



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del título de grado de:

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

TEMA:

POLARIZACIÓN EN LOS COMENTARIOS CIUDADANOS A LOS
TUIITS DEL PRESIDENTE DE ECUADOR DURANTE LA CAMPAÑA POR LA
CONSULTA POPULAR 2025

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN, OPINIÓN PÚBLICA Y DEMOCRACIA

AUTOR(A):

FREDERIC IVÁN CAICEDO CAICEDO

TUTOR(A):

DR. JUAN PABLO TRÁMPUZ.

2026

TEMA:

POLARIZACIÓN EN LOS COMENTARIOS CIUDADANOS A LOS
TUIITS DEL PRESIDENTE DE ECUADOR DURANTE LA CAMPAÑA POR LA
CONSULTA POPULAR 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, FREDERIC IVÁN CAICEDO CAICEDO, portador de la cédula de ciudadanía No. 0803892041 declaro que el presente trabajo de investigación y los criterios expuestos en él respetan las normas éticas previstas en la legislación sobre propiedad intelectual. Asumo la responsabilidad por los planteamientos y contenidos del trabajo titulado: “POLARIZACIÓN EN LOS COMENTARIOS CIUDADANOS A LOS TUIITS DEL PRESIDENTE DE ECUADOR DURANTE LA CAMPAÑA POR LA CONSULTA POPULAR 2025”. Asimismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí a poner esta investigación, o parte de ella, a disposición para fines de consulta académica, de acuerdo con la normativa institucional. La reproducción podrá realizarse únicamente con fines de difusión pública y sin propósito de lucro, manteniéndose vigentes los derechos que me corresponden como autor, de conformidad con los artículos 5, 6, 8 y 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



FREDERIC IVÁN CAICEDO
C.I. 0803892041

CERTIFICADO DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la carrera de Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación del estudiante FREDERIC IVÁN CAICEDO, perteneciente a la carrera de Comunicación, bajo la modalidad de Proyecto de investigación y con una carga total de 400 horas. El estudio se titula “POLARIZACIÓN EN LOS COMENTARIOS CIUDADANOS A LOS TUIITS DEL PRESIDENTE DE ECUADOR DURANTE LA CAMPAÑA POR LA CONSULTA POPULAR 2025”. El documento fue desarrollado conforme a los lineamientos internos de la modalidad y a los requisitos establecidos en el Reglamento de Régimen Académico; por ello, reúne las condiciones académicas, científicas y formales para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, el estudiante se encuentra habilitado para sustentar su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 21 de julio 2026

Lo certifico,


Dr. Juan Pablo Trampuz
DOCENTE TUTOR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco profundamente a Dios, fuente de mi fortaleza, sabiduría y esperanza, por acompañarme en cada etapa de este camino y permitirme alcanzar esta importante meta. Como expresa Hebreos 11:1: «Es, pues, la fe la certeza de lo que se espera, la convicción de lo que no se ve». Esta fe fue el fundamento que me sostuvo en los momentos de dificultad y me impulsó a continuar hasta culminar este proceso académico.

Después de Dios, expreso mi más sincero agradecimiento a mis padres, Patricia Caicedo e Iván Caicedo, por su amor incondicional, sus enseñanzas, sus sacrificios y el apoyo constante que me brindaron. Gracias por creer en mí, motivarme a superar cada obstáculo y ser pilares fundamentales en mi vida.

A mi hijo, Frederic Alejandro Caicedo, le agradezco por ser mi mayor inspiración y la razón que me impulsa a esforzarme cada día. Su amor y presencia han sido una fuente permanente de motivación para alcanzar este logro.

A mis hermanos, Héctor Caicedo, Alex Caicedo, Juliana Poveda y Jackiell Caicedo, gracias por su cariño, compañía, palabras de ánimo y apoyo durante todo este proceso.

Asimismo, agradezco a todos los docentes que formaron parte de mi preparación académica, quienes compartieron sus conocimientos, experiencias y valores, contribuyendo significativamente a mi formación profesional y personal.

De manera especial, expreso mi gratitud al Dr. Juan Pablo Trámpuz, tutor de este trabajo de investigación, por su orientación, paciencia, compromiso y valiosas observaciones. Su acompañamiento fue fundamental para el desarrollo y culminación de esta investigación.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, estuvieron presentes durante este recorrido y aportaron para que este sueño pudiera convertirse en realidad.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, quien ha guiado cada uno de mis pasos, me ha concedido fortaleza en los momentos difíciles y me ha permitido culminar esta etapa tan importante de mi vida. Mi fe en Él me enseñó que, aun cuando el camino parece incierto, siempre existe una razón para continuar y confiar.

A mis padres, Patricia Caicedo e Iván Caicedo, por ser el ejemplo de esfuerzo, perseverancia y amor que ha orientado mi vida. Este logro también les pertenece, porque su apoyo, sus consejos y sus sacrificios hicieron posible que llegara hasta aquí.

A mi hijo, Frederic Alejandro Caicedo, quien es mi mayor inspiración, mi fuerza y el motivo principal para seguir creciendo personal y profesionalmente. Le dedico este logro con la esperanza de que siempre recuerde que, con fe, disciplina y constancia, los sueños pueden alcanzarse.

A mis hermanos, Héctor Caicedo, Alex Caicedo, Juliana Poveda y Jackiell Caicedo, por acompañarme, brindarme su cariño y motivarme a seguir adelante durante este proceso.

También dedico este trabajo a los docentes que contribuyeron a mi formación académica y, de manera especial, al Dr. Juan Pablo Trámpuz, por su guía y acompañamiento durante la elaboración de esta investigación.

A todos ustedes dedico este logro, como muestra de mi amor, gratitud y reconocimiento por haber formado parte fundamental de este camino.

Tabla de contenido

Resumen.....	10
Abstract.....	11
Introducción.....	12
Capítulo I – Fundamentos de la investigación.....	14
Planteamiento del problema.....	14
Formulación del problema.....	17
Objetivos.....	17
Objetivo general.....	17
Objetivos específicos.....	17
Justificación.....	18
Delimitación del estudio.....	19
Capítulo II – Marco teórico.....	20
Estado del arte.....	20
Evidencia comparada sobre medios y polarización.....	20
Toxicidad, emociones y confrontación discursiva.....	21
Contexto ecuatoriano y latinoamericano.....	22
Marco teórico.....	24
Conceptualización de la polarización política.....	24
Evolución contemporánea de la polarización política.....	25
Tipologías de la polarización política.....	26
Algoritmos, cámaras de eco y homofilia ideológica.....	27
Emociones y discurso político en entornos digitales.....	28
Desinformación y narrativas polarizantes.....	29
Comentarios ciudadanos y participación política digital.....	30
Dinámicas de interacción y confrontación discursiva.....	31
Discurso presidencial en plataformas digitales.....	32
Síntesis del marco teórico.....	33
Capítulo III – Diseño metodológico.....	35
Enfoque de investigación.....	35
Tipo de estudio.....	35
Diseño de investigación.....	36
Grupo de estudio / Población y muestra.....	37
Operacionalización de variables.....	38
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
Análisis de datos.....	43
Consideraciones éticas.....	46

Limitaciones.....	46
Capítulo IV – Resultados	48
Resultados	48
Resultados del Tuit/X 1	48
Nivel de polarización del Tuit/X 1.....	50
Resultados del Tuit/X 2	52
Nivel de polarización del Tuit/X 2.....	54
Resultados del Tuit/X 3	55
Nivel de polarización del Tuit/X 3.....	57
Resultados del Tuit/X 4	58
Nivel de polarización del Tuit/X 4.....	60
Resultados del Tuit/X 5	61
Nivel de polarización del Tuit/X 5.....	63
Resultados del Tuit/X 6	64
Nivel de polarización del Tuit/X 6.....	66
Resultados del Tuit/X 7	67
Nivel de polarización del Tuit/X 7.....	69
Resultados del Tuit/X 8	70
Nivel de polarización del Tuit/X 8.....	72
Síntesis de los resultados	76
Capítulo V. Conclusiones	77
Referencias.....	80
Anexo 1. Enlaces de publicaciones analizadas en la plataforma X	85
Anexo 2. Base de datos de comentarios recopilados y codificados.....	87
Anexo 3. Matriz de operacionalización de variables	88
Anexo 4. Evidencia del procedimiento de extracción de datos mediante Python, Selenium y Pandas	91
Anexo 5. Ejemplo de comentarios ciudadanos codificados.....	92
Anexo 6. Tablas generales de resultados	93

Resumen

El estudio analiza la polarización política que surgió en los comentarios ciudadanos publicados en respuesta a mensajes del presidente del Ecuador en X, durante la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025. Se tomó en cuenta que las redes sociales se han convertido en espacios de participación donde se mezclan el apoyo, el rechazo, las dudas, las críticas y los enfrentamientos. El propósito fue reconocer cómo se expresó esa polarización, considerando la postura política de cada comentario y la intensidad de la confrontación. Se aplicó un enfoque mixto, con un diseño descriptivo, transversal y no experimental. Por medio del análisis de contenido se revisaron 2.446 comentarios válidos correspondientes a ocho publicaciones de la cuenta oficial del presidente Daniel Noboa. Los datos se ordenaron en una matriz que permitió clasificar la postura política y el nivel de polarización. Los resultados muestran que el rechazo representó el 57,89 % y la ironía el 17,05 %; a la vez, el 83,07 % de los comentarios se ubicó en niveles medio o alto de polarización. La conversación estudiada estuvo marcada por cuestionamientos, desconfianza y discusiones sobre la credibilidad del mensaje presidencial. Estos resultados corresponden solo a los hilos revisados y no representan a toda la opinión pública del Ecuador.

Palabras clave: comunicación política digital, Ecuador, participación ciudadana, polarización política, Twitter/X.

Abstract

This research looks at political polarization in citizens' comments posted in response to messages from the President of Ecuador on X during the 2025 Referendum and Popular Consultation campaign. Social media was considered as a space where support, rejection, doubt, criticism, and confrontation can appear at the same time. The study aimed to identify how polarization was expressed through the political stance of each comment and the intensity of its language. A mixed-method approach was followed with a descriptive, cross-sectional, and non-experimental design. Content analysis was used to review 2,446 valid comments linked to eight posts from President Daniel Noboa's official account. The information was organized in a coding matrix that classified political stance and level of polarization. Rejection represented 57.89% of the comments, while irony accounted for 17.05%; in addition, 83.07% of the responses showed medium or high polarization. The discussion examined was mainly characterized by confrontation, distrust, and questions about the credibility of the presidential message. These findings refer only to the selected digital conversations and cannot be extended to Ecuadorian public opinion as a whole.

Keywords: citizen participation, digital political communication, Ecuador, political polarization, Twitter/X.

Introducción

En la actualidad, una parte importante de la comunicación política ocurre en plataformas digitales. Autoridades, organizaciones y ciudadanos participan casi al mismo tiempo en la conversación pública. Las redes ya no sirven solamente para difundir información, pues también concentran opiniones, críticas, interpretaciones y muestras de apoyo que otros usuarios pueden ver. En ese entorno, X, antes Twitter, mantiene relevancia por la velocidad con la que circulan los mensajes, el contacto directo con políticos y la muestra de posiciones contrarias.

En una campaña electoral, el intercambio suele aumentar y volverse más intenso. Un mensaje institucional puede reunir a personas interesadas en un mismo tema, aunque también puede abrir una discusión entre grupos que lo interpretan de forma diferente. Los comentarios dejan ver cómo se recibe el discurso oficial y qué argumentos se usan para respaldarlo, cuestionarlo o rechazarlo. Por esta razón, las respuestas ciudadanas ofrecen un material útil para observar las diferencias políticas en un espacio público de mensajes breves y circulación rápida.

Numerosos estudios señalan que las redes facilitan la participación, pero también pueden volver más fuerte el enfrentamiento verbal. La polarización no debe confundirse con cualquier diferencia de opinión, porque el desacuerdo forma parte de una democracia. El problema aparece cuando las posiciones se vuelven rígidas y se deja de reconocer al contrario como alguien con derecho a participar en el debate. La polarización afectiva ayuda a entender esta postura, ya que involucra emociones y juicios negativos hacia el grupo opuesto; por su parte, la comunicación digital permite observar cómo esas actitudes se reflejan en intercambios cotidianos.

En América Latina se ha encontrado que la identidad política y las emociones son fundamentales en la forma de participar en las plataformas. En Ecuador, muchas investigaciones se han dedicado a revisar las estrategias usadas por candidatos, gobiernos y dirigentes durante las campañas. Estos trabajos aportan información valiosa, pero todavía existe menos conocimiento sobre la respuesta de los usuarios a los mensajes oficiales, espacio en el que aparecen apoyo, sospecha, críticas y confrontación.

Debido a esa falta de estudios, esta investigación revisa los comentarios dirigidos a publicaciones del presidente del Ecuador en X durante la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025. El análisis toma en cuenta dos aspectos: la postura política expresada y el nivel de polarización de cada respuesta. Desde el inicio se aclara que estos comentarios son una forma pública de participación, pero no representan por completo lo que piensa la población ecuatoriana.

El documento se divide en cinco capítulos. El primero presenta el problema, la pregunta de investigación, los objetivos, la justificación y la delimitación. El segundo desarrolla los antecedentes y las ideas principales sobre polarización, comunicación política digital y participación ciudadana. En el tercero se describe la metodología, junto con la forma de recopilar y analizar la información. El cuarto expone los resultados de las ocho publicaciones. El último capítulo reúne las conclusiones y las recomendaciones.

Capítulo I – Fundamentos de la investigación

Planteamiento del problema

La polarización política se ha vuelto un tema frecuente al estudiar las democracias actuales. Las diferencias que existen entre ciudadanos, partidos y autoridades son normales en un sistema plural. La dificultad comienza cuando esas diferencias se convierten en divisiones cerradas y el otro grupo es presentado como una amenaza política o moral. Por este motivo, la polarización no depende únicamente de la distancia ideológica; también participan las emociones, las identidades colectivas y las formas usadas para desacreditar al adversario (Iyengar et al., 2019).

En las plataformas digitales, estas tensiones se expresan de una manera particular. Los mensajes se difunden con rapidez, las respuestas aparecen casi de inmediato y cualquier usuario puede dirigirse públicamente a una autoridad. Esta posibilidad amplía la participación, pero también puede aumentar el enfrentamiento cuando la conversación se organiza entre grupos opuestos. Cinelli et al. (2021) indican que ciertas formas de interacción favorecen las cámaras de eco. Falkenberg et al. (2024), por otro lado, hallaron más lenguaje tóxico en los intercambios entre grupos políticos contrarios.

La situación no se debe solamente a la circulación de información falsa. Lazer et al. (2018) explican que la desinformación forma parte de un entorno donde intervienen el diseño de las plataformas, los incentivos para compartir contenido, las costumbres de los usuarios y las estrategias políticas. Así, en un mismo hilo pueden encontrarse argumentos, rumores, acusaciones, desconfianza y mensajes que buscan quitar legitimidad a quienes tienen otra postura.

