

Análisis de las publicaciones de los candidatos presidenciales en El Diario durante la segunda vuelta electoral 2023

Analysis of the publications of the presidential candidates in El Diario during the second electoral round 2023

Autora

Taisha Elizabeth Dávalos Moreira. <https://orcid.org/0009-0004-4919-4640>

Universidad San Gregorio de Portoviejo

e.tedavalos@sangregorio.edu.ec

Resumen

El presente estudio analiza las publicaciones de los candidatos presidenciales Daniel Noboa y Luisa González en "El Diario" durante el período de campaña del 24 de septiembre al 12 de octubre para la segunda vuelta electoral en Ecuador en 2023. Mediante una metodología mixta, se recopiló y cuantificó todas las publicaciones de "El Diario" relacionadas a los candidatos durante la campaña de la segunda vuelta electoral, además, se categorizaron y analizaron las publicaciones según ejes temáticos proporcionados en el debate presidencial de la segunda vuelta (económico, seguridad, social, político, campaña, debate); según los tonos (positivo, negativo, neutral); y según el tipo de contenido (noticia, opinión/editorial, entrevista, reportaje) que permite revelar diferencias en la presentación mediática de ambos candidatos. Los resultados evidencian una tendencia positiva para Noboa y criticismo hacia González, sugiriendo que "El Diario" presenta posibles sesgos mediáticos. Los resultados destacan la relevancia de una cobertura equitativa para la integridad del proceso electoral, enfatizando la necesidad de investigaciones futuras que profundicen en la dinámica entre medios de comunicación, la ciudadanía y democracia. Este análisis contribuye al entendimiento de cómo los medios pueden influir en los electores considerando a "El Diario" como objeto y a los candidatos como sujetos de estudio.

Palabras clave: Presentación mediática; Percepción pública; Proceso democrático; Elecciones presidenciales; Sesgo informativo.

Abstract

The present study analyzes the publications of presidential candidates Daniel Noboa and Luisa González in "El Diario" during the campaign period from September 24 to October 12 for the second round of elections in Ecuador in 2023. Using a mixed methodology, all publications of "El Diario" related to the candidates during the second-round campaign were collected and quantified. Additionally, the publications were categorized and analyzed according to thematic axes provided in the presidential debate of the second round (economic, security, social, political, campaign, debate); according to the tones (positive, negative, neutral); and according to the type of content (news, opinion/editorial, interview, report) that allows revealing differences in the media presentation of both candidates. The results show a positive trend for Noboa and criticism towards González, suggesting that "El Diario" presents possible media biases. The results highlight the importance of equitable coverage for the integrity of the electoral process, emphasizing the need for future research to delve into the dynamics between media, citizenship, and democracy. This analysis contributes to the understanding of how media can influence voters, considering "El Diario" as the object and the candidates as subjects of study.

Keywords: Media presentation; public perception; Democratic process; Presidential election; Informational bias.

Introducción

Los antecedentes de la política ecuatoriana reciente, marcados por la controversia y la inestabilidad, como el caso de la "Muerte Cruzada" y el asesinato de Fernando Villavicencio quien fue candidato a la presidencia durante la primera vuelta electoral, formó parte de la proliferación de información y la manipulación potencial de la realidad por los medios, como sugiere Califano (2015), planteando preguntas críticas sobre la integridad de la información proporcionada al electorado y su efecto en la democracia.

El rol de los medios de comunicación durante las campañas electorales, en particular las presidenciales, es indiscutible en el proceso de formación de la opinión pública cuando a visibilizar problemáticas y actores se refiere; en informar a la audiencia de los acontecimientos relacionados a las elecciones; en persuadir respecto a la importancia de sufragar; en explicar y dar instrucciones respecto a cómo votar; y satisfacer la necesidad de orientación de la ciudadanía sobre los candidatos, garantizando el derecho a la información previo a su voto (Pereyra & Alonso, 2022).

Califano (2015) destaca que los medios de comunicación no solo proveen información sobre las propuestas y perfiles de los candidatos, sino que también desempeñan un rol esencial en la formación de la realidad social mediante su cobertura. McCombs y Shaw (1972) complementan esta visión, argumentando que los medios guían la atención del público hacia temas específicos y figuras políticas particulares, estableciendo así agendas públicas. Esta dinámica, donde la información es condensada o selectivamente difundida por los medios, crea un marco en el que la opinión pública puede ser indirectamente influenciada por la priorización de ciertos temas sobre otros.

El caso de Ecuador no es ajeno a este fenómeno. La disolución de la Asamblea Nacional por el expresidente Guillermo Lasso, a través de la figura de la "Muerte Cruzada", generó un intenso debate sobre la estabilidad política y el rol de los medios en la cobertura de tales eventos (López & González, 2023). La aplicación del decreto de la Muerte Cruzada en Ecuador ha provocado una imagen de inestabilidad política ante otros Estados y más aún en la sociedad ecuatoriana. Esta decisión hizo que el presidente se encuentre un escalón más alto sobre la Asamblea Nacional, peligrando así la gobernanza del Estado, ya que no ha sido una acción beneficiosa para la ciudadanía ecuatoriana (Ramírez, 2023).

Walter Buenaño (2023) señala que el decreto de la Muerte Cruzada, que resultó en la disolución de la Asamblea Nacional en Ecuador, fue perjudicial institucionalmente. Este acto no solo suspendió las funciones legislativas y de fiscalización de la Asamblea, sino que también llevó a la destitución del presidente elegido por voto popular. Tal disolución impidió que el gobierno completara su mandato y su plan de gobierno, resultando en pérdidas económicas significativas para el país. Freire (2023) añade que, dentro del marco legal y constitucional establecido por la Constitución de 2008, la figura de la Muerte Cruzada subraya la necesidad de comprender las interacciones de poder entre las instituciones estatales y cómo estos eventos son representados por los medios de comunicación.

En cuanto a la cobertura de las campañas electorales, estudios como el de Del Orbe (2011) en España y el de Ninahuamán (2018) en Perú, han analizado cómo los medios pueden favorecer a ciertos candidatos a través de la Agenda Setting y el tratamiento informativo. Estas investigaciones sugieren que la cobertura mediática no es neutral y que puede tener un impacto significativo en los resultados electorales. Entre otros trabajos empíricos de investigación en contexto de campañas electorales, como el de Sánchez (2023) en Argentina y Arselles & Díaz

(2023) en Perú, han identificado sesgos en la cobertura informativa de los medios, inclinándose por candidatos en específico, así como también desfavoreciendo a otros.

