

<https://doi.org/10.69639/arandu.v13i2.2169>

## **Análisis Semiótico - Discursivo Multimodal Presentes en la Campaña Digital de la Consulta Popular 2025**

*Multimodal Semiotic-Discursive Analysis Present in the Digital Campaign of the Ecuadorian National Referendum 2025*

**Cristian Ricardo Alvarado Flores**

[cristianalvaradof@gmail.com](mailto:cristianalvaradof@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0002-7713-6259>

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
Azogues-Ecuador

**Ricardo Alfredo Vega Granda, PhD.**

[rvega@upse.edu.ec](mailto:rvega@upse.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0001-8191-4741>

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
Azogues-Ecuador

*Artículo recibido: 18 marzo 2026- Aceptado para publicación: 20 abril 2026  
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.*

### **RESUMEN**

La presente investigación se llevó a cabo en el contexto del Referéndum y Consulta Popular 2025 en Ecuador, un escenario marcado por una intensa crisis de seguridad nacional y la digitalización de la política con el propósito de analizar cómo las organizaciones ADN y RC5 estructuraron sus sistemas semiótico-discursivos multimodales para configurar la construcción simbólica del sentido político en redes sociales. Su enfoque es netamente cualitativo, a través de categorías hermenéuticas para el análisis semiótico-discursivo de piezas digitales de las cuentas oficiales de los dos partidos. Los hallazgos de esta investigación muestran como ADN utilizó la narrativa digital para resaltar su gestión estatal y una visión apuntada a la modernidad y al orden constitucional. El grupo RC5, por otro lado, utilizó una estrategia basada en la justificación moral y ética y en la parodia de las condiciones sociales para movilizar el descontento popular. El estudio también destacó una convergencia en la forma de espectáculo visual e infoentretenimiento como medio para simplificar cuestiones jurídicas complejas. La comunicación política de ambos partidos pasó de participar en un debate normativo a participar en una competencia sobre identidades simbólicas y emocionales, lo que solidificó aún más el estado polarizado del electorado ecuatoriano.

*Palabras clave:* política, campañas, semiótica, multimodal, referéndum

## ABSTRACT

This study was conducted in the context of the National Referendum 2025 in Ecuador, in a political environment marked by a profound security crisis and political digitalization. The main purpose of this research is to analyze how the political organizations ADN and RC5 structured their semiotic-discursive systems to set the symbolic construction of political sense in social networking. The study employs a qualitative approach using hermeneutic categories for a semiotic and discourse analysis to assess digital visual and audiovisual items in social platforms. The research findings, show how the ADN party used digital narrative to highlight its governability and a vision of a better future aiming to modernity and constitutional order. The RC5 party, on the other hand, used a strategy based on moral and ethical justification and on parodying social conditions to mobilize popular discontent. The study also highlighted convergence, in the form of a visual show and infotainment, as a means to simplify complex legal themes. The political communication of both parties shifted from normative debate to a competition of symbolic and emotional identities. This competition focused on images and programmed content, which further polarized the Ecuadorian electorate.

*Keywords:* politics, campaigns, semiotics, multimodal, referend

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

## INTRODUCCIÓN

La campaña política digital desarrollada durante el Referéndum y Consulta Popular del 16 de noviembre de 2025 en Ecuador, decretada por la Presidencia de la República del Ecuador (Presidencia de la República, 2025), está formalmente normada por el Consejo Nacional Electoral (CNE), organismo que aprobó, calificó y registró a quince organizaciones políticas y sociales autorizadas para realizar campaña electoral a favor de las dos opciones “Sí” y “No”. Ante la Resolución del PLE-CNE 4259 2025, el CNE formaliza el proceso de registro para los organismos políticos interesados en participar en la campaña electoral. Los grupos políticos Acción Democrática Nacional (ADN), partido oficialista del gobierno de Daniel Noboa, respaldando el “Sí” y el Movimiento Revolución Ciudadana (RC5), abanderado del correísmo por el “No”, fueron las entidades que tomaron protagonismo y adquirieron el eje comunicacional durante la lid electoral. Estos organismos diseñaron estrategias comunicacionales para diversas plataformas digitales como: TikTok, Facebook y X (antes Twitter), en las que se estructuraron narrativas de multicontenido: audio, video, lenguaje visual con el propósito de maximizar el impacto de los símbolos políticos hacia la tendencia del “Sí” y del “No” en la campaña electoral.