Las redes sociales ya son espacios importantes de participación y conflicto en América Latina. Las emociones se hacen más visibles durante elecciones, protestas o crisis. Brady et al. (2017) encontraron que los contenidos con una carga moral y emocional suelen compartirse con mayor facilidad. A su vez, Said-Hung et al. (2023) identificaron una conversación intensa y polarizada durante el Paro Nacional de Colombia. Estos estudios muestran que contar los mensajes no es suficiente; también importa revisar cómo están escritos y de qué forma se presentan al adversario.

En Ecuador, el uso político de las redes cambió la relación entre las autoridades y la ciudadanía. En campañas recientes, estas plataformas se utilizaron para proyectar liderazgo, difundir propuestas y competir por la interpretación de los hechos nacionales. Altamirano-Benítez et al. (2022), al analizar Facebook en la elección presidencial de 2021, señalaron que la comunicación digital todavía conservaba prácticas tradicionales de posicionamiento, aunque ya incluía interacción y una presencia significativa de contenidos emocionales.

Angulo Moncayo et al. (2025) estudiaron después la comunicación de Daniel Noboa en Instagram y TikTok durante 2024. Encontraron una fuerte presencia de la figura presidencial, símbolos nacionales y mensajes emocionales dirigidos a fortalecer su imagen. Sus resultados muestran que la comunicación gubernamental en redes no solo informa, sino que también construye relatos, busca cercanía y ofrece una manera de interpretar la situación política.

Este tema adquiere especial relevancia en un Ecuador preocupado por la seguridad, la economía, las instituciones y la confianza pública. En un ambiente político tenso, una publicación del presidente puede recibir apoyo, rechazo, preguntas, comparaciones con otros problemas del país o ataques contra quien la

emite. X permite observar ese encuentro entre lo que comunica una institución y la forma en que la ciudadanía lo recibe.

Un antecedente cercano es el trabajo de Pino Uribe et al. (2024). Los autores analizaron 13.603 publicaciones en X relacionadas con la crisis de seguridad de enero de 2024, usando procesamiento de lenguaje natural y análisis de contenido. En el material encontraron emociones negativas y desorden informativo. Aunque no estudiaron una campaña electoral, demostraron que X puede servir para revisar respuestas ciudadanas cargadas de emoción ante hechos políticos y sociales ocurridos en Ecuador.

Durante la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025, la cuenta oficial del presidente publicó mensajes sobre economía, seguridad, salud, cambios institucionales y política internacional. Estas entradas recibieron numerosos comentarios; sin embargo, todavía son pocos los estudios nacionales que analizan de manera directa las respuestas al discurso presidencial en X. La investigación ecuatoriana se ha enfocado más en las estrategias de los actores políticos que en el comentario ciudadano como mensaje con características propias.

Por esta razón, el estudio busca conocer cómo se manifestó la polarización en las respuestas a publicaciones presidenciales durante una campaña específica. No se pretende únicamente contar cuántos comentarios apoyaron o rechazaron cada mensaje. También se revisa la fuerza del enfrentamiento, porque dos personas pueden compartir una postura, pero expresarla con tonos muy distintos, desde una crítica moderada hasta la descalificación o el ataque.

Formulación del problema

¿Cómo se manifestó la polarización política digital en los comentarios ciudadanos a las publicaciones del presidente del Ecuador en X durante la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025, de acuerdo con la postura expresada y el nivel de confrontación discursiva?

Objetivos

Objetivo general

Analizar la manifestación de la polarización política digital en los comentarios ciudadanos dirigidos a las publicaciones del presidente del Ecuador en X durante la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025, mediante la clasificación de la postura política y del nivel de polarización presente en las respuestas.

Objetivos específicos

1. Clasificar los comentarios ciudadanos vinculados con las publicaciones presidenciales según la postura expresada: apoyo, rechazo, neutralidad o ironía.
2. Determinar el nivel de polarización de los comentarios a partir de la intensidad del desacuerdo, el cuestionamiento, la deslegitimación y los ataques dirigidos al mensaje o a los actores políticos involucrados.
3. Comparar la distribución de las posturas políticas y de los niveles de polarización entre las ocho publicaciones presidenciales seleccionadas.

Justificación

El estudio se justifica por el papel trascendental que tienen las plataformas digitales en la expresión y la participación política. En X, una persona puede contestar de inmediato a una autoridad y dejar visibles sus acuerdos, dudas, críticas o rechazos. Ese registro público permite conocer qué posiciones aparecen y también observar el tono utilizado para defenderlas.

Desde el punto de vista social, la investigación permite entender cómo se desarrolló la conversación alrededor del discurso presidencial en un momento electoral importante. La revisión de los comentarios ayuda a reconocer formas reales de participación digital y a diferenciar un desacuerdo moderado de expresiones que avanzan hacia el enfrentamiento y la deslegitimación.

En el campo académico, este trabajo aporta al estudio de la comunicación política digital en Ecuador. Hay investigaciones sobre campañas y construcción de imagen en redes, pero son menos comunes aquellas que se centran en la reacción ciudadana a las publicaciones presidenciales. Mirar las respuestas permite completar el análisis, que suele concentrarse principalmente en el emisor.

El aporte metodológico se encuentra en el uso de una matriz de análisis de contenido que separa la postura política del nivel de polarización. Sus criterios ayudan a ordenar una cantidad amplia de comentarios. La misma herramienta podría utilizarse en otros estudios sobre conversaciones políticas digitales, siempre que se adapte al contexto y a la muestra correspondiente.

Delimitación del estudio

El periodo analizado corresponde a la campaña oficial del Referéndum y Consulta Popular 2025, desarrollada del 1 al 13 de noviembre, según el calendario del Consejo Nacional Electoral (CNE, 2025a). En esas fechas se ubicaron ocho publicaciones de la cuenta oficial del presidente del Ecuador relacionadas con la discusión electoral. No se revisaron mensajes posteriores al cierre de campaña ni los resultados definitivos anunciados por el organismo electoral (CNE, 2025b).

En cuanto al alcance metodológico, solo se tomaron los comentarios publicados como respuesta directa a las ocho entradas seleccionadas. Quedaron fuera las conversaciones entre usuarios, los duplicados, el contenido automático evidente, los registros sin texto comprensible y los mensajes ajenos al tema de estudio. De esta forma se mantuvo una unidad de análisis similar y conectada de manera directa con cada publicación presidencial.

Capítulo II – Marco teórico

Estado del arte

Los estudios sobre polarización digital han aumentado de manera constante desde la década de 2010. En un inicio, gran parte de las investigaciones se concentró en las cámaras de eco, la homofilia ideológica y la exposición selectiva a contenidos políticos. Posteriormente, el campo incorporó el análisis de las emociones, la toxicidad, la desinformación y las formas de confrontación discursiva presentes en las plataformas digitales. También se desarrollaron estudios comparativos entre medios, países y temas de debate, así como investigaciones centradas en las particularidades políticas y comunicacionales de América Latina y Ecuador. Para presentar estos aportes de manera ordenada, el estado del arte se organiza en tres ejes: evidencia comparada sobre medios y polarización; toxicidad, emociones y confrontación discursiva; y contexto ecuatoriano y latinoamericano.

Evidencia comparada sobre medios y polarización

Waller y Anderson (2021) se propusieron cuantificar la organización social y la polarización política en plataformas digitales. Construyeron un marco comparativo con datos observacionales de gran escala y medidas de separación ideológica entre comunidades. Sus hallazgos mostraron que la estructura de interacción y la exposición a contenidos políticos varían entre plataformas y temas. Concluyeron que la polarización digital debe medirse como un fenómeno relacional y contextual, no solo como la suma de opiniones individuales.

Cinelli et al. (2021) buscaron comparar la formación de cámaras de eco entre plataformas. Analizaron más de cien millones de contenidos e interacciones sobre

temas controvertidos en Facebook, Reddit, Gab y YouTube mediante medidas de homofilia y difusión. Encontraron diferencias atribuibles a la arquitectura de cada plataforma y mayor segregación en entornos donde los usuarios se agrupan alrededor de fuentes afines. Concluyeron que la polarización en línea no puede explicarse con un efecto único de “las redes sociales”, sino atendiendo al diseño y a las prácticas de cada plataforma.

Kubin y von Sikorski (2021) tuvieron como objetivo sistematizar la evidencia sobre el papel de los medios y las redes sociales en la polarización. Mediante una revisión sistemática de 94 artículos que reunieron 121 estudios, combinaron análisis cuantitativo de tendencias con síntesis cualitativa. Hallaron que la exposición a contenidos congruentes con las actitudes suele intensificar la polarización y que la literatura se concentra en Twitter y en muestras estadounidenses. Concluyeron que se requieren definiciones más precisas, mediciones consistentes y estudios que examinen también posibilidades de despolarización.

Toxicidad, emociones y confrontación discursiva

Weismueller et al. (2024) examinaron si la desinformación de élites y el contenido partidista extremo generaban más interacción y emociones negativas. Combinaron dos estudios de campo en Twitter, con más de 100.000 respuestas y dos millones de compartidos, y dos experimentos en línea. Hallaron mayor participación y emociones negativas ante contenidos falsos o extremos; esas emociones se asociaron con polarización actitudinal. Concluyeron que la negatividad constituye un mecanismo que conecta el tipo de información con la polarización.

Falkenberg et al. (2024) buscaron identificar patrones comunes de toxicidad partidista y participación política en distintos países. Compararon conversaciones digitales mediante indicadores de toxicidad, interacción y relación aliado-adversario. Encontraron una estructura recurrente: los mensajes dirigidos al adversario presentan mayor toxicidad y pueden atraer más participación. Concluyeron que la hostilidad intergrupal es un componente transnacional de la comunicación política en línea, aunque su intensidad depende del contexto.

Said-Hung et al. (2023) analizaron como objetivo la polarización sentimental en Twitter durante el Paro Nacional de Colombia de 2021. Aplicaron análisis computacional y de contenido a mensajes vinculados con la movilización, distinguiendo orientación emocional y agrupamientos discursivos. Identificaron una presencia relevante de emociones negativas y posiciones antagónicas asociadas con la coyuntura. Concluyeron que las emociones son centrales para comprender la movilización y el enfrentamiento político digital en contextos latinoamericanos.

Contexto ecuatoriano y latinoamericano

Angulo Moncayo et al. (2025) analizaron las estrategias discursivas de Daniel Noboa en Instagram y TikTok. Examinaron 156 publicaciones oficiales de 2024 mediante análisis de contenido de recursos visuales, símbolos y apelaciones. Encontraron personalización del liderazgo, símbolos patrióticos y recursos emocionales orientados a legitimar decisiones. Concluyeron que la comunicación presidencial integra la figura del mandatario en una estrategia multiplataforma, antecedente útil para interpretar las respuestas ciudadanas en X.

Pino Uribe et al. (2024) tuvieron como objetivo estudiar el desorden informativo y las emociones negativas en X durante la crisis de seguridad

ecuatoriana de 2024. Recuperaron publicaciones mediante técnicas automatizadas y aplicaron limpieza y análisis de contenido digital. Hallaron circulación de narrativas emocionales y desorden informativo en una coyuntura de alta incertidumbre. Concluyeron que el contexto de crisis favorece expresiones negativas y exige interpretar los datos digitales con cautela metodológica.

En conjunto, los estudios confirman que la polarización digital combina estructura de exposición, emociones, identidades y recursos discursivos. Sin embargo, la evidencia se concentra en Estados Unidos, Europa o coyunturas latinoamericanas distintas; en Ecuador predominan análisis de la estrategia de los emisores o de crisis específicas. Persiste una brecha sobre cómo responden los ciudadanos a publicaciones presidenciales en X durante una consulta popular y sobre cómo se articulan, en el mismo corpus, postura política e intensidad de confrontación. Esta investigación aborda ese vacío mediante un diseño mixto convergente aplicado a las ocho publicaciones elegibles y a sus 2.446 comentarios válidos.

Marco teórico

Conceptualización de la polarización política

La polarización política puede explicarse como un proceso en el que las posiciones ideológicas, sociales o de identidad se separan y se vuelven más rígidas. Es necesario aclarar que no todo desacuerdo es polarización. En una democracia existen diferencias sobre economía, seguridad, justicia o cambios institucionales. El problema aparece cuando esas diferencias forman bloques cerrados, se convierten en juicios morales y disminuye la voluntad de aceptar al otro como participante legítimo.

Baldassarri y Bearman (2007) proponen entender la polarización como una dinámica social y no solo como distancia entre ideas. Las posturas se fortalecen por medio de relaciones, sentido de pertenencia y reconocimientos del grupo. En X, estos reconocimientos pueden verse en los “me gusta”, reposts, respuestas favorables o aceptación dentro de una comunidad. Por ello, una posición puede volverse más extrema tanto por su contenido político como por el entorno que premia ciertas formas de expresarla.

La polarización afectiva se refiere al rechazo hacia las personas que pertenecen al grupo contrario. Iyengar et al. (2019) explican que la animadversión partidista puede afectar la convivencia democrática cuando el adversario es visto primero como una amenaza moral y no como alguien con quien se puede debatir. En los comentarios, esto ocurre cuando se deja de hablar de la propuesta y se ataca la supuesta ignorancia, corrupción o inferioridad de quienes piensan distinto.

En este estudio, la polarización se entiende desde tres componentes: ideológico, afectivo y discursivo. El primero se relaciona con estar a favor o en

contra del mensaje. El segundo se observa en emociones como rechazo, indignación, miedo o entusiasmo. El tercero aparece en las palabras y recursos usados para definir aliados y adversarios. La parte cuantitativa clasifica la postura y el nivel de polarización, mientras estos componentes apoyan la interpretación cualitativa.

Evolución contemporánea de la polarización política

Las divisiones políticas existían antes de las redes sociales. Lo que cambia con el entorno digital es la rapidez de circulación, la exposición pública del desacuerdo y la posibilidad de que cualquier persona participe en conversaciones antes controladas principalmente por partidos, medios e instituciones. Las plataformas no crean por sí mismas la polarización, pero modifican la forma de expresarla y hacen más visibles algunas confrontaciones.

En los medios tradicionales, la información pasaba por procesos de selección, edición y revisión. Estos filtros nunca fueron completamente neutrales, pero existían antes de publicar. En las redes, muchas de esas barreras se reducen: una persona puede compartir una acusación, repetir un rumor o responder a una autoridad en pocos segundos. Esta apertura favorece la participación, aunque no asegura un diálogo informado ni respetuoso.

Boxell et al. (2024) muestran que la polarización afectiva no evoluciona de la misma manera en todos los países. Este dato cuestiona la idea de que internet produzca un efecto idéntico en cualquier sociedad. Las plataformas se relacionan con el sistema político, los medios, los liderazgos, las identidades partidistas y las crisis de cada lugar. Por eso, la conversación ecuatoriana debe leerse junto con la inseguridad, las dificultades económicas, la desconfianza institucional y los conflictos entre gobierno y oposición.

La personalización del liderazgo es otro rasgo de la política actual. Angulo Moncayo et al. (2025) encontraron que la comunicación digital de Daniel Noboa colocaba la figura presidencial en el centro del relato. Cuando la discusión gira alrededor de una persona, los comentarios también suelen enfocarse en ella y no en la propuesta específica. Así, un debate sobre políticas públicas puede terminar convertido en un enfrentamiento entre identidades.

