, es decir uno de cada 10 candidatos fue candidato principal, el resto de personas jóvenes 1.061 fueron suplentes.

Es precisamente por esta razón, que si bien la medida normativa de acción afirmativa contribuye a garantizar la participación de las y los jóvenes en la vida política, se requiere trabajar en otros mecanismos contra la discriminación y desigualdad que los sigue limitando, por lo que se necesita promover medidas destinadas a crear capacidades en ellos y ellas para participar; facilitar su organización política; promover el relevo generacional en los partidos y movimientos políticos, entre otras acciones.

De la Violencia y Discriminación: Personas Adultas Mayores, un Sector Invisible, para el Contexto Electoral

La Constitución de la República del Ecuador (2008) reconoce a las personas adultas mayores como un grupo de atención prioritaria, determinando que aquellas personas que forman parte de este grupo generacional, deberán recibir atención prioritaria y especializada en los ámbitos públicos y privados. Se consideran personas adultas mayores aquellas que hayan cumplido sesenta y cinco años de edad (Artículo 36).

De acuerdo a la normativa nacional e internacional vigente, la persona adulta mayor tiene “derecho a la participación activa, productiva, plena y efectiva dentro de la familia, la comunidad y la sociedad para su integración en todas ellas”. Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores (2017, artículo 8).

En este sentido, el Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII] abordó junto a representantes del Consejo Consultivo Nacional de Personas Adultas Mayores, sus percepciones sobre su derecho al voto facultativo, de lo cual, varias opiniones vertidas, que se encuentran recogidas en el *Informe de Observancia de la Consulta a las personas adultas mayores sobre su percepción y experiencia de participación mediante el voto facultativo en el proceso electoral 2023* (CNII, 2023), donde afirmaron que requieren atención para que se facilite su participación y puedan sufragar, ya que según su opinión hubo ausentismo para este grupo etario. Además, expresaron que deberían tener acceso directo al sufragio, debido a las condiciones que muchos atraviesan. Otras personas adultas mayores, aseguraron que no tuvieron la suficiente información para ejercer su voto, ni facilidades o sensibilización de parte de los miembros de las Juntas Receptoras del Voto, para hacerlo.

Considerando que la Constitución del Ecuador (2008) reconoce y garantiza los derechos de las personas adultas mayores: a no ser discriminadas por ser personas adultas mayores –a partir de los 65 años–. Las personas adultas mayores tienen derecho al voto facultativo y, como se mencionó al inicio, según el informe de observancia, apenas 167 personas fueron parte de los candidatos en el 2021. Entonces vale la pena reflexionar dos aspectos: la condición *per-sé* de las personas adultas mayores, quienes no se encuentran entre el segmento «más atractivo» por así decirlo, de las campañas políticas y las elecciones, no solo al ser facultativo su voto, sino que, además, las demandas de este sector de la población, requiere la integralidad de

muchos aspectos, presupuestos, obras y atención, que casi no se incluyen en los planes de los movimientos políticos.

Finalmente, más allá de las cifras, llevemos esta problemática a otro nivel de reflexión, que abarca la violencia y discriminación que sufre este sector, no solo en quienes se candidatizan, sino en quienes ya ejercen los cargos de representación.

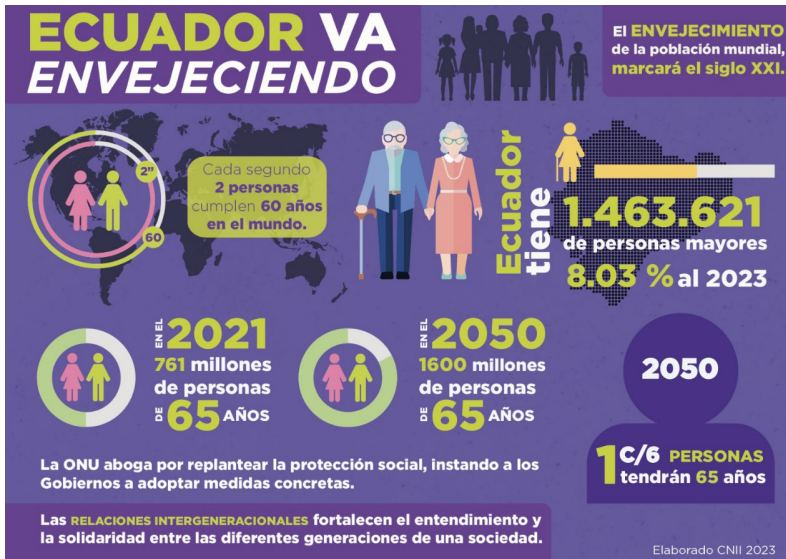
Las expresiones verbales y escritas, por ejemplo, que se utiliza para referirse muchas veces en redes sociales, entrevistas y demás, atañen a la discriminación que existe. Otra forma de discriminación, es que ni siquiera se cuenta con las cifras actualizadas de participación de este sector de la población.

La realidad que vive este grupo generacional es compleja y frente a los datos que se prevén no solo en el país, sino en el mundo entero, desafía a una nueva configuración de la realidad, a la hora de hacer política y presentar propuestas de campaña.

Según Tim Miller e Iván Mejía-Guevara en el ensayo titulado *El envejecimiento de la población en Ecuador: la revolución silenciosa* (2021), el envejecimiento poblacional aumentará la influencia de las personas de edad avanzada –60+ años–. Ecuador se convertirá en una economía envejecida, donde el consumo agregado se concentrará en este grupo etario. Para el año 2045, se espera que Ecuador se convierta en una economía envejecida, ya que el consumo agregado de las personas mayores superaría al de las personas jóvenes.

Figura 2

Ecuador va envejeciendo



Nota: Elaborado por el Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII] con base en Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2021; Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral [CIDI], 2020; INEC (Proyecciones Poblacionales en base al censo 2010).

Desde esta perspectiva, el escenario descrito, junto con algunas cifras, implica por una parte el hecho de que las personas adultas mayores, puedan contar con las condiciones necesarias para ejercer su derecho al voto facultativo, que van desde las formas, acceso, trato preferencial, entre otras, hasta lo más vital que es, el ser tomados en cuenta y ser considerados por quienes ejercen cargos de representación o son candidatos a las distintas dignidades, para que puedan tener una real atención de sus necesidades y derechos fundamentales.

El Desafío de las Relaciones Intergeneracionales, en la Construcción de la Democracia y la Participación

A través de este ensayo, se propone abordar las relaciones intergeneracionales, como una pieza clave al momento de pensar en democracia, igualdad, no discriminación y construcción de empatía. Y en este punto, hacer la pregunta: ¿Se piensa en relaciones intergeneracionales, en las elecciones, estrategias y contextos? Lo manifestado anteriormente muestra que, la imagen de niñas y niños es utilizada, pese a que la ley lo prohíbe, que las y los adolescentes son juzgados y catalogados como poco maduros para votar, que las y los jóvenes son la minoría en los movimientos políticos y que las personas adultas mayores, son discriminadas por su propia condición etaria a la hora de hablar de contiendas electorales.

Con este antecedente, abordamos el tema de las relaciones intergeneracionales, para profundizar más sobre la temática y explicar que se refieren a las interacciones y vínculos que se establecen entre personas de diferentes generaciones. Estas relaciones pueden darse en diversos contextos, como familias, comunidades, entornos educativos o lugares de trabajo.

Las relaciones intergeneracionales son importantes porque permiten la transferencia de conocimientos, valores y experiencias entre generaciones. A través de estas interacciones, las personas pueden aprender de las experiencias y sabiduría de quienes son mayores, mientras que las generaciones más jóvenes, pueden aportar nuevas perspectivas, ideas y conocimientos.

Son fundamentales para promover el entendimiento y la solidaridad entre las diferentes generaciones de una sociedad. Al facilitar el intercambio y la colaboración entre personas de distintas edades, se fortalece el tejido social y se construye un sentido de comunidad más inclusivo y enriquecedor.

Desde una perspectiva internacional, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], en la publicación titulada *Programas Intergeneracionales: Política Pública e Implicaciones de la Investigación Una Perspectiva Internacional* (Hattan-Yeo y Ohsako, 2001), ha señalado la importancia de que los países puedan contar con programas intergeneracionales, como un instrumento para la solución de problemas sociales prioritarios, para unir a generaciones separadas, rescatar y replantear la transmisión de cultura tradicional, fomentar la vida laboral y social activa entre generaciones, compartir recursos entre las generaciones, afrontar los retos de los problemas sociales entre generaciones y contribuir al aprendizaje de toda la vida.

Considerando estos aportes y señalamientos, de parte de autores y organizaciones internacionales, el afán desde el Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII], tiene que ver con poner en reflexión y debate, precisamente estos temas, para que, por ejemplo, las contiendas electorales, sean un espacio donde se pueda considerar a estos grupos generacionales, no solo con su participación activa, sino con propuestas claras y concretas, para: niñez, adolescencia, juventud y adultos mayores.

Según Tomaž Deželan (2017), “la democracia se trata de la equidad intergeneracional, mientras que un estado de equidad intergeneracional fortalece la resiliencia de la democracia” (p. 7), dicho de esta manera, podríamos afirmar que la discriminación y violencia generacional en elecciones, con los argumentos presentados en párrafos anteriores, muestra que existe mucho trabajo por hacer, no solo como Estado, desde las distintas instituciones, sino como sociedad en sí misma.

Las relaciones intergeneracionales están inmersas en el día a día y en cada espacio, no obstante, y al mismo tiempo, tienen cierto efecto de invisibilidad, ante los ojos del quehacer político y social y como diría Deželan, existe un “déficit democrático generacional” (2017).

Promover cuestiones relacionadas con la justicia intergeneracional y el diálogo entre los partidos políticos y otros actores relevantes, para aumentar la conciencia de la perspectiva intergeneracional, los partidos políticos, las autoridades públicas y los medios masivos (y particularmente los medios de difusión públicos) podrían promover y dedicar una gran atención a estos temas, particularmente aquellos que impactan más a los jóvenes y adultos mayores, y asuntos que es probable que ambos grupos tengan al respecto más conocimientos. (p. 13)

Numerosos estudios, por ejemplo, Dalton (1996; 2009), han indicado que la brecha de participación entre los votantes jóvenes y mayores se ha ampliado considerablemente en las democracias de todo el mundo (p. 22). Goerres (2010) observó que los jóvenes son el grupo de edad menos activo en prácticamente todas las áreas de participación (p. 215)

Hablemos de la Comunicación Política al 2023, en el Marco de la Violencia y Discriminación

Si de abordar estrategias, conceptos y contextos se trata, se diría que los escenarios políticos y éticos son previsible, si de profundizar las problemáticas generacionales consiste, de las que aquí se ha hablado, implicaría hacer una resignificación, por ejemplo, a través de la ética que sugería Savater, se trata de aprender a estar en equilibrio con uno mismo, vivir bien y con ello a través de la política, para poder dar respeto y ejercer libertad.

Desde una mirada adulta y convencional, se puede apreciar cómo es la violencia y discriminación que viven los distintos grupos generacionales. Al hablar de comunicación política, significa poder reflexionar sobre esos aspectos, unos que se han naturalizado a tal punto, que pasan desapercibidos. La violencia y la discriminación, son dos fenómenos sociales que están latentes en todas las relaciones humanas, probablemente más notorias en las relaciones asimétricas y de poder.

Tenemos entonces según cada grupo generacional, tres escenarios de violencia y discriminación: uno tiene que ver con la invisibilización que sufren niñas, niños, adolescentes y personas adultas mayores; otro está en el juzgamiento a la participación de las y los jóvenes, por ser jóvenes y «no tener la suficiente experiencia»; y un tercer escenario se mira en la inexistencia de comicios electorales que consideren las relaciones intergeneracionales.

Frente a este escenario, vale poner énfasis en la importancia que tiene el ejercicio de la comunicación, no solo porque cuenta realidades, sino porque las construye o diseña, a partir de las estrategias y contextos que se

utilizan y en donde se desenvuelven. La política se conoce precisamente a través de los medios de comunicación, de la interpretación que se hace desde la labor periodística, por ello es vital entender que la comunicación juega un papel fundamental en temas como la prevención de la violencia y la discriminación. Hacer comunicación con enfoque de derechos, por ejemplo, es uno de los desafíos más urgentes y notorios que tiene el ejercicio profesional de periodistas y comunicadores.

La violencia conceptualizada es el uso intencional de la fuerza física o el poder real o como amenaza contra uno mismo, una persona, grupo o comunidad que tiene como resultado la probabilidad de daño psicológico, lesiones, la muerte, privación o mal desarrollo (Matriz de Líneas Argumentales del Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [MLA-CNII], 2018).

Según la Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2018), abarca cualquier acto físico, sexual, emocional, económico y psicológico –incluidas las amenazas de tales actos– que influya en otra persona. En tanto que la discriminación, según la doctrina de derechos humanos, se considera como una de las peores formas de violación de los derechos humanos de las personas y colectivos, ya que se trata del no reconocimiento de la diferencia y la existencia de una acción u omisión que conlleva exclusión, restricción o preferencia, es decir, que se deje por fuera, se subordine o se relegue a una persona o grupo de personas.

La discriminación puede ser no solo individual, sino también colectiva. Es anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio en condiciones

de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales de las personas, que se presenta no solo en el ámbito público, sino también en el privado. Las categorías de análisis pueden ser: clase social, género, pueblo o nacionalidad, edad, discapacidad, situación migratoria, opción sexual.

Desde este breve enunciado, donde los profesionales de la comunicación, por ejemplo, tienen una responsabilidad, cabe decir también que frente a la inmediatez y al mundo «tecnologizado», ahora existen los «reporteros de paso», es decir cualquier persona que con un teléfono celular capta imágenes, videos, etc., y que muchas veces sin contexto alguno, sube fotografías y videos que se viralizan en redes sociales, sin que haya un control, una normativa o una regulación que lo impida. Lo más crítico en este punto es que los mismos medios de comunicación son quienes acuden a estas fuentes de información de «reporteros de paso».

Desde la experiencia del CNII, frente a cada proceso electoral se ha insistido en la prohibición de uso de la imagen de niñas, niños y adolescentes, en actividades de proselitismo político y nos hemos encontrado permanentemente con que se incumple con lo que manda la ley, pero más allá de ello, con la permisividad de madres y padres de familia que exponen a sus hijos a ello.

Así como no todo reposa sobre hombros del Estado como garante de derechos, el papel de la familia, de los profesionales de distintas áreas, tanto en el ámbito público como privado, escapa de las manos de la institucionalidad, ya que se trata de construir desde las bases fundamentales

como el hogar, una verdadera ciudadanía, donde se pueda mirar a niñas, niños y adolescentes, por ejemplo, como sujetos completos, con derechos, con voz y experiencias que aportar, para así empezar a combatir el adultocentrismo. Se trata de poder mirar y asentir a las y los jóvenes como seres humanos que tienen mucho que aportar, ya que la experiencia no es lo único valioso con lo que pueden contribuir, sino con nuevas ideas y energías. Prevenir la violencia y la discriminación que, en política, no es sino el reflejo claro de lo que vive y es en gran medida un país, empieza por uno mismo, cuando se puede valorar en el «otro», las capacidades, lo que pueden dar y ofrecer, como lo es en el caso de las personas adultas mayores, aun cuando eso, se trate únicamente de su presencia, opinión y sentir desde sus propias vivencias.

La igualdad intergeneracional se construye desde casa, desde el Estado, desde las instituciones y las familias, desde la sociedad civil y las entidades educativas, pero si consideramos que todo hecho es político, porque implica asumir una posición o ideología en la vida, el quehacer político reflejado en los comicios electorales, no está fuera de esta realidad.

Algunos hechos enmarcados en el ejercicio político han dejado ver la violencia no solo a través de expresiones verbales como groserías e insultos, sino, además, violencia física y psicológica. Incluso se puede encontrar en internet varios videos que retratan la política ecuatoriana desde décadas atrás, hasta la presente. Basta en la actualidad hacer un recorrido de al menos 10 minutos en redes sociales, para mirar el fenómeno mencionado.

Estrategias y Comunicación, para un Contexto Político que Motive la Paz y la no Discriminación

En referencia a todo lo expuesto en este breve ensayo, la experticia que desde el Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII] se ha desarrollado alrededor de varios temas, que confluyen en la necesidad de trabajar en la prevención de la violencia y la no discriminación, una de las estrategias planteadas es, precisamente, poder abordar las temáticas desde el origen y raíz por así decirlo, en donde inicia la posibilidad de lograr cambios estructurales. Es por eso que la estrategia de articulación territorial, bajo la cual se abordan las temáticas 2023, señala el papel protagónico que tienen los gobiernos autónomos descentralizados, en la dinamización de los sistemas integrales de protección de derechos.

Cada Gobierno Autónomo Descentralizado [GAD], por ejemplo, tiene el deber de conformar y fortalecer a su Consejo Cantonal de Protección de Derechos [CCPD] y a otras instancias municipales con competencia en la atención de los grupos de atención prioritaria: niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores. Esta es una responsabilidad que va más allá de una contienda electoral, pero que sí podría empezar por observarla.

El uso del lenguaje, tono de voz y expresiones que se usen, para tratar con respeto y dignidad a las personas adultas mayores, en contextos políticos–electorales, puede ser el inicio de transformaciones importantes, que, además, necesitan ser abordadas desde y junto a quienes son líderes de opinión, para poder mostrar de primera mano todo ello que se puede hacer y dejar de hacer, frente a los escenarios y contextos de las elecciones y la política en general.

Trabajar como país y junto a quienes postulan como candidatos a dignidades políticas, el relacionamiento intergeneracional, es una oportunidad, no solo de construir verdaderos planes y proyectos políticos inclusivos, sino de transformar a la sociedad ecuatoriana. Timothy H. y Ellie Brubaker (1999)² hablan de las «Cuatro Erres» de las relaciones intergeneracionales: respeto, responsabilidad, reciprocidad y resiliencia, como características propias de este tema, que pueden ayudar a discutirlo e ilustrarlo.

Si por un instante, por ejemplo, desde la concepción misma de la contienda electoral, se considerara el respeto a las relaciones intergeneracionales, como una manera de proporcionar importancia entre los más jóvenes de una sociedad y las relaciones con las generaciones mayores; la responsabilidad por las necesidades socioemocionales de cada generación; reciprocidad para entender que las relaciones intergeneracionales se caracterizan por la interdependencia; y la resiliencia para lidiar con los cambios dentro de la sociedad.

Las relaciones intergeneracionales se pueden ilustrar por las formas en que las sociedades desarrollan sus estrategias. Si algo nos enseñó la pandemia por la COVID-19, fue precisamente eso, el valor de las relaciones intergeneracionales, para sobrevivir, ser solidarios y tomar decisiones, pensando en cómo estas afectan a los demás.

Vale la pena señalar, que –a más de los tipos de discriminación y violencia que vive cada grupo generacional como lo hemos mencionado–, está la violencia y discriminación que se vive como tal en el ambiente país, cuando de época de elecciones se refiere,

2 <https://drive.google.com/drive/search?q=miguel%20cillero>

se ha podido ver cómo sube el tono de la violencia y discriminación. Basta con ingresar un momento a las redes sociales, para encontrarse con machismo, misoginia, descrédito al otro, y una convulsión y odio social, que no desemboca sino en más violencia y discriminación.

En los últimos meses, la ola de violencia desatada en el marco de los comicios electorales ha dejado ver que los temas trascienden a otros escenarios, que pusieron en riesgo la vida de varios ciudadanos –sean candidatos o no–.

Según un artículo publicado por el portal Tecnobreak (Banks, 2022), la comunidad mucho más tóxica en internet es Twitter, acorde al análisis de la compañía de comunicación SimpleTexting, con una encuesta efectuada en Estados Unidos, en el tercer mes del año de 2022, con más de mil individuos de comunidades con edades comprendidas entre los 18 y los 75 años. La meta era conocer qué redes eran consideradas como tóxicas por el público, donde se mira textos y videos cargados de odio, desinformación y ciberacoso. Para esto, los encuestados calificaron del 1 al 10 la nocividad de siete redes sociales: *Twitter*, *Facebook*, *Reddit*, *TikTok*, *Snapchat*, *Instagram* y *YouTube*, siendo 1 de baja toxicidad y 10 de alta toxicidad. *Twitter* fue considerada la comunidad mucho más tóxica, con una media final de 7,82. Los discursos de odio, violencia y discriminación que se leen a diario, donde el ámbito político es uno de los favoritos, está presente en este microblog, que además ha imposibilitado el debate saludable y positivo, debido al máximo de letras y caracteres por tweet. Cuántas veces hemos visto las tendencias de Twitter en Ecuador, que hacen referencia a la

violencia, discriminación, descrédito y odio, por los distintos candidatos a dignidades políticas (Banks, 2022).

Si tratamos de entender la problemática y miramos las estrategias de comunicación política de candidatas y candidatos, gran parte de ellas están referidas a publicaciones en redes sociales. El portal web Liberties (2021), afirma en una nota informativa:

Las redes sociales son tóxicas no solo porque están diseñadas para ser adictivas, sino también porque difunden desinformación y tratan de captar la atención de los usuarios a través de noticias falsas más que de noticias “reales” verificadas. Como consecuencia, la desinformación se difunde más rápidamente y llega a un público más amplio. Esto genera un efecto tóxico sobre la confianza de la sociedad en instituciones democráticas, como las elecciones, los gobiernos o cualquier servicio público. Es decir, simplemente explotando los vacíos legales de las redes sociales actuales, se podría desestabilizar y socavar nuestra democracia. (párr. 23–24)

Una propuesta totalmente alternativa y alterativa, que podría convertirse en una estrategia para elecciones, es poner sobre la mesa del debate: hacer política intergeneracional. Quizás suene un poco complejo, pero en realidad es más simple de lo que suena. Si por un instante desde los movimientos políticos se considerara esto, definitivamente sus propuestas de campaña serían sustanciales, no solo al involucrar a todas las generaciones, con sus opiniones, sentires y necesidades que podrían ser atendidas, sino al tener un reto real y creativo dentro del quehacer político inclusivo.

Valdría la pena desarrollar –a través de las propuestas de campaña y contextos electorales– los nuevos grupos de valores en la sociedad actual y las del futuro: nuevos comportamientos en las generaciones, nueva imagen de personas adultas mayores, identidades culturales múltiples, identidades virtuales, más libertad para estilos de vida, una diferenciación positiva de edades, niñas, niños y adolescentes con una real voz y voto y jóvenes como verdaderos actores estratégicos para el desarrollo.

Desde la política y la comunicación, por ejemplo, se puede considerar al término generación, para referirse a las políticas sociales para las diferentes edades, identificadas por la situación de estudios, participación en el mercado laboral, beneficios que reciben; y mirar por ejemplo que hoy hay más gente joven que empieza a trabajar temprano y adultos mayores que siguen estudiando; niños que se desenvuelven mejor en tecnologías y que sorprenden con sus respuestas y experiencias adquiridas en la vida.

Bien se podría mostrar a través del contexto de elecciones, los tipos de conocimientos que se intercambian entre las generaciones, qué enseñan los adultos mayores a los más jóvenes y viceversa, así como preguntarse qué pueden enseñar y aprender juntos los grupos generacionales, a través de esa relación intergeneracional existente, que no está por fuera de la vida social y política, ya no es más un asunto de la vida privada, sino que trascendió a la esfera pública.

Propuestas de campañas que contengan políticas de programas intergeneracionales como: calidad de vida y ciudadanía, lucha contra el prejuicio por la edad, desarrollo de lazos afectivos, intercambio de experiencias de vida, programas intergeneracionales, entre otros.

Conclusiones

La tesis de que la violencia y discriminación se vive desde diferentes escenarios con los grupos generacionales y en general en el país, ha sido sustentada no solo desde la experiencia que, como institución protectora de los derechos humanos, se ha constatado, sino que, además, se muestran varios ángulos de cada historia generacional, que vive violencia y discriminación. En ese sentido, se exponen a continuación, algunas reflexiones para ser consideradas.

- Todo hecho comunica, por lo que se necesita tomar en cuenta que la publicidad debe respetar el derecho a la imagen, a la dignidad y a la integridad de niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores.
- Es vital en la política resaltar prácticas como el conocimiento, valoración y respeto al otro, a través de espacios comunicacionales que fomenten el debate y diálogos respetuosos.
- Revisar las acciones que cuestionen la violencia, la discriminación, la revictimización, etc.
- Los movimientos políticos podrían aportar contenidos formativos e inclusivos en sus programas y proyectos, que hagan parte a niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores.
- Trabajar en propuestas políticas intergeneracionales, que nutran e incluyan a toda la sociedad en su conjunto, respetando y protegiendo sus derechos.
- Uno de los desafíos a encarar desde lo generacional, implica mirar la actoría social, construir espacios de enfoque intergeneracional, cambiar las intervenciones de las prácticas sectoriales a los ejercicios integrados y cambiar las prioridades, es decir del combate a la pobreza, al combate a las desigualdades.

- A través de las estrategias de comunicación y marketing político, que promueve el Consejo Nacional Electoral y el Instituto de la Democracia, por ejemplo, enfatizar en la necesidad de contar con actividades que den la voz a los grupos de atención prioritaria, fortaleciendo así su participación como sujetos de derechos.
- Precautelar que niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores no sean utilizados por las estrategias de marketing y campañas publicitarias, que están prohibidas por la ley o que vulneren sus derechos.
- Hacer periodismo y comunicación con enfoque de derechos humanos, en este caso con el de igualdad y no discriminación.
- Establecer cuotas de participación política de jóvenes y personas adultas mayores.
- Considerar a todos los grupos generacionales en las campañas y programas de los movimientos políticos.
- Abordar las relaciones intergeneracionales desde los comicios electorales, para considerar especialmente las necesidades que tienen: adolescentes y personas adultas mayores.

A través de este ensayo, enfatizamos en la importancia que tiene el promover capacitaciones con enfoque de derechos, respeto y dignidad, tanto a candidatos a las distintas dignidades políticas, como a operadores del sistema de protección, gremios de profesionales y autoridades, en temas de: derechos humanos, sistema de protección, normativas nacionales e internacionales, buen trato, igualdad y no discriminación.

Es fundamental para disminuir la violencia y la discriminación en el país, empezar desde uno mismo,

ya que como se señaló antes, el Estado tiene su rol, responsabilidades y acciones al respecto, que deben cumplirse, pero desde la sociedad civil existe un papel protagónico, también, en la formación de niñas, niños y adolescentes, en el respeto y consideración hacia las y los jóvenes, así como a las personas adultas mayores, desde lo que es y contribuye cada grupo generacional, en los distintos espacios en la cotidianidad.

Referencias

- _____ (2021, 27 de abril). ¿Por qué son tóxicas las redes sociales? ¿Cómo abordarlas adecuadamente?. *Portal Liberties*. <https://www.liberties.eu/es/stories/redes-sociales-toxicas/43494>
- Albernaz, L. (2021). La pandemia invisible Reflexiones sobre políticas públicas y el enfoque intergeneracional. https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/05/pandemia_invisible_ensayo_compressed.pdf
- Banks, T. (2022, 15 de septiembre). Twitter es la red social más tóxica de Internet, según estudio. *Tecnobreak*. <https://www.tecnobreak.com/twitter-es-la-red-social-mas-toxica-de-internet-segun-estudio-ver-clasificacion-redes-sociales/>
- Brubaker, T. y Brubaker, E. (1999). Las 4 erres de las relaciones intergeneracionales: Implicaciones para la Práctica. <https://drive.google.com/drive/folders/0B93WILRS7g2XNVR4MzhCeTcwVDA?resourcekey=0-SEVw-yZmb6ZqcZWCtmWoVA>
- Código de la Niñez y la Adolescencia. (2022 (2003)). Ecuador.

- Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia [CNNA]. (2010). Inimputabilidad de Adolescentes. Intervención de Miguel Cillero, Especialista en derechos de la niñez y adolescencia. <https://drive.google.com/drive/folders/1p8u0txjeQ5YgbW8X07jtBJmoiVaRpLGH>
- Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia [CNNA]. (2010). Investigación de adolescentes en conflicto con la ley. <https://drive.google.com/drive/folders/1p8u0txjeQ5YgbW8X07jtBJmoiVaRpLGH>
- Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia [CNNA]. (2011). Sistematización de la Primera Participación de Adolescentes en Elecciones Generales del año 2009. Campaña “Si tienes 16 años puedes votar”. https://issuu.com/cnna_ecuador/docs/voto_facultativo_completo_bajo
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII]. (2016). El enfoque de Igualdad y no discriminación generacional e intergeneracional.
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII]. (2018). Violencia. [Líneas argumentales].
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII]. (2021). Informe de Observancia. Jóvenes: participación y representación política en el proceso electoral 2021. Ecuador (2021). https://drive.google.com/drive/folders/1lc_llpiysfdNy7RV55I_DfrUcS5YzA84
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII]. (2023). Adultocentrismo. [Líneas argumentales].
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII]. (2023). Informe de Observancia sobre el Cumplimiento de la prohibición de utilización de la imagen de niñas, niños o adolescentes en programas o espectáculos

de proselitismo político a nivel nacional – durante la campaña electoral en el período del 9 de enero al 2 de febrero de 2023. <https://www.igualdad.gob.ec/informes-de-observancia/> LINK DIRECTO: <https://drive.google.com/file/d/1NuBeRmUleUjh7gf9-BWehxtLmyZAc1bU/view>

Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional [CNII]. (2023). Informe de la Consulta a las personas adultas mayores sobre su percepción y experiencia de participación mediante el voto facultativo en el Proceso Electoral 2023. <https://drive.google.com/file/d/1zSzE-hIFlhQvFfRCQy-UgvNj9OkvRlPv/view?usp=sharing>

Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial No. 449 del 20 de octubre de 2008. (Ecuador). https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores [CIPDHPM]. En vigor desde 11 de enero de 2017. Ratificada por Ecuador el 28 de enero de 2019. https://www.oas.org/es/sla/ddi/tratados_multilaterales_interamericanos_A-70_derechos_humanos_personas_mayores.asp

Dalton, R. J. (2009). Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies (London: Chatham House, 1996).

Deželan, T. (2017). Diálogo Intergeneracional para la Democracia. Documento de debate de IDEA Internacional (Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral). <https://>

www.idea.int/sites/default/files/publications/intergenerational-dialogue-for-democracy.pdf

- Escobar, L. (2022, 31 de julio). Mileniales y centenarios representan el 30,4 % del padrón electoral para las elecciones seccionales de 2023 [Nota periodística]. *Diario El Universo*: <https://www.eluniverso.com/noticias/politica/mileniales-y-centenarios-representan-el-304-del-padron-electoral-para-las-elecciones-seccionales-de-2023-nota>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF]. (2013). *Superando el adultocentrismo*. <https://biblioteca.unicef.cl/es/cuatro-superando-el-adultocentrismo>
- Giorgi, V. (2021). Diálogo intergeneracional, Adultocentrismo y políticas públicas. [Ensayo]. *Ensayos No.4 Reflexiones sobre políticas públicas y el enfoque Intergeneracional*. https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/05/di%C3%A1logo_intergeneracional_abril2021_compressed2.pdf
- Goerres, A. (2010). Being less active and outnumbered? En J. C. Tremmel [ed.] *A Young Generation under Pressure? The Financial Situation and the 'Rush Hour' of the Cohorts 1970-1985 in a Generational Comparison* (London and New York: Springer Verlag, 2010).
- Hattan-Yeo, A. y Ohsako, T. [eds.]. (2001). *Programas Intergeneracionales: Política Pública e Implicaciones de la Investigación Una Perspectiva Internacional*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000128018_spa

Ley Orgánica de las Personas Adultas Mayores. Suplemento del Registro Oficial No. 484. 9 de Mayo 2019: https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2019-06/Documento_%20LEY%20ORGANICA%20DE%20LAS%20PERSONAS%20ADULTAS%20MAYORES.pdf

Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación de 2019. Registro Oficial, Primer Suplemento No. 432. 20 de febrero de 2019. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Miller, T. y Mejía, I. (2021). El envejecimiento de la población en Ecuador: la revolución silenciosa. [Ensayo]. https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/05/el_envejecimiento_poblacion_ecuador.pdf

ONU. (1989). *Convención de los Derechos del Niño, Artículo 3.*

ONU. (2018). Definición de concepto de violencia, tomado de las Líneas Argumentales (MLA) CNII, 2018. <https://drive.google.com/file/d/1kXUlp5OPiVPpwY7aAFwqpvxKYEXc6p-T/view?usp=sharing>

Savater, F. (1991). *Ética para Amador*. Planeta Publishing.