La disciplina de la semiótica juega un papel protagónico para analizar y comprender fenómenos digitales que involucran significados transmitidos a través de signos verbales y no verbales. Este campo amplio de investigación permite escanear los símbolos presentes en las piezas digitales para descubrir los mensajes para comprender los matices que le dan a la comunicación política.

Además, las teorías semióticas de Charles Sanders Peirce nos brindan las bases para comprender cómo nos comunicamos en un sistema semiótico, las conexiones que se establecen entre el signo y el objeto al que se refiere a través del interpretante, y, en este sentido, nos permiten interpretar la naturaleza de la sociedad y las relaciones sociales mediante la construcción de significado social. (Peirce, 1931–1958) En este sentido, la campaña digital no opera sólo como discurso político, sino también como una estructura semiótica compleja que organiza percepciones, representaciones e identidades colectivas.

En el contexto internacional, Molpeceres et al. (2025) indican que el proceso comunicativo político dentro de instituciones gubernamentales, como el Parlamento Europeo, integra contenidos multimedia en plataformas de redes sociales, donde se diseñan estrategias discursivas específicas para cada plataforma, tomando en cuenta que cada una presenta sus particularidades. Cada una de estas estrategias se enfoca en transmitir significados más allá de la persuasión racional tradicional y en adaptar los formatos digitales para la construcción del posicionamiento político. Aquí podemos observar la preocupación por el discurso como estrategia en las campañas electorales europeas.

En América Latina, las narrativas se articulan con emociones y con la polarización en las comunicaciones de las redes oficiales de líderes populistas para construir marcos interpretativos estratégicos en el ámbito digital y captar la atención de los votantes. (Rivera y González, 2024). En toda la región, el uso de las redes sociales como herramienta proselitista se ha incrementado exponencialmente; las plataformas digitales ahora son el escenario ideal para llegar a la mente del cibernauta.

En el contexto ecuatoriano, las campañas políticas siguen la misma línea que la de los países latinoamericanos; las lides electorales se han volcado al uso efectivo de las redes sociales como espacios para diseñar narrativas que personalicen el mensaje de acuerdo al la audiencia objetivo, apelando a las emociones antes que las discusiones electorales tradicionales (Altamarinado-Benítez et al., 2022). En las últimas campañas electorales las redes sociales han jugado un papel protagónico, dejando en segundo plano a los medios de comunicación tradicionales, que han visto un detrimento en sus audiencias. Bajo esta arista, la campaña digital en redes sociales del Referéndum y Consulta Popular 2025 se llevo a cabo en un contexto comunicacional en el que convergieron plataformas, narrativas digitales, lenguajes y formatos multimodales. En la era del conocimiento y de la comunicación política el proceso comunicativo no es unicamente verbal, sino que se interrelaciona con imágenes, sonido, video, etc.

Para algunos partidos políticos populistas, el uso de diversos recursos textuales y audiovisuales integrados de forma sincronizada en la publicidad, les permite atraer la atención del público mediante la sobreexcitación sensorial. (Pettersson, 2025). La comunicación en el campo de la política, poco a poco, va alejándose del formato de los medios tradicionales y evolucionando hasta convertirse en un complejo sistema semiótico, donde, de manera articulada, los signos operan juntos. ADN y RC5 configuraron sus mensajes digitales tomando en cuenta este nuevo ecosistema comunicacional, utilizando recursos simbólicos que no se conformaron con comunicar propuestas, sino que también definen identidades y representaciones de la realidad del Ecuador. Cada signo en su campaña desempeña un papel crucial para configurar el mensaje a transmitir.

El problema surge con la falta de información por parte del electorado, la gran mayoría de ecuatorianos no sienten entusiasmo por ir a las urnas, este proceso es obligatorio, y por tanto, resulta para muchos tedioso. La gran mayoría de los votantes observa los procesos simbólicos de las campañas con desinterés, lo que provoca una recepción errática y poco crítica del discurso político en las plataformas digitales. Es evidente la ausencia de un completo análisis semiótico y del discurso en los mensajes de los dos partidos en esta lid electoral, por lo tanto, este tipo de estudios es primordial para entender de mejor manera los procesos democráticos en el Ecuador.

En consecuencia, nuestro objetivo al realizar esta investigación es evaluar los recursos semióticos, discursivos y multimodales del tema de la Consulta Pública 2025, incluidos los Movimientos ADN y RC5, para identificar cómo se generaron los mensajes de cada campaña y su importancia política a partir de lo dicho.

