



Construcción de la Opinión Pública en un contexto de desinformación y polarización previo a las Elecciones Generales 2025 de Ecuador

Building Public Opinion in a Context of Disinformation and Polarization Prior to Ecuador's 2025 General Elections

Construir a opinião pública num contexto de desinformação e polarização antes das eleições gerais de 2025 no Equador

Luis Viñan-Carrasco ^I

luis.vinan@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2127-4038>

Myriam Murillo-Naranjo ^{II}

myriammurillo@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-5141-353X>

Pablo Méndez-Naranjo ^{III}

pmendez@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3967-3718>

Wilson Xavier Castro-Ortiz ^{IV}

wcastro@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9333-1578>

Correspondencia: luis.vinan@unach.edu.ec

Ciencias Sociales y Políticas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 13 de noviembre de 2024 * **Aceptado:** 24 de diciembre de 2024 * **Publicado:** 22 de enero de 2025

- I. Máster en Diseño y Gestión de Marca, Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- II. Magister en Diseño y Gestión de Proyectos Socioeducativos, Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- III. Magíster en Seguridad Telemática, Ingeniero en Sistemas Informáticos, Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- IV. Máster en Diseño y Gestión de Marca, Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Resumen

La opinión pública en elecciones se está transformando con uso de las redes sociales, en un contexto complejo de polarización y desinformación digital. Las cámaras de eco refuerzan las creencias de los votantes, lo que limita el pluralismo. Los líderes políticos e influencers moldean percepción del electorado. En las redes sociales los algoritmos y las campañas de desinformación alteran las decisiones electorales. El presente estudio analiza estos fenómenos en el contexto previo a las Elecciones Generales 2025 de Ecuador. La metodología presenta un enfoque cuantitativo y descriptivo, se encuestó a 381 estudiantes universitarios de la provincia de Chimborazo, Ecuador, mediante un cuestionario estructurado. La recolección de datos se realizó en línea durante octubre de 2024, y el análisis estadístico se llevó a cabo utilizando SPSS. Los resultados muestran que la construcción de la opinión pública en este contexto se ve influida por factores clave: la naturaleza de la información, el rol de actores involucrados, las dinámicas de interacción social, factores contextuales como la inseguridad y los problemas económicos, y las narrativas que afectan la percepción de los votantes. Estas dinámicas impactan profundamente en la formación de opiniones, erosionando el debate plural y afecta la confianza en las instituciones democráticas. El estudio concluye que las redes sociales actúan como catalizadores de polarización y desinformación, mientras que las crisis socioeconómicas y la percepción de corrupción sistémica deterioran la integridad del proceso electoral ecuatoriano, amenazando potencialmente la estabilidad democrática del país.

Palabras clave: Opinión Pública; Desinformación; Polarización política; Redes sociales; Alfabetización mediática.

Abstract

Public opinion in elections is being transformed by the use of social media, in a complex context of polarization and digital disinformation. Echo chambers reinforce voters' beliefs, limiting pluralism. Political leaders and influencers shape the perception of the electorate. On social media, algorithms and disinformation campaigns alter electoral decisions. This study analyzes these phenomena in the context prior to the 2025 General Elections in Ecuador. The methodology presents a quantitative and descriptive approach. 381 university students from the province of Chimborazo, Ecuador, were surveyed using a structured questionnaire. Data collection was carried

out online during October 2024, and statistical analysis was carried out using SPSS. The results show that the construction of public opinion in this context is influenced by key factors: the nature of the information, the role of the actors involved, the dynamics of social interaction, contextual factors such as insecurity and economic problems, and the narratives that affect the perception of voters. These dynamics deeply impact the formation of opinions, eroding plural debate and affecting trust in democratic institutions. The study concludes that social media act as catalysts for polarization and misinformation, while socioeconomic crises and the perception of systemic corruption undermine the integrity of the Ecuadorian electoral process, potentially threatening the country's democratic stability.

Keywords: Public Opinion; Disinformation; Political Polarization; Social Media; Media Literacy.