Savater, F. (1993). *Política para Amador*. Círculo de Lectores.

Libertad de Expresión, Adultez Mayor, Niñez, Adolescencia y Planes para Quito

Freedom of Expression, Older Adulthood, Childhood, Adolescence and Plans for Quito

Fran Gustavo Molina Minchalo¹

Especialista de Investigación

Dirección Técnica de Promoción del Conocimiento

Consejo de Comunicación

gmolina@consejodecomunicacion.gob.ec

Quito, Ecuador

Resumen

Este trabajo indaga en los aspectos relacionados con el derecho de libertad de expresión de personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes enunciados en los planes de las candidaturas a la Alcaldía de Quito período 2023–2027. Reflexiona sobre la atención que esta problemática recibe de estas organizaciones políticas y sus representantes electorales e identifica las ideas que contribuirían a garantizar este derecho a las referidas personas. En donde se observó que sus aportes no son óptimos, lo que plantea el desafío social y estatal de desarrollar conciencia social y criterio político calificado para la gestión pública local al respecto.

Palabras clave: libertad de expresión, personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, planes, Quito

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 337–376.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 7-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

¹ Sociólogo especializado en ciencias políticas por la Universidad Central del Ecuador. Magister en Gobernabilidad y Gerencia Política por la Pontificia Universidad Católica de Quito. Magister en Gerencias de Proyectos Educativos y Sociales por la Universidad Central del Ecuador.

Abstract

This work investigates aspects related to the right to freedom of expression of older adults, children and adolescents set forth in the plans of candidacies for Mayor of Quito for the period 2023 – 2027. It reflects on the attention that this problem receives of these political organizations and their electoral representatives and identifies the ideas that would contribute to guaranteeing this right to the aforementioned people. Where, it was observed that their contributions are not optimal, which poses the social and state challenge of developing social awareness and qualified political criteria for local public management in this regard.

Keywords: freedom of expression, older adults, girls, boys and adolescents, plans, Quito

Introducción

Los instrumentos de derechos humanos reconocen la libertad de expresión como inherente a toda persona y base de la democracia (García, Goza y Ramos, 2018, p. 25). Sin embargo, es transgredida y están principalmente expuestas a afectación personas de grupos vulnerables y sectores populares. Por ello, sociedades y Estados deben garantizar prevenir, proteger y procurar este derecho (Unión Interparlamentaria, 2016, p. 34), a estas personas históricamente limitadas de expresarse y deliberar sobre asuntos de interés público que les atañe, como adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes, pertenecientes a grupos de atención prioritaria e interés superior, cuya exclusión sistémica estructural, deteriora su desarrollo humano integral y deslegitima la democracia.

Los organismos internacionales de derechos consideran insuficiente el acceso sobre todo de mujeres adultas mayores, niñas/os indígenas o afrodescendientes, entre otros, a los derechos de información, comunicación y libertad de expresión, que menoscaba su calidad de vida en aspectos sociales, económicos, políticos, jurídicos y afectan sus condiciones de salud física y psicológica, educación, trabajo, familia y entorno social.

Esto está relacionado con una insuficiente conciencia social, compromiso y capacidades respecto a esta problemática por parte de la ciudadanía, las organizaciones y sujetos políticos e institucionalidad estatal. De ahí que, para reflexionar específicamente sobre uno de los elementos de este balance, en lo que se refiere al Ecuador, cabe auscultar la atención que organizaciones y sujetos políticos locales brindan en sus propuestas electorales a la problemática de libertad de expresión de adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes.

Al respecto, el derecho a la libertad de expresión –por su carácter integral– no puede abstraer determinados factores vinculados condicionantes que permiten o facilitan la realización de tal derecho, como son aspectos relacionados con acceso a información y comunicación, concernientes a sensibilización, socialización y capacitación de personas de la diversidad generacional en estos ámbitos, componentes de tecnologías de información y comunicación, financiamiento, infraestructura, equipamiento, servicios y espacios adecuados y apropiados para tal propósito en el ámbito público (Lanza, 2019, pp. 32–33, 67, 69, 71 y 74).

Si bien, el ejercicio de la libertad de expresión de estas personas, se relaciona con estos aspectos, esto no se remite a mero asistencialismo, involucra valoración social de la ciudadanía respecto a dignidad humana, igualdad, justicia social, pluralidad de identidades sociales, inclusión, integración y participación de la diversidad de capacidades y etaria, particularmente en decisiones de ámbito público, para desarrollo integral de la sociedad (Article 19, 2009, p. 21, 22, 23). En esta dirección, deberían orientarse las propuestas políticas e implementar iniciativas que reduzcan las brechas de acceso a derechos de personas vulnerables, por consideraciones de prejuicios que articulan estigmatización, discriminación, invisibilización y exclusión.

La articulación de las categorías de análisis: libertad de expresión, adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes y propuestas electorales de política pública para gobierno local, con las variables tangibles e intangibles referidas, permite reconocer en los referidos planes de Gobierno Municipal de Quito, la presencia o ausencia de aspectos directos o coadyuvantes a la realización del mencionado derecho por parte de estas personas.

Para viabilidad del trabajo, por restricciones de espacio, tiempo y recursos, el análisis se limitó a auscultar aspectos que coadyuven a la promoción, protección y procuración del derecho de libertad de expresión de adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes, enunciados en los planes de las candidaturas a la Alcaldía de Quito –período 2023–2027– a partir de una aproximación normativa–conceptual a las categorías de análisis y revisión cualitativa de textos.

La hipótesis de trabajo, concibe que las principales organizaciones y actores políticos locales, en el último proceso electoral, no consideraron prioritaria esta problemática, ni incorporaron en su agenda política suficientes acciones al respecto. La verificación de esta percepción, permitirá reflexionar sobre ello y esbozar criterios al debate.

Normativa

Los instrumentos internacionales de derechos humanos proclaman que toda persona tiene derecho a libertad de opinión y expresión, que incluye no ser molestada por sus opiniones, además, el derecho de investigar y recibir informaciones y opiniones y difundirlas sin limitaciones de fronteras por cualquier medio, pues su ejercicio solo se sujeta a limitaciones para asegurar otros derechos (Declaración Universal de Derechos Humanos [DUDH], 1948, art. 19 y 29).

Así mismo, toda persona tiene el derecho de buscar, recibir y difundir información e ideas, lo cual entraña responsabilidades, pues se prohíbe propaganda a favor de la guerra y apología de odio que incite a discriminación, hostilidad o violencia (Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1966, art. 19 y 20). Mientras que, el niño tiene derecho prioritario a la libertad de expresión y a poder buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin límites de fronteras, por el medio que elija (Convención sobre los Derechos del Niño, 1989, art. 13).

De igual forma, toda persona en el ejercicio de su derecho a la libertad de pensamiento y expresión, no puede ser sujeta a censura previa y de ser el caso cualquier restricción debe constar en la ley (Convención Americana

sobre Derechos Humanos. San José de Costa Rica, 1969, art. 13). Además, tiene derecho a la libertad de investigación, opinión, expresión y difusión del pensamiento por cualquier medio (Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, 1948, art. 4). Toda vez que la libertad de expresión en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental, inalienable e inherente a toda persona y constituye requisito democrático (Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, 2000, principio 1).

Por otro lado, las personas adultas mayores tienen derecho prioritario de libertad de expresión, opinión y acceso a información, en igualdad de condiciones, por medio de su elección y los Estados deben adoptar medidas para garantizarlo (Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores [CIPDHPM], 2018, art. 14).

La Constitución del Ecuador (2008) reconoce los principios de justicia, libertad, igualdad, no discriminación, inclusión, interculturalidad y equidad, y, los derechos de participación y libertad (art. 11, 61 y 66) y establece como deber estatal garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de derechos (art. 3.1). Las personas y colectivos como titulares de los mismos, pueden ejercer, promover y exigir individual o colectivamente su cumplimiento (art. 10).

Todas las personas son iguales, tienen iguales derechos y no pueden ser discriminadas. Los derechos son inalienables, irrenunciables, indivisibles, interdependientes y de igual jerarquía, los cuales deben desarrollarse progresivamente. El Estado debe generar condiciones para su reconocimiento. Su más alto deber es respetar y hacer respetar tales derechos (art. 11).

Se reconoce que todas las personas –individual o colectivamente– tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de interacción social, por cualquier medio y forma. Al acceso y uso de todas las formas de comunicación, que permitan la inclusión de todas las personas e integrar espacios de participación en el campo de la comunicación (art. 16). Todas las personas –individual o colectivamente– tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información, sin censura previa y acceder a información generada en entidades públicas (art. 18).

Las adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes, deben recibir atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado (art. 35). El Estado debe establecer políticas públicas de atención a adultas/os mayores, teniendo en cuenta las diferencias territoriales e inequidades de género, etnia, cultura, las cuales fomenten su autonomía y participación en la definición de políticas (art. 38).

De igual manera, el Estado debe garantizar los derechos de las/os jóvenes y promover su ejercicio a través de políticas, instituciones y recursos que aseguren su participación e inclusión en todos los ámbitos de interacción social, en particular en los espacios de poder público. Debe reconocerlos como actores estratégicos del desarrollo y garantizar su libertad de expresión (art. 39).

La norma reconoce el principio de interés superior de niñas/os y adolescentes (art. 39) y su carácter de sujetos de derechos, tanto comunes, como específicos de su edad, su derecho a participación social, a ser consultados en asuntos que les afecten y el Estado debe garantizar su libertad de

expresión (art. 45). Las políticas públicas de comunicación deben priorizar el respeto a sus derechos de imagen, integridad y demás específicos de su edad (art. 46).

Como derecho de libertad, se garantiza a todas las personas, opinar y expresar su pensamiento en todas sus formas y manifestaciones (art. 66). Se señala que el ejercicio del derecho a la ciudad se basa en su gestión democrática (art. 31), mediante el ejercicio del derecho a elegir y ser elegidos (art. 61) y se dispone a los gobiernos municipales el desarrollo local (art. 264).

En otro aspecto, se define como persona adulta mayor a quien ha cumplido sesenta y cinco años de edad, quien debe recibir atención prioritaria y especializada en ámbitos público y privado, con inclusión socioeconómica, protección contra violencia e integración (art. 36).

El Estado debe garantizar la libertad de expresión y promover el acceso de todas/os a la red, expandir su uso y acceso a la tecnología y procurar la alfabetización digital (Ley Orgánica de Comunicación [LOC], 2022, art. s/n, después del 9.1). Los medios de comunicación deben promover prioritariamente el ejercicio de los derechos a la comunicación de niñas/os y adolescentes, atendiendo su interés superior (art. 15). Toda persona tiene derecho de libertad de pensamiento. Se prohíbe apología de odio que incite a violencia contra personas o grupos (art. 17). Niñas, niños y adolescentes tienen derecho a expresar sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios, sin discriminación, ni estigmatización (art. 32).

El Estado debe garantizar individual o colectivamente, el derecho de las personas adultas mayores a la comunicación en todos los ámbitos y por cualquier medio (Ley Orgánica de las Personas Adultas Mayores, 2019, art. 50). Generar espacios de comunicación y difusión que promuevan derechos y oportunidades para su envejecimiento activo y digno (art. 51). Facilitar su acceso a tecnologías de información y comunicación como mecanismo de equidad, participación e integración digital (art. 52).

Por otra parte, se señala que niño o niña es quien no ha cumplido doce años de edad y adolescente es la persona de ambos sexos entre doce y dieciocho años de edad (Código de la Niñez y Adolescencia [CNN], 2003, art. 4), los cuales tienen derecho a expresarse, a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, por el medio que elijan (art. 59).

En lo que corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales, estos deben garantizar sin discriminación, la vigencia y goce de derechos individuales y colectivos, mediante políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión, implementar sistemas de protección integral que aseguren los derechos, particularmente de los grupos de atención prioritaria que incluye adultas/os mayores y asegurar los derechos de niñas/os y adolescentes garantizando su organización y participación protagónica Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización [COOTAD], 2010, art. 4, 54. b, j, y 148).

La elección de autoridades se realiza cada cuatro años (Ley Orgánica Electoral. Código de la Democracia, 2020, art. 90) y las candidaturas a sus dignidades deben presentar sus respectivos planes de trabajo (art. 97).

Libertad de Expresión

Los Derechos Humanos son universales, inalienables, independientes, indivisibles, equitativos, no discriminatorios, imprescriptibles y determinan obligaciones a los Estados. Incluyen el derecho de libertad de expresión que comprende libertad de informar e informarse por cualquier medio, sin acoso por opiniones vertidas y constituye base de la democracia (Ley Orgánica de Comunicación [LOC], 2022, art. 17).

La libertad de expresión contiene una dimensión individual, que corresponde al derecho de cada persona a expresar sus pensamientos, ideas, opiniones e información, y, una dimensión colectiva, que implica el derecho de la sociedad a recibir opiniones e información (García, Goza y Ramos, 2018, p. 27). En principio, todo discurso está protegido, incluso aquellos contrarios al Estado o cualquier sector. Pero, existen discursos especialmente protegidos, como: el discurso político y sobre asuntos de interés público; sobre funcionarios públicos en ejercicio de funciones y candidatos a ocupar cargos públicos, y; el que configura elementos constitutivos de identidad o dignidad personales, pertenecientes a quien se expresa (Botero, 2009, pp. 10–19).

Sin perjuicio del principio de protección de toda expresión, existen tres tipos de discursos excluidos de esta protección: la propaganda de la guerra y apología de odio (Ariel, 2015, pp. 41, 139) que incite a la violencia; incitación directa y pública al genocidio, y; pornografía infantil (Ley Orgánica de Comunicación, 2022, art. 32). Al respecto, el Estado puede identificar, analizar y pronunciarse sobre estos contenidos (Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación [RGLOC], 2023, art. 51).

Pese al marco normativo y definiciones jurídicas establecidas en este tipo de documentos (Article 19, 2009, p. 38) las condiciones materiales en que históricamente se desenvuelven grandes mayorías, obstaculizan la realización de su derecho a la libertad de expresión, pues las personas oprimidas dentro del sistema socioeconómico y orden político en que habitan, son excluidas, limitadas o desposeídas de derechos.

Además del derecho positivo, hay enfoques interpretativos sobre libertad de expresión de diversas corrientes de pensamiento. Así, la perspectiva liberal dogmática se remite a un enfoque individual, tomando como centro de su análisis al ciudadano enajenado del contexto histórico y estructura social, cuyas dimensiones de análisis en este caso sobran. Aborda la problemática de forma acotada a ordenamientos jurídicos y principio de legalidad, substrayéndola del sustrato socioeconómico y relaciones de poder en que se inscriben, dejando fuera del análisis las desigualdades históricas estructurales objetivas y concretas de carácter social, que confluyen en desigualdades culturales (Rodríguez, 2008, p. 1).

El liberalismo concibe que el derecho de libertad de expresión, no necesita de rodeos jurídicos, pues basta su reconocimiento en la Constitución, y, cualquier regulación a esta, se considera restricción a la libertad individual y constricción por parte del Estado (Rodríguez, 2008, p. 2).

El poder estatal, gestiona la autodisciplina de la población mediante aparentes libertades (Harvey, 2014, p. 206). Según Foucault, cada individuo interioriza el dominio y disciplina sobre sí mismo y regula su propia conducta conforme reglas de la sociedad de mercado (p. 201). El

despotismo puede darse bajo apariencia de libertad, en donde conforme Tocqueville, un poder inmenso y tutelar, se encarga de asegurar goces a los individuos y vigilarlos, “absoluto, minucioso, regular, advertido y benigno” (Bobbio, 1992, p. 128).

Marx, estableció que el derecho a la libertad deja de ser un derecho cuando entra en conflicto con la política y esta solo es la garantía de los derechos individuales en tanto responda a sus fines políticos, abandonándolos tan pronto contradigan esos fines (Harvey, 2014, p. 209).

La matriz liberal circunscribe este derecho en torno a los medios de comunicación o periodistas, en su mayoría sujetos a la libertad de empresa y poder del mercado o del Estado, que conforman la «libertad burguesa de prensa» (Marx, 1948, p. 61).

La corriente crítica no concibe el derecho de libertad de expresión de personas históricamente sojuzgadas, obviando las condiciones materiales objetivas y concretas de desigualdad e injusticia en que se desenvuelven, que involucran aspectos concernientes al trabajo, capital, propiedad, medios de producción –en donde constan los medios de comunicación–, concentración, monopolio, explotación, y, condiciones subjetivas –ideología y cultura– relacionadas con la realización de este derecho, el cual tiene un carácter histórico–social, que vincula la dimensión colectiva e individual, pues la libertad personal es posible en relación con otros.

La libertad de expresión asumida como derecho individual al margen del contexto histórico, estructura socioeconómica y constructo ideológico–cultural, tal como lo hace el principio liberal de igualdad formal ante la ley, en

vez de procurar la superación de la injusticia –desigualdad e inequidad–, la legaliza y consolida. En el orden social, el debate público es acaparado por poderes económicos dominantes, en donde el mercado asegura que no todas las opiniones se escuchen, sino las de aquel sector y sus facciones que detentan el poder político (Como se citó en Carbonell, 2004, p. 71), provocando confrontación social y política, pues la libertad es posible cuando se supera la necesidad (Harvey, 2014, p. 205), así, sin justicia no hay libertad.

En perspectiva liberal meritocrática, se propuso como principios de justicia, que toda persona tiene igual derecho de un régimen plenamente suficiente de libertades básicas iguales, que sea compatible con un régimen similar de libertades para todos, y, que las desigualdades sociales y económicas satisfagan dos condiciones: estar asociadas a cargos y posiciones abiertos a todos en condiciones de equitativa igualdad de oportunidades; y, deben procurar el máximo beneficio de los miembros menos aventajados de la sociedad (Rawls, 1990, p. 33). Así, ser libre, comprendería ser capaz de hacer diversas cosas. Por tanto, la libertad se relacionaría con capacidades e incapacidades efectivas de las personas (Von-Wright, 2002, p. 57).

Concepciones tradicionales, etiquetan a las personas adultas mayores como incapaces. Consideran a niñas/os y adolescentes personas «incompletas». El adulto-centrismo concibe que adolecen de madurez, experiencia, conocimiento y capacidad para ejercer sus derechos y libertades sin ser tutorados (García, 2019, p. 15).

El positivismo mecanicista elitista, condiciona al nivel educativo el poder opinar con «propiedad» sobre

temas «serios» de interés público, asignando a «expertos» esta facultad. Considera que los «grandes» temas políticos y macroeconómicos, son más importantes que la problemática de libertad de expresión de adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes, cuando la realidad comprende integralidad.

Política

Convencionalmente se concibe la política, como acciones que desarrollan determinados grupos para detentar el poder de tomar decisiones desde el Estado, relacionadas con la organización de la sociedad. En general, la política es interpretada por diversas teorías desde la perspectiva de poder –pragmatismo–, lucha de clases –marxismo– o consenso –contractualismo–.

La mayoría de enfoques, incluso de corrientes teóricas opuestas, coinciden en entender «lo político» como relaciones de poder, control o dominación. Aunque, exponen diferentes concepciones respecto a violencia política y legitimidad del poder político, que confluyen en distintos criterios de política y democracia.

Las teorías de tradición conservadora y liberal, los modelos neoliberales y reformistas, y las corrientes críticas, discrepan sobre sistema, procesos y praxis política. A grandes rasgos, unas se enfocan en conservar el orden –conservadurismo–, otras en consolidarlo –liberalismo– o radicalizarlo –neoliberalismo–, otras en optimizarlo modernizándolo –reformismo social–liberal–, y, otras orientadas a cambiar el sistema, su estructura socioeconómica y orden político –procesos revolucionarios. Otras perspectivas se inscribirían en tendencias postmodernas funcionales o especulaciones instrumentales, indefinidas, ambiguas o contradictorias, que evidencia Fredric Jameson en sus obras.

«La política» tendría que ver con intereses en torno a distribución, conservación o transferencia de poder. Quien hace política aspiraría al poder como medio para conseguir determinados fines (Weber, 1986, p. 84). El concepto de política se condensaría como dirección o influencia sobre una asociación política. Así, la política implicaría dirección del Estado (1986, p. 82), sostenida en racionalidad burocrática, leyes y reglas.

Según Mcpherson (1997), el sufragio universal y sistema de partidos surgió cuando el sistema aseguró las reglas de juego para su permanencia. Implica competencia electoral entre facciones dominantes por captar poder gubernamental, sin poner en juego el sistema, su estructura y orden. Comprende un restringido ámbito de gestión pública a la que se accede por elección popular (p. 81).

El poder está incorporado y reflejado en decisiones concretas o actividades relacionadas con su adopción (Lukes, 1985, p. 11), en donde prevalecen preferencias de elites, y, toda decisión viene encauzada por la adopción de no decisiones (p. 57). Así, el poder implicaría control sobre decisiones y competencia por acceder al poder político, que involucraría reglas que limitan esta disputa (Mack y Snyder, 1974, pp. 18–22). «Las políticas» serían decisiones, normas y procedimientos sostenidos, que regulan la organización y ejercicio del poder político, que contienen intencionalidad política asociada a un proyecto de sociedad, una concepción del rol del Estado con respecto a la problemática social, una interpretación y priorización de necesidades, derechos y capacidades de los sujetos sociales. Esto implicaría un sistema de demandas sociales de actores sociales que

plantean exigencias al Estado, cuyas demandas pueden observar un patrón integrado o disperso, con un sistema institucional estatal dispuesto para articular intereses y establecer políticas. En «política», las expectativas, acciones y relaciones se determinarían por «políticas», dando lugar a relaciones de poder específicas que definen estructuras sociales concretas (Aguilar, 1992, p. 99).

Un problema político, difícilmente se podría decir que existe hasta que acapare la atención de un sector importante del estrato político (Lukes, 1985, p. 16). Hay formas de mantener fuera de «la política» problemas potenciales, mediante la actuación de fuerzas sociales, prácticas institucionales o decisiones tomadas por individuos (Lukes, 1985, p. 25). Incluso un sistema supuestamente pluralista “democrático” puede inclinarse a favor de ciertos grupos en perjuicio de otros (p. 45).

Ecuador se define como Estado constitucional de derechos y justicia, social y democrático. Su soberanía radicaría en el pueblo, cuya voluntad fundamenta la autoridad ejercida a través de órganos de poder público y formas de participación instituidas (Constitución del Ecuador, 2008, art. 1). Cuenta con un sistema electoral para elección de autoridades por mandato popular. El voto es facultativo para personas entre 16 y 18 años de edad y mayores de 65 años (Ley Orgánica Electoral. Código de la Democracia, 2020, art. 11. 2). Las últimas elecciones seccionales se realizaron en febrero 2023 y los electores de Quito, entre otras dignidades, eligieron alcalde. En este proceso participaron doce candidaturas que entregaron sus planes al ente electoral.

Metodología

El análisis ensayó una aproximación general exclusivamente normativa–conceptual, lectura comprensiva y análisis de textos bibliográficos–documentales a partir de categorías de estudio, abstracción y síntesis.

Por textos escritos se comprende aquellos que observan coherencia, organización interna y son producidos bajo regulaciones del lenguaje (Van–Dijk y Mendizábal, 1999, p. 116).

Para ello, se transitó de lo general a lo particular y desde lo específico se retornó a lo macro, para interpretar el fenómeno a partir de contenidos analizados (Marx, 1986, p. 42). Al respecto, T.S. Eliot aconseja esta exploración, pues al final se llegará a donde se empezó y se conocerá el lugar por primera vez (Garrido, 2007, p. 137).

Para Robinson (1989), “todo ser humano posee concepciones ideológicas, morales y políticas Pretender no tener ninguna y ser puramente objetivo tiene que ser necesariamente un autoengaño o una manera de engañar a otros. Un autor sincero expondrá claramente sus concepciones previas” (p. 151), sometiéndose a la crítica.

Se asume como base de análisis, el sustento normativo–conceptual y un enfoque metodológico de apreciación cualitativa crítica histórica–social, para interpretar postulados expuestos por los sujetos indagados en determinados textos –planes– y contextos –elecciones seccionales–, referentes a elementos coadyuvantes a la libre expresión de adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes, como acceso a información y comunicación, sensibilización, socialización y capacitación de personas de la diversidad generacional en estas temáticas, componentes de

tecnologías de información y comunicación, financiamiento, infraestructura, equipamiento, servicios y espacios adecuados y apropiados para el propósito en ámbito público.

Todo texto se encuentra dentro de un contexto que lo explica y determina Van Dijk y Mendizábal (1999, p. 122), en donde subyacen criterios de exclusión e inclusión, que reflejan “estrategias partidarias de poder en el proceso político” (p. 57).

Se apela al «giro lingüístico» que define «sintaxis» como reglas para la combinación de elementos de un código; «semántica» el significado de palabras, y, «pragmática» al uso del lenguaje (como se citó en Sprecher, 2007, p. 169). Así, partiendo de categorías de análisis, se ausculta ejes temáticos, ideas centrales, proposiciones, enunciados y verbos estructurantes (Van-Dijk y Mendizábal, 1999, p. 140).

La teorización es una forma de práctica. La formulación de propuestas para el ámbito público local, materializadas en documentos presentados a un ente estatal, puede analizarse e interpretarse. El interés es explorar los criterios que exhiben estos actores políticos y desde esta constatación, generar reflexiones e interrogantes y esbozar ideas para el debate.

Resultados

En los planes publicados en la página del ente electoral consta lo siguiente:

Centro Democrático

Su diagnóstico no hace referencia a libertad de expresión, adultos mayores, niñez y adolescencia. Entre sus objetivos señala; un enfoque cultural transversal ligado a la educación y creación de oportunidades productivas.

En su eje social propone generar espacios no formales de educación basados en la crítica, reflexión y producción cultural, utilizando variedad de espacios adecuados para estas dinámicas (Consejo Nacional Electoral [CNE], 2023, p. 28).

En su eje de garantía de protección de derechos plantea:

Los grupos sociales son diversos y requieren una visión específica para potenciar sus fortalezas y necesidades, especialmente a quienes tienen situación de vulnerabilidad para reducir esta condición e insertarlos de forma natural a la dinámica social, económica, política y cultural de la ciudad. (...) Brindar protección a los grupos de atención prioritaria consagrados por la Constitución y aquellos que se encuentran en situación de exclusión y/o vulnerabilidad. (...) Diseño de canales de participación que garanticen la representación de los diferentes grupos sociales. Conformación de los Consejos Consultivos Zonales como organismos de carácter consultivo, participativo, integrados por los titulares de derechos y las organizaciones que los representan. (CNE, 2023, p. 30)

En cuanto a los actores estratégicos señala; “Es necesario establecer un vínculo entre los distintos niveles e instancias de participación ciudadana (...)” (p. 30).

Unidad Popular

Propone un gobierno de la ciudad...

Con equidad intergeneracional: seremos una administración que trabajará para todas las generaciones, reconocemos la fuerza innovadora

y rebelde de la juventud, su creatividad, alegría y energía transformadora, la juventud será uno de los actores estratégicos para el cambio. La adultez y vejez digna integrada a la sociedad será nuestra meta. (CNE, 2023, p. 5)

Como objetivo general propone:

(...) Un gobierno municipal facilitador, democrático, eficiente, honesto, descentralizado; cuyo eje prioritario sea la participación ciudadana en la toma de decisiones, que garantice servicios de calidad y el acceso a espacios seguros para reconstruir el tejido social y la solidaridad, que valore el interés superior de la niñez y el futuro común. Con un presupuesto participativo que priorice la obra pública para estimular la reactivación económica, el empleo adecuado, la inclusión social y la seguridad ciudadana. (CNE, 2023, p. 23)

Como objetivos específicos establece:

Transformar a Quito en una ciudad en la que se ejerzan y respeten a plenitud los derechos: segura, incluyente, diversa, creativa, solidaria e intercultural; con educación, salud, recreación y vivienda de calidad. Una ciudad sin machismo, violencia, xenofobia, ni racismo; con equidad de género e intergeneracional. (CNE, 2023, p. 24)

Se hace referencia a normativa de transparencia y acceso a la información pública, y, de participación ciudadana y control social y menciona el artículo 88 de la Ordenanza sobre el Sistema de Participación Ciudadana y Control Social. (CNE, 202, p. 26).

Su eje sobre desarrollo de modelo de gestión propone «Plan de Acción hacia la Equidad e Igualdad» (p. 30).

El eje de desarrollo social y cultural, propone convertir a Quito en una ciudad en que se ejerzan y respeten los derechos y sea incluyente, diversa e intercultural.

Como líneas de acción propone:

Uso intensivo y creativo de los medios de comunicación municipal para generar el acercamiento y el encuentro de los jóvenes en el DMQ; Programas permanentes para la niñez y juventud: recreativos, deportivos, creativos y artísticos; Ampliación del servicio de internet gratuito en parques y sitios de encuentro, seguros y con infraestructura para desarrollar tareas formativas, recreativas y artísticas; Talleres intergeneracionales de recuperación de la memoria histórica, de apoyo pedagógico, de actualización en el manejo de las Tics, de apreciación musical; Brigadas interdisciplinarias para interactuar con niños y jóvenes en colegios y escuelas para promocionar la salud física y psicológica, hábitos alimenticios y una vida saludable; Asesoría en línea para enfrentar el ciber acoso, el bullying, el racismo y la xenofobia dirigido a la niñez y juventud. (p. 32)

Quito Vuelve

Propone programas de desarrollo para la juventud de barrios marginales, para evitar “que estén expuestos a actividades de delincuencia, alcoholismo, narcotráfico, prostitución” (CNE, 2023, p. 13). Plantea un programa comprensivo de desarrollo juvenil, que comprendería un

enfoque de desarrollo integral para jóvenes, que incluiría aspectos culturales.

Su «Plan Esperanza para Jóvenes», se enfoca en el sistema educativo municipal. Propone financiar un año de servicio de internet a familias de jóvenes con mejores notas estudiantiles (pp. 23 y 25). No hace referencia al término adolescentes y utiliza la designación «jóvenes».

En el ámbito laboral e inclusión del Plan Esperanza, menciona que priorizará la oferta de empleo para grupos prioritarios, especialmente personas adultas mayores (p. 25).

Propone crear institutos tecnológicos superiores que contarían con materias como comercio electrónico, manejo y uso de redes sociales, big data, elaboración de páginas web. Impulso de la conectividad e internet de escuelas, colegios y espacios públicos. Ampliación de acceso y volumen de bibliotecas virtuales (p. 37).

Proclama: “No queremos que los niños y adolescentes cambien sus cuadernos por herramientas de trabajo” (p. 47), delimitándose al problema de trabajo infantil.

Revolución Ciudadana

Propone:

En armonía con lo estipulado en la Constitución de la República del Ecuador, así como con tratados internacionales de protección de derechos humanos y ambientales y ONU Hábitat (2020), el enfoque de la política pública del Distrito Metropolitano de Quito se regirá bajo los principios de: No discriminación por motivos de género, edad, estado de salud,

ingresos, nacionalidad, origen étnico, condición migratoria u orientación política, religiosa o sexual.
(CNE, 2023, p. 65)

Plantea: “(...) Mayor participación en la definición, ejecución, seguimiento y formulación de las políticas urbanas y el ordenamiento del territorio, con el fin de reforzar la transparencia y la eficacia en la gestión pública” (p. 65).

Sobre niños, niñas y adolescentes: “Procuraremos ofrecerles los medios necesarios para que alcancen todo su potencial, sin ser discriminados, ni excluidos” (p. 65)

Respecto a jóvenes:

(...) la política pública debe producirse bajo las categorías de reconocimiento y redistribución, logrando así que los jóvenes se sientan reconocidos (escuchados, motivados, incentivados) y que tal reconocimiento opere a través de políticas de corte redistributivo en las que estén y se sientan incluidos.
(p. 66)

Propone: “Ampliación de la cobertura y apoyo a la reducción de brechas digitales de jóvenes de sectores populares” (p. 66).