En concreto, buscamos examinar los elementos lingüísticos del discurso digital (organización discursiva, recursos retóricos, metáforas, lemas, promesas, repeticiones y tono dominante), Este artículo también describe la paralingüística narrativa existente en las piezas audiovisuales (entonación, ritmo, silencios, tono e intensidad) y los signos no verbales (gesto, proxémica, lenguaje corporal y uso de lugares) que necesitan ser interpretados como expresión de significado en la articulación simbólica de estos sistemas, y la caracterización de la misma, desde la semiótica multimodal.

El lenguaje verbal de una campaña se configura en una constelación de signos verbales que logran su eficacia a través del uso de recursos retóricos, unidades léxicas, narrativa, figuras literarias, metáforas, símbolos ideológicos, así como esloganes a favor de su ideología y en contra de la postura contraria. (Halliday, 1994). El lenguaje no constituye únicamente un mecanismo de transmisión, sino una estructura mental que construye la realidad. Nuestra lengua materna configura nuestra visión de la realidad y los mensajes que transmitimos obedecen a la estructura simbólica de la misma.

En la paralingüística, en cambio, los recursos no verbales refuerzan el mensaje. Por ejemplo, la voz funciona como un mecanismo semiótico que transmite sentimientos que van más allá de lo verbal, rasgos como el volumen, entonación y ritmo influyen en la elaboración del significado en el oyente. (Guyer et al. 2021). Un anuncio que juega con los matices vocales y emplea una temporalidad rítmica acorde con el mensaje que se quiere comunicar y es capaz de sensibilizar a quien lo escucha.

La propia manera de componer el mensaje indica que las dimensiones significativas del cuerpo constituyen una infraestructura multimodal de comunicación política que representa el poder y el liderazgo (Birdwhistell, 1970). Si nos dan un gesto bien articulado en un anuncio de propaganda, confiaremos en lo que se dice en él; un gesto mal ejecutado provocará repugnancia en el receptor.

La conjunción de todos estos sistemas de representación lingüística, paralingüística y semiótica puede analizarse bajo la lupa en la semiótica multimodal, donde el texto, la imagen, el sonido, el cuerpo y el espacio conforman una unidad simbólica de producción de sentido (Kress y van Leeuwen, 2001). Para el análisis de anuncios publicitarios digitales, el enfoque multimodal es la opción más adecuada para identificar los aspectos que conviven en el mensaje, por cuanto articulan, en un mismo entorno, recursos verbales y no verbales que trabajan para un mismo fin.

El estudio busca indagar profundamente las campañas digitales de las fuerzas ADN y RC5, explorando su inserción en el ecosistema digital del referéndum y consulta popular de 2025, de forma multimodal y desde la perspectiva de la semiótica, la comunicación política y los estudios de medios, siendo ellos teóricos de la comunicación, estudiantes y ciudadanos, entre otros, quienes encontrarán en él una herramienta de análisis útil, recursos para futuras investigaciones académicas, válidos en referencia al análisis crítico del discurso.

En el campo de la comunicación política, en este trabajo sumamos los libros de semiótica no firmada y los temas afines de la comunicación política en el Ecuador, en una democracia donde la lucha se da en el espacio digital y los conflictos son simbólicos e ideológicos.

En comunicación política, la investigación fortalece los recursos existentes sobre semiótica y problemas de comunicación política en Ecuador. La investigación suele ser necesaria, ya que la democracia se basa cada vez más en espacios digitales, y las disputas políticas no solo son ideológicas, sino también profundamente simbólicas.

Finalmente, este trabajo busca generar una comprensión crítica de los procesos de significación política, lo que permite una lectura consciente, analítica y reflexiva del discurso digital. Esta investigación es relevante porque repercute en el contexto político ecuatoriano, que cuenta con escasos artículos científicos dedicados al ámbito semiótico y discursivo de las campañas políticas.

Por otra parte, para abordar los objetivos de este estudio se construye la presente pregunta de investigación:

¿Cómo se estructuran los sistemas semiótico-discursivos multimodales en la campaña digital de ADN y RC5 durante el Referéndum y la Consulta Popular 2025 y de qué manera estos configuran la construcción simbólica del sentido político?