Resumo

A opinião pública nas eleições está a ser transformada pelo uso das redes sociais, num contexto complexo de polarização e desinformação digital. As câmaras de eco reforçam as crenças dos eleitores, limitando o pluralismo. Os líderes e influenciadores políticos moldam a percepção do eleitorado. Nas redes sociais, os algoritmos e as campanhas de desinformação alteram as decisões eleitorais. Este estudo analisa estes fenómenos no contexto anterior às Eleições Gerais de 2025 no Equador. A metodologia apresenta uma abordagem quantitativa e descritiva; 381 estudantes universitários da província de Chimborazo, Equador, foram entrevistados através de um questionário estruturado. A recolha de dados foi realizada online em outubro de 2024, e a análise estatística foi realizada através do SPSS. Os resultados mostram que a construção da opinião pública neste contexto é influenciada por factores-chave: a natureza da informação, o papel dos actores envolvidos, a dinâmica da interacção social, factores contextuais como a insegurança e os problemas económicos, e as narrativas que afectam a percepção do eleitor. Estas dinâmicas têm um impacto profundo na formação de opiniões, corroendo o debate plural e afectando a confiança nas instituições democráticas. O estudo conclui que os media sociais atuam como um catalisador para a polarização e a desinformação, enquanto as crises socioeconómicas e a percepção de corrupção sistémica prejudicam a integridade do processo eleitoral equatoriano, ameaçando potencialmente a estabilidade democrática do país.

Palavras-chave: Opinião Pública; Desinformação; Polarização política; Redes sociais; Literacia midiática.

Introducción

La construcción de la opinión pública en contextos electorales ha experimentado transformaciones significativas debido al surgimiento de nuevos ecosistemas mediáticos digitales (Castells, 2021). En este sentido, las redes sociales han modificado sustancialmente los procesos de formación de la opinión pública, introduciendo dinámicas que pueden exacerbar la polarización y facilitar la propagación de desinformación (Waisbord, 2023).

La presente investigación aborda un fenómeno de particular relevancia en el contexto latinoamericano: la construcción de la opinión pública previo a las Elecciones Generales de Ecuador 2025, en un entorno caracterizado por elevados niveles de polarización y desinformación. Como señalan García-López y Mendoza (2024), la región ha experimentado un incremento significativo en la difusión de contenido engañoso durante períodos electorales, con un 47% de aumento en la circulación de noticias falsas respecto a procesos anteriores.

En política, las «cámaras de eco» se refieren a entornos en los que los usuarios solo están expuestos a información que refuerza sus creencias actuales, lo que lleva a un filtrado rígido de las perspectivas. Este fenómeno dificulta la diversidad del discurso político y fomenta el aislamiento ideológico dentro de las comunidades en línea. Las plataformas de redes sociales sirven como «terceros espacios» donde se reproducen y refuerzan las ideologías políticas, creando comunidades que comparten creencias similares (Badmatsyrenov et al., 2020).

Este fenómeno puede facilitar la difusión de información errónea y contribuir a la radicalización del discurso político, como lo demuestra el estudio de las interacciones en Twitter. Los usuarios suelen recurrir a una exposición selectiva, lo que lleva a la formación de cámaras de eco que filtran las opiniones disidentes y refuerzan las creencias existentes (Cota et al., 2019).

Estudios previos realizados por Morales-Torres et al. (2024) en contextos electorales latinoamericanos han evidenciado que el 68% de los usuarios de redes sociales tiende a interactuar principalmente con contenido que confirma sus posiciones ideológicas preexistentes.

López-Jiménez (2006), en su estudio se centra en el papel de los líderes de opinión ecuatorianos en la formación de la opinión pública a través de las redes sociales, particularmente en contextos políticos. Los líderes políticos utilizan plataformas como Twitter y Facebook para interactuar con los ciudadanos, moldeando el discurso y la opinión públicas. La intensidad de la participación (me gusta, retweets) indica la eficacia de estos líderes a la hora de influir en la opinión pública.

De igual forma Suing et al. (2022), se centran en los esfuerzos de la coalición Ecuador Verifica para mitigar la desinformación y mejorar la verificación del discurso político durante el contexto electoral 2020-2021. La coalición Ecuador Verifica se creó para combatir la desinformación, con el objetivo de mejorar la capacidad del público para discernir información creíble.