Tipologías de la polarización política

Para estudiar la conversación en X conviene separar varias formas de polarización. La polarización ideológica se relaciona con la distancia entre posturas sobre temas concretos. En una consulta popular puede verse en comentarios a favor o en contra de una pregunta por motivos de seguridad, economía, institucionalidad o representación política. Una posición firme no tiene que ser agresiva: puede sostenerse con argumentos y reconocer que la opinión contraria es válida dentro del debate.

La polarización afectiva se vincula con los sentimientos hacia el grupo propio y hacia el contrario. Lelkes (2021) señala que las señales ideológicas del adversario pueden generar reacciones fuertes. En Ecuador, esta dimensión aparece en términos como correísta, anticorreísta, gobiernista, borrego o vendido. Estas etiquetas resumen identidades políticas y muchas veces reemplazan la discusión sobre el contenido del mensaje.

La polarización discursiva puede identificarse en la manera de hablar. Dos usuarios pueden rechazar una misma propuesta, pero uno puede dar razones institucionales y otro recurrir a burlas o ataques personales. La postura es parecida, aunque el grado de enfrentamiento cambia. En esta investigación, el sarcasmo, la

deslegitimación y el insulto no se cuentan como variables independientes; se usan como señales para ubicar cada comentario en un nivel bajo, medio o alto.

La polarización estructural o de red se presenta cuando las interacciones se agrupan en comunidades relativamente cerradas. Conover et al. (2011) y Cinelli et al. (2021) proponen formas de analizarla a partir de las conexiones entre usuarios. Este estudio no hizo un análisis de redes y, por lo tanto, no intenta demostrar que existan cámaras de eco. El concepto se mantiene como apoyo teórico y como una opción para futuras investigaciones.

Algoritmos, cámaras de eco y homofilia ideológica

El contenido que aparece en una red social no se muestra de forma completamente neutral. Los algoritmos ordenan las publicaciones según la interacción, el momento, la afinidad y el comportamiento previo, entre otros factores. Esto no decide lo que piensa una persona, pero sí influye en lo que ve, comenta o comparte. En consecuencia, los mensajes visibles en X forman parte de una conversación seleccionada por la plataforma y no representan a toda la opinión pública (Tucker et al., 2018).

Las cámaras de eco se relacionan con una exposición frecuente a información que coincide con las propias creencias. Cinelli et al. (2021), al comparar varias plataformas, encontraron que el diseño de cada red cambia la fuerza de este fenómeno. X puede poner a un usuario frente a posturas contrarias mediante respuestas o tendencias, pero también puede reunir personas con ideas similares. Las dos situaciones pueden aparecer en un mismo hilo.

La homofilia ideológica es la tendencia a relacionarse con personas que piensan de forma parecida. En política, esta selección puede hacer creer que el grupo

propio es mayoría o que tiene una superioridad moral. Escuchar siempre opiniones coincidentes refuerza las certezas; una postura opuesta, en cambio, puede ser recibida como una provocación. Esta dinámica ayuda a entender por qué algunas respuestas muestran tanta seguridad y tan poca disposición al diálogo.

Como esta investigación revisa comentarios directos y no redes completas de interacción, la expresión “cámara de eco” no se presenta como un resultado demostrado. La repetición de frases o ideas parecidas puede señalar una tendencia discursiva, pero no prueba la existencia de una comunidad cerrada. Esta precisión evita sacar conclusiones que los datos recogidos no permiten sostener.

Emociones y discurso político en entornos digitales

Las emociones están presentes en la comunicación política digital. Un comentario corto puede expresar frustración, esperanza, miedo, enojo o burla. El formato breve de X favorece mensajes directos, pero eso no significa que toda emoción sea irracional. Muchas respuestas se relacionan con experiencias de inseguridad, cansancio, desconfianza, indignación por la corrupción o expectativa ante una promesa de cambio.

Brady et al. (2017) demostraron que los mensajes con contenido moral y emocional se difunden con mayor facilidad. Esto ayuda a explicar por qué las intervenciones más duras atraen respuestas y por qué una discusión política puede aumentar de tono en poco tiempo. La ira y la indignación facilitan la búsqueda de culpables y fortalecen al grupo, aunque también dejan menos espacio para reconocer matices.

Durante el Paro Nacional de Colombia, Said-Hung et al. (2023) encontraron que la polarización sentimental tuvo importancia en la movilización digital. En

Ecuador, Pino Uribe et al. (2024) observaron muchas emociones negativas relacionadas con desorden informativo durante la crisis de seguridad de 2024. Estos antecedentes justifican revisar la parte emocional de los comentarios, aunque no se la haya convertido en una variable cuantitativa separada.

La lectura cualitativa tomó en cuenta expresiones de ira, miedo, esperanza, desprecio, entusiasmo, burla y sarcasmo cuando ayudaban a entender la postura y la intensidad de cada respuesta. Esta diferencia es necesaria, porque un comentario negativo no siempre tiene el mismo grado de polarización: mostrar preocupación ante una propuesta no equivale a insultar o negar el derecho de otros a apoyarla.

Desinformación y narrativas polarizantes

La desinformación puede aumentar la polarización, pero no debe confundirse con un error, un desacuerdo o una interpretación diferente. Lazer et al. (2018) definen las noticias falsas como información creada para parecer una noticia sin pasar por procesos editoriales que aseguren su precisión. En los comentarios de X, esto puede aparecer mediante rumores, cifras sin fuente, teorías conspirativas o acusaciones que no pueden comprobarse con el material disponible.

Las narrativas polarizantes suelen presentar la política como una lucha entre dos lados cerrados: pueblo y élites, patriotas y traidores, orden y caos, libertad y autoritarismo. Estos relatos se comparten con facilidad porque simplifican problemas complejos. El costo de esa simplificación es que reduce las posiciones intermedias y transforma una diferencia sobre políticas públicas en un enfrentamiento moral.

Piña-García (2025) menciona varios rasgos de la propaganda digital, como el ataque personal, el lenguaje agresivo, el uso estratégico de etiquetas y la apelación a emociones negativas. En este trabajo, esos elementos sirvieron únicamente para

comprender el contexto. No se creó una categoría independiente de propaganda o desinformación, ni se declaró falso un comentario que no pudiera ser comparado con una fuente suficiente.

Esta decisión fue importante porque una afirmación repetida muchas veces puede parecer verdadera dentro de un grupo, aunque no tenga respaldo. Cuando no fue posible verificar un comentario, se lo trató como parte de la forma de expresión del usuario y no como un hecho comprobado. De esta manera, el análisis evitó repetir acusaciones dudosas o atribuir intenciones que no podían sostenerse con los datos.

Comentarios ciudadanos y participación política digital

Los comentarios de X son una forma de participación política digital. No tienen el mismo peso institucional que votar, organizarse colectivamente o presentar una petición, pero permiten compartir opiniones, emociones y formas de interpretar los hechos. Un comentario puede apoyar una medida, cuestionar una decisión, denunciar un problema o tratar de convencer a otras personas. También puede burlarse o agredir, lo que muestra su doble carácter y la necesidad de estudiarlo con criterios claros (Freelon et al., 2016).

Jungherr (2016), en una revisión sobre Twitter y campañas electorales, explica que la plataforma sirve para difundir mensajes, comunicarse con simpatizantes y observar tendencias de conversación. El autor también advierte que estos datos no representan de manera automática a toda la población. Esta aclaración es importante aquí: el corpus muestra lo ocurrido en determinados hilos, no lo que piensa cada ecuatoriano.

La visibilidad de la plataforma también influye en la participación. Algunas personas escriben para conversar, mientras otras buscan la aprobación de su grupo. En un ambiente polarizado, un comentario extremo puede recibir más atención que uno moderado. Esto no significa que las posiciones moderadas no existan, sino que el funcionamiento de la red puede darles menos espacio. Por ese motivo, popularidad y representación social se manejan como ideas diferentes.

La revisión de comentarios permite conocer cómo los usuarios interpretan un mensaje político en el momento en que se publica. Las respuestas suelen ir más allá de las palabras del tuit e incluyen recuerdos de conflictos previos, identidades partidistas, experiencias de inseguridad o preocupaciones económicas. La conversación pública digital se construye precisamente en ese encuentro entre lo que dice la autoridad y lo que cada usuario relaciona con el mensaje.

Dinámicas de interacción y confrontación discursiva

La confrontación discursiva puede expresarse mediante insultos, sarcasmo, acusaciones morales, comparaciones despectivas, etiquetas o rechazo a la legitimidad del adversario. Estas formas de hablar no siempre buscan convencer a quien piensa distinto. Muchas veces sirven para mostrar pertenencia ante el propio grupo, por lo que el comentario funciona más como una declaración pública de identidad que como una invitación al diálogo.

Falkenberg et al. (2024) encontraron relaciones de aliado y enemigo en conversaciones políticas de varios países. Este aporte ayuda a revisar cómo un hilo puede dividirse entre quienes apoyan al presidente y quienes lo rechazan, sin olvidar que dentro de cada lado existen diferencias. El enfrentamiento puede ocurrir entre

gobierno y oposición, pero también entre usuarios críticos que no comparten las mismas razones, dirigentes o soluciones.

La ironía necesita una lectura cuidadosa. En Ecuador, igual que en otros países latinoamericanos, el sarcasmo y la burla son comunes en los comentarios políticos. Un mensaje irónico no siempre expresa odio ni alcanza un nivel alto de polarización; todo depende del contexto y de la persona o idea a la que se dirige. Por esta razón, la ironía se mantuvo como una categoría de postura y su intensidad se valoró por separado.

Los usuarios también escriben sabiendo que otras personas pueden leer, aprobar o responder sus mensajes. Esa exposición puede volver más duro el tono y favorecer frases cortas que buscan provocar una reacción. La lectura cualitativa permitió reconocer estos recursos sin repetir expresiones ofensivas de forma innecesaria ni dar a un comentario un alcance mayor del que realmente tenía.

Discurso presidencial en plataformas digitales

El discurso presidencial en redes puede cumplir varias tareas a la vez: informar decisiones, colocar temas en la agenda, fortalecer el liderazgo, responder a opositores y buscar apoyo. En Ecuador, esta forma de comunicación se hizo visible durante el gobierno de Daniel Noboa, con mensajes relacionados con seguridad, renovación política, resultados de gestión y cercanía con generaciones jóvenes.

Angulo Moncayo et al. (2025) revisaron 156 publicaciones de las cuentas oficiales de Daniel Noboa en TikTok e Instagram entre enero y julio de 2024. Encontraron símbolos patrióticos, personalización del liderazgo y llamados emocionales usados para dar legitimidad a decisiones del Ejecutivo. Aunque esta

investigación se concentra en X, aquel estudio ayuda a entender que las publicaciones forman parte de una estrategia de comunicación más amplia.

Altamirano-Benítez et al. (2022) ya habían señalado que la comunicación política digital en Ecuador mantenía prácticas tradicionales y daba importancia a los contenidos emocionales. Cambiar de plataforma no elimina las estrategias de posicionamiento, imagen y disputa simbólica. La diferencia de X es que la respuesta ciudadana aparece de forma directa y pública en el mismo espacio del mensaje oficial.

Las publicaciones de la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025 fueron, al mismo tiempo, mensajes de una autoridad y contenidos difundidos en un periodo electoral. Los usuarios podían responder al tema, a la figura de Noboa, a la consulta o a problemas anteriores. El asunto de cada tuit se tomó como contexto, mientras la clasificación se mantuvo centrada en la postura y el nivel de polarización.

La investigación no afirma que el mensaje presidencial haya causado por sí mismo la polarización encontrada. Se limita a describir las respuestas de los usuarios y la intensidad del enfrentamiento en los hilos seleccionados. Los datos permiten observar tendencias y relaciones en el discurso, pero no demostrar que una publicación produjo determinadas actitudes políticas en quienes comentaron.

Síntesis del marco teórico

La interpretación se guía por tres conexiones. La polarización ideológica permite distinguir la orientación de apoyo o rechazo; la polarización afectiva explica la desconfianza y la evaluación negativa del adversario; y la polarización discursiva permite reconocer ironía, deslegitimación y ataque personal como grados distintos de confrontación. Los aportes sobre cámaras de eco se emplean solo como contexto,

porque el estudio no reconstruye redes. En el capítulo de resultados, estas perspectivas se articulan con las frecuencias de postura y nivel, y con una lectura cualitativa de los recursos discursivos, sin atribuir causalidad al mensaje presidencial.

Capítulo III – Diseño metodológico

Enfoque de investigación

La investigación se desarrolló desde un enfoque mixto, debido a que el análisis de la polarización política digital requiere integrar información cuantitativa y cualitativa. El componente cuantitativo permitió describir la distribución de los comentarios según la postura política —apoyo, rechazo, neutralidad e ironía— y el nivel de polarización —bajo, medio y alto— mediante frecuencias y porcentajes. Por su parte, el componente cualitativo permitió interpretar el sentido de las respuestas ciudadanas, considerando recursos discursivos como la ironía, el sarcasmo, la deslegitimación y los ataques personales.

De acuerdo con Creswell y Plano Clark (2018), el enfoque mixto integra datos cuantitativos y cualitativos para alcanzar una comprensión más completa de un fenómeno. Su aplicación resultó pertinente porque las cifras permitieron reconocer las categorías predominantes, mientras que la interpretación contextual ayudó a comprender cómo se manifestó la confrontación política en los comentarios analizados.

Tipo de estudio

El alcance fue descriptivo, pues la finalidad consistió en reconocer y caracterizar cómo apareció la polarización política digital en los comentarios recopilados durante la campaña.

El análisis se enfocó en las dos dimensiones definidas: postura política y nivel de polarización. No se comprobaron causas ni relaciones estadísticas entre

variables. Por esa razón, los resultados presentan tendencias del corpus, pero no explican los motivos personales que llevaron a cada usuario a adoptar una posición.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que los estudios descriptivos permiten detallar las características de un fenómeno mediante una recolección y un análisis ordenados. En este caso, ese alcance hizo posible observar una conversación digital producida dentro de un periodo claramente establecido.

Diseño de investigación

Se aplicó un diseño mixto convergente, no experimental y transversal. En el diseño convergente, los componentes cuantitativo y cualitativo se desarrollaron sobre el mismo conjunto de comentarios y posteriormente se integraron durante la interpretación de los resultados. La clasificación numérica permitió calcular frecuencias y porcentajes de las posturas políticas y los niveles de polarización, mientras que la lectura contextual permitió explicar el sentido de expresiones como la ironía, la deslegitimación y la confrontación discursiva.

El diseño fue no experimental porque los comentarios se analizaron tal como se encontraban publicados en X, sin manipular las variables ni intervenir en las respuestas de los usuarios. Asimismo, fue transversal porque la información correspondió a un periodo delimitado: la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025, desarrollada entre el 1 y el 13 de noviembre de 2025.

También se aplicó análisis de contenido digital, debido a que las unidades estudiadas fueron los comentarios ciudadanos escritos como respuesta directa a las publicaciones presidenciales seleccionadas.