En referencia a personas adultas mayores:

Nuestro objetivo será convertir al Distrito Metropolitano de Quito en una ciudad para envejecer con dignidad, independencia y autonomía, donde las personas adultas mayores sean entes activos de un proceso de inclusión social y solidaridad intergeneracional con la familia y la sociedad. Esto implica reflexionar y actuar sobre la relación y conexión que existe entre personas que pertenecen a diversas edades, desde la comprensión de que

cada generación reconoce en la otra un momento evolutivo de su propia existencia y que se acompaña mutuamente. (p. 67)

Señala:

El enfoque intergeneracional reconoce que existe una fuerte interdependencia entre las diversas generaciones por lo que la vejez no es una etapa aislada, sino que se construye desde la infancia, al igual que la infancia se construye con el apoyo de la vejez. (p. 67)

Y al respecto, se propone: “Fomentar la construcción de espacios para la contribución de las personas adultas mayores en las diferentes áreas del desarrollo (económico, social, político, cultural, entre otros) y garantizar que no sean excluidos” (p. 68).

Avanza

Propone:

Implementación de una gestión con base en inclusión y equidad. Transversalizando en todas las acciones del presente plan el involucramiento de los grupos de las diversidades e identificaciones étnicas, de los diversos grupos etarios con énfasis en las juventudes, de las tribus y colectivos urbanos, de los colectivos de gestión cultural y activistas artísticos, generando el acceso y empoderamiento a todos los espacios de participación y toma de decisiones, respetando las propuestas y poniendo en valor los derechos ciudadanos. (CNE, 2023, p. 14)

Fortalecer la red de conectividad WIFI para el acceso al servicio de internet gratuito, de manera conjunta con campañas de prevención del ciberbullying. “Tenemos en

cuenta a las habilidades digitales como fundamentales en el siglo XXI, en tal virtud se plantean espacios de formación en esta temática, con currículos especializados para cada grupo de edad” (p. 17).

“Promover el empoderamiento, la participación y el disfrute ciudadano en los campos de la gestión social y cultural”, que propone como estrategia el “Reencuentro ciudadano en el espacio público, como un lugar común de participación, diálogo; y, discusión de temáticas relevantes del barrio/ comunidad y su desarrollo”. Plantea el programa “Agendas de empoderamiento ciudadano”, cuyo indicador es: “Agendas con enfoque de derechos: interseccionalidad, género, intergeneracional, intercultural y movilidad humana” (p. 23).

Izquierda Democrática

Señala:

Jóvenes y culturas urbanas: las Ordenanzas Metropolitanas, los procedimientos administrativos y las políticas públicas vigentes no han garantizado plenamente los derechos que les corresponde a las y los jóvenes de este sector social, así como la existencia de vulneración de derechos tanto en el aspecto del acceso al espacio público para la expresión de su cultura, como la permanente discriminación tanto a nivel institucional como en la sociedad civil. Es necesario hacer una valoración jurídica de los procedimientos administrativos, que sirve para evidenciar las deficiencias de los mismos, que se oponen a los derechos establecidos en la carta magna (...) se concibe una propuesta que garantice los derechos de las Culturas Juveniles en

el DMQ, su acceso seguro a los bienes y servicios públicos en todas sus formas y la formulación de políticas públicas basadas en la participación ciudadana de los mismos jóvenes. En el Distrito Metropolitano de Quito existen diferentes culturas juveniles o urbanas, mismas que al margen del interés por parte de las autoridades, se han venido constituyendo bajo sus propias líneas de acción; que surgen desde lo cotidiano de su quehacer social. (CNE, 2023, p. 20)

«Programa: Cohesión social e identidad ciudadana». Política:

Fortalecer la democracia con apoyo a la organización social, a la asociación de los ciudadanos y a los liderazgos para mejorar la representatividad con enfoque de género, intergeneracional, de diversidad étnico-cultural, diversidad funcional y origen geográfico. Objetivo: (...) La sociedad civil fortalecida y con liderazgos innovadores y con cambios en los imaginarios ciudadanos con relación a grupos étnicos, de mujeres, niños, jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad, visitantes y de las diversidades. (p. 79)

Proyecto: Fortalecimiento de liderazgos y organizaciones. Meta plurianual: Fortalecimiento de los liderazgos y de las organizaciones sociales. Campañas de capacitación y realización de actividades para el fortalecimiento de los liderazgos y de las organizaciones sociales –de mujeres, niños, jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad, grupos étnicos y de otros colectivos–,

con base en experiencias exitosas existentes en el país y en el exterior. (CNE, 2023, p. 80)

Amigo

Plantea el Eje de Jóvenes. Objetivos: Garantizar el desarrollo de espacios juveniles a través de la recuperación, rehabilitación de casa somos y/o espacios municipales que hoy se encuentran en abandono, para el desarrollo integral de las culturas urbanas que habitan Quito, con el nombre Punkus juveniles. (...) espacios exclusivos para jóvenes, dónde se desarrollarán procesos de fortalecimiento del arte urbano, como; grafiti, hip hop, rock, danza, entre otros (...) proyectos de desarrollo económico, permitiendo acceso a créditos directos con calificación posterior de procesos formativos, que permitan a los jóvenes de las 33 parroquias rurales y de las 32 parroquias urbanas del cantón Quito tener sus propios espacios de desarrollo e inclusión social. (p. 37)

Unidos, Incluyentes y Organizados

Aborda la problemática de niños, niñas, adolescentes y personas de la tercera edad, referente a servicios de asistencia y atención enfocados a salubridad y educación (CNE, 2023, pp. 75–78).

Propone: promover una sociedad e instituciones inclusivas, “cobertura de internet, iluminación de espacios públicos, construcción de más espacios de interacción social como las Casas Somos, Guaguacentros, Tatacentros” (pp. 87–89).

Juntos por la Gente

Plantea:

Programa Promoción de derechos de la gente, que persigue la promoción de los derechos de las personas en territorio, con estrategias comunicacionales y de sensibilización en el DMQ con enfoque de derechos, género, interculturalidad, intergeneracionalidad, con las temáticas de discapacidad y movilidad humana. Implementar capacitación y educación en derechos para el fomento de la corresponsabilidad ciudadana a través del desarrollo de sistemas de formación, capacitación y acompañamiento a líderes comunitarios que actúen como monitores de la prevención en sus comunidades y barrios. (CNE, 2023, p. 13)

Va por Ti

Objetivo general: construcción de un tejido social sólido. Entre los objetivos específicos: conectividad y participación ciudadana. Plantea generación de juntas de protección de derechos y creación de «Academia del Adulto Mayor», evaluar la creación de una red educativa usando las Casas Somos y los Centros de Innovación del Distrito para que adultos mayores reciban capacitaciones o sean profesores en temáticas de su experticia (CNE, 2023, p. 40).

Plantea evaluar la necesidad de dotar de conectividad con internet público a espacios rurales sin conexión a internet. Evaluar la pertinencia de generar un sistema de capacitadores jóvenes para enseñar a personas interesadas a navegar con conocimientos e identificar *fake news* (p. 66).

Todos

Propone protección prioritaria en general de niños y niñas: (...) es necesaria la participación infantil para diseñar de forma compartida la ciudad. De esta forma los espacios son diseñados escuchando y valorando las necesidades de los niños y con la experiencia de agentes y profesionales de construcción y diseño. Además, los niños y niñas piensan siempre en las necesidades de su familia y personas con las que conviven, por lo tanto, estos espacios favorecerían también a padres, adultos mayores y jóvenes. (CNE, 2023, p. 37)

El Distrito Metropolitano de Quito cuenta con una Secretaría de Inclusión Social, que tiene como objetivo trabajar en la construcción de políticas públicas, para la prevención, promoción y garantía de derechos de los grupos de atención prioritaria adscrita a la Unidad Patronato Municipal San José, que goza de autonomía administrativa y financiera y cuya finalidad esencial es la ejecución de las políticas de protección social definidas por la municipalidad en favor de niños, niñas y adolescentes, jóvenes, adultos jóvenes, adultos mayores, y familias del comercio minorista, en el ámbito del Distrito Metropolitano de Quito. (...) Una ciudad incluyente necesita crear una red metropolitana de protección social, que sea administrada por la Secretaría de Igualdad. De esta manera, se creen proyectos comunitarios para jóvenes, repotenciar los centros para adultas y adultos mayores (...) Agenda juventud y espacios intergeneracionales.

Una de las principales problemáticas en la ciudad capital son los inexistentes espacios para realizar

actividades tanto para niños, niñas, adolescentes y adultos mayores.

Sin embargo, en la actualidad no existen espacios, ni actividades pensadas para los más pequeños, jóvenes y tampoco para los más adultos. (...)

Para construir una ciudad incluyente se propone el Programa de envejecimiento saludable. Se lo realizará desde una mirada interdisciplinaria e intersectorial y con un abordaje integral en el cuidado de la salud de las personas mayores. (p. 66) El Programa de envejecimiento saludable se alinea con la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores aprobada en el año 2015 es el marco legal. Sus objetivos principales serán: ampliar y fortalecer el trabajo de gerontología en la ciudad de Quito, desarrollar acciones comunitarias respecto al tema, capacitaciones tanto a personas mayores como a su entorno socio familiar respecto al envejecimiento saludable y las condiciones de vida digna. (p. 67)

Sobre niñez:

(...) es necesario reconocer a los niños y niñas como una parte fundamental de la ciudad para lograr una planificación urbana incluyente, donde se proporcione ambientes adecuados para esta fase de la vida. (...) Quito no proporciona espacios para experiencias fundamentales para los niños y niñas como la investigación, la aventura, el descubrimiento, satisfacción y otras emociones importantes para su desarrollo social. Para lograr

estos objetivos se requiere de tres condiciones: espacio público compartido, participación de los niños y niñas en el diseño de sus espacios y tiempo libre. La primera parte del principio de que Quito debería ser una ciudad educadora. El Código Municipal en el Título V respecto a agosto mes de las artes Art. II.3.30, explica que se realizarán, (...) sobre todo, talleres destinados a niños, jóvenes (...). Sin embargo, son actividades que no tienen permanencia debido a que se realizan únicamente un mes al año. Además, no hay participación de los niños en el diseño de la agenda y finalmente, no existen eventos similares con respecto a ciencia, deporte o humanidades. (p. 67)

En ese sentido, se plantea que el medio urbano sea una fuente y camino a la educación. Por lo tanto, la ciudad podría ser un recurso a través del cual se puede descubrir características físicas de la ciudad, problemáticas ambientales, contexto histórico, patrimonio cultural y arte, economía, política. Así los niños podrían aprender empíricamente para formar un pensamiento crítico y finalmente proponer soluciones a las problemáticas.

Con base en estos tres ejes se propone:

(...) b. Diseñar el espacio público y planificar actividades en colaboración entre niños y expertos en urbanismo.

c. Elaborar recorridos educativos para niños y niñas en Quito, guiados por expertos en ciencia, arte, historia, deportes, naturaleza y otros, para lograr un aprendizaje empírico tomando como herramienta la ciudad. (p. 67).

Orden y Seguridad para Quito

Su diagnóstico expone la situación de adultas/os mayores (p. 1). Indica que, la población de 65 años en adelante representa el grupo etario más pequeño y reside, principalmente, en el área urbana de la ciudad –91.64%-. Cuyo total de adultos mayores en el 2020 fue de 212.423, de los cuales el 55.46 % eran mujeres, según el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Sobre niñez y jóvenes: analiza exclusivamente su situación de trabajo, educación, salud, nutrición y embarazo adolescente.

En su «Eje Ciudad Inclusiva» propone “Tecnología y educación: *tablets* para los estudiantes e internet gratuito y sin cable (...). Incremento del ancho de banda en establecimientos municipales” (CNE, 2023, p. 46).

Discusión

De lo anterior se constata:

«Centro Democrático» no mencionó los términos «adultas/os mayores», «adolescentes», delimitó su mención a desnutrición infantil, educación y salud. Ofreció participación con representación de diversos grupos sociales.

«Unidad Popular» hizo referencia a derechos de igualdad, no discriminación, inclusión, equidad, participación e intergeneracionalidad. Aludió a personas adultas mayores y niñez. Propuso acciones socioculturales, capacitación, espacios públicos, infraestructura y tecnología de información y comunicación –internet–.

«Quito Vuelve» abordó otras problemáticas sobre personas adultas mayores, niñez y adolescencia. Propuso asistencia, servicios y capacitación en manejo y uso de

redes sociales, conectividad en escuelas y colegios y financiamiento de internet a mejores estudiantes.

«Revolución Ciudadana» expuso el principio de no discriminación por motivos etarios. Señaló discriminación y vulneración del derecho a expresarse de los jóvenes y ofreció políticas públicas con su participación. Proyectó poner a disposición de niñez y adolescencia medios para desarrollar su potencial, sin discriminación, ni exclusión y lograr que la juventud sea escuchada. Ampliar la cobertura y reducir brechas digitales de jóvenes de clases populares. Inclusión social de la tercera edad, solidaridad intergeneracional, espacios de incorporación y transversalizar el involucramiento de grupos sociales de la diversidad, enfatizando en la juventud. Fortalecer la conectividad, brindar internet gratuito, prevenir el acoso en redes, capacitación digital según la edad, espacios públicos de diálogo social con agenda intergeneracional.

«Avanza» propuso inclusión y equidad de grupos etarios con énfasis en jóvenes, dotación de tecnología, protección contra el ciberbullying, capacitación digital por grupos de edad, y espacios de encuentro de sectores de la diversidad.

«Izquierda Democrática» ofreció impulsar el liderazgo democrático ciudadano con enfoque intergeneracional y aporte de niñas/os, jóvenes y adultas/os mayores.

Movimiento «Amigo» avocó al ámbito de los jóvenes, apeló a enfoque inclusivo, con énfasis en dimensión cultural e iniciativas de infraestructura, equipamiento y financiamiento. No hizo referencia a niñez y adultos mayores.

«Unidos, Incluyentes y Organizados» propuso espacios públicos de interacción social, dotación de cobertura de internet y servicios para niñas/os y adultas/os mayores.

«Juntos por la Gente» propuso promoción de derechos mediante estrategias comunicacionales y sensibilización, con enfoque intergeneracional. Relacionó categorías de comunicación, promoción, derechos e intergeneracionalidad. Refirió elementos de sensibilización, capacitación y educación en derechos.

«Va por Ti» incluyó categorías de conectividad, participación, protección de derechos, internet público, identificación de falsas noticias. Propuso la academia del adulto mayor, que jóvenes capaciten personas adultas mayores. No hizo referencia a niñez.

«Todos» expuso la problemática de derechos de la niñez, adolescencia y adultos mayores y propuso espacios para su participación, escuchar sus necesidades y superar la segregación social por razones de edad. Expresó un enfoque intergeneracional, perspectiva de inclusión social e iniciativas de capacitación para niñez y adultas/os mayores.

«Orden y Seguridad para Quito» propuso una ciudad inclusiva con dotación de tecnología y educación, ofreció equipamiento e internet a estudiantes. No enunció las categorías; diversidad, igualdad, no discriminación, atención prioritaria o interés superior de la niñez, ni abordó adolescencia.

Al respecto, en concordancia con estándares internacionales de derechos (La Rue, 2014, p. 23), el Estado a través de sus niveles de gobierno, debe adoptar un discurso político público que proclame el respeto

a la libertad de expresión, promover este derecho a la ciudadanía con campañas masivas por distintos medios, proteger ese derecho con medidas de prevención y protección y regulación, priorizando personas vulnerables, especialmente adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes, pertenecientes a grupos de atención prioritaria y atención superior. Asegurar su activa participación con autonomía y deliberación pública directa, voz, opinión y decisión, y, garantizar sus derechos políticos, mediante espacios públicos para el efecto, reducir la brecha digital de estas personas, su acceso a conectividad con conocimientos suficientes y capacidad crítica, mediante programas de formación y capacitación integral al respecto. Adoptar un enfoque articulador multidimensional e interseccional, que reconozca diferencias identitarias y particularidades de cultura, etnias y género, entre otras. Para ello, se debe avanzar diagnósticos de necesidades para la realización óptima de su libertad de expresión, con participación directa de adultas/os, niñas/os y adolescentes, para planificación de acciones al respecto y su evaluación.

Conclusiones

- Ninguna propuesta mencionó la categoría «libertad de expresión». La mayor parte de planes refieren las categorías: «personas adultas mayores», «niñas, niños y adolescentes». Algunos planes mencionaron el término «jóvenes», que abarca interpretación amplia.
- La mayoría de planes propusieron servicios e infraestructura municipal relacionados con capacitación o tecnologías de información y comunicación, y, algunas propuestas sobre espacios físicos y ambientes institucionales públicos de encuentro, participación

e inclusión intergeneracional, recursos materiales y equipamiento en tecnología y conectividad.

- No se observa en los planes, una identificación diagnóstica de las limitaciones respecto al derecho a la libertad de expresión vinculada con adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes. En consecuencia, faltan acciones específicas al respecto.
- Subyacen en algunos planes, propuestas que coadyuvarían de forma general e indirecta a la libertad de expresión de adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes.
- No se evidencia en los planes un adecuado nivel de concienciación sobre el derecho de libertad de expresión de adultas/os mayores, niñas/os y adolescentes, por parte de las organizaciones políticas y sus candidaturas a la Alcaldía de Quito de 2023.

Referencias

- Aguilar, L. (1992). La hechura de las políticas. Porrúa.
- Ariel, G. (2015). Odium dicta. Libertad de expresión y protección de grupos discriminados en internet.
- Article 19. (2009). Guía para el ejercicio del derecho a la libertad de expresión.
- Bobbio, N. (1992). El futuro de la democracia [J. Fernández, Trad.]. Fondo de Cultura Económica.
- Carbonell, M. [Ed.]. (2004). *Problemas Contemporáneos de la Libertad de Expresión*, (pp. 63-86). <https://biblioteca.corteidh.or.cr/tablas/r29958.pdf>
- Código de la Niñez y Adolescencia del 2021 (2003). Quinto Suplemento del Registro Oficial 452, 14-V-202. (Ecuador).

- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización [COOTAD]. 19 de octubre de 2010. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf
- Consejo Nacional Electoral [CNE]. (2023). Conoce a tu candidato. Planes para Alcaldía de Quito. <https://candidatos2023.cne.gob.ec/filtrarDignidades>
- Constitución de la República del Ecuador [Const]. Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008. (Ecuador)
- Convención Americana sobre Derechos Humanos. 22 de noviembre 1969. https://www.oas.org/dil/esp/tratados_b-32_convencion_americana_sobre_derechos_humanos.htm
- Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores. 13 de diciembre del 2018. http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/tratados_multilaterales_interamericanos_a-70_derechos_humanos_personas_mayores.pdf
- Convención sobre los Derechos del Niño. 5 de diciembre de 1989. <https://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>
- Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre. 2 de mayo de 1948. <https://www.oas.org/es/cidh/mandato/basicos/declaracion.asp>
- Declaración de principios sobre libertad de expresión. 20 de octubre de 2000. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=132&IID=2>
- Declaración Universal de Derechos Humanos. 10 de diciembre de 1948. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

- García, E. (2019). *Infancia, democracia y libertad de expresión*. UNESCO.
- García, S., Goza, A., y Ramos, E. (2018). *La Libertad de expresión*. Sociedad Interamericana de Prensa. [SIP].
- Garrido, F. (2007). *Pensamiento estratégico*. https://www.researchgate.net/publication/328631972_Pensamiento_Estrategico_hacia_el_ADN_de_la_Planificacion_Estrategica
- Harvey, D. (2014). Diecisiete contradicciones y el fin del capitalismo. *Prácticas constituyentes*. <https://traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Diecisiete%20contradicciones%20-%20Traficantes%20de%20Sue%C3%B1os.pdf>
- Lanza, E. (2019). *Niñez, libertad de expresión y medios de comunicación*. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos [RELE]. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/lexmedios_spa.pdf
- La-Rue, F. (2014). *Promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión*. Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión. ONU.
- Ley Orgánica de Comunicación de 2013 [LOC]. Tercer Suplemento del Registro Oficial Nro. 22, 25 de junio de 2013. Última reforma: Segundo Suplemento del Registro Oficial Nro. 188, 14 de noviembre de 2022. Artículo 42.1. <https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/suplementos/item/17642-segundo-suplemento-al-registro-oficial-no-18>

- Ley Orgánica de las Personas Adultas Mayores. Ley s/n. Suplemento del Registro Oficial No. 484, 9 de mayo 2019. https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2019-06/Documento_%20LEY%20ORGANICA%20DE%20LAS%20PERSONAS%20ADULTAS%20MAYORES.pdf
- Ley Orgánica Electoral, Código de la Democracia de 2009. Ley 2. Registro Oficial Suplemento 578 de 27 de abril de 2009 Última reforma: 03 de febrero de 2020. <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Ley-Org%C3%A1nica-Electoral-C%C3%B3digo-de-la-Democracia.pdf>
- Lukes, S. (1985). El poder. Un enfoque radical. Siglo XXI.
- Mack, R. y Snyder, R. (1974). El análisis del conflicto social. Nueva Visión.
- Marx, K. (1948). Manifiesto del Partido Comunista. Babel.
- Marx, K. (1986). Introducción a la crítica de la economía política. Anteo.
- Mcperson, C. B. (1997). La democracia liberal y su época. Alianza.
- Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966. Por la que se reconocen los derechos políticos de las mujeres. 16 de diciembre de 1966. https://www.ohchr.org/sites/default/files/ccpr_SP.pdf
- Rawls, J. (1990). Sobre las libertades. Paidós.
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación [RGLOC]. Decreto No. 850 de 23 de agosto de 2023.
- Robinson, J. (1989). Libertad y necesidad. Introducción al estudio de la sociedad. (F. Gozález, Trad.; 13a ed.). Siglo XXI.

- Rodríguez, E. (2008). Libertad de expresión y activismo estatal. V Jornadas de Sociología de la UNLP, Universidad Nacional de la Plata.
- Sprecher, R. [Ed.]. (2007). Teorías sociológicas. Introducción a los contemporáneos, p. 169.
- Van-Dijk, T. y Mendizábal, I. (1999). Análisis del discurso social y político. Abya-Yala.
- Von-Wright, G. H. (2002). Sobre la libertad humana. Paidós.
- Weber, M. (1986). El político y el científico (8a ed.). Alianza.

Análisis del Discurso Político Como Estrategia Persuasiva: Estudio de Caso Jaime Roldós Aguilera

Analysis of political discourse as a persuasive strategy: Case study Jaime Roldós Aguilera

Diego Gonzalo Alpusig Guanochanga
Estudiante de Licenciatura en Comunicación
diego.alpusig0983@utc.edu.ec
Anahi Cristina Aguilera Toapanta
Estudiante de Licenciatura en Comunicación
anahi.aguilera4598@utc.edu.ec
Alexander Darío Lascano Cevallos
Docente investigador
alexander.lascano@utc.edu.ec
Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 377-407.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 4-abr-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Resumen

Este ensayo tuvo como objetivo analizar el discurso político como una estrategia persuasiva, ello a partir del caso particular del último discurso ofrecido por Jaime Roldós Aguilera. El análisis del discurso se realizó a través de una metodología de análisis sistemático de contenido discursivo ajustado a la determinación de tres antagonistas: la reducción, el trasvase y el aumento, todo ello, desde la perspectiva persuasiva como estrategia de oratoria política. Una vez aplicada la metodología se descubrió que el discurso del fallecido expresidente ecuatoriano presentaba un uso extendido del antagonista basado en la reducción, en especial las exaltaciones. También se halló una utilización predominante del trasvase, ello dentro de la estrategia de desplazamiento en la dimensión antagónica del trasvase. Las estrategias menos implementadas por el político fueron las

relacionadas con el antagonismo de aumento, las cuales se pudieron detectar en un total de siete apariciones, donde la culpabilidad era la predominante. Se concluyó que Jaime Roldós, en su último discurso, imprimió una narrativa contundente pero suavizada, apoyándose en elementos históricos y en la culpabilidad, así como en la deuda-deber del Estado, como forma de acercar sus palabras de manera efectiva y convincente a la audiencia.

Palabras clave: discurso político, estrategias discursivas, Jaime Roldós

Abstract

This article aimed to analyze political discourse as a persuasive strategy, based on the particular case of the last speech offered by Jaime Roldós Aguilera. The analysis of the discourse was carried out through a methodology of systematic analysis of discursive content, adjusted to the determination of three antagonists: the reduction, the transfer and the increase, all from the persuasive perspective as a political oratory strategy. Once the methodology was applied, it was discovered that the speech of the late Ecuadorian ex-president presented an extended use of the antagonist based on reduction, especially exaltations. A predominant use of the transfer was also found, this within the displacement strategy in the antagonistic dimension of the transfer. The strategies least implemented by the politician were those related to the antagonism of increase, which could be detected in a total of seven appearances, where guilt was the predominant one. It was concluded that Jaime Roldós, in his last speech, printed a forceful but softened narrative, relying on historical elements and guilt, as well as the debt-duty of the

State, as a way of effectively and convincingly approaching his words to the audience.

Keywords: political discourse, discursive strategies, Jaime Roldós

Introducción

Hallar una definición sobre lo que significa «discurso político» puede ser complicado. Algunos autores, como Feruza Matenova y Djamilya Abduganiyeva (2022), lo conciben como un discurso que expone un gobierno (uno de sus miembros) con la finalidad de plantear una postura sobre un tema concreto, del cual posee un punto de vista puntual asociado a su ideología (p. 1399). Otros, como Julia De Diego (2014), afirman que un discurso político es la alocución capaz de crear grupos sociales diferenciados y consolidar el posicionamiento de una tendencia política (p. 19).

Sería posible extraer de estas definiciones que el discurso político es, ante todo, una herramienta que representa ideales y posturas relacionadas a una idea sociopolítica, cuya intensión se relaciona con los fines de una organización de representación popular, a la cual se desea amalgamar hacia un fin común. Por supuesto, cada discurso político puede tener una intencionalidad diferente según el contexto en el cual se presente.

La diversidad de conceptos alrededor de la figura del discurso político le otorga una interesante disparidad respecto a la forma de analizarlos. Algunos podrían centrarse en lo lingüístico, mientras que otros en la capacidad de convencimiento. Bajo un fin similar se cimentó la investigación de Bermúdez, Ramos y Sánchez (2020), quienes utilizaron una innovadora herramienta para el

análisis de discursos basada en comprender la persuasión de este, el poder que daba a las palabras y el vínculo antagónico orador–audiencia (p. 212). Este trabajo fue el que se tomó como base para inspirar el presente estudio.

El objetivo del trabajo es analizar el discurso político como una estrategia persuasiva, ello a partir de un discurso de Jaime Roldós Aguilera. En específico, se trata del discurso presentado en el Estado Olímpico Atahualpa, en Quito, el 24 de mayo del año 1981.

La pretensión de este trabajo es dual. La primera, es analizar –de manera pormenorizada y sistemática– el discurso de Jaime Roldós Aguilera. La segunda pretensión radica en generar un referente para el contexto académico del Ecuador respecto a cómo se deben generar análisis de discursos político en el ámbito de la formación académica. La aplicación de una metodología de análisis sistemática direccionada en el discurso de Jaime Roldós Aguilera permitirá presentar al ambiente académico nacional una alternativa a los análisis generalistas y casi empíricos de los discursos políticos hasta la fecha, lo cual podrá ayudar al crecimiento y desarrollo del conocimiento que de esta clase de abordajes pueden desprenderse.

Así, la misma técnica innovadora aplicada en el trabajo de Bermúdez, Ramos y Sánchez (2020), sería desarrollada en este estudio. Por tal motivo, el discurso del Roldós Aguilera se desglosará en tres variables antagónicas, y diversas dimensiones relacionadas a estas. Con ello, se alcanzará un grado de comprensión plena de la intencionalidad persuasiva del discurso del hoy fallecido político ecuatoriano, las estrategias empleadas en su exposición y la recurrencia con la cual disponía de ellas.

Antecedentes del Problema

Los estudios enfocados al análisis de los discursos políticos son variados. En todos los casos, el problema que se ha atendido mediante ellos puede ser generalizado de la misma forma: la necesidad de conocer la estrategia persuasiva del discurso.

Un primer ejemplo es el trabajo de Bermúdez, Ramos y Sánchez (2020), quienes analizaron un discurso político de Barack Obama, expresidente de los Estados Unidos de América, en lo que respecta al poder, la autoridad y la persuasión que emanaba de este. En este estudio, los autores (2020) adaptaron una metodología de análisis del discurso de otros autores con la finalidad de generar una interpretación de la alocución mediante figuras antagónicas como la reducción, el trasvase y el aumento (p. 218). Así, en la evaluación del discurso «El Nuevo Comienzo», los investigadores descubrieron que Obama buscaba generar un tono conciliador y unificador respecto a la unión entre la nación norteamericana y las naciones musulmanas (Bermúdez et al., 2020, p. 220). Este antecedente revela que el uso del discurso político va muy ligado a la intencionalidad circunstancial de una política de Estado o una necesidad de relaciones diplomáticas, donde el tono de la disertación puede suavizarse a medida que el objetivo general que le motiva tiene rasgos similares.

Otro antecedente, es el de Fierro Castelblanco (2011), quien analizó el discurso político de Álvaro Uribe respecto a cómo este era percibido y comprendido por los ciudadanos de Bogotá, Colombia. En este trabajo de cuarto nivel se utilizó un análisis de discurso basado en la opinión pública, en donde se diseñó un cuestionario que

indagaría sobre la percepción del pueblo bogotano sobre la intencionalidad y estilo de las alocuciones generales del expresidente colombiano. Fierro Castelblanco (2011) llegó a la conclusión de que el discurso político de Uribe no se alejaba demasiado al que empleaban otros dirigentes de la región, donde el populismo y la confrontación con un enemigo eran recurrentes recursos de persuasión (p. 157). Uno de los hallazgos más relevantes de este discurso fue el entender que Uribe mantuvo presente el problema de la inseguridad en casi toda su alocución, problema prioritario en Colombia (2011, pp. 157–158). Así, un discurso político puede apoyarse en la repetición de recurrentes necesidades poblacionales como estrategia de persuasión.

Por último, Morales López (2012) se enfocó en el análisis del discurso político del expresidente ecuatoriano Rafael Correa, utilizando una metodología de estudio cualitativo, donde empleó técnicas etnográficas y el análisis pragmático–discursivo de la alocución de Correa para comprender la esencia de sus presentaciones públicas (p. 6). La investigadora descubrió que Correa cimentaba la persuasión de su discurso en argumentos simples, sencillos de entender, el uso de elementos lingüísticos de construcción empática–emocional y metáforas coloquiales al momento de generar confrontación con sus rivales políticos (Morales–López, 2012, p. 22).

El Problema

El discurso político, como ya se mencionó previamente, es una herramienta fundamental para cualquier líder de una tendencia ideológica para llegar a la población y exponer sus ideas de gobierno. El problema con estos discursos es que su configuración puede ser

realmente extensa; no hay una única manera de concebir una alocución política. Así, si lo que se desea es conocer las estrategias de persuasión que los discursos poseen, estos deben ser analizados de manera individualizada en cada uno de los casos.

En el trabajo de Cala Siria (2015), por ejemplo, se menciona que todo discurso político es una amalgama de estrategias, de pluralidad oratoria y de técnicas publicitarias en donde la seducción y la demagogia suelen ser comunes (p. 13). Esta perspectiva podría hacer pensar que los discursos políticos suelen decantarse por el uso de los recursos fáciles para persuadir a las personas, algo que podría resultar incluso más evidente en el caso de políticos con una capacidad de oratoria limitada.

En el caso concreto del Ecuador, los discursos políticos no parecen ser un objeto de estudio demasiado interesante a la luz de la monotonía recursiva de los mismos, donde la apelación por el uso del pueblo como reclamo fundamental resta interés al análisis de las técnicas de alocución. Sobre ello, Rodríguez Jaramillo (2011) destaca que el discurso político ecuatoriano se ha centrado en el populismo y la confrontación del pobre contra el rico (p. 51). Por supuesto, esto no significa que esta clase de presentaciones sean las únicas conocidas por los políticos ecuatorianos, algo que, aparte, no se puede aseverar ante la escasez de estudios individualizados e incluso sistematizaciones que demuestren los rasgos de las alocuciones políticas en el país, sobre todo en su época democrática.