## **METODOLOGÍA**

El presente artículo científico implementa un enfoque metodológico cualitativo, ya que trata de un estudio semiótico-discursivo multimodal abordado mediante categorías hermenéuticas, orientadas a comprender la estructura simbólica, ideológica y estratégica en el marco de la campaña electoral por la Consulta Popular 2025; el estudio es de alcance descriptivo porque caracteriza los elementos discursivos y semióticos presentes en la campaña; además, tiene carácter interpretativo al construir el sentido, la ideología y el posicionamiento político. Finalmente, el estudio no es experimental porque no manipula ni interviene en el fenómeno; más bien, trata de interpretarlo.

El método a utilizar es el hermenéutico con enfoque semiótico-discursivo, pues se fundamenta en el análisis del discurso y en la semiótica social. La técnica de recolección de información a utilizar es el análisis documental digital mediante la descarga y el archivo sistematizado de piezas audiovisuales. Para el análisis hermenéutico se utilizarán técnicas semióticas, como la identificación de signos y símbolos, de colores y de tipografía, entre otros. Junto con técnicas de análisis multimodal para comprender la articulación entre el texto, la imagen, el sonido, el diseño y la coherencia simbólica. La fuente de datos es netamente documental; se recolectarán imágenes y videos de las redes sociales de ADN y de RC5.

El rigor científico de los procesos a seguir en este estudio se evaluó según los criterios de credibilidad, transferibilidad, confirmabilidad y consistencia metodológica. (Alam et al., 2025).

Dado que la investigación se enmarca en un enfoque cualitativo de carácter hermenéutico, no se trabaja con variables en el sentido positivista, sino con categorías interpretativas derivadas del marco teórico semiótico-discursivo.

Para este proceso, se debe tener una categoría principal a partir de la cual partir el análisis. La categoría central, Construcción simbólica y discursiva de la Consulta Popular en entorno digital (Figura 1), facilita el análisis de cómo la campaña genera significados políticos mediante elementos lingüísticos, audiovisuales y visuales en plataformas digitales.

**Figura 1**  
Matriz de análisis hermenéutico



*Nota.* Elaboración propia

Para el proceso de operacionalización de las subcategorías que nacen de la categoría padre, diseñamos una matriz de análisis que permite la construcción de dimensiones analíticas e indicadores discursivos para interpretar la configuración simbólica de la campaña digital del Referéndum y Consulta Popular 2025. La operatividad de esta matriz de análisis (Tabla 1) toma como referencia la propuesta metodológica con categorías hermenéuticas encontradas en el trabajo de Vega-Ramírez (2025). Quien establece criterios sistemáticos para el análisis político del discurso que permiten descomponer el mensaje en dimensiones interpretativas y en unidades de análisis coherentes con la realidad social.

**Tabla 1***Matriz de análisis hermenéutico*

<b>Categoría Analítica</b>	<b>Dimensión Interpretativa</b>	<b>Indicadores Discursivos</b>	<b>Unidad de Análisis</b>
Construcción simbólica de la consulta	Configuración del “nosotros”	Pronombres inclusivos, símbolos nacionales, apelaciones a unidad, colores patrios	Publicaciones digitales, spots, piezas gráficas
Construcción simbólica de la consulta	Representación del “ellos”	Metáforas de amenaza, adjetivación negativa, encuadres visuales de oposición	Videos, artes gráficas El marco ideológico
El marco ideológico	La activación de valores políticos	Orden constitucional, cambio a futuro, seguridad, progreso, lemas y consignas son frecuentes	Narrativa, palabras clave y textos
Estrategia emocional	Apelaciones afectivas	Música, tono narrativo, imágenes simbólicas, gestualidad del vocero	Spots y reels
Multimodalidad	Integración de modos semióticos	Coherencia entre el texto, la imagen, la tipografía, el color y el sonido.	Piezas digitales completas

*Nota.* Adaptado de diferentes autores.

En la investigación sobre comunicación política en América Latina, se han validado instrumentos con estas dimensiones por su factibilidad y replicabilidad; el uso de la dicotomía “Nosotros vs. Ellos” evidencia que estas categorías de “Otridad” y “Configuración del nosotros” funcionan, entre otras cosas, como indicadores de la polarización política y de la corriente populista en la región. (Alemán et al., 2024).

El Análisis Político del Discurso (APD) ha sido ampliamente utilizado por la comunidad académica para el estudio del relato digital en consultas populares (Llamuca y Fernando, 2025).