Grupo de estudio / Población y muestra

El grupo de estudio estuvo formado por los comentarios ciudadanos publicados directamente en ocho entradas de la cuenta oficial del presidente del Ecuador, Daniel Noboa, en X, durante la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025.

Entre el 1 y el 13 de noviembre de 2025, periodo oficial de campaña, se encontraron ocho publicaciones que cumplieran las condiciones del estudio. Estas fueron todas las entradas elegibles ubicadas en ese intervalo y no una parte escogida de un conjunto mayor.

Las publicaciones se identificaron mediante la revisión de la cuenta oficial durante las fechas establecidas. Para ser incluidas debían cumplir los siguientes criterios:

1. Haber sido difundida dentro del periodo oficial de campaña.
2. Proceder de la cuenta oficial del presidente del Ecuador.
3. Mantener relación con asuntos presentes en el debate político de la consulta popular.
4. Contener respuestas ciudadanas públicas que pudieran recuperarse y analizarse.

Al aplicar estos criterios se incluyeron ocho publicaciones sobre reactivación económica, calidad del agua, inteligencia artificial y Constitución, salud pública, Asamblea Constituyente, indicadores económicos, seguridad y política internacional.

No se utilizó un muestreo intencional de publicaciones. El análisis consideró todas las entradas encontradas dentro del periodo que cumplían los requisitos señalados.

Cada comentario ciudadano publicado como respuesta directa se tomó como unidad de análisis. Después de limpiar la base quedaron 2.446 comentarios válidos. Se eliminaron duplicados, spam, registros sin texto comprensible y elementos ajenos al objeto de investigación.

Se realizó un censo de las ocho publicaciones elegibles y de las respuestas directas recuperables. Antes de la depuración se reunieron 2.872 registros; se excluyeron 426 por duplicación, ausencia de texto comprensible, contenido exclusivamente multimedia o incumplimiento de los criterios, y quedaron 2.446 comentarios válidos.

Operacionalización de variables

La variable principal fue la polarización política digital, comprendida como la presencia de posturas políticas y distintos grados de confrontación en los comentarios dirigidos a publicaciones presidenciales en X durante la campaña analizada.

No bastaba con separar los comentarios entre favorables y contrarios. Dos respuestas con la misma orientación podían cambiar mucho en el tono y en la manera de aceptar o desacreditar al adversario. Por ese motivo se definieron categorías que permitieran observar la dirección de la postura y, por separado, la intensidad del enfrentamiento.

Se establecieron dos dimensiones. La postura política ubicó cada comentario en apoyo, rechazo, neutralidad o ironía. El nivel de polarización midió la intensidad del lenguaje mediante tres categorías: bajo, medio y alto. Para asignarlas se consideraron el desacuerdo, el sarcasmo, el cuestionamiento fuerte, la deslegitimación, los insultos y los ataques al mensaje o a los actores involucrados.

La matriz de análisis de contenido se aplicó a los 2.446 comentarios válidos. Con este instrumento se ordenó la codificación y se obtuvieron frecuencias y porcentajes, lo que facilitó comparar los resultados generales y las diferencias entre las ocho publicaciones.

La Tabla 1 presenta la operacionalización de la variable polarización política digital

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable: Polarización política digital

Variable	Dimensión	Indicadores	Categorías de análisis
Polarización política digital	Postura política	Posición expresada por el usuario frente al mensaje presidencial	Apoyo, rechazo, neutralidad e ironía
Polarización política digital	Nivel de polarización	Intensidad de confrontación presente en el comentario ciudadano	Bajo, medio y alto

Nota. Elaboración propia con base en criterios utilizados en estudios sobre polarización política y lenguaje en redes sociales. Se retomaron los aportes de Conover et al. (2011), Demszky et al. (2019) e Iyengar et al. (2019), ajustados al objetivo y al corpus de esta investigación.

La Tabla 2 presenta las categorías y los criterios utilizados para clasificar la postura política expresada en los comentarios analizados.

Tabla 2

Matriz de análisis de la postura política

Categoría	Criterio de clasificación
Apoyo	Comentarios que expresan aceptación, respaldo o valoración positiva hacia el mensaje presidencial o la postura del mandatario.
Rechazo	Comentarios que manifiestan oposición, desacuerdo, crítica o cuestionamiento hacia el mensaje presidencial.
Neutralidad	Comentarios que presentan información, preguntas o apreciaciones sin una posición política claramente favorable o desfavorable.
Ironía	Comentarios cuyo significado depende del sarcasmo, burla o doble sentido para expresar aprobación, rechazo o cuestionamiento.

Nota. Elaboración propia. Las categorías se tomaron y adaptaron de estudios sobre posicionamiento discursivo y polarización en Twitter/X (Conover et al., 2011; Demszky et al., 2019). Su aplicación dependió del significado de cada respuesta dentro de su contexto.

La Tabla 3 presenta las categorías y los criterios utilizados para clasificar la intensidad de la polarización manifestada en los comentarios ciudadanos analizados.

Tabla 3.

Matriz de análisis del nivel de polarización

Categoría	Criterio de clasificación
Bajo	Comentarios que expresan desacuerdo, opinión o crítica sin recurrir a ataques, descalificaciones o confrontación directa.
Medio	Comentarios que presentan confrontación, sarcasmo, cuestionamiento fuerte o deslegitimación parcial hacia el mensaje o sus actores.
Alto	Comentarios que incluyen ataques personales, insultos, deshumanización, acusaciones absolutas o construcción del adversario como enemigo político.

Nota. Elaboración propia a partir de estudios sobre polarización afectiva, toxicidad y confrontación discursiva. Los criterios de Iyengar et al. (2019) y Falkenberg et al. (2024) fueron ajustados a las necesidades de esta investigación.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La información se reunió mediante observación sistemática digital y análisis de contenido. La observación sirvió para localizar, recuperar y ordenar respuestas disponibles públicamente. El análisis de contenido permitió clasificar cada comentario según la postura política y el nivel de polarización establecidos en la matriz.

Como apoyo metodológico se utilizó el estudio de Pino Uribe et al. (2024), “#EcuadorBajoAtaque: Desorden informativo y la difusión de emociones negativas en X durante la crisis de seguridad en 2024”, publicado en Dixit. Los autores reunieron información de X mediante web scraping con Python y Selenium y luego realizaron tareas de limpieza y análisis. Ese procedimiento ofreció una referencia útil para trabajar con datos digitales de un caso ecuatoriano reciente.

A partir de esa referencia, la extracción de comentarios se automatizó con Python desde Visual Studio Code. Selenium se utilizó para recorrer las publicaciones y recuperar las respuestas visibles; Pandas permitió ordenar los registros en tablas. La base pasó después por una etapa de limpieza, clasificación y preparación antes de aplicar la matriz de contenido.

Solo se recopilaron respuestas directas al tuit original. Los comentarios anidados se dejaron fuera porque pertenecían a conversaciones entre usuarios y no a una reacción inmediata ante el mensaje presidencial. Esta decisión mantuvo el vínculo directo de cada unidad con la publicación y permitió aplicar los mismos criterios a todo el corpus.

El registro se realizó en una matriz de análisis de contenido construida a partir de la variable polarización política digital. Cada comentario recibió una

postura —apoyo, rechazo, neutralidad o ironía— y un nivel —bajo, medio o alto—. La secuencia de recopilación, limpieza y clasificación siguió una lógica parecida a la de Pino Uribe et al. (2024), adaptada a los objetivos del estudio.

Análisis de datos

El análisis inició con la revisión y limpieza de la base extraída de X. Se eliminaron registros duplicados, comentarios vacíos, enlaces sin texto, spam, mensajes ajenos a las publicaciones y entradas que no podían interpretarse según los objetivos. Al terminar esta fase se obtuvo un corpus uniforme y listo para codificar.

La parte cuantitativa se trabajó con frecuencias, porcentajes y tablas de distribución. Pandas ayudó a ordenar las categorías, revisar los totales y comparar las ocho publicaciones. De esta manera se pudo conocer el peso de cada postura y de cada nivel de polarización tanto en el conjunto general como en cada tuit.

El componente cualitativo siguió una codificación dirigida y contextual. Primero se leyó el comentario junto con el tuit de origen; después se identificaron unidades de sentido asociadas con argumento, pregunta, ironía o sarcasmo, acusación, deslegitimación y ataque personal; luego se aplicaron reglas de decisión para diferenciar postura e intensidad. La ironía se asignó como postura cuando el sentido implícito invertía o ridiculizaba el mensaje; el nivel medio se utilizó para confrontación, sarcasmo o deslegitimación parcial, y el alto para insultos, ataques personales o construcción del adversario como enemigo. Finalmente, los patrones cualitativos se contrastaron con las frecuencias de cada publicación para integrar ambos componentes.

Para comprobar la fiabilidad del proceso de clasificación se aplicó una prueba de consistencia intra-codificador. Este procedimiento permite determinar si una misma persona mantiene criterios estables cuando codifica nuevamente una parte del corpus después de un intervalo determinado. Para ello, se seleccionó una submuestra proporcional de 245 comentarios, equivalente al 10,02 % de los 2.446 comentarios válidos y distribuida entre las ocho publicaciones analizadas.

La primera codificación se realizó el 13 de julio de 2026 y la recodificación el 13 de agosto de 2026, por lo que transcurrió un intervalo de un mes. Durante la segunda revisión, la persona investigadora volvió a clasificar los 245 comentarios sin consultar las decisiones iniciales. En ambas ocasiones se utilizaron las mismas categorías de postura política —apoyo, rechazo, neutralidad e ironía— y nivel de polarización —bajo, medio y alto—. Posteriormente, cada clasificación original fue comparada con su correspondiente recodificación mediante el código asignado a cada comentario.

La concordancia se evaluó mediante el porcentaje de acuerdo y el coeficiente kappa de Cohen. El porcentaje de acuerdo representa la proporción de comentarios que recibieron la misma clasificación en las dos revisiones. Por su parte, el kappa de Cohen estima el grado de concordancia descontando las coincidencias que podrían producirse por azar; por esta razón, ofrece una medida más rigurosa de la estabilidad de la codificación que el porcentaje de acuerdo considerado de manera aislada. El coeficiente adopta valores que generalmente oscilan entre 0 y 1: los valores cercanos a 1 representan una concordancia elevada, mientras que los valores próximos a 0 indican que el acuerdo no supera sustancialmente el esperado por azar.

En la variable postura política coincidieron 242 de las 245 clasificaciones, lo que representó un acuerdo del 98,78 %. Después de considerar el acuerdo esperado por azar, se obtuvo un kappa de Cohen de 0,981. En la variable nivel de polarización coincidieron 240 clasificaciones, equivalentes a un acuerdo del 97,96 %, con un kappa de 0,968. En consecuencia, ambos resultados corresponden a una consistencia intra-codificador casi perfecta. Esto demuestra que las categorías operativas fueron aplicadas de manera estable y respalda la fiabilidad del procedimiento utilizado para clasificar los comentarios del corpus.

Tabla 4

Resultados de la prueba de consistencia intra-codificador

Variable evaluada	Muestra	Acuerdos	Desacuerdos	Acuerdo observado	Kappa de Cohen	Interpretación
Postura política	245	242	3	98,78 %	0,981	Casi perfecta
Nivel de polarización	245	240	5	97,96 %	0,968	Casi perfecta

Nota. La submuestra correspondió al 10,02 % de los 2.446 comentarios válidos. La recodificación se realizó un mes después de la primera clasificación y sin consultar las decisiones iniciales. El coeficiente kappa descuenta las coincidencias que podrían haberse producido por azar.

Al reunir los dos componentes fue posible relacionar los porcentajes con el sentido de los mensajes. Las cifras mostraron cuáles categorías fueron más frecuentes, mientras la lectura cualitativa permitió diferenciar cómo se presentaron el apoyo, el rechazo, la neutralidad y la ironía, así como una crítica moderada de una respuesta muy confrontativa.

Consideraciones éticas

El estudio utilizó contenido disponible públicamente y aplicó el principio de minimización de datos. No se reprodujeron nombres de usuario, fotografías, biografías ni identificadores de cuenta; los códigos analíticos sustituyeron cualquier dato que pudiera facilitar la identificación. Las citas textuales, cuando sean incorporadas con respaldo del corpus, deberán anonimizarse y limitarse al fragmento indispensable. El repositorio destinado al tribunal debe mantener permisos de lectura y una versión depurada sin identificadores personales. El uso académico del contenido no elimina la responsabilidad de reducir riesgos de exposición, estigmatización o rastreo inverso.

Limitaciones

Una limitación estuvo relacionada con el funcionamiento técnico de X. La carga dinámica, los cambios de interfaz y la disponibilidad irregular del contenido pudieron impedir que se recuperaran algunos comentarios. También afectaron las respuestas eliminadas, las cuentas privadas y las restricciones de acceso. Por ello, el corpus representa el material que estaba disponible cuando se realizó la extracción.

Otra limitación se refiere al alcance de la muestra. Las personas activas en X forman solo una parte de la población y sus comentarios no pueden considerarse una medición de la opinión pública nacional. Los resultados describen la conversación de ocho publicaciones específicas. Como tampoco se incluyeron respuestas anidadas, no fue posible reconstruir todas las discusiones entre usuarios ni sus redes de contacto.

La última limitación tiene que ver con la interpretación del lenguaje. La ironía, el sarcasmo y los ataques personales pueden entenderse de más de una

manera según el contexto. Para disminuir esa dificultad se usaron criterios definidos con anterioridad y se revisó cada comentario antes de clasificarlo. Aun así, la codificación conserva una parte interpretativa que debe tomarse en cuenta al leer los resultados.

Capítulo IV – Resultados

Resultados

Este capítulo presenta los resultados obtenidos al revisar los comentarios ciudadanos publicados en respuesta a ocho mensajes del presidente Daniel Noboa en X durante la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025. La clasificación se hizo con la matriz explicada en la metodología y consideró dos dimensiones: postura política y nivel de polarización.

Los casos se muestran según la fecha de publicación. En cada apartado se explica brevemente el tema del mensaje, la cantidad de registros encontrados y válidos, los porcentajes obtenidos y la interpretación de las principales tendencias.

Resultados del Tuit/X 1

Este apartado responde a los objetivos específicos 1 y 2 mediante la clasificación de posturas y niveles; su lectura cualitativa vincula los porcentajes con polarización afectiva, ironía y deslegitimación desarrolladas en el marco teórico.

El primer mensaje se publicó el 2 de noviembre de 2025 en la cuenta del presidente Daniel Noboa Azin. Su contenido destacó la reactivación económica, el aumento de las ventas en octubre y la recuperación del sector de la construcción.

Texto del tuit presidencial:

“El Nuevo Ecuador se sigue reactivando ec

Aunque algunos incrédulos digan que la mejora económica es “según el Gobierno”, los datos no mienten.

Octubre, a pesar de tres semanas de paro, crece en ventas un 8.4%, con una fuerte recuperación en construcción del 21.6%, sector que genera mucho empleo.

En el gráfico también pueden ver el comparativo de los últimos cuatro años y el crecimiento, a pesar de los precios bajos del petróleo.

El Ecuador debe seguir avanzando. Es tarea de todos seguir creyendo en nuestro país e impulsar el progreso de los ecuatorianos.”