Y es ahí en donde radica el mayor de los problemas: la falta de estudios nacionales que se hayan dedicado al

análisis del discurso político de sus gobernantes. Existen algunos antecedentes, como el trabajo de Morales López (2012) que, aunque son trabajos de valor por ser puntos de partida para indagaciones en esta senda, carecen de la rigurosidad metodológica que el tema amerita. Esto es así porque un discurso político debe analizarse de manera pormenorizada en diferentes contextos.

De todo lo anterior deriva un problema incluso más notorio: la falta de análisis de discursos emanados por el expresidente ecuatoriano Jaime Roldós Aguilera. Esto deja vacíos importantes del conocimiento sobre la oratoria manejada por este político que, por diversas circunstancias, marcó una época en la política nacional.

Entonces, a la luz de los aspectos problemáticos generales del discurso político, cabría preguntarse, para el caso concreto del análisis del discurso político del ex presidente Jaime Roldós Aguilera, lo siguiente: ¿qué herramientas persuasivas se utilizan en el discurso político del ex presidente Jaime Roldós Aguilera el 24 de mayo del año 1981 en el Estadio Olímpico Atahualpa de la ciudad de Quito?

Justificación del Estudio

La justificación del presente estudio toma un referente teórico del trabajo de Hernández y otros (2014), quienes aseguran que la justificación de un trabajo no es más que la búsqueda de la respuesta sobre el porqué se realiza dicha investigación y para qué se hace (p. 35). Estas dos cuestiones son las que se proceden a responder en este apartado.

Comenzando con el «porqué», se tiene un claro vínculo con las cuestiones planteadas en el apartado de

enunciación del problema. Como se expuso en esa sección, los análisis de los discursos políticos en el Ecuador son escasos. Así, con este trabajo se pretende generar un precedente en los estudios nacionales, esto mediante la propuesta de un análisis que no solo se enfoca en un momento puntual en el tiempo de gobierno de un político, sino también en un discurso concreto que, por el contexto que le rodeaba, se considera de gran valor para la historia política del Ecuador.

Otro «porqué» que justifica la realización del estudio radica en la inexistencia de investigaciones que se dediquen a analizar de manera pormenorizada el discurso del 25 de mayo del año 1981 del expresidente Jaime Roldós Aguilera. La alocución de Roldós fue importante por el contexto sociopolítico del país, donde los problemas internos y amenazas internacionales eran constantes. Por ello, la no existencia de trabajos previos que se dediquen a analizar la intencionalidad política de ese discurso es notoriamente llamativa, por lo que este trabajo busca rellenar ese vacío del conocimiento.

Por último, el «para qué» de este trabajo se asocia con dos cosas de gran valor. La primera, es para que la investigación genere un precedente sobre la relevancia del análisis del discurso político como parte del entendimiento de la historia política ecuatoriana. La segunda, es para que se demuestre la necesidad de analizar un discurso no solo de manera individualizada, en un momento puntual en el tiempo, sino también a través de una herramienta metodológica específica, tal y como se hace en este documento, que mejore la capacidad interpretativa de la alocución tratada.

Contextualización al Problema Específico

Jaime Roldós Aguilera fue un político ecuatoriano que se convirtió en el trigésimo presidente de la República del Ecuador, siendo además la persona que lideró la vuelta del Ecuador a la democracia (Erazo–Castro, 2019, p. 21). Es un expresidente recordado por su trágica muerte, esto al poco tiempo de ser elegido como líder del poder ejecutivo nacional. Para entonces fue el primer presidente más joven, con 39.

Según la biografía realizada por Avilés Pino (2017), Roldós nació el cinco de noviembre del año 1940, siendo sus padres el señor Santiago Roldós Soria y la señora Victoria Aguilera Mouton (párr. 1). Guayaquileño de nacimiento, se dedicaría al estudio en Derechos, carrera que culminó y que le ayudó a impulsar su presencia política en el Ecuador, la cual le llevaría a la presidencia.

Antes de llegar a la presidencia, Jaime Roldós fue electo diputado para la Asamblea Nacional del Ecuador entre los años 1968 y 1970, siempre para la provincia del Guayas, donde nació y vivió gran parte de su vida (Avilés–Pino, 2017, párr. 2). A partir de este punto y con la caída de las dictaduras de antaño, Roldós recibió apoyo político por parte de Assad Bucaram y demás familiares cercanos para lanzarse a la presidencia, siendo una revelación en los momentos de la campaña política de aquel entonces gracias a su carisma.

Alejarse de la demagogia y presentar un discurso político fresco le permitió conseguir el apoyo popular para alzarse con la presidencia, donde debió enfrentar graves problemas fiscales y económicos heredados de las dictaduras (2017, párr. 7). Su gobierno duró desde el

10 de agosto del año 1979 hasta el 24 de mayo de 1981, momento para el cual sufrió un accidente de avión que terminaría con su vida y con su joven y promisoría carrera política.

No existe un registro sistematizado de los discursos pronunciados por Roldós, por lo que se hizo imposible referenciar alguna fuente al respecto. No obstante, el estudio de algunas de sus alocuciones permitió evidenciar que su estilo discursivo era disruptivo para lo que se venía acostumbrando en el Ecuador, donde el populismo y la demagogia eran comunes. Así, Roldós Aguilera generaba presentaciones orales muy trabajadas, con una pulida técnica discursiva y alejada del populismo de la época. Uno de sus discursos más importantes, sino el que más, fue el último pronunciado antes de su muerte.

El expresidente Jaime Roldós dio su último discurso el día 25 de mayo del año 1981, ello, en el Estadio Olímpico Atahualpa de la ciudad de Quito. Este discurso tenía un marcado tono explicativo ante una situación del Ecuador complicada, donde los problemas socioeconómicos y territoriales eran numerosos. Por ello, la exposición del exmandatario resulta interesante a nivel de su técnica de oratoria.

Ante el interés de este discurso, en el presente trabajo se pretende analizar la técnica que usó para entonces Jaime Roldós a través de una metodología basada en la persuasión, la relación orador-auditorio y el poder de las palabras. Lo primero que se hace es presentar la metodología, la cual consta de tres variables y siete estrategias. Luego, se hará un análisis pormenorizado del

discurso con base a las mencionadas siete estrategias, ello para identificarlas y contar sus apariciones. Finalmente, se presentará la tabulación de los resultados y se ofrecerá una breve discusión sobre los mismos.

Metodología

La metodología que se decidió implementar para el análisis del discurso del expresidente Jaime Roldós es la misma que emplearon Bermúdez y otros (2020) para el análisis de un discurso del expresidente de los Estados Unidos de América, Barack Obama (pp. 216–217). Es un método donde se analiza el discurso según tres grandes antagonistas: la reducción, el trasvase y el aumento.

El primero se presenta por medio de dos estrategias: la exaltación, que “se centra en explorar elementos comunes entre ambos grupos” (Bermúdez, Ramos y Sánchez, 2020, p. 216) y el halago, con lo cual se “intenta elevar el valor del auditorio o reducir el valor del orador, equiparándolos” (p. 217). El segundo antagonista posee dos estrategias: la de desplazamiento, con la cual se busca “persuadir al redirigir el antagonismo hacia elementos ajenos tanto al hablante como al oyente” (p. 217) y el miedo, que es capaz de hacer lo mismo que lo anterior, pero con un elemento sentimental adicional en él. El último de los antagonistas posee tres estrategias: la culpabilidad pretende dividir en castigados y castigadores a la audiencia, la represión presenta elementos que la audiencia puede rechazar y la expulsión se usa como una especie de sorpresa argumentativa en el discurso (p. 217).

Cabe señalar, que los autores de esta metodología poseen un entendimiento ambiguo de lo que cada

antagonista implica y cómo se puede presentar cada estrategia, algo que se pudo evidenciar en los resultados de su estudio previamente señalado. En este sentido, se aplicó este método teniéndose ello en cuenta y, en especial, considerando esta diversidad de criterios. También se debió tener en cuenta la limitante perceptual, un elemento subjetivo que, si bien se buscó reducir lo máximo posible mediante una evaluación objetiva del discurso, es un obstáculo insalvable que reaparece a la hora de interpretar el discurso de una manera u otra según la experiencia sobre cuestiones políticas y el contexto propio en donde se dio el discurso. Así, al momento de replicar este estudio, se debe tener presente que no necesariamente los resultados concordarán entre iteraciones.

Resultados Generales

Los resultados generales de la aplicación de la metodología pueden visualizarse en la Tabla 1 –Resultados generales de la evaluación del discurso de Jaime Roldós–. Quedó en evidencia que el discurso de Roldós empleó recurrentemente los recursos de reducción, en especial el de exaltación. El segundo más empleado fue el antagonismo de trasvase, donde el desplazamiento fue protagonista. Por último, las estrategias de aumento fueron las menos empleadas, pero su uso fue estratégico para el mejoramiento de la exposición de ideas por parte del expresidente, así como para consolidarlas en la audiencia. Los mismos resultados pueden visualizarse en la Figura 1 (Distribución en el uso de estrategias), pero a modo de gráfico de barras horizontales.

Tabla 1

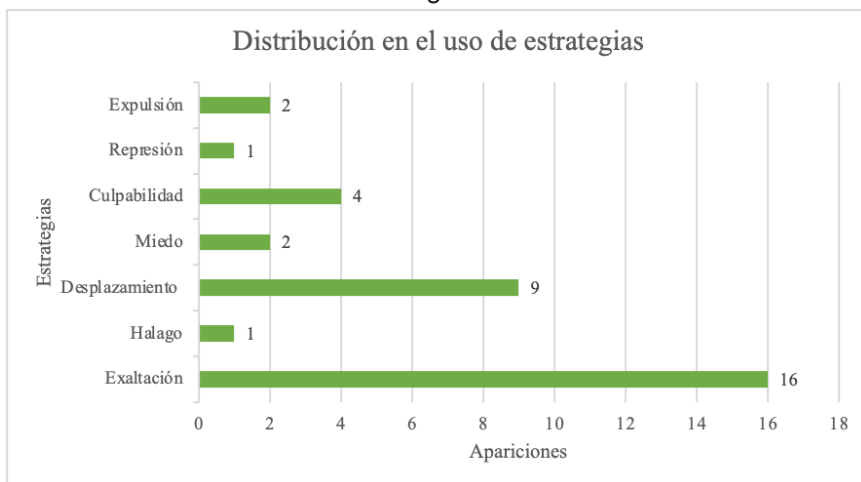
Resultados generales de la evaluación del discurso de Jaime Roldós

Antagonismos	Estrategias	Apariciones
Reducción	Exaltación	16
	Halago	1
Trasvase	Desplazamiento	9
	Miedo	2
Aumento	Culpabilidad	4
	Represión	1
	Expulsión	2

Nota: Elaboración propia

Figura 1

Distribución en el uso de estrategias



Nota: Elaboración propia

Resultados Específicos

Los resultados específicos del análisis del discurso se presentan en la Tabla 2. En la segunda columna, se exponen los párrafos del discurso y, en la tercera columna,

se explica la estrategia aplicada. Esto permitirá comprender la estrategia planteada por el expresidente para mejorar la persuasión de su exposición e incrementar las posibilidades de que la audiencia recordase lo que exponía.

Tabla 2

Resultados específicos del análisis del discurso de Jaime Roldós

No.	Párrafo	Estrategia	Casos
01	El hombre como individuo o pueblo nació para la libertad, su único condicionamiento admisible, es el impuesto por la naturaleza, como en tomo de su existencia y determinante de la misma. Pero incluso, en este caso, la historia nos revela cuánto hace el hombre por superar sus limitaciones y el progreso como constante es su afirmación irrefutable.	Exaltación: todo este párrafo presenta un punto de encuentro entre Roldós y el público: hombres iguales que luchan por la libertad y por superar sus limitaciones.	01
02	Esa conquista de igualdad entre los pueblos, expresada en independencia política, es la que conmemoramos hoy, bajo el siempre renovador cielo de mayo y sobre el bien amado suelo de nuestra Patria. Cielo y tierra que fueron los testigos de la Batalla del Pichincha, hito histórico de un pueblo que no sabe de renunciadas antes la adversidad. Largo fue el camino de libertad recorrido sin descanso y sin fatiga, desde agosto de 1809 hasta mayo de 1822, para alcanzar la meta que el ideal propuso.	Exaltación: Roldós continúa explotando los elementos comunes (pueblo) recordando el valor que tiene, para todos, la independencia, así como resalta la hermosura y valor de un país (en términos ambientales e históricos) para empatizar con el auditorio y acercarlo a él a través del nacionalismo.	02

03	<p>Hoy, a la vuelta de 159 años de la Patria alcanzada en Pichincha es la Patria mestiza que busca avanzar en democracia, consolidarse en Nación y dejar atrás el subdesarrollo económico y social.</p>	<p>Exaltación: encuentro mediante puntos comunes: la mención de la etnia predominante, del ideal democrático que se persigue consolidar y el desarrollo pleno de un país que todos desean.</p>	03
04	<p>Historia forjadora de un presente que nos impone unirnos en las grandes causas y por los grandes objetivos. Historia de hombres que como ayer y como hoy prestos están a dar su vida por el ideal de Patria que no es distante.</p>	<p>Exaltación: de forma audaz, Roldós reduce el sentimiento de culpa aseverando la existencia de una virtud en el pueblo: el sacrificio. Esto lo refuerza comparándolo con el pasado (un pasado de luchas y sacrificios).</p>	04
05	<p>Qué mejor fecha para jurar la Patria que la de hoy. Qué mejor ocasión que la presente para rendir homenaje a los valientes luchadores de la Cordillera del Cóndor, a los soldados todos, que probaron hombría y decisión de defender a la heredad territorial. Ser la juventud ecuatoriana y jurar por la bandera, confundida con aquellas gallardas delegaciones de nuestra Fuerzas Armadas. Este es el magnífico crisol de un país que se precia de sus virtudes republicanas.</p>	<p>Exaltación: une al auditorio a su discurso al exaltar las bondades de los ecuatorianos y de su lucha, sus símbolos e institución armada.</p>	05

06	Nuestro país no ha hecho jamás uso de las armas por caprichos o expansionismo, lo que hecho por respuesta a las agresiones que ha sufrido en su propio y legítimo territorio nacional. Las usó por el honroso y viril deber de defender lo que es suyo.	Exaltación: sobre la justicia del Ecuador, de su pueblo, en el uso de la fuerza como último recurso para defender lo que le pertenece.	06
07	Queremos paz, buscamos paz y hemos actuado por la Paz dentro de los límites impuestos por la dignidad nacional. Que esta espartana ceremonia nos haga meditar a todos en el hondo significado de este acto y en la causa del mismo.	Exaltación: propone un punto común entre orador-auditorio basada en la búsqueda de la paz.	07
08	El actual Gobierno y las actuales generaciones somos herederos de un secular diferendo territorial, con todas las connotaciones que el mismo ha tenido, como son, las agresiones, invasiones y despojos por la fuerza que han mermado nuestro patrimonio territorial. Lo de 1941 y 1942 representa uno de los momentos culminantemente trágicos de aquello que se inicia en los albores mismos de la República.	Exaltación: unifica al gobierno y al pueblo en una misma idea basada en el legado de un pasado complicado.	08
09	Cuánto necesitan nuestros pueblos de paz internacional y de recursos económicos para crear una paz social interna, cimentada en la justicia.	Exaltación: se acerca al público a través de la mención de un deseo colectivo.	09

10	<p>Este es un gobierno que cree en la organización participativa del pueblo, para la toma de sus decisiones. Este es un gobierno que no acepta ni admite la dependencia, que respeta los derechos humanos y propugna su respeto, que cree que los ciudadanos deben estar conscientes de que la ley no otorga únicamente derechos, sino que impone también deberes. Este es un gobierno que cree en el régimen de derecho, para encauzar debidamente a la sociedad. El derecho establece y reconoce vías para el reclamo, la denuncia, la protesta y por lo tanto lo que se haga a su margen, por ser hecho con prescindencia de la norma jurídica, impone al gobierno hacerla respetar.</p>	<p>Exaltación: acerca al gobierno mediante elementos comunes que las personas esperan de él, como la búsqueda de la justicia y la democracia, la independencia y la participación activa de las personas.</p>	10
11	<p>Para los ecuatorianos, nuestra primera prioridad es y debe ser Ecuador, y esto lo hemos cumplido sin mediatizar los principios.</p>	<p>Exaltación: recurre al patriotismo (mediante la figura de la defensa de lo nacional) para acercar a las personas su discurso e ideal de gobierno para afrontar la situación. Para ello, asocia su postura gubernamental con un ideal compartido por todos.</p>	11

12	Las crisis económicas y políticas del Pacto, deben superarse por la voluntad política y la expresión sincera de probar que se quiere la integración, cumpliendo lo pactado. De otra suerte no sería el Grupo Andino, sino una triste mascarada y el Ecuador no se presta a eso.	Exaltación: sobre la postura del Ecuador, de su pueblo, de no prestarse a triquiñuelas políticas, algo que todos, por lo general, podrían haber compartido como válido.	12
13	El país necesita de obras, pero las obras necesitan de recursos y las medidas económicas por nosotros dictadas, han procurado estabilizar la economía del país, introducir correctivos al proceso inflacionario, buscar una política de precios reales frente a un mundo convulsionado económicamente donde imperan las tasas de interés, la inflación y la recesión. La economía ecuatoriana ha sido manejada con prudencia.	Exaltación: busca acercarse al pueblo mediante el recordatorio de su correcto accionar en lo económico-social (punto crítico para cualquier sociedad) y, en especial, de su consciencia sobre las necesidades clave del país, de las cuales conoce y desea atender.	13
14	Hay que partir del pueblo y sus posibilidades, para adoptar las medidas económicas y de las necesidades del pueblo para adoptar las medidas sociales.	Exaltación: presenta al pueblo como el punto de partida de las acciones de su gobierno, con lo que busca acercar su discurso a las personas a través del recordatorio de que sus necesidades están siendo atendidas.	14

15	Este Ecuador que no lo queremos enredado en lo intrascendente, sino en lo valeroso, luchador infatigable, forjando un destino de grandeza. El Ecuador heroico que triunfó en Pichincha, el Ecuador de los valerosos de hoy, heroicos luchadores de Paquisha, Machinaza y Mayaycu, inmolados en estas legendarias trincheras. El Ecuador heroico de la Cordillera del Cóndor y el Ecuador eterno de libertad. Este Ecuador amazónico, desde siempre, y hasta siempre...	Exaltación: reduce el sentimiento de culpa que pudo crear en el punto previo para reemplazarlo con un sentimiento de grandeza común que todos comparten gracias al legado pasado.	15
16	¡Viva la patria!	Exaltación: cierra con una frase de fácil aceptación por todos.	16
17	Siendo así la esclavitud y la dependencia niegan su raíz existencial, por lo que el hombre ha bregado y lo hará siempre, contra toda forma de sometimiento, consciente como se halla de su esencia de libertad, que lo impulsa a forjar la justicia cuya base es la igualdad	Desplazamiento: los antagonistas (esclavitud y dependencia) los presenta como algo alejados del hombre (Roldós y el auditorio) por ser algo que siempre estará en la vida del humano.	01
18	Factores internos y externos han conspirado	Desplazamiento: desplaza el antagonismo de lo que no se ha logrado hacia elementos externos (que no especifica).	02

19	<p>...al hacerlo el jefe de Estado proclama que no hemos venido a condecorar el exterminio del hombre por el hombre, ni a hacer la apología de la guerra. Hemos venido a condecorar al coraje y al valor del hombre ecuatoriano. Venimos al encuentro sereno del hombre con el hombre y a decirles a los que precautelan la paz, la soberanía y el orden constituido, que nos encontramos en la misma orilla del humanismo.</p>	<p>Desplazamiento: perspicaz, Roldós aleja el antagonismo común del pueblo hacia sus instituciones del orden (cimentado en el abuso de poder) y lo reemplaza con el valor de los funcionarios de seguridad que, según el expresidente, sería el mismo valor de cualquier ecuatoriano.</p>	03
20	<p>De esos años a esta parte y como siempre, nuestra postura ha sido de demandar acorde al que por justicia nos corresponde y este Gobierno ante la reiterada agresión ha probado su capacidad jurídica en la defensa diplomática de sus derechos y ha probado, que sabe pelear por lo que es nuestro y allí ha estado y está el rol histórico de las Fuerzas Armadas Nacionales. Nunca hemos estado, ni estaremos por ninguna aventura belicista, pero jamás tampoco bajaremos la guardia.</p>	<p>Desplazamiento: redirecciona un posible punto de debilidad de su gobierno (la percepción de una supuesta inacción ante la amenaza externa que podría ser inferida por el pueblo) y lo transforma en prudencia e inteligencia, recordando que la defensa nacional no se ha dejado de lado.</p>	04

21	<p>Y si es insensato lanzar unos pueblos contra otros, tampoco tiene sentido abusar de la fuerza para consumir injusticias o depredaciones. Si nuestros problemas son comunes, no hagamos de nuestras diferencias abismo insalvable, que nos conduzcan a la liquidación y piense igualmente, quien pretenda agredirnos que, por más fuerza material, bélica que se tenga, la victoria final la alcanza quien es capaz del sacrificio en ideales de justicia...</p>	<p>Desplazamiento: de nuevo, redirige el antagonismo de la necesidad de lucha (no deseable) hacia la cordura y la paz (deseable).</p>	05
22	<p>El Ecuador, amparado en sus irrenunciables derechos amazónicos, busca en el diálogo constructivo, el camino de paz que conduzca a una solución de justicia y es necesario arribar a esta solución, puesto que los pueblos no pueden ni deben vivir en la zozobra y la incertidumbre, pero insisto, solución que debe ser justa, pues de lo contrario esto es, impuesta o ajena al consenso nacional, no significará ninguna solución.</p>	<p>Desplazamiento: consciente de la posible postura de rechazo, Roldós insiste en la necesidad de un camino de paz construido mediante justicia, asegurando que solo así se conseguirá la solución, con lo que busca alejar el antagonismo de la debilidad.</p>	06
23	<p>Los principios valen por sí, no por su condicionamiento a determinadas doctrinas políticas. Por ello no permitiremos a fuerza de ser y seguir siendo democráticos, que el terrorismo o la anarquía ingresen al país, seremos como lo hemos sido, inflexibles, y con la ley en la mano.</p>	<p>Desplazamiento: aleja el antagonismo del individualismo político y lo reemplaza con la lucha ante las agresiones externas, nuevamente, amparado por la razón y la justicia.</p>	07

24	<p>No ha llegado el descalabro como pregonaban las pitonisas del apocalipsis económico-social. Se han tomado medidas y alguna muy dura, porque otros gobiernos, a los que añoran los serviles y los plutócratas, no tuvieron el coraje de hacerlo. Nos entregaron un país endeudado, pero claro, casi dos años de Gobierno Constitucional, se han olvidado de los nueve años de dictadura.</p>	<p>Desplazamiento: emplea la herramienta común del “enemigo pasado” para justificar la situación actual y la rudeza de ciertas decisiones de su gobierno. Esto aleja el antagonismo tanto de él como del pueblo.</p>	08
25	<p>Hoy no estamos en bonanza del petróleo, ni con los grandes precios del cacao y el café. Por el contrario, vivimos una crisis internacional de estos productos y, sin embargo, controlamos la economía nacional.</p>	<p>Desplazamiento: recuerda que el problema económico no es cuestión del Ecuador: es una crisis internacional, lo que aleja de sí al antagonista.</p>	09
26	y conspiran	<p>Miedo: con dos palabras bien ubicadas, Roldós genera miedo para recordar que los problemas no han acabado: siguen ahí y los amenazan.</p>	01

27	<p>La Patria no puede ser pretexto o tarima de vanidades. Sus problemas viales deben ser abordados con seriedad republicana, más si es doloroso admitirlo, no ha faltado una que otras voces aisladas que han pretendido, y pretenden, distorsionar una defensa civil, patriótica y profundamente consciente de los derechos del país. Voces que soterrada y calculadoramente quieren tomar, en el infundio y el rumor maledicente, pies para la bastardía de la traición. No tengo necesidad de nombrarlos, porque la bajeza moral los identifica y por la vía del impropio, pretenden escalar alturas a las que sólo se llega por la dignidad y hombría de bien.</p>	<p>Miedo: presenta un antagonista al cual desplaza parte de la dificultad de la situación que el país atraviesa y, aparte, le enviste en el sentimiento del miedo al ponerlo como un enemigo interno que busca el fracaso de la lucha real, la lucha democrática, ello por mero individualismo.</p>	02
28	<p>...esos factores adversos los que deben ser combatidos sin dejarnos amilanar o caer en un abúlico conformismo, pues no hemos sido hechos para la inercia, el anonimato o el rebaño, sino para el trabajo, la libertad y el heroísmo.</p>	<p>Culpabilidad: se presentan dos sentimientos comunes en el sentir de las personas y, luego, se rebate con el deber ser esperable de un pueblo heroico, lo que induciría a la culpa a quienes no se considerasen suficientemente aportadores a dicha causa.</p>	01
29	<p>Hay un país que demanda, que exige, no la indiferencia como respuesta sino el coraje, la decisión, la entereza de ser y trascender.</p>	<p>Culpabilidad: de nuevo, Roldós apela por el “deber ser” y rechaza la conducta de la indiferencia, lo que generaría culpa en su audiencia.</p>	02

30	<p>Pero nuestro único objetivo no es ni puede ser el de convertirnos en uno de los tantos regímenes constitucionales que el Ecuador ha tenido y que, por ser únicamente formales, han engendrado su propia destrucción. Hay que ir mucho más allá del análisis y de la sugerencia de medidas a la concertación de las mismas. Lamentablemente, en nuestra Patria y en América Latina, como herencia de un pasado que aún es presente, hemos caído en el debate superficial, en el que las malquerencias personales o los enconos facciosos sustituyen al democrático discrepar ideológico y al debate serio de los problemas sustanciales. El siempre cuestionamiento personal y la transitada vía de la mentira, la injuria o la perversidad, han sido el teatral tablado al que se ha arrastrado un sector mayoritario de la dirigencia política, ocasionando el divorcio lógico entre el pueblo y esa dirigencia trasnochada con sus personales apetitos de Poder.</p>	<p>Culpabilidad: como complemento al ataque directo a las voces disidentes, Roldós presenta un discurso en donde evita que estas se afiancen al aseverar que sus palabras no son las del pueblo, sino la del ego y las ansias de poder que los invade. No obstante, de forma acertada, presenta esto como un mal colectivo, nacional, y ello va en dirección a la búsqueda de la consciencia de un pueblo que, con su voto, tendría la posibilidad de sacar del juego político a esos seres individualistas. Es decir, en esta sección del discurso se apuesta por la fórmula: enemigo interno – razón interna de su existencia – llamado a la consciencia.</p>	03
31	<p>Que no sean las palabras, sino las obras las que den el mejor testimonio de nuestras intenciones; es la hora del trabajo, el esfuerzo, la solidaridad, no de los paros, huelgas, amenazas, incomprensión o rumores.</p>	<p>Culpabilidad: presenta al antagonista de la anarquía como un elemento negativo que, no obstante, es ajeno a él y que debe combatir por todos, en especial por quienes promueven esta clase de conductas.</p>	04

32	Aquí estamos civiles y militares unidos por la Patria y le democracia.	Halago: lleva a todos los presentes, sin importar su clase, a un mismo nivel a partir de un elemento común: el país y su democracia.	01
33	Cuánto nos revela la destrucción del hombre, pero cuánto nos revela la agresión y la injusticia.	Expulsión: de forma no esperada, Roldós no aleja el antagonismo del todo y lo trae al frente de nuevo, esta vez como una figura de la cual se puede aprender.	01
34	Incapaces de un pensamiento elevado quieren negar una límpida postura de patriotismo, honestidad y, en esto, no soy tolerante y aplastaré la miseria moral.	Expulsión: ante un recurrente discurso que aboga por la paz, es inesperado que se presenten las palabras “no tolerante” y “aplantaré” como parte de la estrategia del gobierno. El auditorio esperaba que Roldós hiciera algo contra esos enemigos internos, pero la contundencia de sus palabras es, a todas luces, un giro de postura no esperable y que pretende afianzar la fuerza de su voz de mando y el temple de sus decisiones.	02

35	...y esta es nuestra posición, esta es la posición ecuatoriana.	Represión: aseverar que todos los ecuatorianos poseen esa posición es arriesgado, más allá de que, antes de aseverar eso, venía construyendo correctamente su estrategia de desplazamiento.	01
----	---	--	----

Nota. Elaboración propia

Como se puede observar, las hipóforas y preguntas retóricas no están ausentes en este discurso. Jaime Roldós –en gran parte del mismo– pregunta al público por la pobreza del país, el mandato que ha pasado y cómo superar los problemas adquiridos en ellos, para lo cual el mismo responde con énfasis y determinación. En los saludos, denota grandes enumeraciones, esto por cada grupo étnico y cultural que existe en nuestro país. Lo anterior se realizó para que ninguna etnia se sienta excluida del discurso, haciendo notar que se dirige a todo el Ecuador, incluyendo a los «olvidados» por gobiernos pasados.

Discusión Final y Conclusiones

El análisis reveló que el discurso del expresidente Jaime Roldós trató de manejar con delicadeza, pero a su vez con contundencia, la delicada situación política, económica y social que vivía para entonces el Ecuador. El uso de la exaltación se dio mediante la evocación de lo histórico, del sentimiento de patriotismo y del deber–deuda con el Estado y su legado. El exmandatario pretendía con ello no solo reducir la dureza de sus palabras, sino también llamar

a la acción a un pueblo en un momento en donde más se requería de su apoyo. Se consideró como adecuado que Roldós no emplease el halago más que en el momento justo para referirse a las Fuerzas Armadas, dado que hubiese sido un error minimizar su figura política en un momento donde su pueblo esperaba firmeza de su parte.

El uso del trasvase también fue recurrente, donde Roldós trató de alejar de sí la culpa de los problemas que atravesaba el país, así como de su propia audiencia, para ubicar como sus orígenes a factores externos, internacionales e incluso políticos nacionales. El uso de este recurso fue prudente y se evidenció que, más que buscar echar la culpa a otros sobre lo que ocurría (que también), el ex mandatario necesitaba hacer que su audiencia cayese en cuenta de las enormes dimensiones de los problemas, la imposibilidad de controlar todas las variables sobre ellos y, en especial, que no los minimizara, algo que logró plasmar de gran manera mediante el uso del miedo en momentos específicos. Así, Roldós apostó por una deconstrucción del tratamiento político de los problemas alejado de la demagogia, el cual era el discurso dominante para la época. Evocando las palabras de Sánchez Garrido (2007), Roldós habría hecho uso de la ideología de la diferencia (p. 101).

Por último, el recurso que con mayor maestría utilizó Jaime Roldós fue, sin duda, el antagonismo del aumento. El recurso de la culpa se usaba, en la mayoría de casos, justo después de exaltaciones, con lo que se pretendía suavizar el discurso, pero sin erradicar de él el sentimiento de vinculación y empatía que deseaba extraer de su pueblo. La represión fue una jugada arriesgada en medio de un discurso que no vendía el uso de la fuerza y la violencia

contra los enemigos, algo que suele ir muy en la línea de las necesidades de las sociedades en momentos complejos (Waisberg y Celesia, 2013, p. 55) como los que atravesaba el Ecuador. Aun así, la construcción de bases argumentales previas dio sentido al uso de ese recurso y, por ende, minimizó el efecto negativo de la represión. La expulsión también fue usada de manera pertinente, dado que al presentar argumentos no esperados lograría poner a pensar a las personas sobre puntos de vista no tratados sobre una situación peliaguda, algo que reforzaba su visión de prudencia e inteligencia en el tratamiento de los problemas que acontecían.