Asimismo, estas investigaciones promueven el enfoque multimodal para identificar las relaciones entre los elementos de las campañas digitales, cumpliendo con los criterios de fiabilidad intersubjetiva, al permitir la observación sistemática de signos semióticos, lingüísticos y paralingüísticos en el corpus: en este contexto, la noción de “nosotros” se articula mediante pronombres inclusivos, símbolos nacionales y apelaciones a la unidad, lo que fortalece la cohesión simbólica y legitima la propuesta política en entornos digitales.

Como postula Scolari (2023), en donde “la identidad colectiva no se da, se produce en la articulación de diversos recursos semióticos dentro de una lógica discursiva que genera pertenencia a través del reconocimiento mutuo”, la identidad es, sin embargo, siempre relacional y depende de la dinámica comunicativa del ecosistema digital en el que la interactividad y la

circulación de contenidos más allá de su forma física refuerzan la producción de aquellos símbolos que generan pertenencia y comunidad.

De forma paralela, la representación de “ellos” cumple una función fundamental en la narrativa política al establecer fronteras simbólicas entre las dos posiciones ideológicas en este caso particular: el populismo derechista de ADN y el socialismo del siglo 21 de RC5. Dos ideologías que están yuxtapuestas en el contexto nacional. Artículos científicos recientes sobre el análisis del discurso digital evidencian que las campañas contemporáneas recurren a metáforas de enfrentamiento, adjetivaciones negativas y encuadres visuales de oposición para consolidar procesos de diferenciación identitaria y de polarización simbólica. (KhosraviNik, 2023). Más allá de la simple descripción, estas estrategias operan como una construcción narrativa discursiva como un actor que encarna el riesgo, el desorden o la regresión, reforzando así la legitimidad del “nosotros” político.

En un sentido ideológico, la movilización de valores como la seguridad, el cambio, el orden, el progreso y la justicia, pero también la economía o el uso de las nuevas tecnologías, constituye un principio organizador del discurso electoral. Las campañas contemporáneas se basan en eslóganes, frases memorables y hashtags que normalizan una determinada perspectiva ideológica y dan sentido a los acontecimientos políticos. Estos funcionan como nodos para dar voz a la narrativa electoral y conectar a los actores con el público.

En la esfera digital, la comunicación política digital; transmite información racional, la música, el tono de la narrativa, las imágenes simbólicas y los gestos del portavoz generan la respuesta emocional que interpreta estos mensajes. Según D’Adamo (2021) y Jaráiz Gulias (2021), la dimensión afectiva es un componente sustancial que comprende y valora los mensajes políticos. Por tanto, las emociones potencian la eficacia de la persuasión a través de los símbolos del discurso.

La multimodalidad es un factor diferenciador de las campañas digitales contemporáneas. El uso coherente de texto, imagen, tipografía, color y sonido permite crear significados que no se limitan a lo verbal. Tal como plantea Esposito y KhosraviNik (2023), la investigación actual en análisis multimodal sostiene que los recursos de diferentes modos semióticos no actúan de forma aislada, sino que actúan conjuntamente para lograr un efecto discursivo coherente que impulsa la comprensión política (Esposito y KhosraviNik, 2023).

En última instancia, el posicionamiento político en contextos digitales se relaciona con hábitos comunicacionales estratégicos que evocan liderazgo, autoridad o cercanía. La apariencia del portavoz, su encuadre, su posicionamiento en el marco donde se despliega la puesta en escena institucional visual son elementos constitutivos del aparato semiótico mediante el cual se construyen la identidad y la credibilidad políticas. Es a través del análisis hermenéutico-semiótico-discursivo que aprendemos de esta convergencia entre el ser y el devenir de lo simbólico en dicho efecto de la realidad política en las campañas digitales contemporáneas.

## **Instrumento**

El corpus de investigación lo constituyen dieciséis publicaciones digitales: piezas gráficas y videos de RC5 y ADN en las plataformas X, TikTok y FaceBook, publicadas durante el período de la campaña electoral del Referéndum y la Consulta Popular 2025. Como dato adicional, se descartaron plataformas como Instagram por no contar con las suficientes piezas gráficas y audiovisuales de la campaña. Estos productos digitales se analizarán desde la perspectiva de la variable principal de la construcción simbólica y discursiva de la campaña, considerando los parámetros de cada atributo. Al ser un estudio cualitativo, el tamaño del corpus no necesariamente tiene que ser de gran extensión. El criterio de la “adecuación interpretativa” en la hermenéutica nos permite confiar en una muestra significativa reducida. Según Jacob (2024), la interpretación profunda de unidades semiológicas como: textos, imágenes y otras expresiones culturales, deben ser evaluadas por su adecuación y no por la cantidad de casos.