Enlace del tuit:

<https://x.com/i/status/1985028956425490545>

La base de esta publicación tenía 214 registros. Al revisar duplicados, relación con el tema y legibilidad, quedaron 184 comentarios válidos; los otros 30 se descartaron porque no tenían texto comprensible o no respondían directamente al mensaje.

El rechazo fue claramente la postura principal: 127 comentarios, que representan el 69,02 %. Después apareció la ironía con 31 casos (16,85 %), seguida del apoyo con 23 (12,50 %). Solo 3 respuestas fueron neutrales, equivalentes al 1,63 %.

Tabla 5*Distribución de la postura política en el Tuit/X 1*

Postura política	Frecuencia	Porcentaje
Rechazo	127	69,02 %
Ironía	31	16,85 %
Apoyo	23	12,50 %
Neutralidad	3	1,63 %
Total	184	100 %

Nota: La mayoría de los usuarios no recibió la publicación como un informe económico neutral. Varios compararon el discurso de recuperación con lo que vivían a diario y pusieron en duda tanto las cifras como la credibilidad de la autoridad que las difundía. Por esa razón, el hilo terminó hablando menos de los indicadores y más de la confianza en el Gobierno.

Una parte importante del cuestionamiento se expresó mediante ironía. En vez de presentar argumentos largos, algunos participantes usaron burlas, sarcasmos o frases de incredulidad. El sentido siguió siendo crítico, pero el uso de estos recursos dio al intercambio un tono más tenso.

Nivel de polarización del Tuit/X 1

Respecto a la intensidad, 128 comentarios se clasificaron en el nivel medio (69,57 %), 46 llegaron al nivel alto (25,00 %) y solamente 10 se ubicaron en el bajo (5,43 %).

Tabla 6*Distribución del nivel de polarización en el Tuit/X 1*

Nivel de polarización	Frecuencia	Porcentaje
Medio	128	69,57 %
Alto	46	25,00 %
Bajo	10	5,43 %
Total	184	100 %

Nota: Al sumar los niveles medio y alto se observa que la conversación fue principalmente confrontativa. No todas las respuestas contenían insultos, pero sí aparecieron con frecuencia el desacuerdo fuerte, la desconfianza y la burla. El anuncio económico terminó funcionando como motivo para una discusión política y no como un debate técnico sobre las cifras.

Los pocos comentarios de nivel bajo muestran que hubo un espacio reducido para respuestas moderadas o enfocadas solo en los datos. La mayor parte de los usuarios conectó la publicación con otros problemas del país o cuestionó el relato oficial. Así, las críticas a la economía se mezclaron con opiniones generales sobre la gestión del Gobierno.

Este primer tuit dejó un resultado marcado por el rechazo, una neutralidad casi nula y un uso frecuente de la ironía. El comportamiento del hilo sugiere que, en el periodo de campaña, el mensaje presidencial despertó desconfianza y una discusión con un tono poco moderado.

Resultados del Tuit/X 2

Este apartado responde a los objetivos específicos 1 y 2 mediante la clasificación de posturas y niveles; su lectura cualitativa vincula los porcentajes con polarización afectiva, ironía y deslegitimación desarrolladas en el marco teórico.

La segunda publicación fue difundida el 8 de noviembre de 2025. El presidente habló sobre la calidad del agua en Guayaquil y la contaminación del río Daule, mencionó posibles sustancias contaminantes y señaló responsabilidades de las autoridades municipales. El mensaje apareció dentro del periodo oficial de campaña definido por el CNE (2025a).

Texto del tuit presidencial:

“En pleno 2025, todavía hay quienes creen que está bien que Guayaquil consuma agua con caca, detergente, aluminio, plomo y cobre”.

En el resto de la publicación se aseguró que no se permitiría continuar con la contaminación del río Daule. También se mencionaron riesgos para la salud, metales y compuestos químicos, la cantidad de agua usada para abastecer a Guayaquil, varios años de incumplimientos y una posible negligencia de las autoridades locales.

Enlace del tuit:

<https://x.com/i/status/1987145333126639723>

Al inicio se recuperaron 390 registros. Después de la limpieza quedaron 354 comentarios válidos y se retiraron 36 entradas formadas solo por enlaces, sin texto comprensible o fuera de las fechas establecidas.

La postura más común volvió a ser el rechazo, con 170 comentarios (48,02 %). La ironía ocupó el segundo lugar con 85 casos (24,01 %); la neutralidad sumó 62 (17,51 %) y el apoyo quedó al final con 37 respuestas (10,45 %).

Tabla 7

Distribución de la postura política en el Tuit/X 2

Postura política	Frecuencia	Porcentaje
Rechazo	170	48,02 %
Ironía	85	24,01 %
Neutralidad	62	17,51 %
Apoyo	37	10,45 %
Total	354	100 %

Nota: Aunque la publicación trataba un problema ambiental y sanitario, los comentarios se orientaron principalmente hacia la política. Los usuarios discutieron la credibilidad del presidente, el momento en que hizo la acusación y el conflicto entre el Gobierno central y el Municipio de Guayaquil. El tema del agua terminó mezclado con la campaña electoral.

Casi una cuarta parte de las respuestas usó ironía. En muchos casos se eligió el sarcasmo o la burla en lugar de explicar de forma extensa el problema ambiental. Este recurso sirvió para poner en duda la intención del mensaje y para atacar la imagen de los actores involucrados en la disputa institucional.

Nivel de polarización del Tuit/X 2

En los niveles de polarización, 153 comentarios fueron medios (43,22 %), 125 altos (35,31 %) y 76 bajos (21,47 %).

Tabla 8

Distribución del nivel de polarización en el Tuit/X 2

Nivel de polarización	Frecuencia	Porcentaje
Medio	153	43,22 %
Alto	125	35,31 %
Bajo	76	21,47 %
Total	354	100 %

Nota: La presencia conjunta de los niveles medio y alto muestra una conversación tensa, aunque hubo más respuestas moderadas que en el primer caso. Junto con preguntas y datos, aparecieron descalificaciones, sarcasmos y críticas directas. La calidad del agua fue usada como parte de un conflicto político que iba más allá del problema ambiental.

En este segundo hilo predominó el rechazo, la ironía tuvo una presencia importante y el apoyo fue reducido. Buena parte de la discusión pasó de lo ambiental y sanitario a la confianza en las instituciones, la responsabilidad de las autoridades y la credibilidad del mensaje presidencial.

Resultados del Tuit/X 3

Este apartado responde a los objetivos específicos 1 y 2 mediante la clasificación de posturas y niveles; su lectura cualitativa vincula los porcentajes con polarización afectiva, ironía y deslegitimación desarrolladas en el marco teórico.

El tercer tuit también se publicó el 8 de noviembre de 2025. Fue una respuesta a la polémica sobre ChatGPT y la posibilidad de redactar una nueva Constitución, y afirmó que la inteligencia artificial no escribiría ese texto.

Texto del tuit presidencial:

“La Constitución no la escribirá la IA, como alegan los políticos desesperados por confundir a la gente”.

La publicación presentó la inteligencia artificial como una herramienta de aprendizaje y anunció 30.000 becas para su formación. También indicó que una futura Constitución sería escrita por “patriotas”. Con esto, el presidente trató de aclarar las críticas generadas por declaraciones anteriores.

Enlace del tuit:

<https://x.com/i/status/1987220675795304700>

La extracción produjo 366 registros. Luego de la depuración se mantuvieron 308 comentarios aptos para el análisis y se eliminaron 58 entradas sin texto visible, sin contenido comprensible o compuestas únicamente por material multimedia.

El rechazo sumó 160 comentarios (51,95 %) y la ironía 86 (27,92 %). En menor proporción aparecieron el apoyo con 37 casos (12,01 %) y la neutralidad con 25 (8,12 %).

Tabla 9*Distribución de la postura política en el Tuit/X 3*

Postura política	Frecuencia	Porcentaje
Rechazo	160	51,95 %
Ironía	86	27,92 %
Apoyo	37	12,01 %
Neutralidad	25	8,12 %
Total	308	100 %

Nota: La presencia conjunta del rechazo y la ironía muestra una recepción predominantemente crítica del mensaje presidencial. Los comentarios cuestionaron la credibilidad de la aclaración ofrecida y recurrieron tanto al desacuerdo directo como al sarcasmo para señalar contradicciones en el discurso. El apoyo tuvo una presencia limitada y se relacionó principalmente con la defensa del uso de la inteligencia artificial y la promoción de las becas, mientras que la neutralidad apareció en intervenciones informativas o preguntas sin una valoración política claramente definida.

En este tercer hilo, la discusión trascendió el contenido específico de la publicación y se concentró en la confianza depositada en el mensaje presidencial. La controversia sobre el uso de la inteligencia artificial funcionó como punto de partida para cuestionar la coherencia del discurso gubernamental y la propuesta de una nueva Constitución. De esta manera, la conversación articuló opiniones sobre innovación tecnológica, credibilidad política y consulta popular.

Nivel de polarización del Tuit/X 3

Sobre la intensidad, 140 respuestas se ubicaron en el nivel medio (45,45 %), 132 en el alto (42,86 %) y 36 en el bajo (11,69 %).

Tabla 10

Distribución del nivel de polarización en el Tuit/X 3

Nivel de polarización	Frecuencia	Porcentaje
Medio	140	45,45 %
Alto	132	42,86 %
Bajo	36	11,69 %
Total	308	100 %

Nota: La explicación presidencial no logró terminar la discusión. Más de la mitad de los comentarios rechazó el mensaje y muchos respondieron con ironía. El debate no se centró solamente en el uso de la tecnología, pues también se cuestionó si esta publicación era coherente con afirmaciones anteriores del mandatario.

Las menciones a ChatGPT y a la posible redacción automática del propio tuit fueron usadas repetidamente para burlarse. En este caso, la ironía sirvió para desacreditar el contenido, la forma de comunicar del presidente y la consistencia de su aclaración.

Entre los ocho casos, este fue uno de los más confrontativos. La conversación sobre inteligencia artificial se convirtió rápidamente en una discusión sobre la consulta, la Asamblea Constituyente, la credibilidad presidencial y la confianza en las instituciones.

Resultados del Tuit/X 4

Este apartado responde a los objetivos específicos 1 y 2 mediante la clasificación de posturas y niveles; su lectura cualitativa vincula los porcentajes con polarización afectiva, ironía y deslegitimación desarrolladas en el marco teórico.

La cuarta publicación apareció el 9 de noviembre de 2025 y anunció un financiamiento de USD 250 millones del Banco Interamericano de Desarrollo para comprar medicamentos y fortalecer la atención pública de salud.

Texto del tuit presidencial:

“El @el_BID apuesta por el Ecuador con USD 250 millones para fortalecer la compra de medicamentos y mejorar el servicio de salud pública”.

El proyecto fue presentado como un compromiso con la atención médica. El mensaje añadió que el Comité de Salud debía vigilar que los recursos se utilizaran para abastecer de medicinas a todo el país.

Enlace del tuit:

<https://x.com/i/status/1987476750603841704>

El archivo original contenía 392 registros. Tras aplicar los criterios de limpieza se conservaron 335 comentarios y se retiraron 57 entradas sin texto comprensible o formadas únicamente por contenido multimedia.

El rechazo encabezó la distribución con 235 comentarios (70,15 %). Le siguió la neutralidad con 63 casos (18,81 %), luego la ironía con 21 (6,27 %) y, finalmente, el apoyo con 16 respuestas (4,78 %).

Tabla 11

Distribución de la postura política en el Tuit/X 4

Postura política	Frecuencia	Porcentaje
Rechazo	235	70,15 %
Neutralidad	63	18,81 %
Ironía	21	6,27 %
Apoyo	16	4,78 %
Total	335	100 %

Nota: El predominio del rechazo evidencia una recepción mayoritariamente desfavorable del anuncio presidencial. Los comentarios cuestionaron que la adquisición de medicamentos dependiera de un nuevo financiamiento y expresaron dudas sobre el manejo de los recursos públicos, el endeudamiento y la situación del sistema de salud. La neutralidad se manifestó principalmente mediante preguntas, solicitudes de información y referencias a necesidades sanitarias, mientras que la ironía se utilizó para desacreditar la gestión gubernamental. El apoyo fue reducido y se concentró en mensajes que valoraron positivamente el financiamiento y manifestaron confianza en la administración presidencial.

En este cuarto hilo, el anuncio sobre el financiamiento destinado a medicamentos generó una discusión que superó el contenido inmediato de la publicación. Las respuestas relacionaron la situación sanitaria con el endeudamiento público, la administración de los impuestos y las prioridades del Gobierno. De este modo, la conversación reflejó una marcada desconfianza hacia la capacidad institucional para atender las necesidades del sistema de salud.

Nivel de polarización del Tuit/X 4

Por nivel de polarización, 165 comentarios fueron medios (49,25 %), 98 altos (29,25 %) y 72 bajos (21,49 %).

Tabla 12

Distribución del nivel de polarización en el Tuit/X 4

Nivel de polarización	Frecuencia	Porcentaje
Medio	165	49,25 %
Alto	98	29,25 %
Bajo	72	21,49 %
Total	335	100 %

Nota: La reacción al anuncio fue mayormente crítica. En vez de hablar solo de una futura disponibilidad de medicamentos, muchos usuarios relacionaron el crédito con la deuda, el uso del presupuesto y promesas anteriores sobre la salud pública. Sus respuestas mostraron una diferencia entre el sentido institucional del anuncio y la experiencia cotidiana que decían tener.

En esta publicación hubo más comentarios neutrales que en varios de los otros casos. Algunas personas hicieron preguntas o pidieron información sobre el préstamo y el uso de los fondos. A pesar de ello, el rechazo y los niveles medio y alto indican que dominaron las dudas sobre deuda pública, IESS, impuestos, combustibles y confianza en el Gobierno.

El cuarto tuit muestra cómo un anuncio de cooperación financiera puede leerse desde conflictos políticos anteriores. El tema de la salud quedó relacionado con el manejo del dinero público y con la capacidad del Gobierno para transformar el crédito en medicinas disponibles.

Resultados del Tuit/X 5

Este apartado responde a los objetivos específicos 1 y 2 mediante la clasificación de posturas y niveles; su lectura cualitativa vincula los porcentajes con polarización afectiva, ironía y deslegitimación desarrolladas en el marco teórico.

La quinta publicación fue difundida el 10 de noviembre de 2025. En ella, el presidente habló de una nueva Constitución y mencionó a Annabella Azin, Niels Olsen y Diana Salazar como posibles figuras de una Asamblea Constituyente.

Texto del tuit presidencial: | Fragmento textual: “Ellos escribieron las reglas para protegerse entre ellos. Hoy, el Ecuador elige hacerlo distinto”.

El mensaje comparó las reglas vigentes con la propuesta de un orden distinto, en el que la ciudadanía tendría prioridad sobre los criminales. Además, describió a las personas mencionadas como figuras sin compromisos con organizaciones políticas.

Enlace del tuit: | <https://x.com/i/status/1987865766356525169>

Se reunieron 391 registros en la primera extracción. Después de la depuración se conservaron 338 comentarios válidos y se excluyeron 53 entradas sin texto comprensible, sin contenido visible o fuera del periodo definido.