Investigaciones realizadas por Montahano y Albarrán (2021), Rojo (2023), Ultreras (2023), Cantos (2023) y Chavero (2020) dentro del contexto ecuatoriano han documentado que los medios de comunicación adaptan sus estrategias comunicativas durante las campañas electorales. Estas adaptaciones incluyen la personalización de la cobertura con objetivos específicos, ya sea para resaltar o disminuir la visibilidad de un candidato presidencial. Las técnicas empleadas abarcan desde la metacampaña hasta el uso estratégico de memes y redes sociales, demostrando una flexibilidad en la aproximación mediática a la política.

Durante la campaña de la segunda vuelta electoral de 2023 en Ecuador, la interacción entre los medios digitales y tradicionales fue determinante en la promoción de las propuestas y la imagen de los candidatos Luisa González y Daniel Noboa. Según los datos del Consejo Nacional Electoral (2023), esta dinámica comunicativa tuvo lugar en los resultados de la primera vuelta, donde Luisa González, del movimiento Revolución Ciudadana (RC5), obtuvo un 33.61% de los votos, mientras que Daniel Noboa, del partido Acción Democrática Nacional (ADN), alcanzó un 23.47% de los votos. Estos resultados condujeron a una segunda vuelta electoral, programada por el Consejo Nacional Electoral del 24 de septiembre al 12 de octubre de 2023, según lo estipulado en la Resolución PLE-CNE-2-30-8-2023. Además, durante este periodo, se elegirían veintiún representantes a la Asamblea Nacional (Universo, 2023).

En un momento decisivo para la presidencia del Ecuador, los medios de comunicación continúan con el foco de atención en informar sobre los candidatos presidenciales y sus actividades de campaña a la ciudadanía ecuatoriana. Este proceso concluyó con Daniel Noboa en la presidencia del Ecuador con el 51,83% de votos, mientras que Luisa González obtuvo el 48,17% de votos (Consejo Nacional Electoral, 2023).

Ante estos resultados, el análisis de las publicaciones de las elecciones presidenciales en El Diario, siendo ese periódico tomado como punto de partida, requiere una comprensión detallada de la interacción entre los medios de comunicación, la sociedad y la democracia. Este marco teórico ofrece un punto de partida para explorar cómo la cobertura mediática puede influir en el proceso democrático y en la equidad electoral.

El objetivo general de este estudio es analizar las publicaciones sobre Luisa González y Daniel Noboa en El Diario durante la campaña de la segunda vuelta, para identificar posibles sesgos

y evaluar la equidad en la presentación mediática. Específicamente, se busca recopilar y cuantificar las noticias publicadas en relación a los candidatos en el periodo de campaña del 24 de septiembre al 12 de octubre; categorizarlas y evaluarlas por eje temático (económico, seguridad, social, político, campaña y debate), tipo de contenido (noticia, opinión/editorial, entrevista y reportaje) y tono (positivo, negativo y neutral).

La metodología empleada trata de un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, para la evaluación integral de las publicaciones de El Diario. La revisión de la literatura revela un panorama diverso de investigaciones sobre la influencia mediática en contextos electorales, tanto a nivel nacional como internacional. Estudios como los de Del Orbe (2011), Ninahumán (2018), y Sánchez (2023), entre otros, proporcionan un marco teórico y empírico valioso para entender la complejidad de la relación entre medios, política, y opinión pública.

Este artículo intenta, por lo tanto, situar su análisis dentro de este contexto amplio, contribuyendo a la discusión sobre el rol de los medios en las democracias contemporáneas durante un proceso electoral. Se espera que los hallazgos arrojen luz sobre la dinámica de la cobertura mediática de las elecciones presidenciales en Ecuador y que ofrezca perspectivas sobre la equidad, los sesgos y su potencial impacto en el elector ecuatoriano y los resultados electorales.

Metodología

La metodología empleada en este estudio se diseñó con el fin de permitir su replicación por otros investigadores, siguiendo los lineamientos establecidos por Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, y Baptista-Lucio (2014), así como Hernández-Sampieri y Mendoza (2018). Se adoptó un enfoque de investigación mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas para analizar las publicaciones de "El Diario" sobre los candidatos presidenciales Luisa González y Daniel Noboa durante el período de campaña de la segunda vuelta electoral en Ecuador en 2023.

La muestra se seleccionó mediante un muestreo no probabilístico intencionado. Se revisó un total de 19 ediciones impresas ancladas en el portal digital de "El Diario" cuyas publicaciones mencionen a los candidatos desde el 24 de septiembre hasta el 12 de octubre de 2023, este periodo correspondió al tiempo permitido para la campaña durante la segunda vuelta electoral. La elección intencionada de las publicaciones permitió centrar el análisis en el contenido requerido para los objetivos de investigación, acorde con las recomendaciones de Hernández-Sampieri y colaboradores (2014; 2018).

Para el componente cuantitativo del estudio, se utilizó una ficha de registro diseñada específicamente para este fin, la cual permitió contabilizar el número de publicaciones, clasificándolas según su tipo (noticia, opinión/editorial, entrevista, reportaje), eje temático proporcionado por el debate electoral de la segunda vuelta (política, seguridad, económico, social, campaña, debate), así como determinar el tono (positivo, negativo, neutral) de cada publicación.

En cuanto al componente cualitativo, se desarrolló una guía de análisis de contenido basada en la metodología sugerida por Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), lo que facilitó la limitante de la interpretación de los tonos de las publicaciones en criterio de la autora e identificar patrones en la presentación mediática de ambos candidatos.

El análisis cuantitativo se realizó empleando estadísticas descriptivas para determinar la frecuencia y distribución de las publicaciones por tipo, tono, y temática. Este enfoque permitió identificar tendencias en las publicaciones sobre los candidatos.

Para el análisis cualitativo, se aplicó una técnica de codificación temática a fin de interpretar los datos, identificando patrones de sesgo o neutralidad en las publicaciones. Este proceso implicó una revisión minuciosa del contenido para asegurar una comprensión profunda de la narrativa mediática en torno a los candidatos (Hernández-Sampieri et al., 2014).