Referencias

- Avilés-Pino, E. (2017, 15 de mayo). Aguilera Ab. Jaime Roldós. Personajes históricos. *Enciclopedia del Ecuador*. <https://www.encyclopediadelecuador.com/personajes-historicos/ab-jaime-roldos-aguilera/>
- Bermúdez, M., Ramos, M., y Sánchez, A. (2020). Poder, autoridad y persuasión. Un análisis crítico-histórico del discurso político de Barack Obama. *Pensamiento al margen. Revista Digital de Ideas Políticas* (12), 210-241. https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/100427/1/13_PaM_Nacionalismos_BERMUDEZ_RAMOS_SANCHEZ.pdf
- Cala-Siría, R. (2015). La persuasión en el discurso político. Aproximación a las estrategias de comunicación de los partidos españoles desde las elecciones europeas hasta las elecciones andaluzas. *Ámbitos*, (28), 1-17. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/10146>

- De-Diego, J. (2014). ¿Discurso político o politicidad de los discursos? Una propuesta para pensar la relación entre kirchnerismo y prensa en Gindin, I. L. (Coord.), *Kirchnerismo, mediatización e identidades políticas: reflexiones en torno a la política, el periodismo y el discurso (2003-2008)*, pp. 12-31. https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/4973/kirchnerismo__mediatizaci_n_e_identidades_pol_ticas.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Erazo-Castro, A. S. (2019). Análisis comparativo de las políticas públicas educativas para educación en adultos y jóvenes con escolaridad inconclusa en los gobiernos de Jaime Roldós Aguilera y Rafael Correa. [Trabajo de titulación]. Universidad Central del Ecuador <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18298/1/T-UCE-0010-FIL-361.pdf>
- Fierro-Castelblanco, M. I. (2011). *Álvaro Uribe Vélez: neopopulismo, retórica y asimilación de su discurso por los bogotanos*.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación.
- Matenova, F. y Abduganiyeva, D. (2022). Challenges related to the translation of political tes. *Academic Research in Educational Sciences*, 3(5), 1397-1400. <https://ares.uz/storage/app/uploads/public/629/bd7/dcb/629bd7dcb4f6a226977086.pdf>
- Morales-López, E. (2012). El discurso político de Rafael Correa (presidente de Ecuador). *Revista de Estudios Filosóficos Tonos Digital* (23), 1-30. <http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/view/804/537>

- Roldós-Aguilera, J. (24 de mayo de 1981). *Discurso pronunciado por el Presidente* [Discurso]. Acto cívico por la conmemoración de los 159 años de la Batalla de Pichincha en el Estadio Olímpico Atahualpa. <https://idoc.pub/documents/ultimo-discurso-de-jaime-roldos-aguilera-reljy615o711>
- Rodríguez-Jaramillo, J. C. (2011). El discurso populista, estrategia de comunicación política en el Ecuador. Caso de estudio: Discurso de la Campaña del ex Presidente Lucio Gutiérrez Borbúa. Período de estudio Agosto a Noviembre del 2002.
- Sánchez-Garrido, P. (2007). Deconstrucción y reconstrucción de la identidad cultural europea. Ilustración, Romanticismo y Posmodernismo. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 7(12), 101–112. <https://doi.org/https://doi.org/10.22518/16578953.811>
- Waisberg, P. y Celesia, F. (2013). *La Tablada: A vencer o morir. La última batalla de la guerrilla argentina.*

La Imagen y Reputación Política a Través del Storytelling y el Storydoing

Image and Political Reputation Through Storytelling and Storydoing

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 408-430.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 7-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Gustavo Cusot¹
Vicedecano del Colegio de Comunicación
y Artes Contemporáneas

gcusot@usfq.edu.ec

Doménica Peralta²

Estudiante de Comunicación Organizacional
y Relaciones Públicas

domenikaperalta@gmail.com

Universidad San Francisco de Quito
Quito, Ecuador

Resumen

En la era de la información y la comunicación, los líderes políticos se enfrentan a un desafío crucial: conectar de manera auténtica con la ciudadanía. Para lograrlo, necesitan implementar herramientas como el storytelling y el storydoing. El storytelling implica la capacidad de contar historias emocionales que transmiten mensajes políticos de manera atractiva y conmovedora para establecer una conexión con la audiencia. Sin embargo, para que estas narrativas tengan un impacto significativo, deben estar respaldadas por acciones concretas y transparentes, es

1 Vicedecano del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito. Coordinador de la Carrera de Comunicación Organizacional de la Universidad San Francisco de Quito. Comunicador y asesor en el ámbito de la comunicación y la imagen corporativa de empresas e instituciones de Argentina, España, Estados Unidos y Ecuador. Candidato a Doctor en Comunicación en la UNIACC
2 Asistente de investigación, estudiante de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas en la Universidad San Francisco de Quito con minor en eventos. Asistente del vicedecano del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco, ha colaborado en investigaciones y organización de eventos. Graduada del Colegio Bilingüe Marie Clarac del cuál fue primera escolta del pabellón nacional.

decir, el *storydoing*. Es importante que los líderes políticos demuestren coherencia entre sus palabras y acciones para construir una imagen y reputación política positiva, generando confianza y credibilidad en la ciudadanía. En este contexto, las redes sociales juegan un papel fundamental para mostrar acciones y compararlas con discursos previos, satisfaciendo así la demanda de transparencia por parte de los ciudadanos y fomentando una mayor participación ciudadana. En conclusión, el éxito de los líderes políticos depende de su habilidad para combinar de manera efectiva el *storytelling* con acciones concretas *storydoing*, construyendo así una reputación sólida y genuina que conecte con la ciudadanía y respalde sus iniciativas políticas.

Palabras Clave: *storytelling*, *storydoing*, imagen, reputación, redes sociales

Abstract

In the era of information and communication, political leaders face a crucial challenge: to authentically connect with the citizens. To achieve this, they need to implement tools such as *storytelling* and *storydoing*. *Storytelling* involves the ability to tell emotional stories that convey political messages in an engaging and moving manner to establish a connection with the audience. However, for these narratives to have a significant impact, they must be backed by concrete and transparent actions, that is, *storydoing*. It is important for political leaders to demonstrate consistency between their words and actions to build a positive political image and reputation, generating trust and credibility among the citizens. In this context, social media plays a fundamental role in showcasing actions and comparing them with previous speeches, thus meeting the demand for

transparency from citizens and encouraging greater civic participation. In conclusion, the success of political leaders depends on their ability to effectively combine storytelling with concrete actions (storydoing), thereby building a strong and genuine reputation that connects with the citizens and supports their political initiatives.

Keywords: storytelling, storydoing, image, reputation, social media

Introducción

Los políticos se enfrentan a un desafío crucial: conectar con la ciudadanía de manera auténtica y significativa. Para ello, es fundamental que los líderes políticos refuercen su capacidad de contar historias – *storytelling*– con acciones reales y tangibles –*storydoing*–. Es evidente que las habilidades de *storytelling* se han convertido en una herramienta poderosa para transmitir mensajes clave para los políticos, lo que contribuye a construir imagen, permitiéndoles presentar visiones únicas y así conectar con la audiencia de forma efectiva. De este modo, un buen discurso se sostendrá en el tiempo si eso que se dijo –promesas o propuestas– se materialice en acciones que respalden esas narrativas, para que sus palabras tengan credibilidad más no solo se queden en el aire. En este contexto conforme pasan los años los ciudadanos se interesan menos en la política y eso se debe a que han perdido la confianza. Según Jorge Benedicto (2000), citado por Pharr y Putnam (2008):

Si en los años 50 o 60 existía un clima de confianza generalizada en las instituciones representativas y en las autoridades correspondientes, décadas después una de las constantes en todas las democracias es el deterioro de la confianza en líderes y partidos,

junto al incremento del escepticismo en los resultados del sistema político, todo lo cual está en la base de la desafección política que caracteriza la coyuntura actual. (p. 15)

Los mismos políticos se han encargado de deteriorar la imagen política, con actos de corrupción; una gestión deficiente del gobierno, generando una percepción de solo estar interesados en el poder y en servir solo a ciertos grupos de interés y no a los ciudadanos. Por lo tanto, es importante implementar un *storydoing* el cual se evidencie en acciones coherentes, concretas y transparentes que respalden todas las promesas y mensajes, demostrando autenticidad y compromiso con el bienestar de la ciudadanía. La imagen y reputación política desempeñan un papel crucial en este proceso, ya que influyen en cómo la ciudadanía percibe las acciones de los líderes y su capacidad para generar un cambio significativo. En este documento se establecerá cómo una estrategia de *storytelling* puede carecer de eficacia si no va acompañado por acciones congruentes, que generen una imagen y reputación política positiva para los líderes políticos.

La Evolución del Storytelling y el Storydoing en la Imagen y Reputación Política

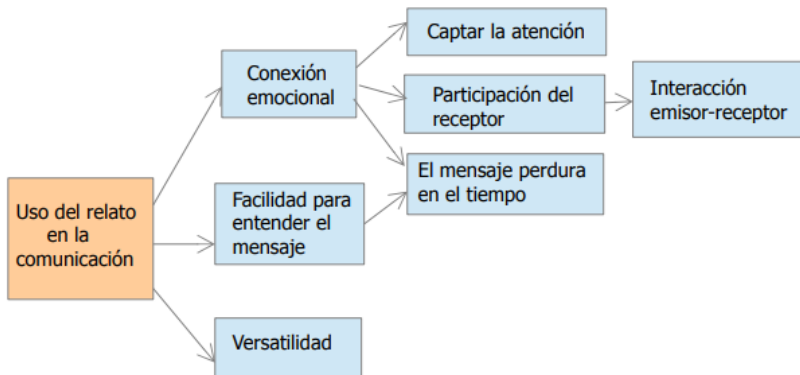
El *storytelling* en la política es una herramienta poderosa que permite a los líderes comunicar sus visiones y propuestas de una manera emotiva y atractiva desde la antigüedad como lo menciona el teórico español Enrique Gil Calvo (2018):

Ahora bien, al margen de esta reciente moda posmoderna las stories o microrrelatos electorales del «infoentretenimiento», lo cierto es que la narratividad siempre ha presidido el ejercicio de la comunicación política, empezando desde los propios griegos. Con lo

cual regresamos al mundo de la democracia ateniense analizada por Aristóteles, pues esta búsqueda de la relación emocional con los electores, que plantea el marketing narrativo, es la misma búsqueda del ethos, entendido como relación emocional con los oyentes, que planteó el estagirita como clave de la retórica discursiva. (p. 123)

En este sentido, se busca establecer una relación emocional con los electores, similar a la búsqueda del ethos –credibilidad y confianza– que Aristóteles planteó como clave en la retórica discursiva (Polo, 2013). Es relevante mencionar que, tanto en la antigüedad como en la actualidad, la conexión emocional con la audiencia es un factor crucial para que los líderes políticos comuniquen sus propuestas y visiones. Adicionalmente, con un correcto *storytelling* los políticos pueden lograr captar la atención de los ciudadanos, con el objetivo de llegar a conectar de manera emocional, hacer que estos se identifiquen y les brinden el respaldo necesario en cada una de sus propuestas.

El *storytelling* es el arte de contar historias, pero va más allá de la simple narración. Según Ana Guisado-Rodríguez (2017), el *storytelling* es una técnica que busca transmitir emociones y conectar emocionalmente con el receptor a través del relato. En esencia, es una historia emocional que establece una conexión entre el narrador y la audiencia, permitiendo que el mensaje perdure en el espectador por más tiempo. Siendo esta una gran herramienta de comunicación para cualquier campo, es importante observar de manera resumida en el siguiente cuadro cada punto importante del uso del relato en la comunicación como lo es la conexión emocional, facilidad para entender el mensaje y versatilidad.

Figura 1*El uso del storytelling en la comunicación*

Nota: Adaptado de El uso del storytelling en la comunicación de Ana Guisado (2017, p. 10)

El uso del relato en la comunicación es de vital importancia, ya que tiene la capacidad de involucrar y emocionar al público de manera significativa. Para lograr un impacto efectivo, es esencial que el relato establezca una conexión emocional con la audiencia de forma fácil y versátil. Cuando se consigue esto, el mensaje se vuelve más memorable y cautivador, atrayendo la atención del receptor y manteniendo su interés a lo largo del tiempo. Por lo tanto, al lograr esta conexión, se capta la atención del receptor y se fomenta su participación activa en la historia, lo que hace que el mensaje perdure por más tiempo. La interacción entre el narrador y la audiencia crea un vínculo significativo, y al compartir emociones y experiencias, se fortalece la comprensión y retención de la información transmitida. Así, el *storytelling* se convierte en una poderosa herramienta para comunicar mensajes, emociones e ideas de manera

impactante y duradera. Por lo cual, los políticos deben mantener siempre una buena narrativa, la cual sea congruente con su reputación e imagen, buscando conectar con la ciudadanía. En el caso de las campañas políticas el *storytelling* juega un rol muy importante ya que mediante este se puede cambiar la opinión de una persona sobre el partido político o el candidato, generando más votos a favor. No obstante, un buen *storytelling* debe ir acompañado de un buen *storydoing*, puesto que se debe reforzar con hechos las palabras.

El *storydoing* es un término que se ha utilizado principalmente para describir una estrategia en la que las marcas o empresas se centran en demostrar sus valores y propósitos a través de acciones y compromisos tangibles. Baraybar Fernández y Luque de Marcos (2018) lo han definido desde la comunicación corporativa como...

(...) Una propuesta para generar contenidos en el proceso de construcción y gestión de marcas, fundamentada en crear productos, servicios y experiencias que sean percibidas como un valor tangible por la sociedad. Surge como alternativa a la pérdida de eficacia en el contexto actual de las fórmulas anteriores e invita a las organizaciones a reflexionar sobre su sentido y su aportación a la colectividad; a revisar su historia, sus productos, su manera de comunicar y, quizás lo más relevante, precisar su propósito. (p. 452)

Storydoing implica llevar a cabo acciones coherentes con las narrativas, va más allá de la simple comunicación o relato persuasivo. Las empresas o marcas buscan actuar y realizar todo con base a sus valores, identidad, imagen, etc. Lo cual implica llevar a cabo acciones tangibles que refuercen

la identidad e imagen de la marca y generen una experiencia auténtica para cada uno de sus clientes. A través de estas acciones, la marca busca construir una historia basada en hechos y resultados concretos. Como menciona Paul Martin Lester: “Los mensajes más poderosos, significativos y culturalmente importantes son aquellos que combinan palabras e imágenes por igual y respetuosamente” (como se citó en Gurri, Denny y Harms, 2010, p. 102). Los mensajes que generan más alcance y confiabilidad son los que se componen por un *storytelling* bien planteado y lo demuestran con el *storydoing*.

No obstante, analizando el *storydoing* desde el ámbito político, éste implica llevar a cabo acciones coherentes con las narrativas políticas, va más allá de la simple comunicación o relato persuasivo. Los políticos o líderes ya no solo se limitan a comunicar sus propuestas y visiones a través de discursos o campañas de marketing, sino que también toman acciones concretas y medidas que respalden esos valores y objetivos, para generar un mayor acercamiento en la ciudadanía, buscando establecer una conexión más sólida y auténtica. Según Gonzalo Sarasqueta (2021), el *storydoing* definido en el campo de la comunicación política:

Es una técnica narrativa que, a través de la visualización de acciones o experiencias, moviliza el sentido social y, al mismo tiempo, incrementa la credibilidad y legitimidad del líder político. Esta conceptualización nos parece pertinente por las siguientes razones: (a) moviliza el sentido social, porque activa la energía ciudadana mediante el ejemplo y la coherencia; (b) incrementa la credibilidad, porque comunica a través de la verdad (los hechos

mismos) y no desde la verosimilitud (las narraciones de los hechos); y (c) legitimidad, porque concede autoridad sin recurrir a la coacción ni a la amenaza de la misma. (p.78)

En la actualidad el *storydoing* juega un papel fundamental en el ámbito político puesto que cada vez la sociedad piensa que los mensajes políticos se componen de promesas vacías, los ciudadanos están cansados de los discursos que no lleven acciones, por lo cual es importante para el actor político implementar un *storydoing*, para ganarse la confianza de la ciudadanía. Cuando las acciones respaldan las promesas y los valores expresados en la narrativa política, se fortalece el vínculo entre gobernantes y gobernados, sentando las bases para una buena relación.

La ciudadanía espera que sus líderes actúen con integridad y demuestren un compromiso genuino con el bienestar de la sociedad. La coherencia y la transparencia son fundamentales para mantener la confianza pública. Si los líderes políticos cumplen con lo prometido y actúan en base a sus palabras, estarán enviando un mensaje claro de compromiso y responsabilidad que es percibido positivamente por la gente. En contraste, si no cumplen o sus acciones contradicen sus promesas, la desconfianza prevalece, debilitando la legitimidad del gobierno y generando un ambiente de descontento. Si bien es cierto, en las campañas políticas no se puede realizar un *storydoing* con las propuestas, se puede dar a conocer cuáles son los recursos o planes para llevarlas a cabo, de esta forma la ciudadanía verá la veracidad y la factibilidad de que sean realizadas. Sin embargo, es importante recalcar que un *storydoing* efectivo en política no se trata solo de cumplir con las promesas

electorales, sino también de comprometerse con políticas y decisiones que respondan a las necesidades y aspiraciones de la ciudadanía. Por lo cual, los líderes políticos deben adoptar una mentalidad orientada en realizar acciones y tener responsabilidad, asumiendo cada uno de los riesgos que se puedan presentar, aprendiendo de los errores y estando dispuestos a adaptar sus estrategias según las diversas circunstancias. Solo a través de una coherencia entre palabras y acciones, los líderes pueden ganarse la confianza de la ciudadanía y construir una relación sólida y duradera con ellos.

Cada líder político puede optar por el tipo de *storydoing* que desee emplear en su gobierno para conectar con la ciudadanía. Podría elegir una aproximación horizontal, buscando generar empatía al compartir consumos, gustos o rutinas populares. También podría adoptar un enfoque más íntimo, revelando su estilo de vida sencillo para demostrar humildad, incluso ocupando un cargo importante. Asimismo, podrían optar por mantener un estilo inaugural, tomando la iniciativa para desactivar prejuicios o miedos colectivos sobre temas específicos. O bien, podrían preferir un enfoque dinámico, mostrando una agenda activa y resolutiva a través de las redes sociales para demostrar transparencia. Hablando de la parte de campañas electorales, es de suma importancia que el candidato y partido muestren transparencia en su *storydoing*; por lo cual, si habla sobre un tema, es importante que muestre cómo ayuda o se preocupa por él mismo, y de ser el caso de ganar como lo hará. Por ejemplo, si un candidato habla de mejorar la educación debe involucrarse en esta conociendo cuales son las falencias de la misma, y luego dar a conocer su estrategia para mejorarla.

En la actualidad, la ciudadanía está más informada y conectada gracias a las redes sociales. A través de estas plataformas, los partidos y líderes pueden mostrar sus acciones y compararlas con sus discursos previos, satisfaciendo la demanda de transparencia por parte de los ciudadanos. Los ciudadanos ya no se conforman con escuchar palabras vacías, buscan hechos concretos. Además, las redes sociales fomentan una mayor participación ciudadana y el intercambio de información, pero también requieren cautela ante la desinformación. En esta era, la comunicación política ha evolucionado, y utilizar las redes sociales de manera responsable se convierte en una poderosa herramienta para construir un diálogo cercano y significativo, fortaleciendo la democracia y la confianza entre líderes y ciudadanos. Por tanto, los actores políticos deben mostrar por varios medios de comunicación los hechos que respalden sus discursos. Finalmente, el *storydoing* muestra con hechos las palabras, mientras que el *storytelling* solo da a conocer dichas palabras, por lo cual para cualquier campaña o gobierno es muy importante presentar continuamente los hechos, para que la ciudadanía esté al tanto de lo que se está realizando o se va a realizar en mejora del país.

Sin embargo, asumir a las redes sociales como una ventana de la «verdad» tampoco sería apropiado. Si bien ambos conceptos tienen que ir de la mano, una narrativa política se construye con un flujo constante de información unilateral. Lo que exige la capacidad de las organizaciones de generar contenidos rápidos y fáciles de digerir para sus públicos a un ritmo acelerado. Desde cortometrajes hasta publicaciones promocionadas, deben ser calculados estratégicamente para asentar bases que respondan a los

intereses de ambas partes. Debido a la cantidad diaria de información distribuida por todos y cada uno de los partícipes políticos, aceptar como sinceros inherentemente a esta avalancha de contenidos por parte de los consumidores da paso a la desinformación. El ciudadano crítico es capaz de poner a prueba la veracidad del *storytelling*, pero la decisión comunicacional de qué y cómo transmitirlo es responsabilidad de los partidos y sus líderes.

Ligado al *storydoing* está la imagen y la reputación política construida en el ámbito de la misma, estos dos son de suma importancia, ya que estas dos facetas desempeñan un papel fundamental en la percepción que la ciudadanía tiene del gobierno o partido. Una reputación política sólida, forjada a partir de valores como la sinceridad, la integridad y la coherencia, actúa como un respaldo para el *storytelling* político y aumenta significativamente la credibilidad de los políticos ante la sociedad. Según Antonio Márquez (2018), la buena reputación es...

(...) el reconocimiento que los grupos de interés de una empresa le conceden por haber satisfecho sus legítimas expectativas en materia social, medioambiental y económica, y por el producto o servicio que ofrece. Esta reputación es consecuencia directa de la asunción de una serie de Valores, sobre los que existe un amplio consenso, y que sustentan principalmente la filosofía de la responsabilidad social, el sistema de gestión, ético, integral e integrado, y global y el liderazgo integral. (p. 2)

La reputación se construye poco a poco a lo largo del tiempo. No es algo que se logre de la noche a la mañana, sino más bien es el resultado de consistentes y genuinos esfuerzos

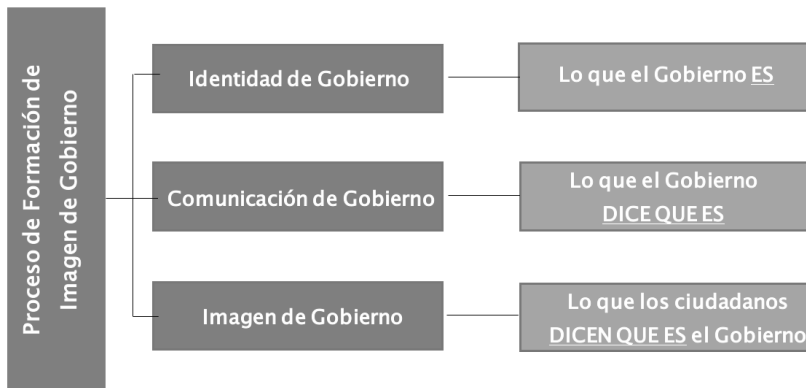
para mantener una conducta ética, profesional y confiable. Por tanto, la reputación de una persona o una organización se cimienta en base a sus acciones, comportamientos y decisiones que demuestran su compromiso con la excelencia y el respeto hacia los demás. Cada interacción –ya sea en el ámbito laboral, social o personal– contribuye a forjar la imagen específica deseada. Por consiguiente, es fundamental que el actuar del gobierno o partido político sea a base de integridad y coherencia, ya que cada paso que se da debe tener como objetivo construir una reputación sólida y duradera. No obstante, mantener una buena reputación no solo genera confianza y credibilidad, sino que también abre puertas a nuevas oportunidades y conexiones significativas en el camino hacia el gobierno. Sin embargo, es valioso recalcar que construir una reputación es muy difícil y demanda mucho tiempo, pero perderla puede ser cuestión de segundos. Al ser una persona involucrada en escándalos relacionados con falta de ética, o si existen inconsistencias en los proyectos que realiza, puede ir debilitando la confianza de los ciudadanos lo cual afecta directamente su reputación, que por consiguiente debilita sus iniciativas políticas, incluso si estas son valiosas y relevantes. Por tanto, es esencial que los líderes políticos trabajen diligentemente en mantener una buena reputación a base de sus principios y valores para ganarse y conservar la confianza y el apoyo de la ciudadanía en el desempeño de sus responsabilidades políticas.

Para construir una reputación se necesita tener en claro cuál es la imagen que se plantea para el actor político, puesto que es la representación mental o percepción que tienen los ciudadanos sobre el mismo. La imagen del gobierno se compone de la Identidad de Gobierno –lo que el gobierno es–,

la comunicación del gobierno –lo que dice que es– y la imagen del gobierno –lo que los ciudadanos dicen que es–, como se muestra a continuación en el siguiente cuadro:

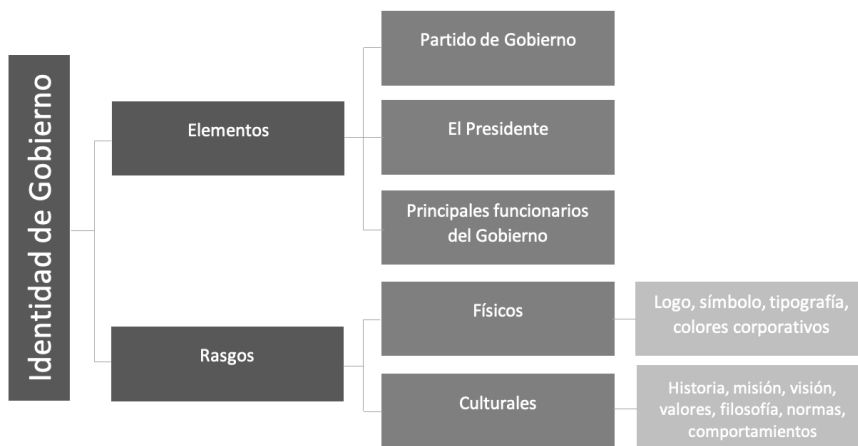
Figura 2

Proceso de formación de imagen de Gobierno



Nota. Adaptado de Identidad de Gobierno (Gustavo Cusot, 2018, p. 5)

Es importante que los políticos y partidos comprendan los procesos de formación de la imagen gubernamental. Una imagen positiva requiere la alineación de tres ejes fundamentales: lo que se dice, lo que se muestra a través de acciones y cómo es percibido por los ciudadanos. Al tener claridad sobre estos aspectos, los líderes políticos podrán transmitir una imagen coherente y ganarse la confianza de la ciudadanía puesto que para tener una buena imagen los tres ejes deben estar alineados ya que deben concordar, puesto que se debe tener muy claro su identidad para transmitirla, todo esto se debe mostrar con acciones puesto que es la manera más efectiva para que los ciudadanos tengan la misma imagen. Al ser la identidad tan importante, se debe tomar en cuenta el siguiente mapa, que muestra los factores necesarios para tener o construir una buena identidad:

Figura 3*Identidad de Gobierno*

Nota: Adaptado de Identidad de Gobierno, de Gustavo Cusot, 2018, p.5., El proceso de formación de la imagen de gobierno.

Por lo tanto, la identidad de gobierno es el conjunto de elementos –el partido de gobierno, el presidente, los principales funcionarios del gobierno– y rasgos –físicos y culturales– lo cual caracteriza a un gobierno en particular. Es el sello distintivo que lo diferencia de otros gobiernos y le otorga una personalidad propia. La identidad es la representación de un conjunto de personas, por lo tanto, todos los miembros del gobierno deben estar alineados, compartiendo los mismos valores e ideales que sustentan la visión del gobierno. Esto es esencial para mantener una identidad coherente, ya que cualquier diferencia ideológica podría generar conflictos y afectar negativamente la imagen gubernamental. Aunque el presidente es el líder, todos los funcionarios también representan al gobierno y tienen un impacto significativo en su identidad e imagen. Si alguno de ellos falla ante la ciudadanía,

afectará la percepción global del gobierno en su conjunto. Por tanto, la cohesión y la responsabilidad compartida entre los miembros del gobierno son cruciales para asegurar una identidad sólida y una imagen positiva ante los ciudadanos.

La identidad de gobierno es esencial para generar confianza y legitimidad entre los ciudadanos, y para lograr una comunicación efectiva con ellos, permitiendo así que las políticas y acciones gubernamentales sean coherentes y estén en línea con las expectativas de cada uno de los ciudadanos. Además, la identidad de gobierno también puede influir en la percepción que otros países y actores internacionales tienen sobre él, y puede ser determinante en el establecimiento de alianzas y acuerdos a nivel global. En definitiva, la identidad de gobierno es un elemento fundamental para la construcción de una sociedad fuerte y cohesionada, donde el gobierno sea capaz de representar los intereses y aspiraciones de toda la población del país al cual representa.

Entendiendo esta perspectiva, se hace necesario señalar, por ejemplo, el caso del presidente de El Salvador, Nayib Bukele, quien –según LPG Datos (2022)– tiene una aprobación de 85% por parte de los salvadoreños. Bukele fue alcalde de San Salvador –2015–2018– y durante su gestión remozó plazas e impulsó programas sociales. Adicionalmente, logró popularidad por enfrentarse a partidos políticos tradicionales. En 2019, ganó las elecciones presidenciales y puso fin a 25 años de bipartidismo en El Salvador. Ese año logró en sus primeros seis meses alcanzar 88,2% de aprobación ciudadana (La Prensa Gráfica, 2019). Actualmente, a pesar que ha decaído un poco su porcentaje en comparación a cuando empezó, sigue teniendo un gran nivel de aprobación entre los ciudadanos. Si bien su gestión es cuestionada por

algunos organismos de derechos humanos, los indicadores económicos muestran que ha dado mejores condiciones de vida a los salvadoreños, fundamentado en cambios sustantivos en seguridad, salud, educación y obras viales. Toda su gestión se ha basado en colocar la vida y protección de los salvadoreños como prioridad y conducir al país hacia un crecimiento económico.

Figura 4

Aprobación del desempeño de presidentes latinoamericanos

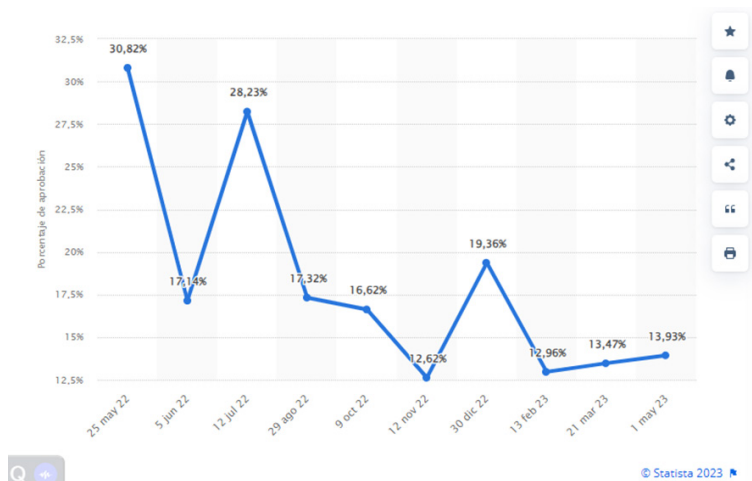


Nota: Imagen tomada de la cuenta de CID Gallup de Facebook de 13 de octubre de 2022. Encuesta de Opinión Pública de CID Gallup –realizada en Septiembre/Octubre 2022– muestra de 1200 ciudadanos en cada país, con teléfonos celulares, margen de error +/-2.8 puntos (95% nivel de confianza). <https://www.facebook.com/CIDGallup/photos/a.199006163473131/8465619560145042/?type=3>

Por otro lado, se puede observar el caso de Guillermo Lasso, presidente de Ecuador, que tenía como objetivo principal en su mandato reactivar el país en diferentes ámbitos. Inicialmente, comenzó su gobierno en el marco de la pandemia e implementó un «Plan de Vacunación» que le permitió, según la encuestadora Cedatos (como se citó en El Universo, 2021), tener una aprobación de su gestión de 71,4%. No obstante, conforme seguía su mandato, áreas como seguridad, empleo y salud se vieron comprometidas. Adicionalmente, el Presidente Lasso fue sometido a juicio político donde fue acusado por presuntos delitos contra la administración pública y supuesto peculado o malversación de fondos (BBC News Mundo, 2023). Ante esta situación, el Presidente disolvió el parlamento a través de la muerte cruzada, Decreto Ejecutivo 741 (2023), en el que activó el artículo 148 de la Constitución Nacional del Ecuador. En el Decreto, argumentó graves crisis políticas y conmoción interna. La consecuencia de esta decisión implicó que el Consejo Nacional Electoral [CNE] convocará a elecciones presidenciales y legislativas extraordinarias. Según la encuesta de opinión pública CID Gallup (2022), el presidente Lasso tiene 17% de aprobación a su gestión en la actualidad. Finalmente, se puede evidenciar como la gestión de un gobierno termina afectando la imagen y reputación de este, siendo de manera positiva o negativa.