El rechazo alcanzó 203 comentarios (60,06 %). Las otras posturas tuvieron valores cercanos entre sí: neutralidad, 54 casos (15,98 %); apoyo, 52 (15,38 %); e ironía, 29 (8,58 %).

Tabla 13

Distribución de la postura política en el Tuit/X 5

Postura política	Frecuencia	Porcentaje
Rechazo	203	60,06 %
Neutralidad	54	15,98 %
Apoyo	52	15,38 %
Ironía	29	8,58 %
Total	338	100 %

Nota: El predominio del rechazo refleja una valoración mayoritariamente desfavorable de la propuesta de una asamblea constituyente y de los posibles candidatos mencionados en el mensaje presidencial. Los comentarios críticos expresaron desconfianza hacia las motivaciones del Gobierno, cuestionaron la trayectoria de las figuras señaladas y relacionaron la propuesta con intereses políticos particulares. La neutralidad apareció principalmente en publicaciones informativas, preguntas y referencias sin una posición claramente definida. Aunque el apoyo tuvo una presencia visible y se manifestó mediante expresiones favorables a una nueva Constitución, fue considerablemente menor que el rechazo. La ironía se utilizó para ridiculizar a los posibles candidatos y poner en duda su independencia.

En este quinto hilo, la discusión se concentró en la legitimidad de una eventual asamblea constituyente y en la confianza que generaban sus posibles integrantes. Las respuestas no se limitaron a valorar la propuesta institucional, sino que también abordaron la independencia política, los antecedentes de las figuras mencionadas y los intereses asociados con una nueva Constitución. En consecuencia, el debate reflejó una marcada división entre quienes consideraban necesaria la

reforma constitucional y quienes la interpretaban como una estrategia favorable al Gobierno.

Nivel de polarización del Tuit/X 5

En el nivel de polarización se registraron 183 comentarios medios (54,14 %), 101 altos (29,88 %) y 54 bajos (15,98 %).

Tabla 14

Distribución del nivel de polarización en el Tuit/X 5

Nivel de polarización	Frecuencia	Porcentaje
Medio	183	54,14 %
Alto	101	29,88 %
Bajo	54	15,98 %
Total	338	100 %

Nota: Los usuarios no interpretaron la propuesta únicamente desde el derecho constitucional. El alto rechazo estuvo relacionado con la confianza en el Gobierno, la posible composición de la Constituyente y el papel de la familia presidencial. El tuit volvió a activar opiniones ya formadas sobre nombres concretos de la política.

Entre las respuestas de apoyo se destacó la valoración positiva de Diana Salazar y la expectativa de una posición fuerte frente al correísmo y la inseguridad. Las críticas, por su parte, hablaron de favoritismo, cuestionaron los posibles nombres y pusieron en duda la necesidad de redactar una nueva Constitución.

Los niveles medio y alto concentraron la mayor parte de los comentarios, con acusaciones, ironías y enfrentamientos entre grupos. Al mencionar personas

específicas, la discusión se volvió más personal y se alejó parcialmente del contenido constitucional para concentrarse en la confianza que generaba cada figura.

El quinto caso terminó superando el plano institucional. El rechazo fue la postura principal y la conversación giró alrededor de seguridad, justicia, correísmo, posibles candidaturas y credibilidad presidencial.

Resultados del Tuit/X 6

Este apartado responde a los objetivos específicos 1 y 2 mediante la clasificación de posturas y niveles; su lectura cualitativa vincula los porcentajes con polarización afectiva, ironía y deslegitimación desarrolladas en el marco teórico.

La sexta entrada, publicada el 10 de noviembre de 2025, destacó la disminución del riesgo país y la inflación anual de octubre. Estos indicadores fueron presentados como resultados de la gestión y como una respuesta a las críticas contra el Gobierno.

Texto del tuit presidencial: | Fragmento textual: “Cuando hay resultados, las mentiras se caen solas”.

El mensaje también indicó que el riesgo país había bajado a 688 puntos y que la reducción acumulada desde el inicio del Gobierno se acercaba a 1.300 puntos. Se mencionó una inflación anual de 1,24 % y se cerró afirmando que Ecuador continuaba avanzando.

Enlace del tuit: | <https://x.com/i/status/1987911788742971627>

La primera extracción obtuvo 382 registros. Con la limpieza se conservaron 319 comentarios válidos y se descartaron 63 entradas sin texto comprensible, compuestas solo por enlaces o publicadas fuera del periodo definido.

Con 234 comentarios, el rechazo llegó al 73,35 %, el valor más alto de las ocho publicaciones. La ironía reunió 44 casos (13,79 %), el apoyo 33 (10,34 %) y la neutralidad apenas 8 (2,51 %).

Tabla 15

Distribución de la postura política en el Tuit/X 6

Postura política	Frecuencia	Porcentaje
Rechazo	234	73,35 %
Ironía	44	13,79 %
Apoyo	33	10,34 %
Neutralidad	8	2,51 %
Total	319	100 %

Nota: El marcado predominio del rechazo evidencia una recepción ampliamente desfavorable de los datos económicos presentados por el mandatario. Los comentarios cuestionaron que la reducción del riesgo país y otros indicadores se correspondieran con las condiciones experimentadas por la ciudadanía, especialmente en materia de empleo, seguridad, salud y costo de vida. La ironía reforzó esta postura mediante burlas y comparaciones entre las cifras oficiales y la realidad cotidiana. El apoyo se concentró en mensajes que valoraron positivamente la gestión económica y la disminución del riesgo país, mientras que la neutralidad fue mínima debido a que la conversación estuvo dominada por posiciones políticas claramente definidas.

En este sexto hilo, la discusión mostró una distancia evidente entre la lectura gubernamental de los indicadores macroeconómicos y la percepción ciudadana sobre la situación del país. Para una parte importante de los usuarios, la disminución del riesgo país no representaba una mejora concreta en sus condiciones de vida. De esta manera, el debate se desplazó de las cifras económicas hacia la credibilidad del mensaje presidencial y la capacidad del Gobierno para convertir los indicadores favorables en resultados perceptibles para la población.

Nivel de polarización del Tuit/X 6

La polarización media apareció en 189 comentarios (59,25 %) y el alta en 99 (31,03 %). El nivel bajo registró únicamente 31 casos (9,72 %).

Tabla 16

Distribución del nivel de polarización en el Tuit/X 6

Nivel de polarización	Frecuencia	Porcentaje
Medio	189	59,25 %
Alto	99	31,03 %
Bajo	31	9,72 %
Total	319	100 %

Nota: Quienes comentaron no revisaron los indicadores por separado.

Muchas respuestas los compararon con la inseguridad, el desempleo, el costo de vida, la falta de medicamentos y el endeudamiento. El hilo puso frente a frente las cifras oficiales y la percepción cotidiana expresada por los usuarios.

En varios comentarios se hicieron juegos de palabras con el “riesgo país”. La idea más repetida señalaba que el indicador financiero bajaba mientras el riesgo de vivir en Ecuador subía. Con esta ironía se cuestionó el discurso económico sin entrar

en explicaciones técnicas y se destacó la distancia entre el dato y la experiencia ciudadana.

El sexto tuit presentó un nivel alto de conflicto: tuvo mucho rechazo, casi ninguna neutralidad y más del 90 % de las respuestas en niveles medio o alto. La publicación económica fue vista como parte de la campaña y llevó la discusión hacia seguridad, salud, deuda y confianza en los resultados del Gobierno.

Resultados del Tuit/X 7

Este apartado responde a los objetivos específicos 1 y 2 mediante la clasificación de posturas y niveles; su lectura cualitativa vincula los porcentajes con polarización afectiva, ironía y deslegitimación desarrolladas en el marco teórico.

El séptimo mensaje apareció el 10 de noviembre de 2025. Con la frase “Ya empezarán con la quejadera...”, el presidente presentó la Cárcel del Encuentro y el traslado de personas privadas de libertad como parte de su política de seguridad.

Texto del tuit presidencial:

“Ya empezarán con la quejadera...”

Enlace del tuit:

<https://x.com/i/status/1987981386817421394>

La recopilación reunió 378 registros. Después de la revisión se conservaron 322 comentarios válidos y se retiraron 56 entradas sin texto comprensible, sin contenido visible o fuera de los criterios fijados.

El rechazo volvió a ocupar el primer lugar con 156 comentarios (48,45 %). La ironía alcanzó 68 casos (21,12 %), el apoyo 51 (15,84 %) y la neutralidad 47 (14,60 %).

Tabla 17

Distribución de la postura política en el Tuit/X 7

Postura política	Frecuencia	Porcentaje
Rechazo	156	48,45 %
Ironía	68	21,12 %
Apoyo	51	15,84 %
Neutralidad	47	14,60 %
Total	322	100 %

Nota: El marcado predominio del rechazo evidencia una recepción ampliamente desfavorable de los datos económicos presentados por el mandatario. Los comentarios cuestionaron que la reducción del riesgo país y otros indicadores se correspondieran con las condiciones experimentadas por la ciudadanía, especialmente en materia de empleo, seguridad, salud y costo de vida. La ironía reforzó esta postura mediante burlas y comparaciones entre las cifras oficiales y la realidad cotidiana. El apoyo se concentró en mensajes que valoraron positivamente la gestión económica y la disminución del riesgo país, mientras que la neutralidad fue mínima debido a que la conversación estuvo dominada por posiciones políticas claramente definidas.

En este sexto hilo, la discusión mostró una distancia evidente entre la lectura gubernamental de los indicadores macroeconómicos y la percepción ciudadana sobre la situación del país. Para una parte importante de los usuarios, la disminución del

riesgo país no representaba una mejora concreta en sus condiciones de vida. De esta manera, el debate se desplazó de las cifras económicas hacia la credibilidad del mensaje presidencial y la capacidad del Gobierno para convertir los indicadores favorables en resultados perceptibles para la población.

Nivel de polarización del Tuit/X 7

Según la intensidad, 182 comentarios se clasificaron como medios (56,52 %), 102 como altos (31,68 %) y 38 como bajos (11,80 %).

Tabla 18

Distribución del nivel de polarización en el Tuit/X 7

Nivel de polarización	Frecuencia	Porcentaje
Medio	182	56,52 %
Alto	102	31,68 %
Bajo	38	11,80 %
Total	322	100 %

Nota: El mensaje corto y desafiante llevó la conversación hacia la política penitenciaria, la idea de “mano dura”, el modelo de Nayib Bukele y la consulta popular. Algunos usuarios lo entendieron como un anuncio de gestión; otros, como una demostración de autoridad dentro de la campaña.

La ironía tuvo usos diferentes en este hilo. Unas respuestas se burlaron del estilo presidencial, de los reclusos o de la forma de presentar la cárcel; otras emplearon el mismo tono para apoyar la medida. Pese a esa diferencia, el rechazo fue mayor y se relacionó con dudas sobre la eficacia de la estrategia y su intención propagandística.

La séptima publicación generó un intercambio muy confrontativo, dominado por los niveles medio y alto. La discusión enfrentó a quienes apoyaban medidas duras de seguridad con quienes criticaban el crimen organizado, el sistema penitenciario y la forma de comunicar del presidente.

Resultados del Tuit/X 8

Este apartado responde a los objetivos específicos 1 y 2 mediante la clasificación de posturas y niveles; su lectura cualitativa vincula los porcentajes con polarización afectiva, ironía y deslegitimación desarrolladas en el marco teórico.

La octava publicación fue realizada el 11 de noviembre de 2025. El presidente agradeció a María Corina Machado una invitación para acompañarla en Noruega durante la ceremonia del Premio Nobel de la Paz y relacionó el encuentro con un mensaje regional de libertad y resistencia democrática.

Texto del tuit presidencial:

“Gracias, @MariaCorinaYA, por tu invitación personal para acompañarte en un día tan importante para nuestro continente.

Será un honor estar contigo en Noruega. Tu lucha representa el coraje de toda una región que se niega a rendirse, que se niega a volver atrás. Nos vemos allá, como desde el inicio: del mismo lado de la historia”.

Enlace del tuit:

<https://x.com/i/status/1988236243834999181>

El archivo inicial tenía 359 registros. Una vez depurados, quedaron 286 comentarios y se excluyeron 73 entradas sin texto visible, sin contenido comprensible o fuera de las fechas seleccionadas.

Con 131 comentarios (45,80 %), el rechazo fue la postura principal. Este caso, sin embargo, tuvo un apoyo más alto que los anteriores: 81 respuestas (28,32 %). La ironía sumó 53 casos (18,53 %) y la neutralidad 21 (7,34 %).

Tabla 19

Distribución de la postura política en el Tuit/X 8

Postura política	Frecuencia	Porcentaje
Rechazo	131	45,80 %
Apoyo	81	28,32 %
Ironía	53	18,53 %
Neutralidad	21	7,34 %
Total	286	100 %

Nota: El predominio del rechazo evidencia que el encuentro internacional del mandatario fue recibido principalmente desde una perspectiva crítica. Los comentarios desfavorables cuestionaron sus viajes al exterior, su atención a los problemas internos del país y su relación con la figura política mencionada en la publicación. Sin embargo, el apoyo alcanzó una presencia mayor que en varios de los hilos anteriores y se manifestó en mensajes que valoraron la defensa de la democracia, la libertad y la relación entre Ecuador y Venezuela. La ironía recurrió a burlas y dobles sentidos para desacreditar a los actores involucrados, mientras que la neutralidad fue reducida debido al carácter político y polarizante del tema.

En este octavo hilo, la conversación se articuló alrededor de dos interpretaciones contrapuestas. Por una parte, algunos usuarios consideraron el encuentro como una expresión de respaldo a la democracia y a la oposición venezolana; por otra, numerosos comentarios lo interpretaron como una distracción

frente a los problemas nacionales. Esta oposición explica la presencia simultánea de un rechazo predominante y un apoyo más visible que en otras publicaciones analizadas.

Nivel de polarización del Tuit/X 8

Los niveles estuvieron más repartidos que en los demás tuits: 111 comentarios fueron medios (38,81 %), 97 bajos (33,92 %) y 78 altos (27,27 %).

Tabla 20

Distribución del nivel de polarización en el Tuit/X 8

Nivel de polarización	Frecuencia	Porcentaje
Medio	111	38,81 %
Bajo	97	33,92 %
Alto	78	27,27 %
Total	286	100 %

Las respuestas favorables destacaron la defensa de la democracia venezolana, la figura de María Corina Machado y la presencia regional del Ecuador. Quienes rechazaron el mensaje se enfocaron en el viaje, el posible uso de dinero público y la idea de que el presidente atendía asuntos internacionales mientras continuaban problemas internos de seguridad y salud.

La ironía retomó los viajes presidenciales, el avión oficial, la forma en que estaba escrito el mensaje y la frase “del mismo lado de la historia”. Por medio del sarcasmo, los usuarios cuestionaron la relación entre el discurso internacional y la realidad del país sin desarrollar argumentos extensos.