Marco Teórico

La Teoría de la Valoración

Cuando a categorizar notas en positivo, negativo y neutral se refiere, estos tonos valorativos pueden esclarecerse en la Teoría de la Valoración desarrollada por James Martin y Peter White, siendo esta perspectiva teórica una adecuación de la Lingüística Sistémico Funcional de Michael Halliday (Martin, 1997; Martin & White, 2007; White, 2000).

La teoría analizar los recursos lingüísticos desglosados de los textos y que se utilizan para expresar o naturalizar posiciones ideológicas en base a la dimensión semántica discursiva. Según la teoría de valoración, existen tres subtipos o dominios semánticos.

Subsistema de la actitud

Incluye significados por los cuales los textos atribuyen un valor a los actores o procesos mediante respuestas emocionales:

Martin y White (2007) categorizan las emociones en tres variables principales: in/felicidad, in/seguridad e in/satisfacción. La in/felicidad comprende emociones vinculadas a la tristeza, el odio, la felicidad y el amor. En cuanto a la in/seguridad, esta variable engloba emociones relacionadas con el bienestar, incluyendo la ansiedad, el miedo, la confianza y la justicia. Por último, la in/satisfacción abarca emociones asociadas a sentimientos de placer, tales como el displacer, la curiosidad y el respeto.

Según Martin y White (2007), el juicio implica significados que se utilizan para evaluar, de manera positiva o negativa, el comportamiento humano de acuerdo con un conjunto de normas socialmente institucionalizadas. Este proceso ocurre cuando un hablante evalúa a un participante humano en función de sus acciones o disposiciones, calificándolas según criterios de moralidad, legalidad, aceptabilidad social, valoración y normalidad.

La apreciación, como describen Martin y White (2007), se enfoca en la evaluación de objetos naturales, manufacturas, textos y construcciones abstractas, como los planes y políticas. Esta evaluación puede centrarse en características como la armonía, simetría, equilibrio, o en su defecto, aspectos retorcidos o curvos. Desde una perspectiva estética, la apreciación puede juzgar los objetos en términos de su atractivo, encanto, belleza o sus contrapartes, como ser aburrido o monótono.

Subsistema de la gradación

Si bien los valores se establecen por lo positivo y negativo, existe una escala de actitudes que se mueve entre esos dos polos. Tal afirmación de la teoría permite emprender estos lados ya no solo en función de positivo y negativo, si no a partir de intervalos y escalas (Martin & White, 2007).

Subsistema del compromiso

En este subsistema se tiene en cuenta especialmente a las fuentes de las actitudes o a las personas que evalúan ya que este aspecto se toma en consideración de dónde proviene la evaluación (Martin & White, 2007).

La Teoría de la Valoración y los estudios sobre la Agenda Setting comparten un interés común en analizar la carga afectiva de los textos, según han identificado Krippendorff (1990) y White (2003). Ambos enfoques reconocen que, aunque determinar la valoración en discursos con una carga valorativa explícita es relativamente sencillo, existen textos en los cuales estos atributos están implícitos y constituyen parte del contenido latente de los mensajes.

Desarrollo

Sistematización de publicaciones

La interpretación de los resultados obtenidos del análisis de las publicaciones en "El Diario" se enfoca en los candidatos Luisa González y Daniel Noboa durante el periodo de campaña para la segunda vuelta electoral de 2023 en Ecuador (ver tablas 1 y 2).

Este estudio se basa en la categorización de las noticias de acuerdo con ejes temáticos específicos: política, seguridad, economía, social; los tópicos de “debate” y “campaña se incluyeron para este análisis, debido a su prevalencia en el contenido examinado de "El Diario". La clasificación también contempla el tono de las publicaciones (positivo, negativo, neutral) y el tipo de contenido (noticias, opiniones/editorial, entrevistas, reportajes), proporcionando una comprensión detallada de la presentación mediática de ambos candidatos.

Tabla 1. Publicaciones de Daniel Noboa en El Diario.

Fecha de Publicación	Título de la noticia	Eje Temático	Tipo de contenido	Tono
24/09/2023	19 días para poder promocionarse	Campaña	Noticia	Neutral
24/09/2023	A las puertas de las elecciones	Político	Opinión/editorial	Neutral
25/09/2023	Empresa privada no puede hacer aportes	Campaña	Noticia	Neutral
25/09/2023	La campaña de los presidenciales se intensifica	Campaña	Noticia	Neutral
26/09/2023	Noboa ofrece casa a 25 años con el 4% de interés	Económico	Noticia	Positivo
27/09/2023	Por sorteo, Noboa abrirá el debate	Debate	Noticia	Neutral

Fecha de Publicación	Título de la noticia	Eje Temático	Tipo de contenido	Tono
28/09/2023	Encuestadoras dan ventaja a Daniel Noboa	Político	Noticia	Positivo
28/09/2023	De qué están hechos Luisa y Daniel Noboa	Político	Opinión/editorial	Neutral
29/09/2023	Noboa presenta Plan Fénix para la seguridad	Seguridad	Noticia	Positivo
29/09/2023	Debate presidencial: la previa	Político	Opinión/editorial	Positivo
29/09/2023	Decantando	Político	Opinión/editorial	Negativo
30/09/2023	Noboa ejecuta 60% de su promoción	Campaña	Noticia	Neutral
1/10/2023	Noboa y González hoy cara a cara	Debate	Noticia	Neutral
1/10/2023	¿Qué se espera del próximo gobierno?	Político	Opinión/editorial	Neutral
2/10/2023	Candidatos amplían sus propuestas en el debate	Debate	Noticia	Neutral
3/10/2023	El cómo hacerlo faltó en el debate	Debate	Noticia	Negativo
4/10/2023	Definen agenda de necesidades de la provincia	Social	Noticia	Positivo
5/10/2023	Entregan lista de requerimientos de Manabí a Noboa	Social	Noticia	Positivo
5/10/2023	Visitan las "tierras" de su rival	Campaña	Noticia	Neutral
5/10/2023	"Los indecisos definirán al presidente"	Político	Entrevista	Neutral
5/10/2023	Incongruencia política de políticos	Campaña	Opinión/editorial	Negativo
6/10/2023	Noboa difundió sus propuestas a estudiantes de la ESPAM	Campaña	Noticia	Positivo
6/10/2023	¿Daniel Noboa, nuevo odiador?	Debate	Opinión/editorial	Positivo
7/10/2023	Noboa propone crear guarderías	Campaña	Noticia	Positivo
7/10/2023	Pobreza agraria en el debate presidencial	Debate	Opinión/editorial	Negativo
8/10/2023	El llamado debate...	Debate	Opinión/editorial	Positivo
8/10/2023	Elección presidencial	Político	Opinión/editorial	Neutral