Figura 5

Evolución del porcentaje de aprobación de la gestión del presidente Guillermo Lasso en Ecuador de mayo de 2022 a mayo de 2023



Nota: Gráfico tomado de Statista, de 19 de mayo de 2023. <https://es.statista.com/estadisticas/1385589/guillermo-lasso-aprobacion-sobre-su-gestion-en-ecuador/>

Los políticos enfrentan el desafío de conectar con la ciudadanía de manera auténtica y significativa. Por lo que, es esencial que los líderes políticos fortalezcan su capacidad de contar historias *-storytelling-* respaldadas por acciones coherentes *-storydoing-*. El *storytelling* es una herramienta muy poderosa para transmitir mensajes políticos, construir imagen, reputación para poder conectar con la audiencia de manera más efectiva. Sin embargo, la sociedad actual es más exigente y busca que las palabras sean sustentadas por hechos, aquí es importante la implementación del *storydoing* que es el encargado de respaldar los discursos con acciones concretas y transparentes. Estas herramientas buscan

ayudar a los actores políticos a conectar emocionalmente con la audiencia y hacer que el mensaje perdure en el espectador por más tiempo y demostrando hechos, lo cual genere en la ciudadanía confianza.

En la actualidad, cada vez es más difícil cautivar a la ciudadanía por lo cual para los candidatos políticos es crucial hacer uso del *storytelling* y *storydoing* en sus campañas. Ahora bien, hablar de *storydoing* en campañas políticas es un reto, puesto que no se pueden mostrar en hecho las propuestas, pero lo que sí se puede mostrar es la planificación para que sean factibles de lograr y los ciudadanos observen que son propuestas que se pueden llevar a cabo y cumplir. Adicionalmente, aquí es donde entra la imagen y reputación, puesto que los candidatos, políticos y partidos deben contar con una buena imagen y reputación política basada en la coherencia, la integridad y la transparencia y esta debe ser demostrada con acciones, para así lograr conectar con la ciudadanía. Es importante que se implementen plataformas de comunicación -en especial las redes sociales- ya que juegan un rol fundamental, pues son herramientas que permiten mostrar los hechos y compararlos con las palabras, satisfaciendo la demanda de transparencia por parte de los ciudadanos y fomentando una mayor participación ciudadana. Los contenidos compartidos deben ser cuidados al límite. Considerando la capacidad crítica y acceso a diferentes fuentes de los ciudadanos, un inapropiado manejo de fondo y forma pueden significar pérdida de imagen.

Finalmente, el éxito de los líderes políticos depende de su habilidad para combinar de manera efectiva todas las herramientas mencionadas en este escrito, aplicando

un buen *storytelling* y *storydoing* en sus campañas. Lo cual les permite establecer una conexión auténtica con la ciudadanía, demostrando su compromiso con el bienestar y los intereses de la sociedad a través de acciones tangibles. La coherencia entre lo que dicen y lo que hacen es esencial para construir una imagen y reputación sólida y duradera, generando así la confianza y el respaldo necesarios para llevar a cabo iniciativas políticas que tengan un impacto significativo.

Referencias

- Baraybar-Fernández, A. y Luque-DeMarcos, J. (2018). Nuevas tendencias en la construcción de marcas: una aproximación al *storydoing*. *Prisma Social*, (23), 435-458.
- BBC News Mundo. (2023, 16 mayo). Juicio político contra Guillermo Lasso: de qué se le acusa al presidente de Ecuador. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-65126528>
- Benedicto-Millán, J. (2008). La juventud frente a la política: ¿desenganchada, escéptica, alternativa o las tres cosas a la vez? *Revista de Estudios de Juventud*, 81, 13-29.
- CID Gallup. (2022, 13 de octubre). Aprobación del desempeño de presidentes latinoamericanos. *CID Gallup | Latinoamérica*. [Facebook] <https://www.facebook.com/CIDGallup/photos/a.199006163473131/8465619560145042/?type=3>
- Cusot, G. (2019). El proceso de formación de la imagen de Gobierno. *Obra digital*, (16), 89-103. <https://doi.org/10.25029/od.2019.210.16>

Decreto Ejecutivo No 741 de 2023. Presidente de la República, Guillermo Lasso Mendoza, dispuso la disolución de la Asamblea Nacional en aplicación del artículo 148 de la Constitución. 17 de mayo de 2023. <https://www.comunicacion.gob.ec/decreto-ejecutivo/>

El Universo. (2021, 9 junio). La aprobación de Guillermo Lasso arranca como la más alta desde el retorno a la democracia. El Universo. <https://www.eluniverso.com/noticias/politica/la-aprobacion-de-guillermo-lasso-arranca-como-la-mas-alta-desde-el-retorno-a-la-democracia-nota/>

Gil-Calvo, E. (2018). Comunicación política. Caja de herramientas.

Gobierno del Salvador. (2022, 1 de junio). Salvadoreños dan 87 % de aprobación al presidente Nayib Bukele, al finalizar su tercer año de mandato. Presidencia de la República de El Salvador. [Boletín]. <https://www.presidencia.gob.sv/salvadorenos-dan-87-de-aprobacion-al-presidente-nayib-bukele-al-finalizar-su-tercer-ano-de-mandato/>

Gurri, M., Denny, C., y Harms, A. (2010). «Our visual persuasion Gap». The US Army War College Quarterly: Parameters, 40(1). <https://press.armywarcollege.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2511&context=parameters>

Guisado-Rodríguez, A. G. (2017). “Storytelling”: cómo contar historias ayuda a la estrategia de marketing [Trabajo de titulación de grado]. Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/75910/Storytelling_como_contar_historias_ayuda_a_la_estrategia_de_marketing.pdf;jsessionid=3BDFAB3B5FBAC5BD87AA1DDC83841D2B?sequence=1

- Márquez, A. M. (2018). Valores, Reputación y Rendición de Cuentas en la Política: los Valores en los programas electorales en España. *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 20(39), 559–572. <https://revistascientificas.us.es/index.php/araucaria/article/view/4918>
- Polo, M. P. (2013). Páthos, êthos y vida atenta. *HORIZONTE DE LA CIENCIA*, <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5420507.pdf>.
- Sarasqueta, G. S. (2021). Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción: del storytelling al storydoing. *Universidad Católica Argentina*, 17, 73–84. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/11379>
- Segura, E. (2019, 2 diciembre). Nayib Bukele con 88% de aprobación -. *La Prensa Gráfica*. [Portal web]. <https://www.laprensagrafica.com/lpgdatos/Bukele-con-88-de-aprobacion-20191202-0157.html>
- Statista Research Department. (2023, 19 de mayo). Presidente Lasso: aprobación de su gestión en Ecuador 2022–2023. *Statista*. [Portal web]. <https://es.statista.com/estadisticas/1385589/guillermo-lasso-aprobacion-sobre-su-gestion-en-ecuador/>

Representación Política: un Análisis de su Compatibilidad con los Fundamentos Democráticos y su Relación con el Voto como mecanismo de Garantía de Representación Ciudadana

Political Representation: an Analysis of its Compatibility with Democratic Foundations and its Relationship with the Vote as a Guarantee Mechanism for Citizen Representation

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 431-451.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 18-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Dayri Jaruny Flores Ramírez¹
Investigadora independiente
djflores001@profesor.uaemex.mx
Ciudad de México, México

431

Resumen

Este ensayo abordó la cuestión fundamental de si la representación política es compatible con los principios democráticos, considerando que el *demos* no toma decisiones directamente. La tesis central argumentó que la representación política era genuinamente democrática al permitir la expresión de los intereses de la ciudadanía a través de sus representantes. Se inició con dos premisas: la necesidad de reflejar los intereses de la ciudadanía en instituciones y las limitaciones de la democracia directa en sociedades modernas. Estas premisas respaldaron la idea de

¹ Es estudiante en el Doctorado de Ciencia Política del Centro de Investigación y Docencia Económicas [CIDE], es Maestra en Ciencias Sociales por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales [FLACSO-Sede México], Diplomada en Políticas Públicas y Presupuestos Públicos con perspectiva de género por la Universidad Iberoamericana y Licenciada en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. Ha sido profesora en la Universidad Autónoma del Estado de México [UAEM] en el Centro Universitario Valle de México y realizó una estancia de investigación en el Colegio de la Frontera Norte. Es integrante de Latin American Interdisciplinary Gender Network [LAIGN], de la Red de Politólogas #NoSinMujeres y de la Red Feminista de las Ciencias Sociales, también es parte del Programa interdisciplinario en estudios migratorios del Centro de Investigación y Docencia Económicas [CIDE-MIG]. Sus temas principales de investigación son género, migración, violencia feminicida y políticas públicas.

que la representación política podía efectivamente representar los intereses del *demos*, desafiando la noción de que sólo la democracia directa lo lograba. La importancia del voto como mecanismo de representación ciudadana se abordó como la tercera premisa, siendo el punto de convergencia entre las dos anteriores.

El aporte académico radicó en profundizar en aspectos cruciales de la democracia, explorando cómo los sistemas representativos están en sintonía con los valores democráticos y cómo el voto desempeñaba un rol crucial en ello. Esta investigación enriqueció el debate sobre la relación entre representación política y democracia, estableciendo bases sólidas para futuros análisis y reflexiones en este campo.

Palabras clave: representación política, democracia directa, voto, democracia representativa

Abstract

This essay addressed the fundamental question of whether political representation is compatible with democratic principles, considering that the *demos* does not make decisions directly. The central thesis argued that political representation is genuinely democratic by allowing the expression of the interests of citizen through their representatives. It began with two premises: the need to reflect the interests of citizens in institutions and the limitations of direct democracy in modern societies. These premises supported the idea that political representation could effectively represent the interests of the *demos*, challenging the notion that only direct democracy could. The importance of the vote as mechanism of citizen representation was addressed as the third premise, being the point of convergence between the two previous ones.

The academic contribution focused into crucial aspects of democracy, exploring how representative systems are in tune with democratic values and how voting played a crucial role in it. This research enriched the debate on the relationship between political representation and democracy, establishing solid foundations for future analysis and reflections in this field.

Keywords: political representation, direct democracy, vote, representative democracy

Introducción

El propósito central de este ensayo radica en explorar la interrogante fundamental: ¿Es la representación política compatible con los principios de la democracia, considerando que no es directamente el *demos* quien legisla o toma decisiones? Como resultado, la tesis primordial busca demostrar que la representación política sí constituye un fenómeno genuinamente democrático, ya que permite la representación de los intereses del *demos* a través de sus representantes.

En este sentido, partimos de la premisa crucial de que uno de los requisitos fundamentales de la democracia es la inclusión de los intereses de toda la comunidad en la formulación de leyes, políticas públicas y en la estructura institucional. A primera vista, podría parecer que únicamente la democracia directa garantiza la adecuada expresión de estos intereses en dichos ámbitos. No obstante, es necesario reconocer que la representación política no es equivalente a la democracia directa. Sin embargo, la democracia representativa, que es una forma de representación política, ofrece una solución efectiva. El voto, en particular, emerge como uno de los

mecanismos esenciales que aseguran que los representantes verdaderamente reflejen las preferencias de los representados. En otras palabras, a través del voto, el pueblo ejerce su influencia a través del gobierno, alimentando la esencia de la democracia.

Por ende, la tesis que pretendo refutar es aquella que sostiene que la representación política en sí misma no es un fenómeno democrático, argumentando que la ausencia de una toma de decisiones directa por parte del *demos* implica que sus intereses no están siendo adecuadamente representados.

En ese sentido, la estructura de este ensayo se organiza en tres partes, de la siguiente manera: primero, se dedica una sección a argumentar las dos premisas iniciales mencionadas en el párrafo anterior, las cuales pueden entenderse como: 1) Necesidad de reflejar los intereses del *demos* en las instituciones, 2) Limitaciones de la democracia directa en sociedades modernas. Estas premisas tienen como objetivo respaldar mi tesis principal y, al hacerlo, romper con la noción de que solo la democracia directa puede efectivamente representar los intereses totales del *demos*.

La segunda sección se dedica a la consideración de la tercera premisa: 3) La importancia del voto como mecanismo de representación ciudadana. El voto, en este contexto, surge como la piedra angular por excelencia a través de la cual los individuos ejercen su influencia en la designación de sus representantes y, en consecuencia, en las determinaciones gubernamentales. Es en este punto que convergen las premisas previamente delineadas, cuya intersección se manifiesta de manera central en el ejercicio del voto.

Finalmente, en la tercera sección del ensayo se presentan las conclusiones que han emergido a raíz del análisis exhaustivo en las secciones enunciadas. Estas conclusiones constituyen el fruto de una reflexión profunda sobre las dinámicas discutidas y analizadas en el marco de este trabajo.

Por lo tanto, el aporte académico de este trabajo radica en su capacidad para profundizar en aspectos medulares de la democracia, ofreciendo una visión holística de cómo los sistemas representativos pueden ser interpretados en consonancia con los valores democráticos y cómo el voto desempeña un papel crucial en este contexto. Esta exploración minuciosa contribuye al desarrollo y enriquecimiento de la discusión académica sobre la intersección entre representación política y democracia, brindando una base sólida para futuros análisis y reflexiones en este ámbito.

¿Es la Representación Política Compatible con la Democracia?

Una definición básica de democracia, y de hecho la más conocida, es entenderla como «el gobierno del y para el pueblo». Es así como, en términos muy generales, la democracia demanda que todos los intereses del *demos* se vean representados en las leyes, las políticas públicas y en todo lo que comprenda a su andamiaje institucional.

Sin embargo, desde las antiguas ciudades-estado hasta la actualidad, la democracia ha generado múltiples diálogos en torno a cuál podría ser la mejor forma de representar todos los intereses del pueblo y que, a su vez, se encuentre en concordancia con el ideal democrático de la «igualdad» entre todos los seres humanos.

Robert Dahl (1999) aborda dos tipos de igualdad: la igualdad intrínseca –o autodeterminación– y el principio categórico de la igualdad –o autonomía moral–, entendiendo la primera como la creencia fundamental de que todos los seres humanos somos iguales en estado natural, mientras la segunda apunta a cierto nivel de calificación de las personas para gobernarse a sí mismas, debido a que nadie conoce mejor sus intereses que el propio individuo, por eso sólo el individuo puede tomar las mejores decisiones en función de sus propios intereses.

Por otro lado, Isaiah Berlin (1958) plantea dos conceptos de libertad: la positiva y la negativa. La positiva se atribuye al ser racional, que se autocontrola con el fin de no dejarse llevar por sus instintos, de la racionalidad que lo hace libre ya que es ésta la que lo distingue de un animal. Y la negativa, surge de la concepción de que nadie puede ejercer una libertad absoluta sin que nadie intervenga con nuestras acciones, también puede conocerse como un cierto tipo de libertinaje.

Ambas ideas sirven para pensar al sujeto de derechos en los diferentes modelos de democracia, como sucede en una democracia directa y en una democracia representativa, ya que la igualdad intrínseca y la libertad negativa se asocian más a una democracia directa, mientras que el principio categórico de la igualdad y la libertad positiva a un gobierno representativo.

Uno de los trabajos contemporáneos que ha tomado gran relevancia en esta área de estudio ha sido el de Pitkin (1967), convirtiéndose en el “relato estándar de la representación política” (Rehfeld, 2006, p. 2).

Es importante señalar, que Pitkin (1967) argumenta que el gobierno representativo puede surgir de cualquier sistema político, es decir, no es mandatorio que surja de algún sistema en particular. Sin embargo, el concepto de representación se ha ligado al sistema democrático dado que es el modelo predominante a nivel mundial.

Por mucho tiempo la democracia directa se erigió como un paradigma fundamental en la concepción de la participación ciudadana en la toma de decisiones gubernamentales. Este enfoque postulaba que la plena participación de todos los ciudadanos en la deliberación y elección de políticas públicas era esencial para garantizar que los intereses y preferencias del conjunto, el *demos*, fueran genuinamente representados en el ámbito político. Al evitar la intervención de intermediarios, se esperaba que las voces individuales de los pobladores no fueran desvirtuadas por intereses personales o grupales que pudieran diluir o distorsionar la esencia de las demandas y aspiraciones del colectivo.

En este contexto, la democracia directa se percibía como una respuesta al riesgo de que las élites oportunistas o los representantes designados ejercieran su poder en detrimento de los intereses comunes, sin embargo, esta concepción también plantea retos inherentes. La heterogeneidad de las opiniones y la multiplicidad de intereses en una sociedad generan un terreno fértil para la discordia y la dificultad en alcanzar un consenso unívoco. Aunque la democracia directa busca evitar la distorsión de las voces individuales, la ausencia de mediación también puede dificultar la consolidación de decisiones efectivas, especialmente en poblaciones numerosas.

El advenimiento de comunidades políticas cada vez más extensas y diversas añadió una dimensión práctica al análisis. La capacidad de reunir a todos los ciudadanos en un solo espacio para la deliberación y la toma de decisiones se tornó inviable, especialmente en sociedades en crecimiento. Este desafío logístico y funcional, planteó interrogantes sobre la viabilidad de la democracia directa como el único medio para representar los intereses colectivos de manera efectiva. La complejidad de administrar un proceso de participación directa en contextos con poblaciones numerosas y dispersas también se convirtió en un elemento central en la discusión.

En este escenario, autores como Bernard Manin (1997), han señalado que la representación política, en el contexto moderno, emerge como una solución pragmática a estos desafíos. La multiplicidad de voces y la necesidad de tomar decisiones eficientes en contextos más amplios llevaron a la creación de sistemas de representación en los que los ciudadanos eligen a representantes que deliberan y deciden en su nombre. Esta representación indirecta permite superar las limitaciones prácticas de la democracia directa, al tiempo que busca garantizar la coherencia con los valores democráticos esenciales.

En suma, la democracia directa, si bien fue concebida como el paradigma ideal para garantizar la representación genuina de los intereses del *demos*, enfrentó desafíos inherentes en su implementación. La heterogeneidad de opiniones, la complejidad logística y la creciente extensión de las comunidades políticas pusieron en cuestión su practicidad. Por lo que la representación política surge como un mecanismo pragmático para

conciliar la participación amplia y la toma de decisiones eficientes en sociedades modernas y diversas.

Lo anterior pudiera parecer que refleja la mejor manera de representación política, ya que permite al *demos* su participación activa en todo momento de deliberación y en la toma de decisiones de la cosa común. Sin embargo, es importante ser conscientes de que no hay un bien común en el que todas las personas del *demos* estén de acuerdo, lo que responde a la heterogeneidad de los individuos y por ende se refleja en la diversidad de sus demandas, ya que aunque se lograra deliberar en torno a un «bien común», las respuestas y/o soluciones no serían iguales para toda la ciudadanía.

Además, el crecimiento de las entidades políticas generó que el modelo de democracia directa fuera inviable, debido a que, ante el crecimiento demográfico de cada nación, dejó de ser posible reunir a todas sus ciudadanas y ciudadanos en un mismo lugar para deliberar y tomar decisiones *qua* comunidad.

Bernard Manin (1997) concebía la representación política como un fenómeno propiciamente moderno, puesto que “solo el tamaño de los estados modernos tenía el efecto de hacer materialmente impracticable que el pueblo reunido desempeñara un papel en el gobierno, lo que tuvo probablemente un impacto en el establecimiento de sistemas puramente representativos” (p. 10).

El concepto de representatividad se expresa como el producto de un sistema electoral, el número de escaños que se reconocen como de una facción ideológica determinada, o bien, un grupo social representativo. En una democracia moderna, se exterioriza de tal manera que una pluralidad de

ciudadanos con ideas similares, confía temporalmente el poder a una persona o grupo de ellas, para proteger sus intereses dentro de un espacio deliberativo. Al cohesionar intereses comunes, se espera que sus representantes formen una mayoría que suponga la concreción de sus expectativas de vida, o, por lo menos, un apoyo para su obtención. (Dávila, 2023, p. 191).

Por consiguiente, la democracia representativa se convirtió en una forma viable de representación política en nuestros Estados modernos. Permitiendo que los intereses de toda la ciudadanía sean efectivamente representados a través de sus representantes mediante la agregación de preferencias, como se logra mediante el voto, dado que “a través del voto la gente puede influir en lo que pasa en la política” (Minguijón, Del-Río y Faci, 2021, p. 6).

Por este motivo, la agregación reconoce el peso del voto de cada individuo y visibiliza la opinión de todos los ciudadanos respetando así la diversidad de opiniones. A diferencia de la representación directa (aclamación) la cual, siguiendo a Melissa Schwartzberg (2010), tiene como propósito resaltar la opinión de las multitudes, y es por esta razón que no puede asegurar la representación de las opiniones de las minorías en la toma de decisiones de la cosa común.

Dado lo anterior, el atractivo de la agregación de preferencias es el respeto de las opiniones individuales como “poseedores de dignidad *epistémica*” (p. 23). Mientras que, si bien la aclamación radica en la posibilidad de tomar decisiones *qua* comunidad, es decir, decidir colectivamente como «un todo», considero que actualmente es un modelo

inviabile para la representación efectiva de todos los intereses de la ciudadanía por las razones que ya he mencionado anteriormente.

En el texto de Manin (1997), se encuentran verdidas las opiniones de Madison y Siéyès quienes hablan a favor del ya mencionado modelo representativo, “el primero plantea el efecto positivo de la representación a través de la elección de un representante especializado lo que protegerá de mejor manera los verdaderos intereses del país” (p. 13). Mientras que Siéyès (como se citó en Manin, 1997) también lo considera preferible, dado que “constituye la forma política más adecuada a la condición de ‘sociedades comerciantes modernas’ en las que los individuos están, ante todo, ocupados en producir y distribuir riqueza” (p. 14), por lo tanto, es a través de las elecciones que el *demos* confiere al representante la confianza de representar y dar voz efectiva de sus demandas y necesidades al dedicarse exclusivamente a ello, generando una mejor representatividad de lo que podría lograr una ciudadana o ciudadano promedio que no puede dedicarse de tiempo completo a velar por su representación política debido a las múltiples tareas y obligaciones que le exige el día a día.

A raíz de las consideraciones expuestas, se erige la posibilidad de sostener con fundamento que la representación política en sí misma constituye un fenómeno intrínsecamente democrático. Esta afirmación se basa en el reconocimiento de que, a pesar de que el *demos* no participa de manera directa en la toma de decisiones concernientes a los asuntos públicos, su influencia se manifiesta de manera indirecta y efectiva a través del mecanismo de agregación de preferencias.

Al votar por representantes que tienen una opinión política similar a ellos, los electores protegen sus propios intereses, porque las elites gubernamentales actuarán conforme a esas opiniones y preferencias si es que desean permanecer en el poder. Esta identidad entre intereses individuales y los discursos políticos de los representantes se puede considerar el elemento crucial para asegurar la importancia de la elección en la configuración de la legitimidad democrática. (Marshall, 2017, p. 280)

En esencia, la participación del *demos* se materializa mediante la selección de representantes, individuos que son elegidos por la ciudadanía para actuar en su nombre y defender sus intereses en los procesos de toma de decisiones gubernamentales. Si bien la voz de cada individuo no se expresa de manera inmediata en cada deliberación, la elección de representantes implica una autorización confiada por la ciudadanía para que estos actúen en su representación y defiendan sus intereses colectivos. De esta manera, el acto de elegir a los representantes constituye un ejercicio clave de la participación ciudadana en un sistema democrático, mediante el cual se establece una conexión entre la voluntad del *demos* y las decisiones tomadas en su nombre.

No obstante, es importante resaltar que la mera elección de representantes no garantiza automáticamente una representación fiel y precisa de sus intereses. Aquí es donde entra en juego la importancia de la agregación de preferencias como un mecanismo fundamental para asegurar que las diversas voces y preferencias individuales sean consideradas y ponderadas en el proceso de toma

de decisiones. A través de la votación y la deliberación entre los representantes, se busca encontrar un punto de convergencia que refleje, en la medida de lo posible, las preferencias y necesidades de la ciudadanía en su conjunto.

En este contexto, la representación política se convierte en una manifestación concreta de la participación ciudadana, en la cual la voz individual es fusionada con las de otros en un proceso de síntesis y compromiso. De esta manera, se busca superar las limitaciones de la democracia directa en términos de practicidad y eficiencia, mientras se procura salvaguardar la esencia de la voluntad popular y la búsqueda de la justicia y el bienestar comunes.

De tal forma que, la representación política se alza como una modalidad democrática legítima y valiosa, ya que a pesar de que la ciudadanía no toma decisiones directas, su influencia se manifiesta a través de la elección de representantes y la agregación de preferencias. Este proceso garantiza que las decisiones gubernamentales no sean tomadas de manera arbitraria o desconectadas de las aspiraciones y necesidades del conjunto de la sociedad, sino que estén fundamentadas en una deliberación informada y en la búsqueda de un equilibrio entre las voces y perspectivas diversas que configuran el *demos*.

El Voto como Mecanismo para Asegurar que los Representantes Den Voz a los Intereses de sus Electores

El voto –como instrumento de participación ciudadana– adquiere un rol esencial en la búsqueda de garantizar la auténtica representación de los intereses de la comunidad. Este mecanismo se convierte en un medio mediante el cual los actores políticos se ven incentivados a atender de manera adecuada las aspiraciones y demandas

del *demos* que les confió su respaldo electoral. En este sentido, el proceso de construcción de una carrera política se entrelaza con la necesidad de mantener un vínculo cercano con la ciudadanía y de dar respuesta a sus necesidades, a fin de asegurar la continuidad en puestos de responsabilidad o la progresión en la jerarquía política.

La dinámica que emerge entre los representantes y los ciudadanos establece un ciclo de retroalimentación. Por un lado, los representantes encuentran en la satisfacción de las demandas del *demos* un sendero para asegurar su respaldo en futuras elecciones. Esta interacción genera un estímulo intrínseco para que los agentes políticos alineen sus acciones con las aspiraciones colectivas, lo que conlleva a una dinámica de rendición de cuentas en la que el desempeño de los representantes se evalúa en función de su capacidad para abordar los intereses y problemas de la comunidad que representan.

Sin embargo, esta relación no es unilateral, ya que el voto también ejerce una influencia directa en los representantes. Los ciudadanos, al manifestar su preferencia electoral, emiten una señal clara y precisa sobre sus expectativas y demandas. Cuando los resultados electorales no reflejan una respuesta satisfactoria a sus necesidades, el *demos* posee el poder de ejercer un alto *ex post*, es decir, de revocar su apoyo y restringir la continuidad de los agentes políticos en sus cargos. De tal manera que el electorado no sólo instala al gobierno en el poder, sino que también tiene la capacidad de fiscalizarlo negándose a votar nuevamente tanto por el representante –individuo– como por todo su partido.

Este efecto de control se erige como una herramienta relevante para mantener a los representantes en sintonía con los intereses y preocupaciones cambiantes de la ciudadanía. La amenaza implícita de perder el respaldo electoral y, por ende, el poder político, insta a los representantes a actuar de manera receptiva y eficiente frente a los desafíos emergentes y a las demandas emergentes de la sociedad. En consecuencia, el voto no solo se convierte en una manifestación de la participación ciudadana, sino que también genera una dinámica de *accountability* que incide directamente en la manera en que los representantes ejercen su papel en el proceso democrático.

En última instancia, el voto no sólo implica la selección de representantes, sino que actúa como un instrumento de influencia que moldea la conducta y decisiones de los actores políticos. Al alentar la responsabilidad y la respuesta efectiva a las necesidades del *demos*, el voto potencia la representación efectiva y asegura que los intereses de la ciudadanía sean tomados en cuenta en la toma de decisiones gubernamentales.

Adam Przeworski (1999) sitúa a las elecciones como un medio de control o *accountability*, “para hacer responsables a los gobiernos de sus acciones pasadas” (p. 20). Por lo que, es a través del voto que el *demos* puede asegurarse de que los representantes representen efectivamente a los representados, al mismo tiempo que sigue fomentando el ideal democrático de la igualdad de oportunidades para votar y ser votada/o.

Si bien en la democracia contemporánea existe una relación indisoluble entre la participación y la representación. La primera es una condición necesaria de

los derechos ciudadanos para expresar a través de su voto la conformación de un nuevo gobierno, para corregir los defectos de la representación política, para influir en las decisiones de quienes nos representan y para asegurar que esas decisiones realmente obedezcan a las demandas y a las necesidades de los distintos grupos que integran el *demos*. Por otro lado, la representación efectiva implica que los gobernantes dejen de representarse a sí mismos para “comenzar a representar los intereses más amplios de una nación” (Merino, 1997, p. 19).

Es así como la idea de representación parte del supuesto de que “nuestros representantes son nuestros gobernantes, y sólo, pueden ser nuestros gobernantes si efectivamente nos representan” (p. 21). De ahí que la calidad de la representación parte de la igualdad de todos los ciudadanos para expresar libremente a través del voto su voluntad para que los representen efectivamente una vez en el parlamento.

Sin embargo, autores como Norberto Bobbio (1993), han señalado que la representación en nuestros días refleja problemas teóricos y prácticos al observar que los partidos políticos intermediarios de los múltiples intereses, aspiraciones y expectativas de la sociedad hacia el gobierno, como parte de la lógica simple de la democracia, se desprenden de la vida cotidiana de todos los ciudadanos para representar a determinados grupos de interés ante el gobierno y el parlamento, para conservar el mando político y el régimen de partidos.

Es así como surgen los privilegios que los miembros de partidos se conceden a sí mismos, y que les conceden a ciertos grupos aliados a ellos, como la burocracia

gubernamental, las grandes empresas que financian sus campañas o los grandes sindicatos que ofrecen sus votos, o bien la falta de transparencia y rendición de cuentas en el ejercicio de los poderes y uso del dinero público que se les otorga para cumplir su labor.

El distanciamiento entre representantes y representados, característica fundacional pensada para evitar las fracciones y fricciones de la democracia directa, con el tiempo permitió que los gobernantes una vez que llegaron al poder se desentendieran de sus electores, generando una respuesta sólo hacia los grupos de interés (Gargarella, 1995, p. 89). Sin embargo, aún con estos puntos débiles, la representación política sigue siendo la manera más viable de que la mayoría de los intereses del *demos* se vean representados de una forma más democrática.

Además, “la democracia no se agota en los procesos electorales, ni los partidos políticos poseen el monopolio de la actividad democrática” (Merino, 1997, p. 23). Puesto que una vez que la participación ciudadana, a través de su voto, constituye los órganos de gobierno y de representación legislativa, se convierte en el medio privilegiado del *demos* para hacerse presente en la toma de decisiones políticas. Siendo así la representación política compatible con la democracia.

Conclusiones

Derivado de todo lo anterior, y retomando la interrogante que guio el presente ensayo: ¿es la representación política compatible con la democracia, dado que no es el *demos* directamente quien legisla ni quien toma decisiones? A lo que me permito concluir

que: la representación política *per se* sí es un fenómeno democrático ya que el *demos* sí toma decisiones en una democracia, aunque no sea de manera directa, pero es mediante la agregación de preferencias que puede asegurarse que sus intereses sí estén siendo realmente representados.

Además, la representación política permite que los intereses del *demos* puedan ser representados efectivamente por sus representantes mediante diversos mecanismos, siendo el voto el mecanismo por excelencia para ello, ya que es a través de este que el *demos* puede exigir a sus representantes la representación real de sus demandas y necesidades respecto de la cosa común.

Así los representantes tendrán incentivos para legislar de acuerdo a los intereses del *demos* ya que las elecciones pueden servir como mecanismos de rendición de cuentas en el cual el electorado tiene en sus manos el poder de «premiar» a sus representantes, volviendo a votar por la o el representante al igual que por su partido; o «castigar» a sus representantes, al negarles la reelección ni votar por su partido, al no responder a sus demandas y por el contrario, anteponer sus intereses personales o de partido sobre los de la ciudadanía.