Del mismo modo, solo se incluyeron contenidos identificables de carácter publicitario o propagandístico, producidos por los partidos políticos de ADN y RC5. Conforme a la postura de Klinger et al. (2023), responde a la necesidad de analizar a estrategias, planificadores, destinatarios y mercados del discurso políticamente relevante en línea. Adicionalmente, se verificó la disponibilidad pública y la integridad técnica del material, lo que garantiza las condiciones adecuadas para un análisis multimodal preciso.

En contraste, excluimos publicaciones meramente informativas sin intencionalidad persuasiva, contenidos generados espontáneamente por usuarios sin vinculación institucional, piezas repetidas sin variación discursiva significativa y material difundido fuera del periodo oficial de campaña. Del mismo modo, se descartaron anuncios técnicamente incompletos o fragmentados que impedían un análisis integral de la configuración semiótica.

## **Procedimiento**

Las dieciséis publicaciones, entre piezas gráficas y recursos audiovisuales, fueron seleccionadas del historial de las cuatro plataformas de los dos partidos políticos ADN y RC5, las cuales se analizaron en profundidad bajo la lupa de la hermenéutica, según las categorías planteadas en la matriz de operatividad. Se revisaron los feeds de cada una de las tres plataformas en busca de las piezas gráficas y videos más representativos de los dos movimientos políticos durante el periodo del 1 al 13 de noviembre de 2025.

## **RESULTADOS**

Podemos destacar que la narrativa de la campaña visual de ADN se distancia de la retórica política tradicional para proyectar una imagen de una gestión gubernamental acertada y de modernidad operativa de las fuerzas del orden. Las piezas digitales de la campaña de ADN muestran al “Sí” a la Consulta como un recursos práctico y necesario para resaltar la gestión de su gobierno y promover el control del Estado. En las redes ADN busca transmitir que la solución

a la crisis de inseguridad es confiar en el gobierno y permitir que, mediante las reformas propuestas en la consulta, se actualicen los sistemas de protección del Estado. Figuras de autoridad y fuerzas del orden son los protagonistas de los spots. De esta forma, el discurso se aleja de lo tradicional y se simplifica para centrarse en la eficiencia e inmediatez del mensaje.

A medida que avanza la narrativa visual, se observa una transición hacia la legitimación de la fuerza institucional y el orden del Estado. El análisis detecta que el uso de iconografía militar y policial, como helicópteros y patrullajes tácticos, estos íconos tienen la función semiótica de proyectar autoridad y control sobre el territorio y están diseñados para generar una sensación de seguridad y superioridad frente al crimen organizado, posicionando al gobierno como la única entidad con la experticia y capacidad técnica para restaurar la tranquilidad y la paz; el mensaje visual es claro: el apoyo a la consulta es el respaldo directo a las fuerzas del orden constituido que protegen al país, transformando la papeleta en un escudo contra la delincuencia organizada que aqueja al país.

Por lo tanto, la narrativa comunicativa del partido político ADN se orienta por una lógica de lealtad afectiva y de protección de la lealtad misma. Estrategias de acercamiento y gestos de proximidad acercan al presidente y su proyecto político a la familia humana; la familia que, como opción visual, nos busca y, a través de nosotros el votante se convierte en la herramienta empírica de la empatía: un voto por el «sí» duplica y, por lo tanto, crea el acto efectivo; la familia y una promesa a sus hijos y nietos; el repetidor ligeramente bestial y el sintagma del «sí» son uno y se humanizan frente a la fría apariencia metálica de la seguridad.

En cuestiones de carácter momentáneo, hay una gran validación y una identidad generacional. Los tamaños e imágenes finales, morados como el ADN, creados para las redes sociales, tienen el efecto de una mayoría imparable. Multiplíquense, y el desarrollo de una nación mediante el vigor institucional y la exuberancia juvenil.

En conjunto, la secuencia de estas imágenes construye una narrativa en la que votar “SÍ” se presenta como el paso natural hacia un Ecuador moderno y seguro.. La campaña logra que el ciudadano se sienta parte de un movimiento transformador que cuenta con el respaldo de la fuerza pública y el entusiasmo de la gente. Todos estos conceptos se detallan en la tabla 2.