Fecha de Publicación	Título de la noticia	Eje Temático	Tipo de contenido	Tono
9/10/2023	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno
10/10/2023	Campaña "virtual" a punto de terminar	Campaña	Noticia	Neutral
11/10/2023	Pronóstico reservado	Debate	Opinión/editorial	Neutral
12/10/2023	Noboa y González cerrarán hoy campaña en Guayas	Campaña	Noticia	Neutral
12/10/2023	Luisa enfrenta el sistema	Político	Opinión/editorial	Neutral
12/10/2023	Daniel Noboa, gana en Manabí	Social	Opinión/editorial	Positivo

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Publicaciones de Luisa González Alcívar en El Diario.

Fecha	Título de la noticia	Eje Temático	Tipo de contenido	Tono
24/09/2023	19 días para poder promocionarse	Campaña	Noticia	Neutral
24/09/2023	A las puertas de las elecciones	Político	Opinión/Editorial	Neutral
25/09/2023	Empresa privada no puede hacer aportes	Campaña	Noticia	Neutral
25/09/2023	La campaña de los presidenciables se intensifica	Campaña	Noticia	Neutral
26/09/2023	González dice que ejecutará tres tipos de acciones	Campaña	Noticia	Positivo
27/09/2023	Por sorteo Noboa abrirá el debate	Debate	Noticia	Neutral
28/09/2023	De qué están hechos Luisa y Daniel Noboa	Político	Opinión/Editorial	Neutral
29/09/2023	Decantando	Político	Opinión/Editorial	Positivo
29/09/2023	Debate presidencial: la previa	Político	Opinión/Editorial	Negativo
30/09/2023	Noboa ejecuta 60% de su promoción	Campaña	Noticia	Neutral

1/10/2023	Noboa y González hoy cara a cara	Debate	Noticia	Neutral
1/10/2023	¿Qué se espera del próximo gobierno?	Político	Opinión/Editorial	Neutral
2/10/2023	Candidatos amplían sus propuestas en el debate	Debate	Noticia	Neutral
3/10/2023	El cómo hacerlo faltó en el debate	Debate	Noticia	Negativo
4/10/2023	Definen agenda de necesidades de la provincia	Social	Noticia	Neutral
5/10/2023	La refinería se usa como pista de carreras	Social	Noticia	Negativo
5/10/2023	"Los indecisos definirán al presidente"	Político	Entrevista	Neutral
5/10/2023	Visitan las "tierras" de su rival	Campaña	Noticia	Neutral
6/10/2023	González dice que abogará por el respeto a las mujeres	Campaña	Noticia	Positivo
6/10/2023	¿Daniel Noboa, nuevo odiador?	Debate	Opinión/Editorial	Negativo
7/10/2023	Pobreza agraria en el debate presidencial	Debate	Opinión/Editorial	Negativo
8/10/2023	El llamado debate...	Debate	Opinión/Editorial	Negativo
8/10/2023	Elección presidencial	Político	Opinión/Editorial	Neutral
9/10/2023	Una hora de entrevista esta noche en Manavisión	Campaña	Noticia	Positivo
10/10/2023	Campaña "virtual" a punto de terminar	Campaña	Noticia	Neutral
10/10/2023	González ofrece créditos con 5% y 7% de interés	Campaña	Entrevista	Positivo
11/10/2023	Pronóstico reservado	Debate	Opinión/Editorial	Neutral
12/10/2023	Noboa y González cerrarán hoy campaña en Guayas	Campaña	Noticia	Neutral
12/10/2023	¿La hora de Manabí?	Político	Opinión/Editorial	Negativo

12/10/2023	Quién será el presidente de Ecuador	Político	Opinión/Editorial	Positivo
12/10/2023	Luisa enfrenta al sistema	Político	Opinión/Editorial	Negativo

Fuente: Elaboración propia

Los datos derivados de las publicaciones de "El Diario" sobre Daniel Noboa durante la campaña de la segunda vuelta presidencial en Ecuador revelan una distribución en la cual el (53%) de las 32 publicaciones son de tono neutral, el (34%) un tono positivo, y el (13%) un tono negativo, según se detalla en la tabla 3. Esta variedad en el tono sugiere que la cobertura de El Diario hacia Daniel Noboa fue relativamente equilibrada, con una tendencia a presentar al candidato bajo una luz más favorable.

En contraste, Luisa González, con un total de 31 publicaciones, muestra una distribución en la que el (55%) de las publicaciones fueron clasificadas como neutrales, el (19%) como positivas, y un porcentaje significativamente más alto, el (26%), como negativas (ver la tabla 3). Este patrón en las publicaciones indica una inclinación hacia una presentación crítica de González, lo cual podría influir de manera considerable en la percepción pública de su imagen.

Tabla 3. Tono de las publicaciones de los candidatos

Candidato/a	Total de publicaciones	Tonos		
		Positivo	Negativo	Neutral
Daniel Noboa	32	11	4	17
Luisa González	31	6	8	17

Fuente: Elaboración propia

El análisis de los tipos de contenido en las publicaciones de "El Diario" referentes a Daniel Noboa durante la campaña para la segunda vuelta presidencial, muestra que las noticias constituyen la mayoría con un (56%), seguidas por los artículos de opinión con un (41%), y solo un (3%) corresponde a entrevistas, sin reportajes publicados sobre el candidato. Este patrón indica que "El Diario" privilegió una aproximación más neutral y menos interpretativa hacia Noboa, enfocándose

en difundir sus declaraciones o propuestas en lugar de indagar en su personalidad o posición política, (ver la tabla 4).

En el caso de Luisa González, las publicaciones presentan una distribución más balanceada entre artículos de opinión (42%) y noticias (52%), además de un porcentaje mayor de entrevistas (6%) en comparación con Daniel Noboa. Estos hallazgos sugieren que "El Diario" ofreció un espacio amplio para la exploración de las ideas y la perspectiva personal hacia la candidata, tal como se detalla en la tabla 4.

