

Construcción mediática y digital de los actores políticos y sociales

Media and digital representations of political and social actors

PhD. Palmira Chavero

FLACSO Ecuador, Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación, Maestría en Comunicación y Opinión Pública, Calle La Pradera E7-174 y Av. Diego de Almagro, 170518, Quito, Ecuador.
pchavero@flacso.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0001-8310-3600>

Mst. Josefa Paredes-Paspuel

Universidad Central del Ecuador, Facultad de Comunicación Social, Bolivia OE7-132 y Eustorgio Salgado, 170521, Quito, Ecuador.
jfparedes@uce.edu.ec; <https://orcid.org/0009-0009-6387-4673>

La crisis de los movimientos políticos de las últimas décadas ha ido de la mano del crecimiento de los medios de comunicación, primero, y del auge y consolidación de las plataformas digitales, después. El protagonismo de los medios de comunicación hegemónicos ha ido creciendo hasta superar su función clásica de mediadores y convertirse en actores políticos en un proceso de mediatización de la política (Mazzoleni y Schulz, 1999) en el que los medios pasan a influir en las decisiones políticas y, al mismo tiempo, los actores políticos adoptan las lógicas mediáticas en su propio campo (Strömback, 2008). Este proceso mediatizador tiene efectos importantes sobre el ejercicio político, como el incremento en la personalización de la política (D'Alessandro, 2004.), la espectacularización (Meyer, 2002) o el politainment (Nieland, 2008). Sin embargo, los cambios en estas lógicas no sólo se observan en el campo político o electoral, estos procesos también tienen consecuencias en los planos mediático y social, de tal manera que se suma a los continuos cambios en estas áreas que venimos presenciando desde finales de siglo pasado. Estos procesos conviven en la actualidad con otros de naturaleza más sociopolítica, a los que retroalimentan y que complejizan el campo político. La creciente desideologización, la polarización social y política o la desafección política en aumento son algunas de las particularidades no sólo de las sociedades contemporáneas, sino de la relación entre éstas y la clase política, quien cada vez más es considerada como uno de los principales problemas para las distintas sociedades (Rodríguez et al., 2023).

Lejos de frenar estos avances y contribuir a la democratización de la comunicación como se esperaba, la generalización en el uso de las plataformas digitales y las redes sociales ha profundizado estas dinámicas y ha generado nuevos desafíos. Algunas de las preocupaciones principales son las relacionadas con la manera en que los distintos actores de la esfera pública (políticos, sociales y mediáticos) hacen uso de estos dispositivos digitales y cómo eso repercute en sus respectivos discursos. Otros estudios muestran más preocupaciones en la propia configuración de la nueva esfera pública y su relación con la democracia, en tanto que otros se centran en las posibilidades y limitaciones políticas que traen consigo las propias plataformas. Es así que, en los últimos años hay un creciente interés por el auge de las democracias liberales y la emergencia de nuevos actores políticos, en los que el uso de las plataformas digitales como herramienta principal suele convertirse en uno de los puntos en común.

Consecuencia de todo lo anterior, la erosión del debate público o la disminución de los niveles en la calidad de la democracia en los distintos países de América Latina son algunos de los principales retos a enfrentar en la actualidad. Son, por tanto, líneas de investigación ya en marcha a las que este monográfico pretende contribuir, pero que constituyen discusiones que van mucho más allá.

Los artículos que integran este dossier ofrecen un debate enriquecedor sobre los procesos de construcción mediática y digital de los actores políticos y sociales en América Latina. Un primer grupo de trabajos presenta un trabajo en el entorno de las plataformas digitales como espacios privilegiados para la comunicación política contemporánea. Es así como, se estudian las estrategias discursivas y emocionales desplegadas por actores políticos en TikTok durante las elecciones locales de Quito, al igual que las representaciones del liderazgo presidencial en esta misma plataforma sociodigital a partir de una lectura crítica de las relaciones entre privilegio, poder y colonialidad algorítmica.