**Tabla 2***Matriz de análisis hermenéutico de ADN*

<b>Conceptos encontrados en cada pieza digital</b>	<b>Construcción simbólica de la consulta (nosotros y ellos)</b>	<b>Marco Ideológico</b>	<b>Estrategia Emocional</b>	<b>Multimodalidad</b>
El dispositivo de alerta. <a href="https://n9.cl/arubu">https://n9.cl/arubu</a>	El "nosotros" es un Ecuador que necesita modernizarse para enfrentar al "ellos" (el crimen organizado).	Pragmatismo tecnológico. La seguridad se presenta como la gestión de datos y de alertas en tiempo real.	Genera urgencia y tranquilidad. El celular en la mano garantiza que esta solución está al alcance del ciudadano si vota SÍ.	Se trata de una estética de la interfaz digital. El amarillo sobre el negro comunica una advertencia de que el gobierno se compromete a resolver.
La Colectividad en Marcha. <a href="https://n9.cl/12iti">https://n9.cl/12iti</a>	Una mayoría de "nosotros", jóvenes, frescos y a favor del ADN.	Renovación política. Se adorna con el ocaso de una nueva estética urbana.	Optimismo y fuerza. El puño en alto, no de contencioso, sino de confianza en la victoria.	"Marea humana" con una saturación de púrpura (los colores de ADN) en apoyo.
La Interpelación Directa. <a href="https://n9.cl/bh6i0r">https://n9.cl/bh6i0r</a>	El "nosotros" como un electorado inteligente que debe elegir la "calidad" propuesta de Noboa).	Eficiencia estatal. Se apela a la lógica de resultados por encima de la retórica política extensa.	Confianza y complicidad. La mirada directa busca romper la barrera entre el político y el votante joven.	Formato vertical tipo TikTok para transmitir una comunicación moderna y sin filtros.
El Afecto y el Liderazgo. <a href="https://n9.cl/li57r">https://n9.cl/li57r</a>	El "nosotros" es la base social que recibe protección y cariño del líder.	Paternalismo moderno. El Estado no solo castiga, sino que también extiende sus brazos para protegerte y está presente en todas partes dentro de su territorio.	Empatía. Paz. Abrazo. Sí, es un voto por la paz en el hogar.	Primer plano medio. Humanizante. Emblemático. Clavel (de esperanza).

El Patriótico. <a href="https://n9.cl/wziih">https://n9.cl/wziih</a> j	Puño	El "nosotros" representa la soberanía nacional que reclama el control.	Poder punitivo legítimo. El puño con la bandera significa que el Estado tiene la fuerza para proteger a sus ciudadanos.	Determinación. El n. Busca que el votante se sienta empoderado frente a la delincuencia.	Composición minimalista en la que el texto "SÍ" se fusiona con el símbolo de la fuerza física.
El Institucional. <a href="https://n9.cl/asvx">https://n9.cl/asvx</a> w	Orden	Un "nosotros" que utiliza nuestra tecnología y nuestro poder militar para protegernos.	Militarización de la seguridad. La respuesta al crimen es técnica, aérea y profesional.	Seguridad y superioridad. Estás mirando desde un helicóptero y el gobierno te tiene en la mira a ti y al problema.	Iconografía táctica (casco, nave) para significar un Estado fuerte que no retrocede.
La Legal. <a href="https://n9.cl/1da26">https://n9.cl/1da26</a>	Promesa	El "nosotros" como una sociedad de leyes frente al "ellos" (criminales que no deben gozar de beneficios).	Reforma estructural. El Sí se vende como la llave para cambiar las reglas del juego a favor de la gente "bien".	Alivio y justicia. La lista de beneficios genera una sensación de orden recuperado.	La imagen del presidente caminando con decisión refuerza la idea de un ejecutivo que hace que las cosas pasen.
El respaldo de Masas. <a href="https://n9.cl/q4vub">https://n9.cl/q4vub</a> b		El "nosotros" ciudadano custodiado y en armonía con la fuerza pública.	Paz social bajo autoridad. El orden es la condición necesaria para la alegría y la reunión pública.	Protección. La presencia policial no es represiva, sino un muro de contención que permite la fiesta democrática.	La profundidad de campo revela una multitud infinita, lo que indica que el voto "SÍ" en el referéndum refleja el sentimiento de todo el Ecuador.

*Nota.* Elaboración propia.