Tabla 4. Tipo de contenido de las publicaciones de los candidatos

Candidato/a	Total de publicaciones	Tipo de contenido			
		Noticia	Opinión/editorial	Entrevista	Reportaje
Daniel Noboa	32	18	13	1	0
Luisa González	31	16	13	2	0

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta a los ejes temáticos de las publicaciones relacionadas con Daniel Noboa, se observa una prevalencia de temas campaña (31%), seguidos de cerca por asuntos políticos (28%), seguido de tópicos sobre el debate electoral (25%). Los temas sociales representan el 10% de las publicaciones, mientras que los aspectos relacionados con seguridad y economía abarcan solo un (3%). Este reparto sugiere que "El Diario" proyectó a Noboa como un candidato serio y comprometido con temas de relevancia nacional, equilibrando su cobertura en tres de los principales temas debatidos durante la segunda vuelta presidencial, como se muestra en la tabla 5.

En contraste, las publicaciones sobre Luisa González se centraron en mayor medida en la campaña (36%) y la política (32%), seguido por publicaciones sobre el debate electoral (26%) y una menor concentración en el tópico social (6%). A diferencia de Noboa, no se asignó porcentaje alguno a los temas de economía y seguridad. Esta omisión sugiere que estos últimos tópicos no fueron centrales en la campaña de González o no constituyeron un foco para "El Diario" en sus

publicaciones. Este patrón podría indicar un posible sesgo mediático del periódico o una decisión editorial específica, (ver la tabla 5).

Tabla 5. Ejes temáticos de las publicaciones de los candidatos

Candidato/a	Total de publicaciones	Ejes temáticos					
		Económico	Seguridad	Social	Político	Campaña	Debate
Daniel Noboa	32	1	1	3	9	10	8
Luisa González	31	0	0	2	10	11	8

Fuente: Elaboración propia

Al comparar estos hallazgos con la literatura existente, se observa una consonancia con estudios previos que sugieren que la cobertura mediática puede construir o deconstruir la imagen de los candidatos ante el público (Del Orbe, 2011; Ninahuamán, 2018).

El análisis porcentual de estos datos resalta la diferencia en el tratamiento mediático de los candidatos por parte de El Diario. Mientras que Daniel Noboa disfrutó de una cobertura con una proporción considerable de tono positivo, Luisa González enfrentó un volumen alto de criticismo.

Discusión

La discusión sobre el posible impacto de estos patrones en el proceso democrático es esencial. Mientras que la cobertura equitativa es fundamental para una democracia saludable, la presencia de tonos negativos o la enfatización desigual de ciertos temas podrían cuestionar la equidad de la presentación mediática.

El impacto de la práctica comunicativa en los procesos electorales ha sido ampliamente estudiado desde la perspectiva de la comunicación política. Esta línea de investigación subraya la habilidad de los actores sociales y políticos, incluidos los medios de comunicación, para establecer marcos de interpretación, enfatizar ciertos elementos de la realidad y ejercer influencia sobre las decisiones de los votantes, según lo han documentado estudios de Garrido, Carletta, y Rioda (2011), Iyengar y Kinder (2010), y Weaver (1994).

Por el lado de los contenidos noticiosos, a más de construir una agenda mediática, también puede desarrollar marcos de interpretación de la realidad que beneficia los discursos y posiciones de unos candidatos sobre otros (De Vreese, 2003,2005; Semetko y Valkenburg, 2000). Desde este punto de vista se plantea que la información puede manipular el voto de un ciudadano, enmarcando las noticias dentro de matrices tales como los valores morales, políticos, económicos, sociales e incluso religiosos.

La particularidad de los medios de comunicación impresos sobre otros se relaciona con la publicación de noticias, análisis y opiniones. La fiabilidad hacia los periódicos se debe a la larga historia que los antecede, incluye diversas tradiciones, periodistas de renombre y el código ético que alguna vez representaron. La magnitud de la influencia de los periódicos en el elector, son los titulares sobre algún candidato o partido político, ya que en ellos se pueden resaltar aspectos positivos o negativos de la información que se presenta (Hernández, 2023).

Sevilla (2021) sostiene que, aunque los electores buscan conocer las propuestas para enfrentar los problemas nacionales, la disminución en la credibilidad de los partidos políticos ha ocasionado un cambio de enfoque hacia las cualidades personales y acciones de los candidatos individuales; de este modo desplaza la atención pública de las instituciones a las figuras políticas individuales.

Consecuentemente, los medios de comunicación han centrado su cobertura principalmente en los políticos, en lugar de en las plataformas partidarias. Con estas investigaciones por los autores anteriormente planteados, se relacionan los hechos con otros. Las consecuencias de que un medio de comunicación se incline a un candidato u otro, son parte del inevitable resultado en un proceso democrático, la alteración del voto.

Conclusiones

Los resultados del análisis a las publicaciones de los candidatos presidenciales en "El Diario" evidencian que, aunque existió una tendencia hacia una cobertura neutral en términos generales, la distribución de tonos positivos y negativos refleja diferencias notables en cómo se presentaron ambos candidatos. Daniel Noboa obtuvo un número de publicaciones positivas superior a la de Luisa González, patrones reflejados en la frecuencia de publicaciones individuales, que han sido mínimas para González.

La recopilación y cuantificación de las noticias publicadas por "El Diario" se realizó de manera sistemática. Este proceso evidencia que la predominancia del tipo de contenido "noticia" (56.0% para Noboa y 52.0% para González) en las publicaciones de ambos candidatos, indica que "El Diario" mantuvo esfuerzos por mantener informado al electorado sobre las actividades de los candidatos. Sin embargo, esto contrasta con la menor presencia de entrevistas (3.0% para Noboa y 6.0% para González) siendo estas oportunidades limitadas para que los candidatos expresen sus puntos de vista en un formato más personalizado y directo. Además, la ausencia total de reportajes es un tipo de contenido que ofrece análisis en profundidad, lo que pudo haber brindado a los votantes una perspectiva matizada de los candidatos y sus plataformas.

La categorización de las noticias según su tipo y tono ha revelado una marcada diferencia en la proporción de contenido negativo entre ellos. Este hallazgo apunta a la existencia de un posible sesgo mediático, en otras palabras, se presume la inclinación o el minimizar un lado o el otro.