Aunque la orientación general siguió siendo crítica, el octavo caso mostró más apoyo y una presencia mayor del nivel bajo de polarización. En el mismo hilo se mezclaron la política internacional, la campaña, los problemas nacionales y la confianza en el liderazgo presidencial.

La Tabla 21 compara las ocho publicaciones y permite responder al tercer objetivo específico; la Figura 1 visualiza las diferencias de postura y nivel entre los casos.

Tabla 21

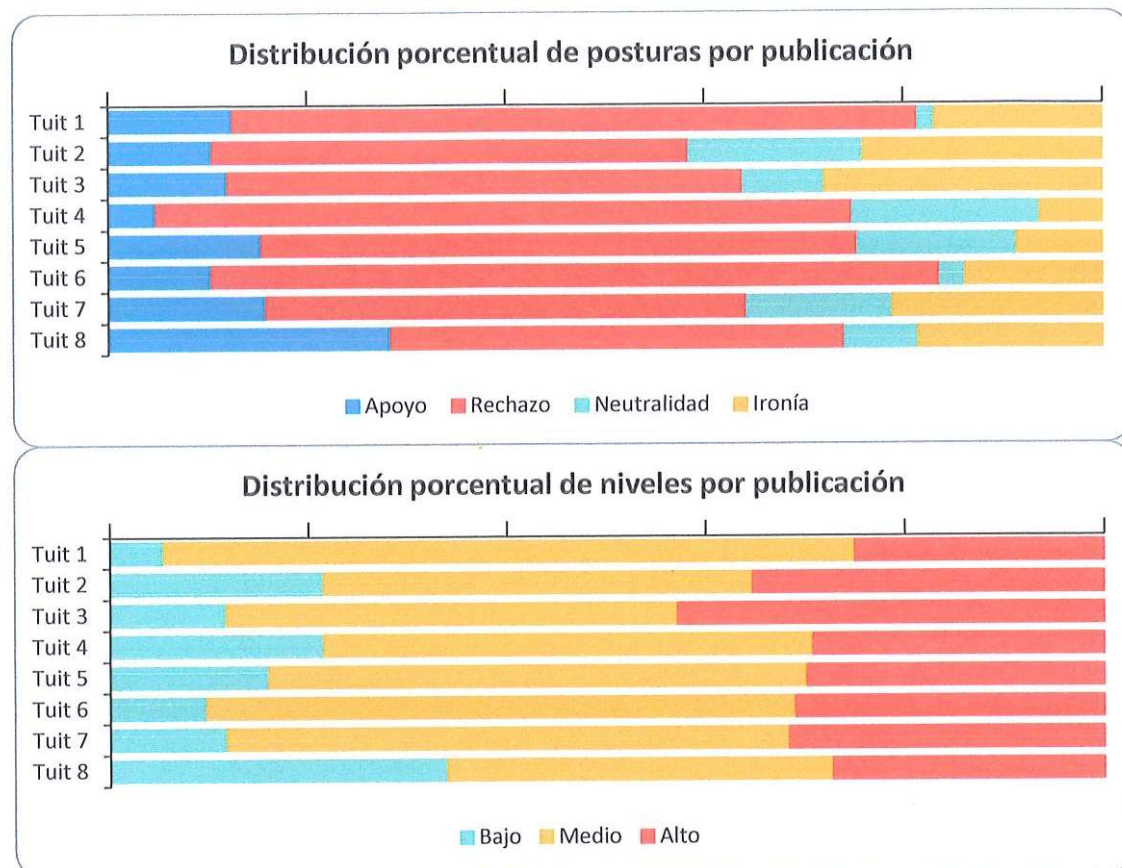
Comparación general de las ocho publicaciones analizadas

Tuit	Válidos	Rechazo %	Ironía %	Apoyo %	Medio %	Alto %
Tuit 1	184	69,02	16,85	12,5	69,57	25,0
Tuit 2	354	48,02	24,01	10,45	43,22	35,31
Tuit 3	308	51,95	27,92	12,01	45,45	42,86
Tuit 4	335	70,15	6,27	4,78	49,25	29,25
Tuit 5	338	60,06	8,58	15,38	54,14	29,88
Tuit 6	319	73,35	13,79	10,34	59,25	31,03
Tuit 7	322	48,45	21,12	15,84	56,52	31,68
Tuit 8	286	45,8	18,53	28,32	38,81	27,27

Nota. Elaboración propia con base en la codificación de 2.446 comentarios válidos. Los porcentajes se calculan dentro de cada publicación.

Figura 1

Comparación de posturas y niveles de polarización entre las ocho publicaciones



Nota. Elaboración propia a partir de los porcentajes reportados en las tablas de resultados. Cada barra representa el 100 % de los comentarios válidos de un tuit.

Con el propósito de complementar los resultados cuantitativos y mostrar la aplicación de los criterios de clasificación, se seleccionaron ejemplos textuales del corpus para cada categoría de postura política y nivel de polarización. Los comentarios se presentan de manera anonimizada: se eliminaron nombres de usuario, etiquetas, enlaces e identificadores, sin modificar el sentido de las expresiones. Estos fragmentos permiten observar cómo las categorías operativas se manifestaron en el discurso ciudadano.

Tabla 22*Ejemplos textuales anonimizados de las categorías de análisis*

Variable	Categoría	Ejemplo textual anonimizado	Justificación de la clasificación
Postura política	Apoyo	“Adelante, presidente. Mucha honra. Sí”.	Expresa respaldo directo al mandatario y a su mensaje.
Postura política	Rechazo	“No cumplió, no cumple ni cumplirá con el pueblo”.	Manifiesta oposición y una valoración negativa explícita de la gestión presidencial.
Postura política	Neutralidad	“¿Para cuándo la refinería? Ya es hora de tratar ese tema”.	Formula una solicitud sin expresar claramente apoyo o rechazo.
Postura política	Ironía	“Crecimiento para la familia Noboa”.	Emplea una afirmación aparentemente positiva para comunicar una crítica implícita.
Nivel de polarización	Bajo	“Eso está bien y felicitaciones por el bien del país, pero queremos seguridad urgente”.	Presenta una valoración y una demanda sin ataques ni descalificaciones.
Nivel de polarización	Medio	“El pueblo no come riesgo país”.	Cuestiona de manera confrontativa el argumento gubernamental, pero sin ataque personal directo.
Nivel de polarización	Alto	“Todo lo tienes heredado, inepto parásito”.	Contiene insultos y descalificación personal directa contra el destinatario.

Nota. Los ejemplos provienen del corpus analizado. Se eliminaron nombres de usuario, etiquetas, enlaces e identificadores para proteger la identidad de las cuentas. Se mantuvieron las características lingüísticas necesarias para interpretar la postura y el nivel de polarización.

Los ejemplos muestran que la postura política y el nivel de polarización corresponden a dimensiones relacionadas, pero analíticamente independientes. Un comentario de rechazo no necesariamente presenta un nivel alto, pues puede expresar desacuerdo sin recurrir a insultos o ataques personales. De igual manera, la ironía se identificó por el uso de sarcasmo, burla o inversión del significado literal, mientras

que el nivel de polarización dependió de la intensidad de la confrontación. Esta distinción permitió clasificar de forma separada el sentido político del comentario y la intensidad de su expresión discursiva.

Síntesis de los resultados

En respuesta al primer objetivo, el rechazo predominó en las ocho publicaciones y la ironía alcanzó su mayor peso en el caso sobre inteligencia artificial. Frente al segundo objetivo, los niveles medio y alto concentraron el 83,07 % del corpus, con variaciones temáticas: el tuit 3 presentó la mayor polarización alta y el tuit 8 el nivel bajo más elevado. Para el tercer objetivo, la comparación muestra que los mensajes económicos tuvieron rechazo alto y neutralidad reducida, mientras el caso internacional presentó más apoyo. Cualitativamente, la desconfianza, el sarcasmo y la deslegitimación desplazaron con frecuencia la discusión desde el tema puntual hacia la credibilidad del Gobierno. Estos patrones son compatibles con la polarización afectiva y con la estructura aliado-adversario descrita por Falkenberg et al. (2024), pero no demuestran efectos causales del mensaje presidencial.

Capítulo V. Conclusiones

Los hallazgos dialogan con la literatura reciente. El predominio de rechazo, ironía y confrontación coincide con Said-Hung et al. (2023) y Falkenberg et al. (2024), quienes vinculan emociones negativas y relaciones aliado-adversario con la polarización digital. La variación entre temas coincide con Álvarez-Gálvez et al. (2023), pues la intensidad no fue uniforme en todos los debates. A la vez, los resultados no permiten atribuir la polarización a algoritmos o exposición selectiva: la cautela es coherente con Guess et al. (2023), quienes observaron que modificar la exposición a fuentes afines no produjo cambios medibles en actitudes polarizadas.

La revisión de 2.446 comentarios vinculados con ocho publicaciones presidenciales muestra que la conversación en X durante la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025 fue principalmente crítica. El rechazo reunió 1.416 casos (57,89 %) y la ironía 417 (17,05 %); el apoyo alcanzó 330 comentarios (13,49 %) y la neutralidad 283 (11,57 %). Frente al objetivo general, estos datos permiten señalar que la polarización apareció tanto en la concentración de posturas contrarias al mensaje presidencial como en formas de expresión que muchas veces superaron un desacuerdo moderado.

Al responder al primer objetivo específico, se encontró que el rechazo fue la postura más frecuente en las ocho publicaciones, aunque no tuvo la misma fuerza en todas. Su valor más alto apareció en el tuit sobre riesgo país e inflación, mientras fue menor en los mensajes sobre el agua, la Cárcel del Encuentro y María Corina Machado. La ironía se hizo más visible en los casos de inteligencia artificial, agua, seguridad y política internacional. Los usuarios, por lo tanto, no reaccionaron de una

sola forma: según el tema y el tono del mensaje, utilizaron críticas directas, sarcasmo, apoyo o preguntas.

Los datos relacionados con el segundo objetivo específico muestran 1.251 comentarios en el nivel medio (51,14 %), 781 en el alto (31,93 %) y 414 en el bajo (16,93 %). Esto significa que el 83,07 % del corpus tuvo una confrontación media o alta. La polarización no apareció solamente mediante insultos; también se expresó en desconfianza, acusaciones, sarcasmo, deslegitimación y dudas sobre la credibilidad del presidente o del Gobierno.

La comparación solicitada en el tercer objetivo específico reveló diferencias entre las publicaciones. Los dos mensajes económicos —reactivación y riesgo país— tuvieron poco contenido neutral y mucho rechazo. En el tuit sobre inteligencia artificial se juntaron una alta proporción de ironía y uno de los mayores porcentajes de polarización alta. La publicación sobre María Corina Machado registró el apoyo más visible y el reparto más equilibrado entre niveles. Estas variaciones indican que el tema, el tono y los conflictos asociados a cada mensaje pudieron influir en la conversación, aunque el diseño descriptivo no permite afirmar una relación de causa y efecto.

La lectura de los comentarios también mostró que pocas veces los usuarios se quedaron únicamente en el tema del tuit. Los mensajes sobre economía, agua, salud, Constitución, seguridad o política internacional fueron relacionados con inseguridad, desempleo, falta de medicinas, deuda y desconfianza en las instituciones. Cada publicación terminó sirviendo como una puerta para discutir la gestión del Gobierno y la credibilidad del discurso presidencial.

De manera general, X funcionó como un espacio de participación, pero también de enfrentamiento. Allí se expresaron apoyos, rechazos, dudas y cuestionamientos; sin embargo, la baja neutralidad y el predominio de los niveles medio y alto reflejan el tono tenso de la campaña. Estas conclusiones describen únicamente los hilos seleccionados y no pueden aplicarse a toda la ciudadanía ecuatoriana.

Referencias

- Weismueller, J., Harrigan, P., Coussement, K., & Tessitore, T. (2024). Information sharing and political polarisation on social media: The role of falsehood and partisanship. *Information Systems Journal*. <https://doi.org/10.1111/isj.12453>
- Waller, I., & Anderson, A. (2021). Quantifying social organization and political polarization in online platforms. *Nature*, 600, 264–268. <https://doi.org/10.1038/s41586-021-04167-x>
- Said-Hung, E., Arce-García, S., & Mottareale-Calvanese, D. (2023). Polarización sentimental en Twitter durante el Paro Nacional de 2021 en Colombia. *Cuadernos.info*, (55), 281–309. <https://doi.org/10.7764/cdi.55.50483>
- Pino Uribe, J. F., Castiblanco Briceño, M. E., Zukin Cantor, P. V., & Melo Viasús, J. D. (2024). #EcuadorBajoAtaque: Desorden informativo y la difusión de emociones negativas en X durante la crisis de seguridad en 2024. *Dixit*, 38, e4094. <https://doi.org/10.22235/d.v38.4094>
- Piña-García, C. A. (2025). In-context learning for propaganda detection on Twitter Mexico using large language model Meta AI. *Telematics and Informatics Reports*, 19, 100232. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2025.100232>
- Pierri, F. (2024). Drivers of hate speech in political conversations on Twitter: The case of the 2022 Italian general election. *EPJ Data Science*, 13, 63. <https://doi.org/10.1140/epids/s13688-024-00501-1>
- Pacchioni-Hurtado, V., & Antezana-Corrieri, M. E. (2023). Miradas comunicacionales de la polarización política en entornos digitales, una

revisión bibliográfica. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (194), 35–52. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi194.9620>

Mont'Alverne, C., Ross Arguedas, A., Banerjee, S., Toff, B., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2025). Exposure to partisan news and its impact on social polarization and vote choice: Evidence from the 2022 Brazilian elections. *The International Journal of Press/Politics*, 30(4).
<https://doi.org/10.1177/19401612241292700>

Lim, S. L., & Bentley, P. J. (2022). Opinion amplification causes extreme polarization in social networks. *Scientific Reports*, 12, 18131.
<https://doi.org/10.1038/s41598-022-22856-z>

Lelkes, Y. (2021). Policy over party: Comparing the effects of candidate ideology and party on affective polarization. *Political Science Research and Methods*, 9(1), 189–196. <https://doi.org/10.1017/psrm.2019.18>

Lazer, D. M. J., et al. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

Kubin, E., & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: A systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188–206.
<https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>

Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., & Westwood, S. J. (2019). The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 22, 129–146.
<https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>

Guess, A. M., et al. (2023). How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? *Science*, 381, 398–404.

<https://doi.org/10.1126/science.abp9364>

Flamino, J., Galeazzi, A., Feldman, S., Macy, M. W., Cross, B., Zhou, Z., Serafino, M., Bovet, A., Makse, H. A., & Szymanski, B. K. (2023). Political polarization of news media and influencers on Twitter in the 2016 and 2020 US presidential elections. *Nature Human Behaviour*, 7, 904–916.

<https://doi.org/10.1038/s41562-023-01550-8>

Falkenberg, M., Zollo, F., Quattrociocchi, W., Pfeffer, J., & Baronchelli, A. (2024). Patterns of partisan toxicity and engagement reveal the common structure of online political communication across countries. *Nature Communications*, 15, 9560. <https://doi.org/10.1038/s41467-024-53868-0>

Demszky, D., Garg, N., Voigt, R., Zou, J., Gentzkow, M., Shapiro, J., & Jurafsky, D. (2019). Analyzing polarization in social media: Method and application to tweets on 21 mass shootings. *Proceedings of the Workshop on Natural Language Processing and Computational Social Science*.