Sin embargo, surge una significativa limitación en este enfoque. La ciudadanía se encuentra limitada en su capacidad de ejercer este control *ex post* para asegurar una representación efectiva solamente en el momento en que acude a las urnas electorales. Este proceso, cuya frecuencia depende de la normativa electoral de cada país, implica intervalos considerables en los cuales no es posible aplicar esta modalidad de rendición de cuentas. De esta manera, se

desvela que el voto, si bien es un mecanismo crucial para la participación ciudadana y la vigilancia de los representantes, no está exento de imperfecciones y limitaciones.

Como dijera Przeworski et al. (2002), una vez que los ciudadanos eligen a sus representantes, no disponen de medios institucionales para forzarles a respetar sus promesas. Comprometiendo, por consiguiente, la representación efectiva de los intereses de los representados por parte de sus representantes.

No obstante, a pesar de que este aspecto último podría ser considerado una objeción a mi tesis principal, considero que –ya sea por suerte o por desgracia– dada la falta de un modelo superior en la actualidad que pueda asegurar una representación efectiva y más completa de todos los intereses del *demos*, la representación política permite incorporar de manera más adecuada el espectro heterogéneo de las diversas demandas de la ciudadanía, a pesar de su no participación directa en la deliberación y toma de decisiones sobre asuntos comunes. Además, este mecanismo tiene la capacidad de aglutinar las preferencias de los grupos minoritarios, una hazaña que podría verse considerablemente comprometida en un sistema de representación directa, donde el enfoque predominante en las aclamaciones de la mayoría podría marginar inadvertidamente las voces de aquellos que solo pueden susurrar sus opiniones.

Por consiguiente, aunque no es perfecta, la representación política sigue siendo un mecanismo fundamental para establecer la conexión entre el *demos* y sus representantes, así como para preservar los principios democráticos en la dinámica política.

Referencias

- Berlin, I. (1958). *Dos conceptos de libertad*.
- Bobbio, N. (1993). *Igualdad y libertad*.
- Brennan, G. y Hamlin, A. (1999). On Political Representation. *British Journal of Political Science*, 49(1), 109–127.
- Dahl, R. (1999). *Democracy and its critics*.
- Dávila, I. (2023). Los retos de la representación Política en México. *Revista Jurídica Jaliscience*, 6, 187–211. <https://doi.org/10.32870/rjj.v3i6.166>
- Gargarella, R. (1995). Crisis de representación y constituciones contramayoritarias. *Isonomía*, (2), 89–108. <https://www.cervantesvirtual.com/obra/crisis-de-representacin-y-constituciones-contramayoritarias-0/>
- Manin, B. (1997). *The Principles of Representative Government*. Cambridge University Press.
- Marshall, P. (2017). Elecciones representativas y legitimidad democrática: una mirada desde las concepciones normativas de la democracia. *Revista de Derecho*. 30(2), 276–299. <http://revistas.uach.cl/index.php/revider/article/view/747/763>
- Merino, M. (1997). La participación ciudadana en la democracia. *IFE*.
- Minguijón, J., Del-Río, E. y Faci, D. (2021). Ciudadanía fragmentada. Entre la representación y la deliberación. *Política y Sociedad*, 58(3), 1–18. <https://doi.org/10.5209/poso.65737>
- Pitkin, H. (1967). *The Concept of Representation*. University of California Press.

- Shapiro, I. y Casiano Hacker-Cordón, C. [Eds.]. (1999). *Democracy's Value*, pp. 23–55. Cambridge University Press. <https://assets.cambridge.org/97805216/43573/sample/9780521643573wsc00.pdf>
- Przeworski, A., Manin, B., y Stokes, S. C. (2002). Elecciones y representación. *Zona Abierta*, 100(101), 19–50.
- Rehfeld, A. (2006). Towards a General Theory of Political Representation. *The Journal of Politics*, 68(1), 1–21. https://polisci.wustl.edu/files/polisci/imce/jop_towards_a_general_theory_rehfeld.pdf
- Schwartzberg, M. (2010). Shouts, Murmurs, and Votes: Acclamation and Aggregation in Ancient Greece. *The Journal of Political Philosophy*, 18(4), 448–468. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9760.2010.00362.x>

Reconfiguración de la Comunicación y Estrategia Política en las Elecciones Mexicanas. El Caso de la Presidencia de Andrés Manuel López Obrador

Reconfiguration of Communication and Political Strategy in the Mexican Elections. The Case of the Presidency of Andrés Manuel López Obrador

Angélica Cazarín Martínez¹

Directora

Centro de Estudios Políticos y Sociales de
El Colegio de Tlaxcala A.C.

angelica.cazarin.mtz@coltlax.edu.mx

Tlaxcala, México

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 452-474.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 7-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Resumen

La comunicación política es la principal herramienta de interacción entre los partidos y sus representados. Dicha herramienta ha experimentado transformaciones significativas en las últimas décadas, desempeñando un papel fundamental en las democracias actuales, y permite, al menos idealmente, una interacción más funcional entre

¹ Doctora en Desarrollo Regional por El Colegio de Tlaxcala A.C., Miembro del SNI de CONACYT; ha sido Presidenta de El Colegio de Tlaxcala A.C. –marzo 2019 a septiembre del 2021–, ha sido Presidenta de la Sociedad Mexicana de Estudios Electorales A. C. –2019–2021–; actualmente es Directora del Centro de Estudios Políticos y Sociales de El Colegio de Tlaxcala A.C. –septiembre de 2022– y Profesora–investigadora adscrita al Centro de Estudios Políticos y Sociales y coordinadora del Doctorado en Gobierno y Desarrollo de la misma institución. Investigadora visitante en el Latin American Caribbean Center de Florida International University en Miami, Florida. Líneas de investigación: democracia, partidos políticos y elecciones, gobiernos locales, alternancia, participación política transparencia y rendición de cuentas. Colabora como socia activa en importantes redes académicas nacionales e internacionales como: SOMEE A.C., AECyP y PIRC–CIDE. Es miembro de distintos Comités Editoriales de publicaciones con clasificación CONACYT. Ha sido evaluadora de fondos sectoriales, programas de investigación de CONACYT, dirigido revistas científicas y coordinado grupos de investigación. Su especialización le ha permitido participar en múltiples eventos académicos de carácter nacional e internacional. De su producción científica cuenta con poco más de 70 publicaciones académicas entre artículos científicos, libros y capítulos de libros.

los actores políticos y la ciudadanía. Esto facilita, a su vez, la transmisión de ideas, propuestas y mensajes para la toma de decisiones políticas, impactando en el comportamiento de la participación ciudadana y la formación de opinión pública. Escenario del que México no puede abstraerse y donde los actores políticos han adoptado nuevas formas de comunicación, estableciendo vínculos con los ciudadanos y difundiendo su mensaje de manera más efectiva, todo ello impulsado por el avance tecnológico y la aparición de nuevas plataformas, las cuales ofrecen cambios en esa nueva interacción que no es ya solo útil en momentos electorales y de campañas, sino en el ejercicio mismo de gobierno, como ha sido el caso del Presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador. El presente trabajo se propone indagar sobre la importancia de las nuevas formas de comunicación política como estrategia, analizando a líderes políticos como el Presidente mexicano con un enfoque discursivo particular, lo cual permea su relación con medios de comunicación e influencia a la opinión pública.

Palabras clave: comunicación, política, elecciones, México

Abstract

Political communication, the main tool for interaction between parties and their constituents, has undergone significant transformations in recent decades, playing a fundamental role in current democracies, allowing, at least ideally, a more functional interaction between political actors and citizens, facilitating the time, the transmission of ideas, proposals and messages for political decision-making, impacting the behavior of citizen participation

and the formation of public opinion. Scenario from which Mexico cannot be abstracted and where political actors have adopted new forms of communication, establishing links with citizens and disseminating their message more effectively, all driven by technological progress and the appearance of new platforms that offer changes in that new interaction that is no longer only useful in electoral and campaign moments, but in the very exercise of government, as has been the case of the Mexican President Andrés Manuel López Obrador. This article intends not only to investigate the importance of the new forms of political communication as a strategy, analyzing political leaders such as the Mexican president with a particular discursive approach, permeating their relationship with the media and influencing public opinion.

Keywords: communication, politics, elections, Mexico

La Comunicación Política y su Importancia en la Democracia

La comunicación política desempeña un papel fundamental en la sociedad democrática actual, ya que permite la interacción entre los actores políticos y la ciudadanía, facilitando la transmisión de ideas, propuestas y mensajes para la toma de decisiones políticas. Ese tipo de comunicación, entendido como el intercambio de información y mensajes entre los actores políticos y la ciudadanía, se ha convertido en un fenómeno cada vez más relevante en las democracias contemporáneas. Según Norris (2011), la comunicación política tiene como objetivo principal persuadir y movilizar a la opinión pública, influyendo en las actitudes y comportamientos políticos de los ciudadanos.

Además, dicha comunicación puede manifestarse a través de diferentes medios y canales, desde los discursos políticos, los debates televisados, hasta las redes sociales. En este sentido, la revolución tecnológica y el advenimiento de las redes sociales han transformado la manera en que se lleva a cabo, ampliando el alcance y la velocidad de la información política (Chadwick, 2013).

Así, la comunicación política desempeña un papel esencial en la participación ciudadana y en el fortalecimiento de la democracia. Según Coleman y Blumler (2009), una comunicación eficaz puede fomentar la participación política de los ciudadanos, motivándolos a informarse, debatir y ejercer su derecho al voto. Además, permite la rendición de cuentas a los políticos y promueve la transparencia en la toma de decisiones políticas (Patterson, 2013); sin embargo, es importante destacar que también puede ser objeto de manipulación y distorsión de la información, sobre todo en la era de las noticias falsas y la posverdad.

En este contexto, la comunicación política enfrenta desafíos significativos en cuanto a la veracidad y la confiabilidad de los mensajes políticos (Graves, 2016). Los actores políticos pueden utilizar estrategias de comunicación engañosas para influir en la opinión pública y desacreditar a sus oponentes políticos (Jamieson, 2018), lo que evidentemente pone en riesgo la calidad del debate democrático y la formación de una opinión pública informada.

La Comunicación Política y su Impacto en las Elecciones

La comunicación política desempeña un papel fundamental en el proceso democrático, especialmente en momentos electorales, dado que, a través de diversos

canales y medios de difusión, los políticos buscan persuadir, informar y movilizar a los votantes y así influenciar en los resultados a su favor.

Como se mencionó, la comunicación de corte político es esencial para establecer vínculos entre los candidatos y los electores. Según Smith y Padgett (2020), “la comunicación política efectiva es crucial para construir una imagen pública favorable y ganarse la confianza de los votantes” (p. 45), por lo que los políticos utilizan diversas estrategias de comunicación, como discursos, debates, publicidad y redes sociales, para transmitir su mensaje y persuadir a los electores.

En este marco, los medios de comunicación desempeñan un papel destacado durante las elecciones. Como afirman González y Torres (2018), “los medios son intermediarios clave entre los políticos y los votantes, ya que son responsables de informar sobre las propuestas, los escándalos y los eventos relacionados con las campañas” (p. 72). Los medios de comunicación, en consecuencia, tienen la capacidad de moldear la opinión pública a través de su cobertura y enfoque selectivo.

Al mismo tiempo, la imagen y la retórica son elementos cruciales en la comunicación política. Como señala Johnson (2021), “los políticos suelen utilizar estrategias de imagen cuidadosamente construidas y retórica persuasiva para generar empatía y confianza entre los votantes” (p. 89). La apariencia, el lenguaje corporal y el discurso de los candidatos pueden influir en la percepción del electorado y, en última instancia, en los resultados electorales.

Asimismo, en los últimos años, las redes sociales sin duda han transformado la comunicación política y su impacto en las elecciones. Según Jones (2022), “las redes sociales proporcionan una plataforma poderosa para que los políticos lleguen directamente a los votantes, promuevan su agenda política y movilicen apoyo” (p. 117), por lo que la inmediatez y la capacidad de interacción de las redes han cambiado trascendentalmente la forma en que los candidatos se comunican con los electores.

Partidos Políticos y Comunicación Política

Los partidos políticos y la comunicación política desempeñan un papel fundamental en los tiempos electorales, ya que son los principales actores encargados de difundir las propuestas, convencer a los votantes y obtener su apoyo. A lo largo de la historia, se han utilizado diversas estrategias de comunicación para alcanzar estos objetivos.

En primer lugar, es importante destacar que los partidos políticos son organizaciones que representan distintas corrientes ideológicas que buscan acceder al poder para implementar sus programas de gobierno. Según Smith (citado en García y Torres, 2018), “los partidos políticos son una parte esencial de la democracia, ya que canalizan los intereses de la sociedad y permiten la participación ciudadana en la toma de decisiones” (p. 27). En tiempos electorales, los partidos utilizan todo tipo de herramientas clave para persuadir a los votantes, además de diferentes medios y estrategias, como los discursos políticos, los debates, los mítines y las redes sociales. Según Torres (2021), “la comunicación política tiene como objetivo principal influir en la opinión pública y generar una imagen

positiva del partido, así como transmitir sus propuestas y mensajes clave de manera efectiva” (p. 52).

Lo cierto es que la comunicación, en específico la de corte política, en tiempos electorales se ha vuelto cada vez más compleja debido al avance de la tecnología y las redes sociales; por ello, los partidos políticos han tenido que adaptarse a las nuevas plataformas digitales para llegar a un mayor número de votantes. Según Pérez (2022), “las redes sociales se han convertido en un espacio fundamental para la comunicación política, ya que permiten una interacción directa con los ciudadanos y la difusión rápida de mensajes” (como se citó en García y Rodríguez, p. 86).

No obstante, también es importante tener en cuenta los desafíos comunicativos que enfrentan los partidos políticos durante los tiempos electorales. Según López (2020), “la saturación de información y la falta de confianza en los partidos políticos son dos obstáculos importantes que dificultan la efectividad de la comunicación política” (p. 74); en consecuencia, los partidos políticos deben esforzarse por generar mensajes claros y transparentes, así como establecer canales de comunicación bidireccionales que fomenten la participación ciudadana y retroalimenten sus propias plataformas y propuestas.

En el caso del sistema político mexicano, a lo largo de la historia los partidos políticos han sido actores clave en la representación de los intereses de la sociedad y en la promoción de sus propuestas políticas; lo cierto es que estos se han transformado a lo largo del tiempo. Según Mora y Ramírez (como se citó en Sampedro y Berganza, 2020), el sistema de partidos mexicano ha pasado por varias transformaciones, pues desde la consolidación

del régimen posrevolucionario, “El sistema de partidos en México ha pasado por diferentes etapas a lo largo del tiempo, desde la hegemonía del Partido Revolucionario Institucional [PRI] hasta la apertura democrática y la diversificación del sistema de partidos” (p. 45).

En este contexto, la comunicación política en México ha experimentado cambios significativos con la llegada de las tecnologías emergentes y el auge de las redes sociales. Según Canel y Luengo (2019), este tipo de comunicación en el país ha transitado de un modelo centrado en los medios de comunicación tradicionales a un modelo en el que las redes sociales desempeñan un papel crucial. Continuando con los autores: “La irrupción de las redes sociales ha cambiado radicalmente la forma en que los partidos políticos se comunican con los ciudadanos en México” (p. 92); así, “La comunicación política se ha convertido en un factor determinante para la competitividad de los partidos políticos en México” (López, 2018, p. 75). Además, el mismo López destaca que dicha comunicación no solo implica la difusión de mensajes, sino también la escucha activa de los ciudadanos y la construcción de vínculos de confianza.

En este marco, entender a la comunicación como estrategia política se torna fundamental como parte del proceso electoral y democrático, y el sistema mexicano no es la excepción. En el contexto mexicano, dicha comunicación se lleva a cabo a través de diversos canales, como discursos públicos, entrevistas en medios de comunicación y redes sociales. La estrategia política, por otro lado, implica el diseño y la implementación de acciones con el objetivo de alcanzar metas específicas. Según Navarro (como se citó en Canel y Callejo, 2021), la estrategia política

“es el conjunto de decisiones y acciones que los actores políticos llevan a cabo para alcanzar sus objetivos políticos y mantener o mejorar su posición de poder” (p. 78). Además, la estrategia política está estrechamente vinculada a la comunicación de corte político, ya que implica la elección de los mensajes y la forma en que se transmiten estos para lograr los objetivos políticos.

En México, tanto la comunicación como la estrategia política están fuertemente influenciadas por el entorno político y social del país. De acuerdo con Ríos (2020), México ha experimentado importantes cambios políticos en los últimos años, lo que ha generado una mayor demanda, más transparente y cercana a la ciudadanía. Asimismo, la estrategia política en México ha evolucionado para adaptarse a un entorno político más competitivo, donde los partidos políticos y los candidatos deben desarrollar estrategias creativas y efectivas para ganar el apoyo popular.

En este sentido, las elecciones presidenciales de 2018 en México fueron un claro ejemplo de la importancia de la comunicación política y la estrategia política en el país. El candidato ganador, Andrés Manuel López Obrador [AMLO], utilizó una estrategia basada en la comunicación directa con la ciudadanía a través de las redes sociales, transmitiendo mensajes de cambio, combate a la corrupción y esperanza (Hernández, 2019), estrategia comunicativa altamente efectiva dado que movilizó de forma importante el apoyo popular de la ciudadanía, logrando una victoria electoral contundente, ganando con el 53.19% de los votos a nivel nacional, siendo entonces el candidato de la coalición «Juntos Haremos Historia», de acuerdo con el resultado final de los cómputo distrital.

Desde el primer momento, AMLO implementó como mecanismo de comunicación y estrategia política a «Las mañaneras»,² las cuales han emergido como un instrumento de comunicación crucial para su presidencia. Estas son conferencias matutinas diarias lideradas por el Presidente mexicano, quien todos los días interactúa directamente con la prensa, y donde se abordan diversos temas, desde asuntos políticos y económicos hasta cuestiones sociales y de seguridad. Esta actividad matutina se ha transformado en una estrategia política para mantener informada a la ciudadanía en aras de la transparencia y la rendición de cuentas gubernamentales para fortalecer al mismo tiempo uno de sus *slogans* más importantes a lo largo de toda su campaña, y también ya como Presidente: “No mentir, no robar, no traicionar”.

«Las mañaneras» se desarrollan en un formato de preguntas y respuestas, donde los periodistas presentes tienen la oportunidad de cuestionar al Presidente sobre diversos temas. El propósito principal de estas conferencias es ofrecer un canal directo de comunicación entre el Presidente y la sociedad, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas gubernamentales. Además, permiten a López Obrador abordar temas de actualidad, aclarar malentendidos y establecer la agenda mediática.

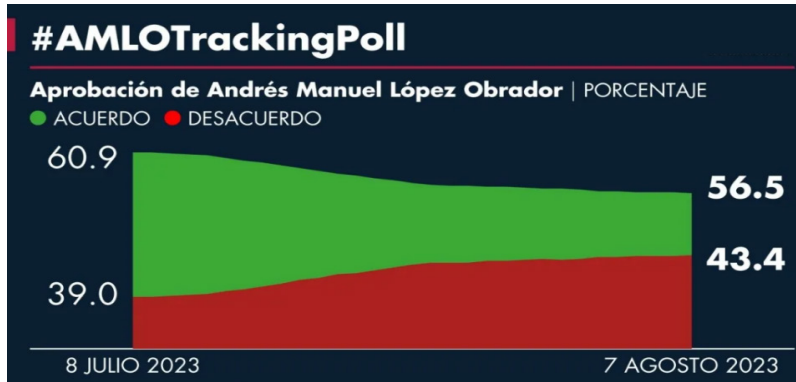
Es importante mencionar que uno de los aspectos más notables de «Las mañaneras» es su alcance. A través de transmisiones en vivo en medios de comunicación y

² El Presidente López Obrador denomina «Las mañaneras» a las conferencias de prensa que cada mañana ofrece desde Palacio de Gobierno, afirmando que es un ejercicio democrático de comunicación circular entre el gobierno y para conocimiento de la ciudadanía, esto a través de la interacción directa con los diferentes medios de comunicación del país.

plataformas digitales, las conferencias llegan a un amplio público, tanto a nivel nacional como internacional. Esto ha contribuido a una mayor participación ciudadana en la política y los asuntos gubernamentales, ya que las personas tienen acceso directo a la voz presidencial y a la información de primera mano.

El uso constante de «Las mañaneras» ha influido en la percepción pública de AMLO. Al enfrentar preguntas difíciles y debatir temas polémicos en un entorno público, el Presidente ha proyectado una imagen de apertura y autenticidad. Sin embargo, también ha sido objeto de críticas por parte de aquellos que ven estas conferencias como una herramienta de manipulación mediática. «Las mañaneras» han generado también opiniones divididas entre la sociedad y la academia: algunos argumentan que estas conferencias fortalecen la democracia al promover la transparencia y permitir un diálogo directo entre el gobierno y la ciudadanía; y otros sostienen que el formato puede ser utilizado para desviar la atención de temas cruciales o para evitar cuestionamientos incómodos.

Lo cierto es que, de alguna forma, la permanencia de este canal de comunicación le ha redituado en positivo, manteniendo a cinco años de gobierno una importante popularidad y aceptación en torno a su imagen y gestión de gobierno, que si bien tuvo un descenso no puede ser calificado aun de descredito, pues pasó del 60.9% en el mes de julio de 2023 a 56.5% en el siguiente mes del mismo año –ver Figura 1–.

Figura 1*Aprobación de Andrés Manuel López Obrador*

Nota: Fuente: Consulta Mitofsky; como se citó en El Economista, (2023, 07 de agosto)

Lo cierto es que «Las mañaneras» se han convertido en un mecanismo de comunicación icónico durante la presidencia de AMLO. Su rol en la transparencia gubernamental, la participación ciudadana y la construcción de la imagen presidencial es innegable, y aunque existen opiniones diversas sobre su efectividad y objetivos, no se puede negar que estas conferencias han transformado la manera en que la sociedad se relaciona con el gobierno en México.

Ahora bien, también es cierto que la comunicación política y la estrategia política enfrentan desafíos en México, uno de los principales es la desinformación y la manipulación de la opinión pública a través de las redes sociales y otros medios de comunicación. Según Juárez (2022), la difusión de noticias falsas y la utilización de tácticas de desinformación pueden afectar negativamente la confianza en las instituciones políticas; por lo tanto, es necesario fortalecer

la regulación de los medios de comunicación y promover la alfabetización mediática entre la ciudadanía.

Las Nuevas Formas de Comunicación Política y Estrategia Política a través de las Tecnologías Emergentes y Redes Sociales en México

En la era de la información y la conectividad digital, las tecnologías emergentes y las redes sociales han revolucionado la manera en que se lleva a cabo tanto la comunicación como la estrategia política en México. Estas herramientas digitales han democratizado el acceso a la información y han permitido la participación ciudadana de una manera sin precedentes. El impacto de las nuevas formas de comunicación y estrategia política, a través de las tecnologías emergentes y redes sociales en México, influyen sin duda en la participación ciudadana y en el proceso electoral.

Las redes sociales han adquirido un papel fundamental en la difusión política en México. A través de plataformas como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*, los políticos y partidos pueden difundir sus mensajes de manera directa y masiva, estableciendo un diálogo interactivo con los ciudadanos (Pérez, 2019). Esta interacción directa permite una mayor cercanía entre los representantes políticos y la ciudadanía, lo cual fomenta la transparencia y la rendición de cuentas, siendo un claro ejemplo la presidencia de AMLO.

En este contexto, la estrategia política ha evolucionado con la incorporación de las tecnologías emergentes y las redes sociales. Los políticos y partidos en México han comprendido la importancia de utilizar estas plataformas para difundir sus propuestas, promover su imagen y movilizar a sus seguidores (Gómez, 2020).

Mediante el uso de anuncios pagados, segmentación de audiencias y la viralización de contenidos, se busca alcanzar un mayor alcance y visibilidad en la sociedad. Al mismo tiempo, estas herramientas digitales han fomentado la participación ciudadana en el ámbito político. A través de plataformas como Change.org o Avaaz, los ciudadanos pueden iniciar y firmar peticiones en línea, lo cual les permite expresar sus demandas y presionar a las autoridades (Hernández, 2021). Además, las redes sociales han facilitado la organización de movimientos sociales y protestas, como se ha visto en casos como el movimiento estudiantil #YoSoy132 en México, en 2012.

El Papel de las Instituciones Electorales y al Comunicación Política en México

En México, las instituciones electorales desempeñan un papel fundamental en el proceso democrático del país. Las elecciones periódicas permiten a los ciudadanos ejercer su derecho al voto y elegir a sus representantes y, al mismo tiempo, la comunicación política facilita el intercambio de información y opiniones entre los actores políticos y la ciudadanía.

Las instituciones electorales en México son responsables de organizar y supervisar las elecciones, garantizando la transparencia, imparcialidad y equidad del proceso. El Instituto Nacional Electoral [INE] es el órgano autónomo encargado de la administración de los comicios, así como de regular y sancionar las actividades de los partidos políticos. Según Calderón (2020), el INE ha sido fundamental para fortalecer la democracia mexicana y ha contribuido a la construcción de una cultura cívica.

Existe una estrecha relación entre las instituciones electorales y la comunicación política en México: por un lado, las instituciones electorales regulan y supervisan dicha comunicación para evitar prácticas ilegales o fraudulentas, asegurando la igualdad de oportunidades para todos los actores políticos; por otro lado, las instituciones electorales deben informar a la ciudadanía sobre los procedimientos electorales y promover la participación activa. El reto para que esta interacción sea funcional está en la regulación, y si bien el INE regula el pautaado en medios de comunicación tradicionales, el problema reside en la regulación de las nuevas plataformas digitales, pues son muchas y muy diversas, por lo cual la infraestructura de vigilancia por parte del INE debería ser mayor, aunque redundaría en un tema de mayor financiamiento, asunto en el que el Presidente AMLO tiene puesto el foco, en tanto su gobierno se rige por una clara y normada austeridad cuando afirma: “no puede haber gobierno rico y pueblo pobre” (AMLO, 2022).

Comunicación Política, Poder y Gobernabilidad en México

La comunicación política juega un papel fundamental en el ejercicio del poder y la gobernabilidad en cualquier país. Antes se ha reiterado que los líderes políticos utilizan diversas estrategias y técnicas para transmitir sus mensajes, generar apoyo y mantener una conexión con la ciudadanía. En México, la presidencia de AMLO ha marcado un parteaguas, donde uno de los aspectos distintivos de su forma de comunicarse ha demostrado su habilidad para dialogar directamente con la ciudadanía, utilizando un lenguaje claro y accesible. Según Sánchez-Andrade (2020), López Obrador emplea un estilo de comunicación sencillo y cercano, buscando establecer una conexión emocional con la población.

El discurso político de López Obrador se caracteriza por la repetición de frases y mensajes clave, lo cual ha sido identificado como una estrategia para consolidar su imagen y marcar un posicionamiento político claro. En palabras de Díaz (2019), “la reiteración constante de ciertas ideas y palabras es una táctica utilizada por López Obrador para enfatizar su agenda y transmitir un mensaje unificado” (p. 215). Otro aspecto relevante es su relación con los medios de comunicación. Desde el inicio de su mandato, el Presidente ha buscado establecer una comunicación directa con la ciudadanía, utilizando las redes sociales y las conferencias matutinas como herramientas principales. Esto ha sido interpretado por algunos como un intento de eludir el filtro mediático y transmitir sus mensajes sin intermediarios (Rodríguez, 2021).

A pesar de ello, López Obrador no ha descuidado la relación con los medios tradicionales; ha mantenido una presencia constante en los medios de comunicación, concediendo entrevistas y participando en programas de televisión. El Presidente mexicano ha buscado equilibrar su estrategia comunicativa entre la comunicación directa con la ciudadanía y la interacción con los medios, reconociendo la importancia de ambos canales (Jiménez, 2022). Esta acción le ha brindado un impacto significativo en la opinión pública. Sus mensajes y discursos han logrado movilizar a amplios sectores de la sociedad mexicana, generando altos niveles de apoyo popular. Según González (2021), la capacidad de López Obrador para conectar emocionalmente con la población y presentarse como un líder cercano y comprometido, ha contribuido a su popularidad y a la consolidación de su base de seguidores; sin embargo,

a la vez mantiene una relación tensa con los medios de comunicación generando preocupaciones sobre la libertad de prensa y el acceso a la información en México (García, 2023). Hasta ahora, los resultados reflejados en la popularidad del Presidente han sido altamente positivos e inéditos en el país, a poco más de un año de concluir su gestión.

Conclusiones

Con base en lo anterior, es posible afirmar que el uso de tecnologías emergentes y redes sociales en la construcción de estrategias de comunicación política en México ha transformado los procesos electorales. El acceso generalizado a Internet y el crecimiento de las redes sociales ha brindado a los actores políticos la oportunidad de comunicarse directamente con un público más amplio. Al aprovechar estas tecnologías emergentes, los políticos pueden difundir su mensaje de manera rápida y efectiva, sin depender únicamente de los medios tradicionales. Esto puede llevar a una mayor participación ciudadana, ya que las personas pueden involucrarse de manera activa en los debates políticos y expresar sus opiniones a través de las redes sociales.

Al mismo tiempo, el uso de tecnologías emergentes y redes sociales en la construcción de estrategias de comunicación política en México puede amplificar la polarización y la desinformación, y aunque dichas herramientas tecnológicas brindan una plataforma para la libre expresión y el intercambio de ideas, también pueden contribuir a la difusión de información errónea y la formación de cámaras de eco. En el contexto político, esto puede llevar a la amplificación de la polarización y la

creación de divisiones más profundas entre los ciudadanos. Además, la facilidad con la que se pueden difundir noticias falsas y teorías de conspiración a través de las redes sociales puede socavar la confianza en las instituciones y en el proceso democrático.

A esto, es necesario agregar que el uso de tecnologías emergentes y redes sociales en la construcción de estrategias comunicativas en México puede favorecer la participación de los jóvenes y generar un cambio en la dinámica política tradicional. Los jóvenes son un segmento de la población que está altamente conectado a las redes sociales y familiarizado con el uso de tecnologías emergentes. Al utilizar estas plataformas, los políticos pueden llegar de manera más efectiva a este grupo demográfico, que históricamente ha sido desatendido.

En el caso del Presidente mexicano AMLO, las nuevas formas de comunicación por redes y tecnologías emergentes le ha significado muchos positivos para su gestión y, por ende, a su partido: MORENA. En consecuencia, es fundamental promover y consolidar una difusión ética y transparente, que fomente la participación ciudadana y garantice la rendición de cuentas de los políticos, siendo responsabilidad de los ciudadanos ser críticos y estar informados para poder discernir entre la información veraz y la desinformación.

Si bien, los políticos utilizan estrategias de comunicación efectivas para persuadir a los votantes y ganarse su confianza, los medios de comunicación desempeñan un papel importante como intermediarios y tienen la capacidad de influir en la opinión pública. La imagen y la retórica de los candidatos también son factores

determinantes, pues el auge de las redes sociales ha cambiado la dinámica comunicativa durante las elecciones.

Es aquí donde los partidos políticos desempeñan un papel crucial en tiempos electorales, pues a través de estrategias de comunicación efectivas buscan persuadir a los votantes y obtener su respaldo. Sin embargo, también enfrentan desafíos en un contexto de saturación de información y profunda desconfianza, pues ya no basta solo adaptarse a las tecnologías emergentes y establecer canales de comunicación bidireccionales para generar confianza y promover una participación ciudadana activa.

En este sentido, los partidos políticos están sabedores de que las nuevas formas de comunicación política y la llegada disruptiva de las tecnologías emergentes, se han convertido en herramientas cruciales para su desempeño en la era digital, lo que sin duda atraerá cambios paulatinos pero contundentes en el sistema político mexicano y las elecciones por venir.