Los patrones identificados en las publicaciones de los candidatos sugieren que el modo en que "El Diario" presenta la información, podría influir en la formación de la opinión pública. Un caso particular, para los votantes de Luisa González, la imagen de la candidata es afectada negativamente debido a la frecuencia de contenido negativo publicado, mientras que las publicaciones positivas de Daniel Noboa podrían favorecer su percepción pública. Estos datos sugieren estrategias distintas para cada candidato; mientras que las publicaciones de Noboa parecen estar más centradas en hechos y acontecimientos actuales, las de González incluye un poco más de entrevistas y artículos de opinión, lo que podría implicar una cobertura ligeramente más personalizada.

En otro punto de análisis, para Noboa se identificó un sesgo informativo sobre sus actividad o perfil político en la fecha del 09 de octubre de 2023, días previos al cierre de campaña, en el que no hubo publicaciones para el candidato. Por otro lado, las publicaciones de Luisa González fueron constantes de principio a fin del periodo de campaña para la segunda vuelta.

Además, entre las notas publicadas relacionadas a Luisa González, "El Diario" publicó acerca del proyecto fallido de su partido Revolución Ciudadana, la denominada Refinería del Pacífico días después del debate presidencial de la segunda vuelta; la información señalaba el uso del proyecto para actividades de carreras automovilísticas. Teniendo en cuenta que este proyecto ha sido uno de los tópicos más controversiales y frecuentemente mencionados a González durante

sus actividades o debates presidenciales anteriores, este acto pudo brindar una imagen negativa a los simpatizantes de la candidata.

Este análisis destaca la importancia de continuar monitoreando y analizando la cobertura mediática en contextos electorales, sugiriendo la necesidad de investigaciones futuras que exploren la relación entre los medios de comunicación, la opinión pública y el proceso democrático en otros periodos electorales y bajo diferentes contextos mediáticos.

El presente estudio ha proporcionado una visión valiosa sobre la cobertura mediática de los candidatos presidenciales en Ecuador, ofreciendo perspectivas críticas sobre la influencia de los medios en la percepción pública y destacando la importancia de garantizar una representación equitativa y diversa en el reportaje electoral.

Referencias

- Arselles, M., & Díaz, J. (2023). Cobertura periodística del diario Correo respecto a la campaña electoral para la alcaldía de Trujillo, 2022. 189. Obtenido de <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/10096>
- Cantos, E. (2023). El uso y efecto del meme-drop como estrategia política posdebate electoral Ecuador 2021. Quito, 101 p. Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/9596>
- Chavero, P. (2019). Negativismo político-mediático: las elecciones presidenciales de Ecuador 2017. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información*, 242-255. Obtenido de <https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/%25f/agora/files/FA-AGORA-2020-CHAVERO.pdf>
- Consejo Nacional Electoral. (2023). *Presentación de resultados finales - segunda vuelta. Elecciones Presidenciales, Legislativas Anticipadas 2023 y Consultas Populares: Yasuní y Chocó Andino*. Quito: Consejo Nacional Electoral. Obtenido de https://app01.cne.gob.ec/resultados2023_anticipadassv
- Consejo Nacional Electoral. (2023). *Presentación de Resultados Finales. Elecciones presidenciales, legislativas y anticipadas 2023 y consultas populares: Yasuní y Chocó Andino*. Quito: Consejo Nacional Electoral.

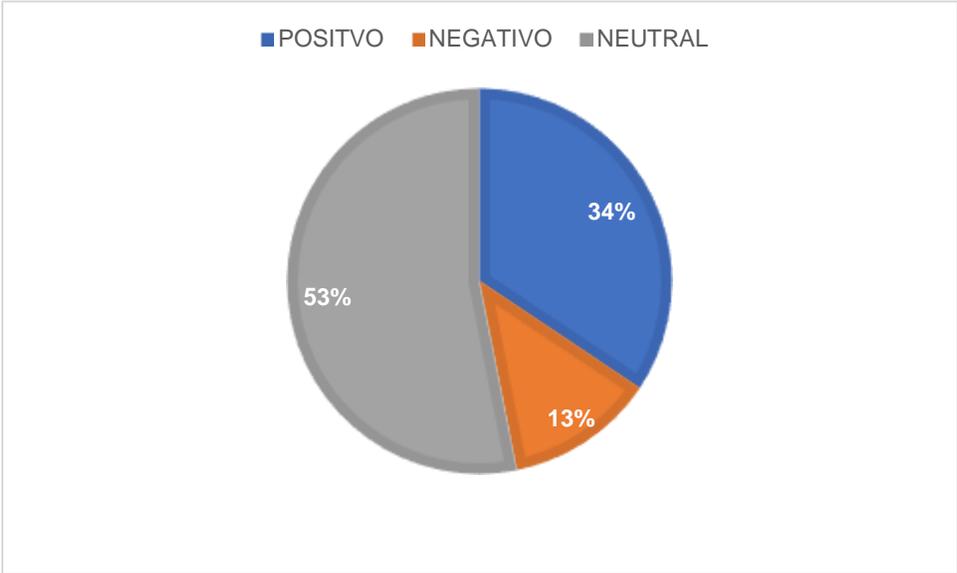
- De Vreese, C. H. (2003). Framing Europe: television news and European integration. *America*, 6(3), 502-521.
- De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal & Document Design*, 13(1)
- El País González, A. L. (17 de mayo de 2023). *El País*. Obtenido de <https://elpais.com/internacional/2023-05-17/que-es-la-muerte-cruzada-el-decreto-de-guillermo-lasso-que-disuelve-al-congreso-y-convoca-a-nuevas-elecciones-en-ecuador.html>
- Figueroa, J., De Olivera, J., & Mancinas, R. (2024). La cobertura periodística de las elecciones andaluzas de 2022 en los informativos de Canal Sur, la televisión pública autonómica. *Más poder local*, 93-112. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9297983>
- Freire, S. (2023). La Muerte Cruzada en relación al principio de pesos y contrapesos en el Ecuador. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*, 9. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/4381/1/UAD-D-Freire%20Acosta%20Stalin%20Israel.pdf>
- Garrido, A., Carletta, I. y Riorda, M. G. (2011). Manual de comunicación política y estrategias de campaña: candidatos, medios y electors en una nueva era. Biblos,.
- Hernández, I. (2023, 20 de diciembre). El impacto de los periódicos en las elecciones. *Comunicación Política*. <https://www.scribbr.es/normas-apa/ejemplos/pagina-web/>
- Iyengar, S. y Kinder, D. R. (2010). *News that matters: Television and American opinion*. University of Chicago Press.
- López, A., & González, S. (17 de mayo de 2023). *Qué es la muerte cruzada, el decreto de Guillermo Lasso que disuelve el Congreso y convoca a nuevas elecciones en Ecuador*. Obtenido de El País: <https://elpais.com/internacional/2023-05-17/que-es-la-muerte-cruzada-el-decreto-de-guillermo-lasso-que-disuelve-al-congreso-y-convoca-a-nuevas-elecciones-en-ecuador.html>
- Martin, J. (1997). Analysing Genre: Functional Parameters. In F. Christie & J. Martin (Eds.), *Genre and Institutions: Social Processes in the Work Place and School* (pp. 2–39). London: Continuum.
- Martin, J. (2000). Beyond Exchange: Appraisal Systems in English. In S. Houston & G. Thompson (Eds.), *Evaluation in Text* (pp. 142–175). Oxford: Oxford University Press. Martin, J., & White, P.R.R.