<https://aclanthology.org/N19-1304/>

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.

<https://www.sagepub.com/shop/buy-a-book/designing-and-conducting-mixed-methods-research-3-241842?page=1>

Conover, M. D., Ratkiewicz, J., Francisco, M., Gonçalves, B., Flammini, A., & Menczer, F. (2011). Political polarization on Twitter. *Proceedings of the*

International AAAI Conference on Web and Social Media, 5(1), 89–96.

<https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14126>

Consejo Nacional Electoral. (2025b, 1 de diciembre). CNE proclamó resultados definitivos del Referéndum y Consulta Popular 2025.

<https://www.cne.gob.ec/cne-proclamo-resultados-definitivos-del-referendum-y-consulta-popular-2025/>

Consejo Nacional Electoral. (2025a, 31 de octubre). Campaña electoral del Referéndum y Consulta Popular 2025 se cumplirá del 1 al 13 de noviembre.

<https://www.cne.gob.ec/campana-electoral-del-referendum-y-consulta-popular-2025-se-cumplira-del-1-al-13-de-noviembre/>

Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M.

(2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118.

<https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>

Chen, W., Pacheco, D., Yang, K.-C., & Menczer, F. (2021). Neutral bots probe political bias on social media. *Nature Communications*, 12, 5580.

<https://doi.org/10.1038/s41467-021-25738-6>

Chan, M., & Yi, J. (2024). Social media use and political engagement in polarized times: Examining the contextual roles of issue and affective polarization in developed democracies. *Political Communication*, 41, 743–762.

<https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2325423>

- Bruns, A., O'Connor-Farfan, K. S., & Lubicz-Zaorski, C. (2024). Destructive polarization in digital communication contexts: A critical review and conceptual framework. *Information, Communication & Society*.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2413127>
- Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(28), 7313–7318.
<https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114>
- Boxell, L., Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2024). Cross-country trends in affective polarization. *The Review of Economics and Statistics*, 106(2), 557–565.
https://doi.org/10.1162/rest_a_01160
- Angulo Moncayo, N., López-Paredes, M., Rodríguez-Malebran, C., & Sandoval Pizarro, T. (2025). The discursive strategies of Ecuadorian President Daniel Noboa on the platforms Instagram and TikTok. *Social Sciences*, 14(10), 572.
<https://doi.org/10.3390/socsci14100572>
- Álvarez-Gálvez, J., Cruz, F. L., & Troyano, J. A. (2023). Discovery and characterisation of socially polarised communities on social media. *Scientific Reports*, 13, 15439. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-42592->
- Altamirano-Benítez, V., Ruiz-Aguirre, P., & Baquerizo-Neira, G. (2022). Política 2.0 en Ecuador. Análisis del discurso y la comunicación política en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 201–223.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1539>

Anexo 1. Enlaces de publicaciones analizadas en la plataforma X

Este anexo contiene las ocho publicaciones de la cuenta oficial del presidente del Ecuador, Daniel Noboa, que se utilizaron como unidades de análisis. Todas fueron difundidas durante la campaña oficial del Referéndum y Consulta Popular 2025, entre el 1 y el 13 de noviembre.

Tabla 23

Publicaciones presidenciales analizadas en la plataforma X

N.º	Fecha de publicación	Tema principal	Enlace de la publicación
Tuit 1	02 de noviembre de 2025	Reactivación económica y crecimiento de ventas	https://x.com/i/status/1985028956425490545
Tuit 2	08 de noviembre de 2025	Calidad del agua en Guayaquil y contaminación del río Daule	https://x.com/i/status/1987145333126639723
Tuit 3	08 de noviembre de 2025	Inteligencia artificial y nueva Constitución	https://x.com/i/status/1987220675795304700
Tuit 4	09 de noviembre de 2025	Financiamiento del BID para salud pública	https://x.com/i/status/1987476750603841704
Tuit 5	10 de noviembre de 2025	Nueva Constitución y Asamblea Constituyente	https://x.com/i/status/1987865766356525169
Tuit 6	10 de noviembre de 2025	Riesgo país e indicadores económicos	https://x.com/i/status/1987911788742971627
Tuit 7	10 de noviembre de 2025	Política de seguridad y Cárcel del Encuentro	https://x.com/i/status/1987981386817421394

N.º	Fecha de publicación	Tema principal	Enlace de la publicación
Tuit 8	11 de noviembre de 2025	María Corina Machado y Premio Nobel de la Paz	https://x.com/i/status/1988236243834999181

Nota. Elaboración propia con base en las publicaciones públicas realizadas en la cuenta oficial del presidente del Ecuador, Daniel Noboa, en X durante el periodo de campaña seleccionado.

Anexo 2. Base de datos de comentarios recopilados y codificados

En este anexo se indica el repositorio digital donde se guardaron los archivos usados para recopilar, limpiar y codificar los comentarios ciudadanos de las ocho publicaciones.

Las bases se encuentran separadas por publicación. Cada una contiene los registros obtenidos, los resultados de la limpieza y la clasificación final según postura política y nivel de polarización.

Repositorio digital:

[https://drive.google.com/drive/folders/15GiWH5CESpjI0QkAbbWBQo3BU
nsRYaWv?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/15GiWH5CESpjI0QkAbbWBQo3BU
nsRYaWv?usp=sharing)

Nota. El repositorio reúne los archivos de trabajo empleados para ordenar, clasificar, analizar y recodificar los comentarios ciudadanos de esta investigación.

Anexo 3. Matriz de operacionalización de variables

Este anexo vuelve a presentar la matriz utilizada para convertir la variable polarización política digital en categorías que pudieran observarse y compararse dentro del conjunto de comentarios.

La clasificación se organizó con las dos dimensiones utilizadas en el estudio:

Dimensión 1: Postura política

Tabla 24

Criterios de clasificación de la postura política

Categoría	Criterio de clasificación
Apoyo	Comentarios que expresan aceptación, respaldo o valoración positiva hacia el mensaje presidencial o la postura del mandatario.
Rechazo	Comentarios que manifiestan oposición, desacuerdo, crítica o cuestionamiento hacia el mensaje presidencial.
Neutralidad	Comentarios que presentan información, preguntas o apreciaciones sin una posición política claramente favorable o desfavorable.
Ironía	Comentarios cuyo significado depende del sarcasmo, burla o doble sentido para expresar aprobación, rechazo o cuestionamiento.

Dimensión 2: Nivel de polarización

Tabla 25

Criterios de clasificación del nivel de polarización

Categoría	Criterio de clasificación
Bajo	Comentarios que expresan desacuerdo, opinión o crítica sin recurrir a ataques, descalificaciones o confrontación directa.
Medio	Comentarios que presentan confrontación, sarcasmo, cuestionamiento fuerte o deslegitimación parcial hacia el mensaje o sus actores.
Alto	Comentarios que incluyen ataques personales, insultos, acusaciones absolutas o construcción del adversario como enemigo político.

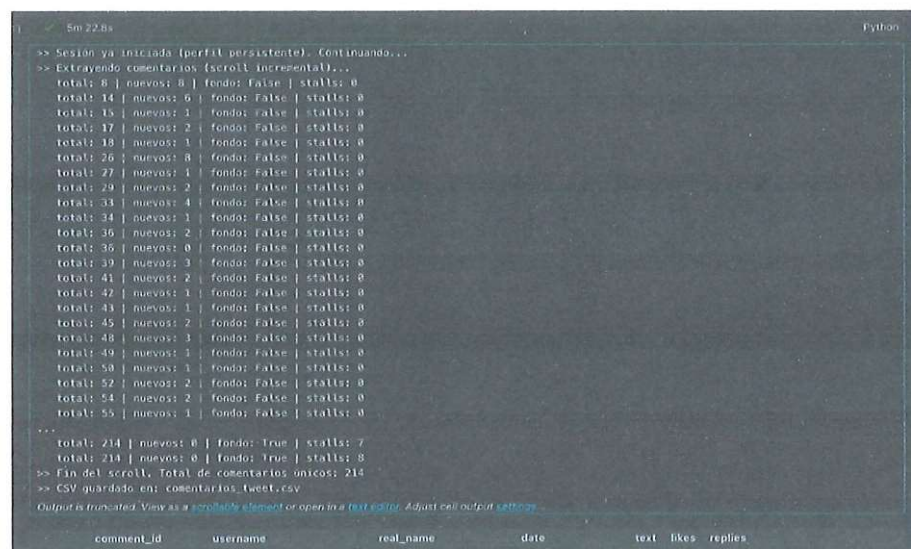
Nota. Elaboración propia mediante la adaptación de criterios empleados en investigaciones sobre polarización política digital, análisis de contenido en redes y comunicación política.

Anexo 4. Evidencia del procedimiento de extracción de datos mediante Python, Selenium y Pandas

La Figura 2 presenta una evidencia visual de la ejecución del procedimiento automatizado utilizado para extraer y organizar los comentarios que conformaron el corpus inicial.

Figura 2

Evidencia del procedimiento automatizado de extracción de comentarios



```
>>> Sesión ya iniciada (perfil persistente). Continuando...
>>> Extrayendo comentarios (scroll incremental)...
total: 8 | nuevos: 8 | fondo: False | stalls: 0
total: 14 | nuevos: 6 | fondo: False | stalls: 0
total: 15 | nuevos: 1 | fondo: False | stalls: 0
total: 17 | nuevos: 2 | fondo: False | stalls: 0
total: 18 | nuevos: 1 | fondo: False | stalls: 0
total: 26 | nuevos: 8 | fondo: False | stalls: 0
total: 27 | nuevos: 1 | fondo: False | stalls: 0
total: 29 | nuevos: 2 | fondo: False | stalls: 0
total: 33 | nuevos: 4 | fondo: False | stalls: 0
total: 34 | nuevos: 1 | fondo: False | stalls: 0
total: 36 | nuevos: 2 | fondo: False | stalls: 0
total: 36 | nuevos: 0 | fondo: False | stalls: 0
total: 39 | nuevos: 3 | fondo: False | stalls: 0
total: 41 | nuevos: 2 | fondo: False | stalls: 0
total: 42 | nuevos: 1 | fondo: False | stalls: 0
total: 43 | nuevos: 1 | fondo: False | stalls: 0
total: 45 | nuevos: 2 | fondo: False | stalls: 0
total: 48 | nuevos: 3 | fondo: False | stalls: 0
total: 49 | nuevos: 1 | fondo: False | stalls: 0
total: 50 | nuevos: 1 | fondo: False | stalls: 0
total: 52 | nuevos: 2 | fondo: False | stalls: 0
total: 54 | nuevos: 2 | fondo: False | stalls: 0
total: 55 | nuevos: 1 | fondo: False | stalls: 0
...
total: 214 | nuevos: 0 | fondo: True | stalls: 7
total: 214 | nuevos: 0 | fondo: True | stalls: 8
>>> Fin del scroll. Total de comentarios únicos: 214
>>> CSV guardado en: comentarios_tweet.csv
Output is truncated. View as a scrollable element or open in a text editor. Adjust cell output settings.
```

comment_id	username	real_name	date	text	likes	replies
------------	----------	-----------	------	------	-------	---------

Nota. La captura muestra la ejecución del procedimiento automatizado utilizado para recopilar los comentarios y las respuestas directas de las publicaciones seleccionadas en X. La extracción se realizó mediante Python y Selenium, mientras que Pandas se empleó para organizar y exportar los registros obtenidos en archivos estructurados para su posterior depuración y análisis. Elaboración propia.

Como evidencia complementaria, el registro audiovisual completo del procedimiento puede consultarse en el siguiente enlace: [colocar enlace].

Video:

https://drive.google.com/file/d/1hg1EjQJ6MFkcsKQeRCcblyXuIorf_veO/view?usp=sharing

Anexo 5. Ejemplo de comentarios ciudadanos codificados

En este anexo se muestra el formato utilizado para registrar algunos ejemplos de la codificación aplicada a los comentarios ciudadanos.

La imagen permite observar de manera directa el comentario revisado, la postura política asignada y el nivel de polarización correspondiente.

Figura 3

Matriz de recodificación para la prueba de consistencia intra-codificador

Recodificación intra-codificador 245 comentarios RESUELTA - Excel					
Buscar					
Inicio WPS PDF Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda					
A	B	C	D	E	F
Código	Tuit	Comentario anonimizado	Postura nueva	Nivel nuevo	comment
R1-001	Tuit 1	Adelante Presidente. Mucha honra. Si	Apoyo	Bajo	198505867
R1-002	Tuit 1	Octubre 2025 el peor mes de ventas de los últimos 4 años ...!!!!	Rechazo	Medio	198508592
R1-003	Tuit 1	LADRONIAZO !! TODO NO. !!	Rechazo	Alto	198507207
R1-004	Tuit 1	Pregunta capciosa porque si todo está bien, no tenemos seguridad, salud, ojo aposté a tu presidencia como el 80% aproximado, pero hasta ahora se siente como antes y no como lo que se vende. Reflexión alejate de tus malos asesores.	Rechazo	Medio	198580217
R1-005	Tuit 1	Quizás sea verdad algún dato, pero cada día se le cree menos al presidente democráticamente ilegítimo. No cumplió, no cumple ni cumplirá con el pueblo	Rechazo	Medio	198513960
R1-006	Tuit 1	Números señor números hasta un niño puede hacer esa tabla de datos alterada, vaya y salga a las calles y vea la realidad, no tiene idea de nada, No boa	Ironía	Medio	198505038
R1-007	Tuit 1	NOboa no mientas	Rechazo	Medio	198503018
R1-008	Tuit 1	Pedazo de bestia, el año pasado estábamos 15 horas diarias sin luz. Avispate	Rechazo	Alto	198506220
R1-009	Tuit 1	Crecimiento para la familia NOboa	Ironía	Medio	198504464

Nota. Los comentarios incluidos sirven únicamente como ejemplo del procedimiento de recodificación.

Anexo 6. Tablas generales de resultados

Este anexo reúne los resultados totales de las ocho publicaciones estudiadas durante la campaña del Referéndum y Consulta Popular 2025.

Las tablas resumen cómo se distribuyeron los 2.446 comentarios según la postura política y el nivel de polarización:

Tabla 26*Resultados generales de la investigación*

Tuit	Válidos	Rechazo %	Ironía %	Apoyo %	Medio %	Alto %
Tuit 1	184	69,02	16,85	12,5	69,57	25,0
Tuit 2	354	48,02	24,01	10,45	43,22	35,31
Tuit 3	308	51,95	27,92	12,01	45,45	42,86
Tuit 4	335	70,15	6,27	4,78	49,25	29,25
Tuit 5	338	60,06	8,58	15,38	54,14	29,88
Tuit 6	319	73,35	13,79	10,34	59,25	31,03
Tuit 7	322	48,45	21,12	15,84	56,52	31,68
Tuit 8	286	45,8	18,53	28,32	38,81	27,27

Nota. Elaboración propia con los resultados de los comentarios ciudadanos recopilados y clasificados mediante la matriz de análisis de contenido.