Referencias

- Fernández-Alonso, M. y González-García, J. M. [Eds.]. *Comunicación política*, pp. 45-61.
- Calderón, F. (2020). Instituciones electorales en México: Desafíos y perspectivas. *Revista Internacional de Democracia y Justicia Electoral*, 15(1), 115-136.
- Canel, M. J. y Luengo, Ó. (2019). Mediatización y redes sociales en la comunicación política mexicana. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(237), 91-113.
- Canel, P. y Callejo, C. J. [Eds.]. (2021). *Comunicación política*. Editorial UOC, pp. 75-92.
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*.

- Coleman, S. y Blumler, J. G. (2009). *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*.
- Díaz, M. (2019). El discurso político de López Obrador en la era digital: la reiteración como táctica retórica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(236), 205–230.
- El economista (07 de agosto, 2023). #AMLOTrackingPoll Aprobación de AMLO, 7 de agosto. <https://www.economista.com.mx/politica/AMLOTrackingPoll-Aprobacion-de-AMLO-7-de-agosto-20230807-0023.html>
- García, A. (2023). Freedom of the Press and the López Obrador Administration: Assessing Media Relations in Mexico. *Journal of Latin American Studies*, 45(1), 89–112.
- García, C. y Rodríguez, R. [Eds.]. (2022). Comunicación y política en la era digital. Editorial CIESPAL, pp. 73–94.
- García, J. y Torres, M. [Eds.]. (2018). Manual de política y gobierno. Editorial Nueva Visión, pp. 89–107.
- García-Ponce, O. y Trejo, S. (2020). Las mañaneras: Información, propaganda y política. *Comunicación y Sociedad*, 39, e4502.
- Gómez, J. (2020). El impacto de las redes sociales en la estrategia política en México. *Revista de Comunicación*, 19(2), 95–110.
- González, A. (2018). Comunicación política en México: Entre la televisión y las redes sociales. *Comunicación y Sociedad*, (31), 105–130.
- González, M. y Torres, J. (2018). La influencia de los medios de comunicación en las elecciones políticas. *Revista de Comunicación Política*, 12(1), 67–82.

- González, R. (2021). The Political Communication of Andrés Manuel López Obrador: Populist Discourse and Emotional Connection. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 37(1), 47–72.
- Graves, L. (2016). *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*.
- Hernández, R. (2019). Estrategias de comunicación política en las elecciones presidenciales de México 2018. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 47, 125–143.
- Hernández, R. (2021). Participación ciudadana y activismo en línea: análisis de las plataformas digitales de peticiones en México. *Política y Gobierno*, 28(2), 301–332.
- Jamieson, K. H. (2018). Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President.
- Jiménez, L. (2022). From Traditional Media to Social Networks: The Transformation of Presidential Communication in Mexico. *International Journal of Communication*, 16, 2173–2192.
- Johnson, R. (2021). *Imagen y retórica en la comunicación política*.
- Jones, S. (2022). The impact of social media on political communication during elections. *Journal of Political Communication*, 35(2), 112–125.
- Juárez, E. (2022). Desinformación y comunicación política en México. *Revista de Ciencias de la Comunicación*, 22(44), 132–150.
- López, M. (2020). Los desafíos de la comunicación política en tiempos electorales. *Revista de Comunicación Política*, 27(2), 125–142.

- López, M. A. (2018). La comunicación política como factor de competitividad de los partidos políticos. *Iberofórum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 12(22), 71–84.
- López-Obrador, A. M. (2022). Austeridad genera recursos en beneficio del pueblo. Conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador [Transmisión en vivo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=INQxO3-J2Hk>
- López-Obrador, A. M. (2022). Conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador [Las ‘mañaneras’]. [Transmisión en vivo]. YouTube. <https://www.youtube.com/@lopezobrador>
- Norris, P. (2011). *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*.
- Patterson, T. E. (2013). *Informing the News: The Need for Knowledge-Based Journalism*.
- Pérez, A. (2019). Comunicación política y redes sociales en México: el caso de Facebook y Twitter en las elecciones presidenciales de 2018. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(235), 221–248.
- Ríos, M. (2020). Comunicación política en México: nuevos desafíos y perspectivas. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 17(33), 179–194.
- Rodríguez, E. (2021). The Rise of Presidential Press Conferences in Mexico: An Analysis of Andrés Manuel López Obrador’s Morning Briefings. *Communication & Society*, 34(1), 81–101.
- Ruiz-Mellado [Ed.]. (2019). *Medios de comunicación, periodismo y política en la sociedad digital*, pp. 175–193.
- Sampedro, V y Berganza, R. [Eds.] (2020). Comunicación política y democracia.

- Sánchez, R. (2021). Mediatización de la política en México: Análisis crítico de las “mañaneras” de López Obrador. *Revista de Comunicación*, 20(1), 127–143. <https://doi.org/10.26439/rcc2021.n020.9>
- Sánchez–Andrade, V. (2020). López Obrador’s political language: A multimodal analysis of the Mexican president’s speech. *Discourse & Society*, 31(6), 616–637.
- Smith, A. y Padgett, R. (2020). *Effective political communication: Strategies for winning elections*.
- Torres, M. (2021). Comunicación política: estrategias y herramientas en tiempos electorales. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 10(1), 45–60.

**Comunicación Política y Protección de Datos Personales.
Retos y Perspectivas de Cara a la Elección Federal de 2024
en México**

**Political Communication and Personal Data Protection.
Challenges and Perspectives Towards the 2024 Federal
Election in Mexico**

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 475-494.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 8-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

Laura Lizette Enríquez Rodríguez¹
Comisionada Ciudadana

Instituto de Transparencia, Acceso a la
Información Pública, Protección de Datos Personales y
Rendición de Cuentas de la Ciudad de México
lauraenriquezr@gmail.com

Rodolfo Romanillos Pimentel²
Asesor

Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública,
Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la
Ciudad de México
rodolforomanillosp@gmail.com
Ciudad de México, México

Resumen

El presente ensayo tiene como objetivo realizar una reflexión sobre la protección de datos personales en el marco de la comunicación política. Para ello, se realizará un breve repaso de los conceptos de comunicación política y protección de datos personales; seguido de una revisión de instrumentos jurídicos y orientativos en la materia a nivel internacional, así como en México. De cara a la elección

1 Licenciada en Ciencia Política por el Instituto Tecnológico Autónomo de México, maestra en Gestión Pública Aplicada por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y con estudios doctorales en Administración Pública por la Universidad Anáhuac. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8160-4970>

2 Licenciado en Ciencia Política por la Universidad Autónoma Metropolitana.

federal en México en 2024, se expondrán algunos de los retos para fortalecer la protección de datos personales en el marco de la comunicación política.

Palabras clave: comunicación política, datos personales, protección de datos personales, elecciones, México

Abstract

The objective of this essay is to make a reflection about the protection of personal data in the framework of political communication. For this, a brief review of the concepts of political communication and protection of personal data will be carried out; followed by a review of legal instruments and guidance on the matter at the international level, as well as in Mexico. Towards the 2024 federal election in Mexico, some of the challenges in the matter to strengthen the protection of personal data in the framework of political communication will be exposed.

Keywords: political communication, personal data, personal data protection, elections, Mexico

Introducción

Hoy en día la comunicación política representa una herramienta presente en prácticamente cualquier democracia, no solo en procesos electorales, sino en cualquier espacio del debate público, tanto por parte de actores políticos, como por autoridades, organizaciones de la sociedad civil e incluso medios de comunicación.

El creciente e intensivo uso de herramientas tecnológicas ha traído consigo un cambio en el paradigma de la comunicación política, cambio que se ha caracterizado, entre otras cosas, por cada vez un mayor uso de datos personales.

Asimismo, el cada vez más extendido uso de redes sociales ha traído consigo un importante incremento en la entrega de datos personales por parte de los usuarios hacia terceros, en el mejor de los casos con su consentimiento y, en el peor, sin éste. Así lo señala Manuel Castells (2009): “La privacidad se ha perdido hace tiempo en una maraña de «cookies» y estrategias de recuperación de datos personales de la que se libran parcialmente aquellos usuarios con un alto nivel de sofisticación tecnológica” (p. 91). Ante este escenario, resulta pertinente que todos los actores involucrados en los procesos de comunicación política incorporen en cualquier estrategia en la materia elementos que fortalezcan proactivamente la protección de datos personales.

El objetivo del presente texto será realizar una reflexión sobre importancia de la protección de datos personales en el marco de la comunicación política. Para ello, se realizará un breve repaso sobre los conceptos de comunicación política y de protección de datos personales; seguido de ello, se realizará una revisión de los principales instrumentos jurídicos y orientativos internacionales en materia de protección de datos personales en el área de la comunicación política, seguido de una revisión del marco jurídico mexicano en la materia; posteriormente, se realizará un análisis de los retos y perspectivas en este ámbito, de cara a la elección federal en México de 2024 – la elección más grande hasta el momento en términos de electores y cargos en disputa– para reforzar la protección de datos personales en el marco de la comunicación política, tanto por parte de actores políticos como autoridades; para, finalmente, presentar las conclusiones.

Marco Conceptual

La comunicación política puede representar un concepto tan amplio como se desee. Entendida en términos generales como “un proceso de entrega de propósitos políticos o mensajes del comunicador –emisor del mensaje– al comunicante –receptor del mensaje– sobre un significado más amplio” (Prawobo, Sulismadi y Safri, 2016), podemos decir que es una herramienta comunicativa como cualquier otra.

En ese sentido amplio, la comunicación política no es un concepto nuevo. Como bien señala Restrepo–Echavarría (2019), aunque pudiera pensarse en la comunicación política como un fenómeno nuevo, lo cierto es que “no sólo es una vieja práctica de los grupos humanos, sino que también es uno de los temas más estudiados por diferentes pensadores, ya que la relación entre comunicación y política ha existido desde siempre”. La comunicación, al ser base para el desarrollo de las sociedades humanas, y la política, base para su organización, naturalmente han coexistido a lo largo de la historia.

En ese sentido, Graber y Smith (2005) señalan que el campo de la comunicación política abarca “la construcción, envío, recepción y procesamiento de mensajes que potencialmente tienen un impacto directo o indirecto significativo en la política”, sobre ello, subrayan que tanto los emisores como los receptores de dichos mensajes pueden ser desde políticos, periodistas, miembros de grupos de interés o ciudadanos.

Graber (como se citó en Finifter, 1993) apunta que el elemento diferenciador de cualquier otro tipo de mensaje es que “tiene un efecto político significativo en el pensamiento,

las creencias y los comportamientos de los individuos, grupos, instituciones y sociedades enteras y los entornos en los que existen” (p. 305). Es decir, la comunicación política, a diferencia de otras formas de comunicación, tiene un objetivo claro que es el tener un efecto en la conducta de la sociedad con fines políticos.

En el escenario en el que nos encontramos hoy en día, con un frenético desarrollo de nuevas tecnologías y herramientas digitales, la comunicación política naturalmente ha enfrentado también cambios y evoluciones. En ese nuevo escenario, Acuña (como se citó en Recio-Gayo, 2016) apunta que “con el surgimiento de la informática, la capacidad de almacenamiento de información creció de manera descomunal, los sistemas contenían y contienen información relativa a datos personales” (p. 13).

Y, de ese escenario, como ya se señalaba, la comunicación política no ha podido escapar y, hoy en día, los datos personales resultan un elemento presente en cualquier estrategia de comunicación de este tipo.

Sobre ello, Castells (2009) reflexiona sobre el comercio activo existente respecto de la información...

(...) la enorme cantidad de datos procedentes de la invasión de la privacidad por las empresas emisoras de tarjetas de crédito y las compañías de telecomunicaciones y de Internet, que venden la información de aquellos clientes (la mayoría) que, desconocedores de la letra pequeña de sus contratos, no se oponen a que las empresas comercien con sus datos. (p. 284)

Esta realidad nos obliga a detenernos para reflexionar sobre este elemento: los datos personales, que se han

convertido en una moneda de cambio para el uso de ciertos bienes o servicios. Entendidos como “cualquier información concerniente a una persona física identificada o identificable”, en ese sentido, “se considera que una persona es identificable cuando su identidad pueda determinarse directa o indirectamente a través de cualquier información” (Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados [LGPDPPO], 2017).

Ante la necesidad de proteger estos datos personales, encontramos al derecho a la protección de datos personales, definido como:

El derecho humano que protege a la persona física identificada o identificable frente al tratamiento ilícito de sus datos personales, otorgándole, en la medida de lo posible dado el actual estado de la técnica, la facultad de decidir y controlar de manera libre e informada las condiciones y características del tratamiento de sus datos personales, permitiéndole, además, el ejercicio de determinados derechos y medios de tutela jurídicos para garantía y eficacia práctica de estos últimos. (Fernández–De–Marcos, Cervantes–Padilla y Barco–Vega, 2019, p. 687)

Es así que el derecho a la protección de datos personales se presenta no solo como una alternativa, sino como una necesidad, para garantizar la salvaguarda y tutela jurídica de la información de las personas. En una era en la que el intercambio de datos personales es permanente, este derecho se hace cada vez más visible y pertinente.

Marco Jurídico Internacional

Debido al intensivo uso de datos personales en el marco de estrategias de comunicación política, ha

sido necesario la generación de diversas normativas y esquemas orientativos que brinden pautas sobre el adecuado tratamiento de datos personales en estos contextos.

Entre estos instrumentos, resalta la Resolución sobre el Uso de Datos Personales para la Comunicación Política (2005), aprobada en la 27^a Conferencia Internacional de Autoridades de Protección de Datos y Privacidad, celebrada en Montreux, Suiza, en el año 2005.

Esta resolución, surge de la preocupación por parte de las autoridades en la materia por el cada vez más creciente uso de datos personales por actores político-electorales y parte del reconocimiento de la comunicación política como un instrumento fundamental de la participación de los ciudadanos, de las fuerzas políticas y de los candidatos en la vida democrática. Es decir, reconoce a la comunicación política como un elemento inherente a la democracia misma, sin buscar limitarla, pero sí atender sus alcances.

En ese sentido, el referido documento reconoce la importancia de la libertad del discurso político como un derecho fundamental; pero también alerta de la creciente tendencia a recopilar datos personales. De ahí que subraye la importancia del respeto a los derechos y libertades fundamentales de las personas interesadas, incluyendo el derecho a la protección de los datos personales, al tiempo de establecer una serie de principios de protección de datos en particular.

Entre estos principios enunciados en la Resolución se encuentran el principio de minimización de datos; la recopilación legítima y justa; la calidad de los datos; el principio de finalidad; de proporcionalidad; de información a los interesados; el de consentimiento; el almacenamiento

de datos y medidas de seguridad; así como el derecho de los interesados.

Si bien la Resolución tiene ya casi dos décadas de haber sido aprobada, sus elementos siguen siendo vigentes y hoy –más que nunca– necesarios de darles atención y seguimiento.

En los documentos de referencia en la materia podemos encontrar la “Disposición relativa al tratamiento de datos por parte de los partidos políticos y exención de divulgación con fines de propaganda electoral” [Provvedimento in materia de trattamento di dati presso i partiti politici e di esonero dall’ informativa per fini di propaganda elettorale] emitida por el Garante de la Protección de Datos Personales de Italia (2014), en la que se exponen diversas medidas relativas al tratamiento de datos personales de múltiples actores: partidos políticos, movimientos y otras formaciones, incluyendo simpatizantes, patrocinadores, entre otros.

Se establecen elementos relativos a los métodos de divulgación de la información, al contenido de la información, al tratamiento de ésta, así como al modelo de información, al ejercicio de los derechos del interesado y a las medidas de seguridad a las que deben sujetarse.

Por otro lado, podemos encontrar el documento “Comunicación política: cuáles son las reglas para el uso de datos de redes sociales” [Communication politique: quelles sont les règles pour l’ utilisation des données issues des réseaux sociaux?], emitido por la Comisión Nacional de Informática y Libertades de Francia (2016), en el que, reconociendo que la recolección de datos personales debe sujetarse a la normativa del país en la materia, se subrayan

los principios fundamentales a los que debe sujetarse: base jurídica adecuada, verificar el origen de los datos, no procesar datos confidenciales, minimizar la recopilación de datos, respetar los derechos de los interesados, supervisar la relación contractual con subcontratistas, así como la realización de evaluaciones de impacto.

Asimismo, tenemos a la “Guía para campañas políticas” [Guidance on political campaigning], emitida por la Oficina del Comisionado de Información del Reino Unido (2017), en la que se detallan puntualmente las medidas a tomar en cuenta en diversas vías de comunicación política que puedan representar recolección de datos personales: marketing por correo, por llamadas, por correo electrónico, por fax y de manera directa. El documento abarca también principios que deben ser seguidos: transparencia sobre el uso de la información; usar los datos solo de manera compatible con los propósitos informados; no recopilar más información de la que se necesita; no guardar la información por más tiempo de lo necesario; mantener la información segura, entre otros.

Las “Orientaciones de la Comisión relativas a la aplicación de la legislación sobre protección de datos de la Unión en el contexto electoral” [Guidelines on the Protection of Individuals with regard to the Processing of Personal Data by and for Political Campaigns] de la Comisión Europea (2021) son otro importante documento relativo en la materia, en él se exponen cuestiones clave sobre el tratamiento de datos relevantes en procesos electorales, no solo por partidos políticos sino por candidatos, fundaciones, plataformas y empresas de análisis de datos y autoridades del proceso electoral.

En la “Guía sobre tratamiento de datos personales con fines electorales”, de la Agencia de Acceso a la Información Pública de Argentina (2019), se detallan principios a seguir en el tratamiento de datos personales en estos contextos, pero también se puntualizan elementos claves tales como el de las opiniones políticas, la afiliación a organizaciones, los datos públicos en redes sociales, así como la propaganda en este tipo de plataformas.

Así como la Circular 1/2019 sobre el tratamiento de datos personales relativos a opiniones políticas y envío de propaganda electoral por medios electrónicos o sistemas de mensajería por parte de partidos políticos, federaciones, coaliciones y agrupaciones de electores al amparo del artículo 58 bis de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, de la Agencia Española de Protección de Datos (2019). Entre otros elementos, este documento expone cuáles son los datos personales que pueden ser objeto de tratamiento en estos contextos, las actividades de tratamiento, así como las garantías de éste, además de establecer pautas para el envío de propaganda electoral por medios electrónicos, entre otros elementos.

Todos estos instrumentos nos revelan no solo la relevancia que ha adquirido la protección de datos personales en los contextos político-electorales, sino también pautas y líneas orientativas a seguir sobre el tratamiento de este tipo de información en contextos electorales, reconociendo en la mayoría de los casos la multiplicidad de actores vinculados en estos procesos, así como la preponderancia de la utilización de herramientas tecnológicas, como son las redes sociales, en los mismos.

Marco Jurídico Mexicano

En México no se cuenta con un documento específico en materia de protección de datos personales en contextos de comunicación política, sin embargo, se cuenta con una robusta legislación en materia de protección de datos personales, derivada del artículo 16 constitucional.

Son dos leyes las que regulan el tratamiento de datos personales, una –para instituciones públicas– la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados [LGPDPSSO] y otra –para instancias privadas– denominada Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares [LFPDPPP].

En el caso de los partidos políticos –actor central en el contexto político–electoral mexicano–, se encuentran sujetos a la LGPDPSO, obligándolos a observar los principios de licitud, finalidad, lealtad, consentimiento, calidad, proporcionalidad, información y responsabilidad en el tratamiento de datos personales (LGPDPSSO, 2017).

En ese sentido, la ley establece especificaciones particulares, respecto de eventuales incumplimientos por parte de estos actores, al señalar que el Instituto u organismo garante competente, dará vista, según corresponda, al Instituto Nacional Electoral o a los organismos públicos locales electorales de las Entidades Federativas competentes, para que resuelvan lo conducente (LGPDPSSO, 2017).

Asimismo, se establece que en caso de que la presunta infracción hubiera sido cometida por algún integrante de un partido político, la investigación y sanción, corresponderán a la autoridad electoral competente (LGPDPSSO, 2017).

Entre otra documentación orientativa, podemos encontrar la “Guía para cumplir con los principios y deberes de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados”, emitida por el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales [INAI] (2019), sobre el cumplimiento de la Ley en la materia por parte de los sujetos obligados.

Así como el documento “Recomendaciones sobre protección de datos personales contenidos en la Credencial para Votar”, emitido por la Secretaría de Protección de Datos Personales del INAI (2022), en el que se presentan recomendaciones para el tratamiento de los datos personales contenidos en la credencial para votar, a partir de las obligaciones que establece la normatividad que regula el derecho de protección de datos personales, tanto en el sector público, como en el privado.

Por otro lado, la Ley General de Partidos Políticos [LGPP] reafirma la obligación en materia de protección de datos personales por parte de este actor central, indicando la obligación de los partidos políticos de contemplar en sus estatutos la forma de garantizar la protección de los datos personales de sus militantes, así como los derechos al acceso, rectificación, cancelación y oposición de estos. Al tiempo de precisar que es el organismo autónomo garante en materia de transparencia el que tendrá competencia para conocer de los asuntos relacionados con el acceso a la información pública y la protección de datos personales en posesión de los partidos políticos (LGPP, 2023).

Por parte del Instituto Nacional Electoral [INE], se cuenta con los Lineamientos para la protección de

los derechos de niñas, niños y adolescentes en materia político-electoral (2019), que, si bien no se trata como tal de normatividad específica en materia de protección de datos personales, este instrumento sí vela por la protección de la imagen de las personas menores de 18 años cuya imagen aparezca en propaganda político-electoral. En esta herramienta se transversalizan el derecho a la imagen, la protección de datos personales y el principio del interés superior de la niñez.

Como se advierte, en México se cuenta con una legislación robusta en materia de protección de datos personales que no escapa de contextos político-electorales, en los que los partidos políticos son un actor central, aunque no el único.

Contexto Mexicano, de Cara a la Elección de 2024

El año entrante se llevarán a cabo en México los comicios más grandes de los que se tengan registro, tanto por número de electores, como por cargos en disputa. El reto del proceso electoral que iniciará desde 2023 no es menor y la protección de datos personales debe ser un elemento central en el marco de cualquier estrategia de comunicación política.

Lecciones como las que dejó el caso de *Cambridge Analytica* en 2018³ –que, por cierto, motivó un número importante de los documentos referidos en el apartado internacional– nos recuerdan la importancia de incorporar a la protección de datos personales como un elemento no accesorio, sino central, en el marco de campañas político-electorales.

3_____ (2018, 20 de marzo). 5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que Facebook perdiera US\$37.000 millones en un día. BBC Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797>

De la revisión de los documentos orientativos en la materia de carácter internacional, podemos subrayar diversos elementos importantes para tener en cuenta en este tenor. Por un lado, la multiplicidad de actores, si bien los partidos políticos son un actor clave en los procesos electorales en el caso mexicano, no son los únicos, encontramos a candidaturas independientes, agrupaciones políticas, organizaciones sociales, servidores públicos, integrantes de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, así como de la propia autoridad electoral; además de actores privados, como pueden ser medios de comunicación, redes sociales y empresas que realicen análisis de datos.

Por otro lado, si bien hay una diversidad de medios a través de los cuales pueden llevarse a cabo transacciones de datos personales, es claro que hoy en día las redes sociales se han posicionado como un espacio importante tanto en el aspecto de tratamiento de datos personales, por la naturaleza de estas, como para la información e intercambio de opiniones de cara a procesos electorales.

El número de usuarios de redes sociales ha crecido continuamente en los últimos años en todo el mundo y México no es la excepción. De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares [ENDUTIH] (2022), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], a 2022 en México había 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 78.6% de la población de 6 años o más; el uso principal que se le dio al internet fue para comunicarse -93.8%- , seguido para el acceso a redes sociales -90.6%-.

Reconociendo el robusto andamiaje legal con que se cuenta en México en materia de protección de datos personales, es importante atender esta realidad que nos presenta nuevos retos y desafíos. Este escenario, en el que las redes sociales constituyen un elemento central en la cotidianidad de las personas, nos obliga a reflexionar sobre la importancia de socializar y promover la protección de datos personales en cualquier contexto, pero aún más en contextos político-electorales.

Como se advierte, en México no se cuenta con un instrumento específico que regule o brinde pautas orientativas en el marco de la comunicación política o contextos electorales respecto del tratamiento de datos personales y, si bien los partidos políticos son un actor relevante en estos contextos, no son los únicos. De ahí la necesidad de contar con un instrumento específico en la materia, orientado a todos los actores que participen en procesos de este tipo, así como por las múltiples vías, con énfasis en las plataformas virtuales, como las redes sociales.

Los retos a los que nos enfrentamos son múltiples, por un lado, la socialización y difusión del derecho de protección de datos personales hacia la ciudadanía, así como los mecanismos y vías para ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

Por otro lado, resulta importante fortalecer la formación y capacitación de las personas involucradas en el tratamiento de datos personales, en específico en contextos electorales, pues en ocasiones el desconocimiento en la materia puede generar un inadecuado tratamiento de información personal. De ahí que resulte pertinente la profesionalización continua de todos los involucrados en el proceso.

El contexto actual nos obliga a que la legislación en la materia no permanezca estática, sino que esté en continua evolución, por lo que contar con legislación en materia de protección de datos personales actualizada resulta necesario y vital para la plena garantía de este derecho. Herramientas como datos biométricos e inteligencia artificial plantean un reto mayor en este importante objetivo.

Asimismo, en el contexto actual por el que atraviesa México, es importante subrayar la necesidad de contar con un órgano garante en materia de protección de datos personales funcionando plenamente, pues de no contar con el quórum establecido por la ley, se podrían poner en riesgo eventuales recursos en materia de protección de datos personales interpuestos de cara a los comicios de 2024.

Conclusiones

La protección de datos personales hoy en día es un elemento que debe estar presente en cualquier contexto de comunicación política, más aún cuando los datos personales se han vuelto clave en el escenario político-electoral de México y el mundo.

A nivel internacional, se cuenta con un nutrido grupo de documentos reguladores y orientativos en la materia, del que además de los principios y deberes en el tratamiento de datos personales en estos contextos, podemos subrayar la multiplicidad de actores involucrados, así como la preponderancia de las redes sociales en esta tarea.

Sin duda, de cara a los retos que se presentan rumbo a la elección federal del próximo año, la participación de todos los actores es fundamental, pero la de las autoridades en materia de protección de datos personales, así como las

encargadas de formular y aprobar legislación en la materia, cobra una doble importancia.

Nuestros datos personales se han vuelto sumamente valiosos en múltiples contextos, y en el contexto electoral lo son más. De ahí la importancia de trabajar hacia un andamiaje normativo que atienda los retos y desafíos por los que atravesamos.

Referencias

- _____. (2018, 20 de marzo). 5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que *Facebook* perdiera US\$37.000 millones en un día. BBC Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Circular 1/2019, de 7 de marzo sobre el tratamiento de datos personales relativos a opiniones políticas y envío de propaganda electoral por medios electrónicos o sistemas de mensajería por parte de partidos políticos, federaciones, coaliciones y agrupaciones de electores al amparo del artículo 58 bis de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General. Boletín Oficial del Estado No. 60. 11 de marzo de 2019. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2019-3423>
- Communication politique: quelles sont les règles pour l'utilisation des données issues des réseaux sociaux?. (2016). Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés.
- Fernández-De-Marcos, I. D. [Coord.] (2019). Diccionario de protección de datos personales. Conceptos fundamentales. INAI. https://home.inai.org.mx/wp-content/documentos/Publicaciones/Documentos/DICCIONARIO_PDP_digital.pdf

- Finifter, W. (1993). Political science: The state of the discipline (pp. 305–332).
- Graber, D. y Smith, J. (2005). Political communication faces the 21st century. *Journal of Communication*, 55(3), 479–507. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02682.x>
- Guía sobre tratamiento de datos personales con fines electorales. (2019). Agencia de Acceso a la Información Pública de Argentina. Boletín Nacional de 5 de junio de 2019. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-86-2019-323901>
- Guidance on political campaigning. (2017). Information Commissioner's Office.
- Guidelines on the Protection of Individuals with regard to the Processing of Personal Data by and for Political Campaigns. (2021). Consultative Committee of the Convention for the protection of individuals with regard to automatic processing of personal data. <https://rm.coe.int/guidelines-on-data-protection-and-election-campaigns-en/1680a5ae72>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2023). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares [ENDUTIH] 2022. <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>
- Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales. (2019). Guía para cumplir con los principios y deberes de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados. https://home.inai.org.mx/wp-content/documentos/DocumentosSectorPublico/_GuiaPrincipiosDeberes.pdf

- Instituto Nacional Electoral [INE]. (2019). Lineamientos para la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes en materia político-electoral. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/113035/CGex201911-06-ap-8-a1.pdf>
- Ley Federal de Protección de Datos Personales en posesión de los particulares de 2010. Diario Oficial de la Federación de 5 de julio de 2010. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPDPPP.pdf>
- Ley General de Partidos Políticos de 2023. Diario Oficial de la Federación de 23 de mayo de 2014. Última reforma 2 de febrero de 2023. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPP.pdf>
- Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados de 2017. Diario Oficial de la Federación de 26 de enero de 2017. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPDPSO.pdf>
- Ley Orgánica 5/1985 del Régimen Electoral General. Boletín Oficial del Estado No. 147. 20 de junio de 1985. Última reforma 4 de octubre de 2022. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1985-11672>
- Prawobo, E., Sulismadi, S., y Safri, S. (2016). Theoretical Review of Political Communication and Political Achievement Strategy in *International Journal of Management and Administrative Sciences*, (4), 22-30. <https://eprints.umm.ac.id/57940/>
- Provvedimento in materia de trattamento di dati presso i partiti politici e di esonero dall' informativa per fini di propaganda elettorale. (2014). Garante para la Protezione dei Dati Personali. <https://www.garanteprivacy.it/home/docweb/-/docweb-display/docweb/3013267>

- Recio-Gayo, M. [Coord.]. (2016). La Constitución en la sociedad y economía digitales: Temas selectos de derecho digital mexicano. <https://www.sitios.scjn.gob.mx/cec/biblioteca-virtual/la-constitucion-en-la-sociedad-y-economia-digitales>
- Recomendaciones sobre protección de datos personales contenidos en la Credencial para Votar. (2022). Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales. Secretaría de Protección de Datos Personales. <https://home.inai.org.mx/wp-content/documentos/DocumentosSectorPublico/RecomendacionesCredencialV.pdf>
- Resolución sobre el Uso de Datos Personales para la Comunicación Política. (2005). http://globalprivacyassembly.org/wp-content/uploads/2015/06/political_communication_resolution-spanish.pdf
- Restrepo-Echavarría, N. (2019) La comunicación política: un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales. *Correspondencias & Análisis*, (10), <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n10.09>

REVISTA

ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN

Nº 10

Los procesos electorales que se llevaron a cabo en varios países de América Latina en 2023 integraron un escenario complejo para los sistemas democráticos de la región. Las elecciones presidenciales en Paraguay, Guatemala, Ecuador y Argentina, sumadas a los distintos procesos electorales de diferentes niveles en Cuba, México y Colombia, se desarrollaron en el contexto de la profunda crisis económica y social. A la libertad de expresión, en ambas dimensiones –tanto la individual como la colectiva- se le otorga un papel de trascendental importancia en estos contextos.

Los discursos polarizados, el empleo masivo de los algoritmos de BIGDATA y las fake news marcaron la palestra política de este año en Latam. Los entornos digitales se están configurando como principales canales de participación; variables como la accesibilidad, la inmediatez, la bidireccionalidad los convierten en un atractivo medio para hacer política. Por ello, consideramos oportuno hablar sobre las nuevas estrategias de comunicación política emergentes pos pandemia y el ejercicio de la libertad de expresión en estos contextos. A la par, obtienen relevancia los factores como ciberseguridad, protección de datos personales, discursos de odio y violencia digital, sin dejar de lado los temas transversales como la participación de las mujeres en la política, factor intergeneracional en los procesos electorales, las noticias falsas y su incidencia en la opinión pública.

Ante esta realidad, el décimo número de la Revista Enfoques de la Comunicación se centra en la “Comunicación política 2023: elecciones, estrategias y contextos”, que incluye importantes aportes de académicos y expertos en el tema, que buscan abrir el debate en torno a los procesos electorales -tanto en el Ecuador como en otros países de la región- para comprender mejor estos fenómenos y reflexionar acerca de las nuevas formas de comunicación política.



Consejo de
Comunicación