En la investigación de Guardado (2022), se analiza cómo la desinformación y la polarización en la comunicación digital afectan a la opinión pública, haciendo hincapié en el papel de los algoritmos de las redes sociales para socavar el pluralismo y la autonomía, que son cruciales durante los procesos electorales como las elecciones generales de Ecuador de 2025. Las campañas de desinformación pueden distorsionar los mensajes políticos, lo que lleva a una mayor polarización entre los electores.

De igual manera Megallón-Rosa (2022), determina cómo la desinformación y la polarización, particularmente desde 2016, influyen en la opinión pública, y destaca el papel de los partidos políticos y los movimientos sociales en la configuración de las narrativas durante las elecciones, lo que puede llevar a la supresión de los votantes y al aumento de las divisiones ideológicas.

Suing y Susárez (2024), en el estudio realizado se centra en el impacto de la desinformación en la sociedad, la alfabetización mediática y la necesidad de iniciativas educativas para combatir la desinformación entre los ecuatorianos.

Las campañas de desinformación durante las elecciones se asocian con creencias menos precisas y más polarizadas sobre la imparcialidad de las elecciones, lo que influye en las percepciones públicas y las percepciones erróneas. Esto pone de relieve el impacto de la desinformación en la confianza democrática y en la formación de actitudes hacia la integridad electoral (Mauk y Grömping, 2023).

La desinformación durante las elecciones agrava la polarización al difundir noticias falsas y manipular la opinión pública, a menudo a través de bots y trolls. Esto socava la confianza en los sistemas políticos y puede influir en los resultados electorales, como se vio en eventos como las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 (Bader, 2018).

La desinformación durante las elecciones agrava la polarización política, especialmente entre los millennials, al difundir campañas engañosas y discursos de odio a través de las redes sociales. Esto amenaza la cohesión social y el diálogo constructivo, y pone de relieve la necesidad de una comunicación política eficaz y de una alfabetización mediática para mitigar estos problemas (Hasibuan y Sazali, 2024).

En el estudio de Barredo et al. (2015), destacan que las redes sociales influyen en las decisiones electorales mediante la búsqueda de información y la deliberación política, especialmente entre los votantes más jóvenes.

Gomez-Torres et al. (2018), destacan que la influencia de las redes sociales, en particular Twitter, en la configuración del sentimiento político y las interacciones entre los candidatos y la población en el panorama político de Ecuador.

La relevancia de esta investigación radica en su contribución al entendimiento de cómo la desinformación y la polarización afectan la construcción de la opinión pública en democracias emergentes. Como argumentan Sánchez-Rivera y López (2024), la comprensión de estos fenómenos es crucial para el desarrollo de estrategias efectivas de alfabetización mediática y el fortalecimiento de instituciones democráticas.

El estudio adopta un enfoque cuantitativo y descriptivo, siguiendo la metodología propuesta por Hernández-Sampieri y Mendoza (2022) para investigaciones en comunicación política. La muestra comprende 280 estudiantes universitarios de Chimborazo, Ecuador, seleccionados mediante un muestreo probabilístico estratificado, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del $\pm 5\%$.

Este trabajo se fundamenta en la teoría de la espiral del silencio de Noelle-Neumann, actualizada por estudios recientes como el de Velásquez y Martínez (2023), que examina su aplicabilidad en entornos digitales. Además, incorpora los avances teóricos sobre polarización política en medios digitales desarrollados por Roberts y González (2024), quienes identificaron patrones específicos de radicalización discursiva en contextos electorales latinoamericanos.

Materiales y métodos

Este estudio adoptó un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, con el objetivo de analizar las percepciones de los estudiantes universitarios de la provincia de Chimborazo, Ecuador, sobre la construcción de la opinión pública en un contexto de desinformación y polarización previo a las Elecciones Generales de 2025.

Se llevó a cabo una encuesta estructurada dirigida a una muestra de 381 estudiantes universitarios de diversas instituciones de educación superior en Chimborazo. La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo aleatorio estratificado, asegurando la representación equitativa de las principales universidades de la provincia.