A estos artículos se suman investigaciones que analizan la construcción de imaginarios sobre la Amazonía ecuatoriana durante la consulta popular sobre el Yasuní y las estrategias comunicativas desarrolladas por actores políticos de la comunidad LGBTIQ+ en la red social X. Con otro enfoque, el análisis framing en torno a la irrupción en la Embajada de México en Ecuador permite comprender cómo medios tradicionales y nativos digitales configura narrativas diferenciadas sobre acontecimientos de alta relevancia política.

En un segundo eje se reúnen investigaciones centradas en la producción discursiva del poder y en la construcción mediática de acontecimientos políticos y sociales. El análisis del uso sistemático del estado de excepción en el Ecuador entre 2023 y 2025 problematiza la normalización de la excepcionalidad como forma de gobierno y sus implicaciones para la democracia constitucional. De manera complementaria, el estudio sobre la cobertura del caso de María Belén Bernal examina las prioridades temáticas y los encuadres desarrollados por la prensa ecuatoriana, evidenciando cómo los medios participan en la construcción pública de responsabilidades políticas y sociales.

Desde Colombia, el análisis multimodal de colectivos de luchas de género muestra cómo las plataformas digitales funcionan como espacios para la producción de identidades, la creación de comunidad y la articulación del ciberactivismo. En un

contexto distinto, el artículo sobre el paro cívico en Santa Cruz, Bolivia, aporta evidencia sobre el papel de la convicción moral, las emociones y la autoeficiencia colectiva en la decisión ciudadana de participar en la protesta, desde la dimensión psicológica al análisis de la movilización social. Además, se amplía la discusión con el estudio sobre la influencia de TikTok en el estado de ánimo de jóvenes universitarios hacia las relaciones entre plataformas digitales, consumo audiovisual y experiencias emocionales, evidenciando el potencial formativo y afectivo de estos entornos en la vida cotidiana.

En este número, también se pone en discusión varias investigaciones desde la sección de Misceláneas, que permiten ampliar la reflexión sobre la comunicación y la producción de sentidos desde diferentes contextos y temporalidades. Los trabajos aquí reunidos examinan la construcción de discursos sobre sexualidad y autocuidado en las prácticas comunicativas de sexólogas *influencers* argentinas; las disputas por la memoria y las trayectorias discursivas de la masacre de 2003 en Bolivia; el análisis crítico del discurso periodístico sobre las movilizaciones de octubre de 2019 en Ecuador a partir de la cobertura de El Comercio; y una aproximación histórica a las representaciones mediáticas de los pueblos originarios del centro-oeste argentino y su papel en la consolidación de narrativas hegemónicas sobre la alteridad. En conjunto, estos artículos evidencian la diversidad temática y metodológica que caracteriza a la revista y enriquecen el debate sobre las múltiples formas en que los medios participan en la construcción de identidades, memorias y relaciones de poder. Para cerrar el número se concluye con la reseña sobre la obra *Tragedia y fiesta en Ambato, siglo XX*, como una reflexión sobre las complejas relaciones entre memoria, cultura e historia local.

El Número 32 recoge estas preocupaciones en la primera colaboración entre la Red de Investigadores en Comunicación de Ecuador (RICE) y la revista *Textos y Contextos*, una alianza fruto del intercambio entre investigadores de la región y que tendrá otras colaboraciones y un espacio de diálogo permanente.

Referencias bibliográficas

- D'Alessandro, M. (2004). ¿Qué es la personalización de la política? Algunos hallazgos en los medios gráficos, 1983–1995. *Revista Argentina de Ciencia Política*, 7–8, 73–94.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). “Mediatization” of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*, 16(3), 247–261.
- Meyer, T. (2002). *Media democracy: How the media colonize politics*. Polity Press.
- Nieland, J.-U. (2008). Politainment. En W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecp047>
- Rodríguez-Díaz, R., Chavero, P., & Aruguete, N. (2023). Agendas mediática y pública en campaña electoral: Argentina, Ecuador y España. *Revista De Comunicación*, 22(2), 35–57. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3244>
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246.