- (Eds.) (2007). *The Language of Evaluation*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
doi:10.1057/9780230511910
- Martin, J., & White, P.R.R. (Eds.) (2007). *The Language of Evaluation*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
doi:10.1057/9780230511910
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). La función de fijación de agenda de los medios de comunicación. *La Opinión Pública Trimestral*, 176-187. Obtenido de <https://www.jstor.org/estable/2747787>
- Montahuano, F., & Albarrán, A. (2021). Análisis de las campañas políticas de Andrés Arauz y Guillermo Lasso durante el balotaje del 2021 en Ecuador: contexto electoral, ejes discursivos, relatos políticos, targets y diversificación. *Enfoques de la comunicación*. 97-138. Obtenido de <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/54>
- Ninahuamán, E. (2018). Comportamiento de los diarios locales en las elecciones regionales de 2014 en Ayacucho. *Universidad Nacional de San Cristóbola de Huamanga*, 1-69. Obtenido de <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/3862>
- Orbe, K. (2013). Tratamiento informativo en la prensa española durante la campaña electoral de las elecciones generales de 2011. *Razón y Palabra*, 584-601. Obtenido de <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/437>
- Pereyra, R., & Alonso, E. (2022). El tratamiento informativo del proceso electoral 2019 en Argentina. Análisis de portales digitales. (Obercom, Ed.) *Observatorio*, 134-156. Obtenido de <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/222061>
- Ramírez, S. (2023). *La aplicación de la disolución de Asamblea Nacional conodia como "Muerte Cruzada" y su efecto en el Estado ecuatoriano*, 15-16. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/17315>
- Rojo, A. (2023). *Agenda mediática del noticiero estelas de Teleamazonas durante la campaña electoral presidencial de 2021 en Ecuador*. Tesis de maestría, Flasco Ecuador. 176 p. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/19804>
- Sampieri, R., & Collado, C., & Pilar, L. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill España. España. 6ta edición. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>

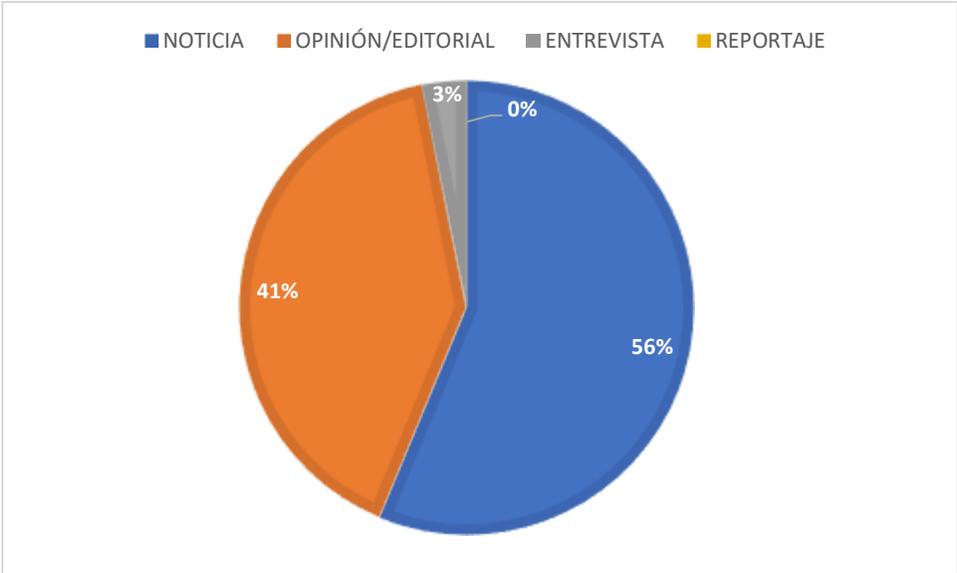
- Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta. Sede Académica La Paz. McGraw Hill-eduación. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Sánchez, S. (2023). La derecha en la previa y después de las elecciones legislativas de 2021 en Argentina: ¿qué imagen adquirieron los candidatos en los medios online? *Intersecciones en comunicación*, 17. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2250-41842023000200007&script=sci_abstract&tlng=en
- Sevilla, Coca. (2021). Imagen Política: la estrategia que llegó para quedarse. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (97), 79-89. Epub 10 de octubre de 2021. <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi97.3936>
- Semetko, H. A. y Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Utreras, P. (2023). Análisis de contenido audiovisual de la campaña electoral del candidato Guillermo Lasso en las redes sociales de Instagram y TikTok durante la segunda vuelta electoral 2021. 72. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/15257>
- Universo, E. (4 de octubre de 2023). *Calendario electoral de la segunda vuelta por las elecciones 2023 en Ecuador*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/calendario-electoral-de-la-segunda-vuelta-elecciones-2023-ecuador-nota/>
- Walter Buenaño, J. D.-P. (2023). Vulneración de derechos constitucionales a causa de la Muerte Cruzada en el Ecuador. *Revista Arbitrada de Ciencias Jurídicas. Iustitia Socialis*, 78-79. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9005137>
- Weaver, D. (1994). Media agenda setting and elections: Voter involvement or alienation? *Political Communication*, 11(4), 347-356.
- Zunino, E. (2016). La valoración de las noticias políticas en la agenda mediática: una propuesta metodológica para el análisis de contenido. *Communication & Society* 29(4), 235-254.