El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, diseñado para medir las percepciones de los estudiantes en relación con diversos aspectos de la construcción de la opinión pública en contextos de desinformación y polarización. Las preguntas se organizaron en secciones temáticas que incluyeron la influencia de la información, rol de los actores involucrados, dinámicas de interacción social, factores contextuales, narrativa, consecuencias para la opinión pública. Las respuestas se registraron utilizando una escala de cinco puntos, donde 1 representa "nada" y 5 "mucho". El cuestionario fue sometido a un proceso de validación por un panel de expertos en opinión pública y comunicación política, quienes evaluaron las preguntas. Se realizaron ajustes basados en sus recomendaciones para garantizar la validez de contenido del instrumento. La encuesta se administró de forma online durante el mes de octubre de 2024. Se utilizó una plataforma digital que permitía el acceso al cuestionario mediante un enlace enviado a los correos electrónicos institucionales de los estudiantes seleccionados. Se garantizó la confidencialidad y anonimato de las respuestas, y se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes antes de completar la encuesta.

Los datos recopilados se analizaron utilizando técnicas de estadística descriptiva con el software SPSS (versión 28). Se calcularon frecuencias, porcentajes, medias y desviaciones estándar para cada ítem del cuestionario, lo que permitió describir las tendencias y patrones en las percepciones de los estudiantes sobre los temas investigados.

Resultados

Los resultados están divididos en seis secciones: A) Influencia de la información, B) Rol de los actores involucrados, C) Dinámicas de interacción social, D) Factores contextuales, E) Narrativa política, F) Consecuencias para la opinión pública.

Influencia de la información

- **Exposición selectiva.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 9.45%, poco 23.62%, moderadamente 28.35%, bastante 29.13% y mucho 9.45%. La mayoría de los datos se distribuye entre el "cuarto" y "tercer" nivel de relevancia sobre la necesidad de consumir contenidos en redes sociales que refuerzan sus creencias políticas preexistentes.
- **Cámaras de eco.** Los resultados muestran la siguiente distribución: Nada 9.45%, poco 32.28%, moderadamente 10.24%, bastante 33.07% y mucho 14.96%. La mayoría de los

datos se distribuye entre el “cuarto” y “tercer” nivel de relevancia respecto a los estudiantes que los grupos digitales en los que participan tienden a amplificar opiniones específicas sobre candidatos, promoviendo una visión polarizada que dificulta la consideración objetiva de otras propuestas políticas.

- **Desinformación electoral.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 9.45%, poco 9.45%, moderadamente 38.58%, bastante 28.35% y mucho 14.17%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “tercero” y “cuarto” nivel de relevancia respecto a la circulación de desinformación sobre los candidatos políticos y que ha influido en la elección de voto en el electorado.
- **Efecto de repetición.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 14.17%, moderadamente 38.58%, bastante 18.90%, mucho 23.62%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “tercero” y “quinto” nivel de relevancia sobre la exposición constante a acusaciones no verificadas sobre candidatos políticos en redes sociales puede generar dudas y otorgar credibilidad a mensajes potencialmente falsos.

La información en redes refuerza creencias preexistentes, amplifica opiniones polarizadas, difunde desinformación y, mediante repetición, otorga credibilidad a mensajes falsos, afectando el criterio electoral.

Rol de los actores involucrados

- **Campañas negativas.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 28.35%, bastante 33.07%, mucho 29.13%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “cuarto” y “quinto” nivel de relevancia sobre las organizaciones políticas y candidatos que usan las redes sociales para desacreditar a sus adversarios.
- **Influenciadores políticos.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 33.07%, bastante 48.03%, mucho 9.45%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “cuarto” y “tercer” nivel de relevancia sobre la influencia política que ejercen los creadores de contenido en las redes sociales y que modifican la preferencia de los candidatos políticos.
- **Medios parcializados.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 28.35%, bastante 43.31%, mucho 18.90%. La mayoría de los datos

se distribuye entre el “cuarto” y “tercer” nivel de relevancia sobre una clara disposición de los medios de comunicación y periodistas a difundir información parcializada para beneficiar a determinados partidos o candidatos políticos.

- **Opinión colectiva.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 33.07%, poco 4.72%, moderadamente 43.31%, bastante 4.72%, mucho 14.17%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “tercer” y “cuarto” nivel de relevancia sobre los comentarios políticos que emiten los votantes en las redes sociales o grupos de mensajería y que han contribuido a moldear las opiniones políticas de otros miembros de su comunidad digital.
- **Influencia familiar.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 9.45%, poco 9.45%, moderadamente 48.03%, bastante 28.35%, mucho 4.72%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “tercer” y “cuarto”, nivel de relevancia sobre la influencia que tienen los familiares o personas cercanas en la decisión final de voto.

Las campañas negativas, influenciadores, medios sesgados y redes sociales moldean percepciones políticas, mientras que la familia también influye en decisiones electorales, afectando la objetividad y el debate democrático.

Dinámicas de interacción social

- **Contenido vital.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 37.80%, bastante 33.86%, mucho 18.90%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “tercer” y “cuarto” nivel de relevancia sobre la influencia que tiene el contenido humorístico o sensacionalista de los candidatos políticos en la viralidad o velocidad de difusión en las redes sociales.
- **Polarización digital.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 23.62%, bastante 52.76%, mucho 14.17%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “cuarto” y “tercer” nivel de relevancia sobre la contribución de las redes sociales en la amplificación del discurso extremista y la polarización político entre los votantes.
- **Participación ciudadana.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 9.45%, moderadamente 48.03%, bastante 23.62%, mucho 14.17%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “tercer” y “cuarto” nivel de relevancia sobre el aporte de las redes sociales para facilitar el debate ciudadano y la toma de decisiones electorales.

El contenido humorístico o controvertido amplifica el alcance en redes, mientras que estas plataformas fomentan la polarización y, a su vez, facilitan el debate público y la organización ciudadana en temas electorales.

Factores contextuales

- **Clima político.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 9.45%, moderadamente 48.03%, bastante 28.35%, mucho 9.45%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “tercero” y “cuarto” nivel de relevancia sobre el clima político en el Ecuador, se caracteriza por las promesas incumplidas de los gobernantes pasados y afecta en la credibilidad de los nuevos candidatos políticos.
- **Eventos externos.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 29.13%, bastante 23.62%, mucho 37.80%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “quinto” y “tercer” nivel de relevancia respecto al impacto que ha tenido las diversas crisis del Ecuador (económico, político, seguridad, energético) en la percepción de los candidatos políticos para cumplir con las promesas de campaña.

La polarización política y la confianza en instituciones influyen en la percepción de candidatos, mientras que crisis nacionales y desastres afectan la intención de voto y la estabilidad electoral en Ecuador.

Narrativa política

- **Narrativa del miedo.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 23.62%, bastante 43.31%, mucho 23.62%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “cuarto”, “quinto” y “tercer” nivel de relevancia sobre cómo se ha amplificado la gravedad de las crisis en Ecuador como estrategia para justificar la necesidad de un liderazgo excepcional, apelando al miedo y la inseguridad ciudadana.
- **Responsabilidad política.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 23.62%, bastante 52.76%, mucho 14.17%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “cuarto” y “tercer” nivel de relevancia sobre la responsabilidad que tienen algunos actores políticos y gobiernos anteriores en las crisis actuales que está viviendo el Ecuador.

- **Promesa realista.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 14.17%, poco 33.07%, moderadamente 37.80%, bastante 10.24%, mucho 4.72%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “tercero” y “segundo” nivel de relevancia sobre el enfoque en los problemas del Ecuador y el grado de realismo que tienen las promesas hechas por los candidatos políticos para que puedan ser cumplidas en el caso de que ganen las elecciones.
- **Líder ficticio.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 14.17%, poco 4.72%, moderadamente 28.35%, bastante 38.58%, mucho 14.17%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “cuarto” y “tercer” nivel de relevancia sobre los candidatos políticos que son presentados como líderes carismáticos con habilidades excepcionales, aunque esas habilidades no sean realistas para resolver los problemas actuales del Ecuador.