Anexos

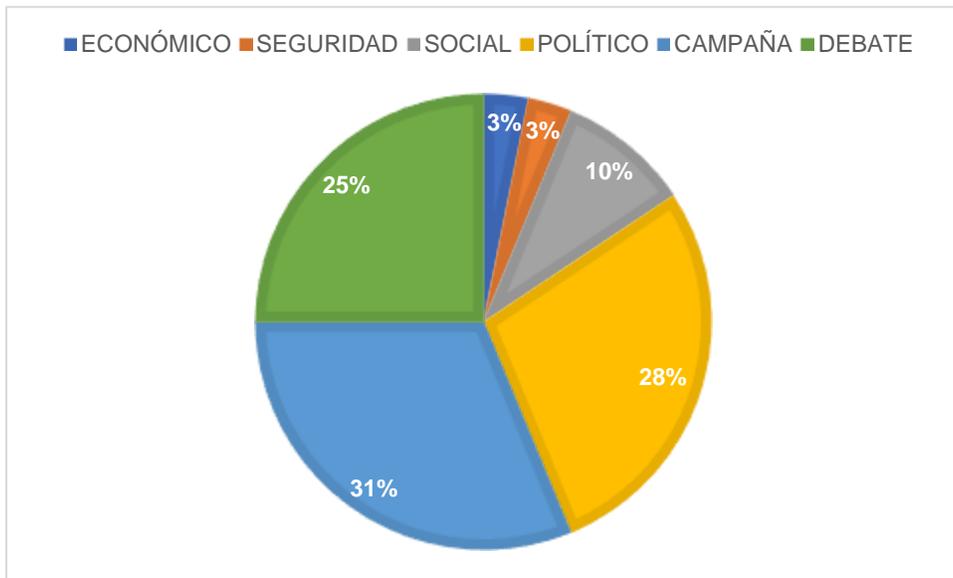
Anexo 1. Tonos de los contenidos publicados para Daniel Noboa



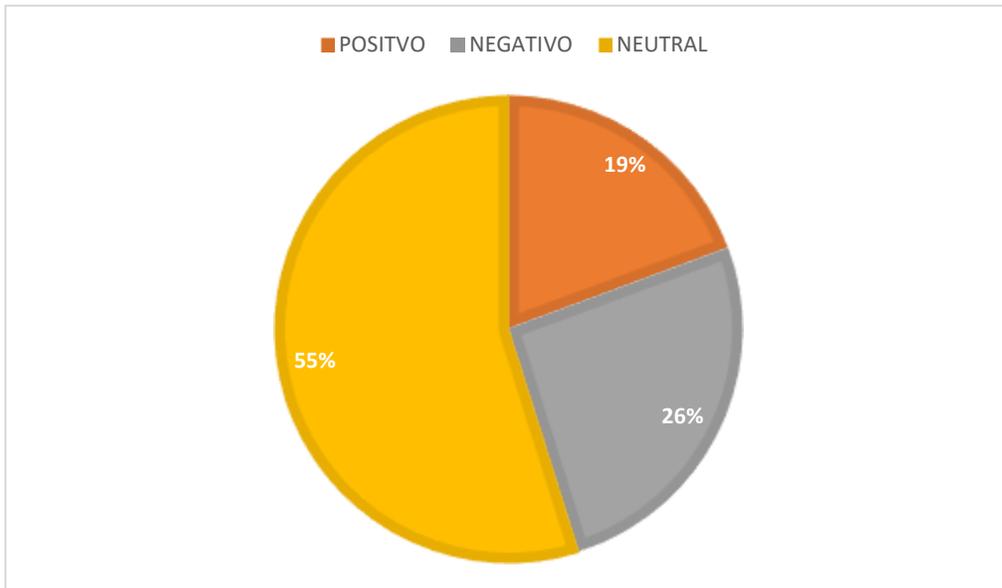
Anexo 2. Tipos de contenido publicados para Daniel Noboa



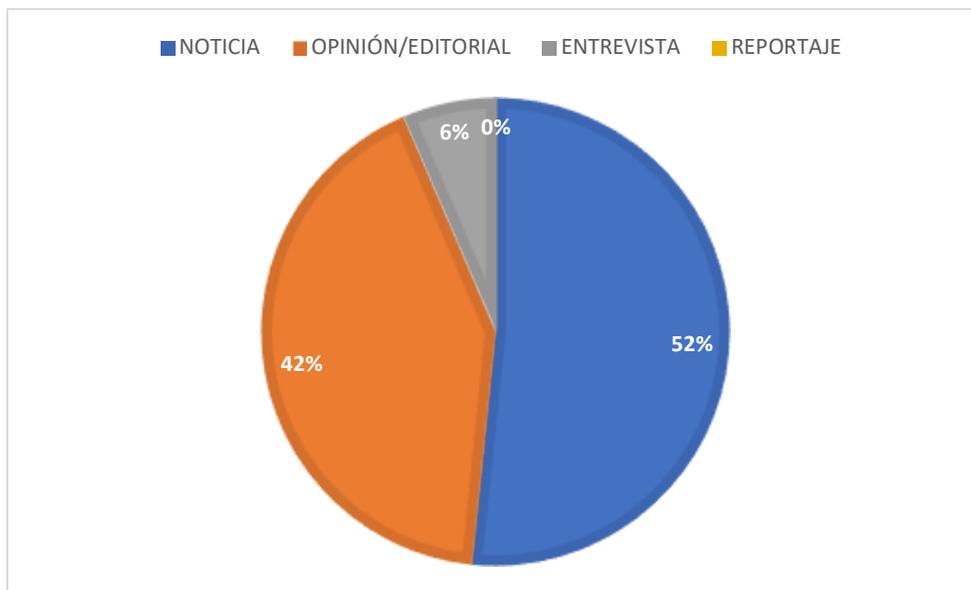
Anexo 3. Ejes temáticos de los contenidos publicados para Daniel Noboa



Anexo 4. Tono de los contenidos publicados para Luisa González



Anexo 5. Tipos de contenido publicados para Luisa González



Anexo 6. Ejes temáticos de los contenidos publicados para Luisa González