La narrativa política en Ecuador amplifica crisis para justificar liderazgos excepcionales, asigna culpas a actores específicos, plantea promesas cuestionables y presenta candidatos como figuras carismáticas con soluciones poco realistas.

Consecuencias para la opinión pública

- **Desconfianza institucional.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 33.07%, bastante 33.86%, mucho 23.62%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “cuarto” y “tercer” nivel de relevancia sobre como la polarización política y los rumores de fraude electoral están deteriorando la confianza de los ciudadanos en las instituciones electorales, medios de comunicación y candidatos políticos.
- **Dificultad de diálogo.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 33.86%, bastante 37.80%, mucho 18.90%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “cuarto” y “tercer” nivel de relevancia sobre la dificultad que tienen los candidatos para generar diálogos constructivos con la oposición política y alcanzar consensos en beneficio del país.
- **Fragmentación social.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 33.33%, bastante 38.32%, mucho 18.90%. La mayoría de los datos se distribuye entre el “cuarto” y “tercer” nivel de relevancia sobre la división política actual en Ecuador y como está afectando en la capacidad de convivencia entre ciudadanos con diferentes ideologías.

- **Debilitamiento de la democracia.** Los resultados muestran la siguiente distribución: nada 4.72%, poco 4.72%, moderadamente 19.69%, bastante 23.62%, mucho 47.24%. la mayoría de los datos se distribuye entre el “quinto” y “cuarto” nivel de relevancia sobre la corrupción en todos los niveles del estado, lo que socava la confianza en el proceso electoral y debilita la democracia en Ecuador.

La polarización y desinformación erosionan la confianza en instituciones, dificultan el diálogo entre sectores opuestos, profundizan la fragmentación social y, junto con la corrupción, debilitan la democracia y el proceso electoral en Ecuador.

Conclusiones

- Los hallazgos de esta investigación revelan patrones significativos en la construcción de la Opinión Pública durante las Elecciones Generales 2025 de Ecuador. El análisis demuestra que la dinámica informativa en redes sociales opera como un mecanismo de reforzamiento cognitivo, donde las creencias preexistentes se consolidan a través de cámaras de eco digitales. Este fenómeno se manifiesta particularmente en la amplificación de posiciones polarizadas y en la propagación sistemática de desinformación, cuya credibilidad se incrementa mediante la exposición repetitiva, impactando directamente en la formación del criterio electoral.
- La investigación identifica múltiples vectores de influencia en la conformación de percepciones políticas, destacando el rol predominante de las campañas negativas, influenciadores digitales y medios de comunicación con sesgos editoriales evidentes. El núcleo familiar emerge como una variable significativa en la configuración de decisiones electorales, introduciendo un factor adicional que compromete la objetividad del debate democrático. Paralelamente, se observa que el contenido de naturaleza humorística o controversial actúa como catalizador de la difusión en plataformas digitales, generando una dualidad donde las redes sociales simultáneamente exacerbaban la polarización mientras facilitan espacios de deliberación pública y organización ciudadana.
- El estudio resalta los niveles de polarización política, la confianza institucional y la percepción de candidatos, mientras que factores coyunturales como crisis nacionales y eventos catastróficos demuestran tener un impacto significativo en la volatilidad electoral

ecuatoriana. La narrativa política predominante en Ecuador se caracteriza por la instrumentalización de crisis para legitimar liderazgos excepcionales, la atribución selectiva de responsabilidades, la formulación de propuestas electorales de dudosa viabilidad y la construcción de figuras carismáticas que proponen soluciones simplistas a problemáticas complejas.

- Se evidencia que la convergencia entre polarización y desinformación sistemática genera un efecto erosivo sobre la confianza institucional, obstaculizando el diálogo intersectorial y profundizando las fracturas sociales preexistentes. Este deterioro del tejido social, exacerbado por la percepción generalizada de corrupción, constituye una amenaza significativa para la integridad del proceso democrático y la estabilidad del sistema electoral ecuatoriano.

Referencias

1. Bader, M. (2018). Disinformation in elections. *Security and Human Rights*, 29, 24-35. <https://doi.org/10.1163/18750230-02901006>
2. Badmatsyrenov, T., Khandarov, F., & Tsydenov, A. (2020). "Third space," "echo-chambers," and online-communities: Reproduction of political ideologies in social media. [Nombre de la revista o publicación], [volumen], 183-204. <https://doi.org/10.31249/POLN/2021.01.08>
3. Barredo Ibáñez, D., Arcila Calderón, C., Arroyave, J., & Silva, R. (2015). Influence of social networks in the decision to vote: An exploratory survey on the Ecuadorian electorate. *International Journal of E-Politics*, 6(4), 15-34. <https://doi.org/10.4018/IJEP.2015100102>
4. Castells, M. (2021). *Communication Power*. Oxford University Press. Recuperado de: <https://global.oup.com/academic/product/communication-power-9780199681938>
5. Cota, W., Ferreira, S. C., Pastor-Satorras, R., & Starnini, M. (2019). Quantifying echo chamber effects in information spreading over political communication networks. *EPJ Data Science*, 8(1), 1-13. <https://doi.org/10.1140/EPJDS/S13688-019-0213-9>
6. García-López, R., & Mendoza, P. (2024). Desinformación y procesos electorales en América Latina. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 12(3), 45-67.

7. Gomez-Torres, E., Jaimes, R., Hidalgo, O., & Luján-Mora, S. (2018). Influencia de redes sociales en el análisis de sentimiento aplicado a la situación política en Ecuador. *Enfoque UTE*, 9(1), 67-78. <https://doi.org/10.29019/enfoqueute.v9n1.235>
8. Hasibuan, I. N., & Sazali, H. (2024). Mengurai polarisasi politik di kalangan milenial: Peran komunikasi dalam pemilu. *Religion, Education, and Social Laa Roiba Journal (RESLAJ)*, 6(10). <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i10.2980>
9. Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2022). *Metodología de la investigación en comunicación*. McGraw-Hill.
10. López-Jiménez, D. F. (2016). La construcción de la opinión pública en Ecuador a partir de la participación política en redes sociales. 103, 21-37. *Los nuevos escenarios de la comunicación política digital*, <https://doi.org/10.25029/OD.2016.103.11>
11. Magallón-Rosa, R. (2022). De las fake news a la polarización digital: Una década de hibridación de desinformación y propaganda. *Más Poder Local*, 32-48. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>
12. Martín Guardado, S. (2022). Desinformación, odio y polarización en el entorno digital: Segregación de la esfera pública y efectos sobre la democracia. *Estudios en Derecho a la Información*. <https://doi.org/10.22201/ijj.25940082e.2023.15.17469>
13. Mauk, M., & Grömping, M. (2023). Online disinformation predicts inaccurate beliefs about election fairness among both winners and losers. *Comparative Political Studies*. <https://doi.org/10.1177/00104140231193008>
14. Morales-Torres, J., Pérez-López, A., & Ramírez-García, L. (2024). Efectos de las cámaras de eco en la polarización política durante elecciones en Latinoamérica. *Estudios Políticos*, 29(1), 89-112.
15. Roberts, K., & González, F. (2024). Radicalización discursiva en medios digitales: Un análisis de las elecciones latinoamericanas. *Política y Sociedad*, 40(2), 233-256.
16. Sánchez-Rivera, M., & López, D. (2024). Alfabetización mediática y fortalecimiento democrático en contextos de desinformación. *Comunicación y Democracia*, 15(1), 78-95.
17. Suing, A., & Suárez Villegas, J. C. (2024). Profile, incidence, and perspectives of disinformation among Ecuadorians. *Journalism and Media*, 5(3), 993-1006. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030063>

18. Suing, A., Ricaurte, C., & Ordóñez, K. (2022). Verificación del discurso público desde la sociedad civil: Caso de la coalición Ecuador Verifica. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 45(1), 53-60. <https://doi.org/10.5209/dcin.77523>
19. Velásquez, M., & Martínez, J. (2023). La espiral del silencio en la era digital: Nuevas perspectivas. *Revista de Psicología Social*, 38(4), 410-428.
20. Waisbord, S. (2023). *Digital Democracy: The Unfulfilled Promises of the Internet*. Polity Press.

© 2025 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).