Por otra parte, el bombardeo visual de RC5 parece más agresivo y personaliza la contienda política; estas piezas gráficas tratan el referéndum menos como una cuestión de abogados y más como un juicio a los líderes electos, juzgados personalmente a través de imágenes y palabras adheridas a ellos para perturbar cierta autoridad institucional, poniendo a quienes votan por ellas en un lugar de juicio. Esta técnica permite que el rechazo a la gestión gubernamental se transfiera automáticamente a la papeleta, convirtiendo el "NO" en una herramienta de castigo político.

A medida que avanza la narrativa visual, evidenciamos una transición hacia la estética de la resistencia popular y de la burla. Las imágenes que capturan el uso de máscaras, monigotes y

carteles artesanales en las calles cumplen la función semiótica de ridiculizar el poder. El análisis detecta el uso del humor y la parodia como recursos estratégicos para desinflar el discurso de seguridad y orden del oficialismo. Al presentar al gobierno a través de una imagen casi caricaturizada, la campaña logra que el ciudadano pierda la solemnidad y el respeto ante la actual autoridad, lo que incentiva una respuesta de rechazo percibida como valiente, creativa y, sobre todo, colectiva.

Posteriormente, vemos la secuencia comunicacional en el plano de la memoria afectiva y de la identidad nacional y analizamos cómo el uso de símbolos cercanos, como el mapa del país en texturas agradables o la presencia de ciudadanos de la tercera edad, busca despertar un sentimiento de nostalgia que provoca una mirada hacia un pasado que, según RC5, fue mejor. Aquí observamos que se manifiesta la protección de los derechos de los habitantes y de la soberanía frente a lo que presentan como un "engaño" del Estado. La opción del "NO" se articula, entonces, como un acto de cuidado de la patria, vinculando la decisión política con la protección del núcleo familiar y con el bienestar del pueblo ecuatoriano.

Para concluir el análisis, identificamos el concepto de validación social y el uso del lenguaje cotidiano. Elementos que muestran a ciudadanos hablando en círculos en su barrio, con rimas fácilmente recordables; realizan un acto similar y mundano de lírica de la conversación: volvemos a combinar medios y, esta vez, para crear una sensación de consenso: el barrio, naturalmente, ha rechazado el referéndum en la conversación, por lo que votamos. En definitiva, la secuencia narrativa posiciona el voto por el "NO" como un acto no solo electoral, sino, a medida que avanza, como un acto de identidad popular y una respuesta a la realidad experiencial.

**Tabla 3**

*Matriz de análisis hermenéutico RC5*

<b>Conceptos encontrados en cada pieza digital</b>	<b>Construcción simbólica de la consulta (El nosotros y el ellos)</b>	<b>Marco Ideológico</b>	<b>Estrategia Emocional</b>	<b>Multimodalidad</b>
El Ataque Directo. <a href="https://n9.cl/x1djw">https://n9.cl/x1djw</a>	Define un "ellos" personificado en el binomio presidencial actual, etiquetándolos como "sinvergüenzas". El "nosotros" es el bloque opositor que desenmascara al poder.	Confrontación política directa; el referéndum se presenta como una extensión de los individuos, no de la nación.	Indignación y rechazo. Se busca generar un sentimiento de mofa hacia el opositor.	Se utilizan bocadillos de diálogo de estilo cómico sobre una gama tonal brillante (azules/celestes) y se contrasta el descontento con la imagen de los políticos.

El Candidato del Pueblo. <a href="https://n9.cl/p78pr">https://n9.cl/p78pr</a>	Un asombroso "nosotros" de protesta: los mayores, los pobres, las víctimas de las políticas sociales, representados icónicamente como padecen.	Un populismo de izquierdas particular que antepone la voz al Estado. Empatía con la demanda social.	Utilizando el truco de la protesta para concretar el nombre de los descontentos.	(Escena callejera, con elegantes banderas ondeando, que combina la derrota electoral de las élites (los NO) con un nacionalismo popular, aunque igualmente patriótico).
Sátira Callejera. <a href="https://n9.cl/vfc1lz">https://n9.cl/vfc1lz</a>	Esta obra es un comentario sobre la movilización social el "nosotros" que utiliza el humor para resistirse a "ellos" mediante la figura de un cerdo.	Resistencia civil, desobediencia simbólica. Desvalorización de la narrativa oficial.	Irreverencia. Busca parodiar la solemnidad del referéndum.	Mezcla elementos artesanales (pancartas y efigies) con esas banderas rojas, clásicamente asociadas con la lucha de clases o el activismo.
La estética de la denuncia. <a href="https://n9.cl/3uz7x">https://n9.cl/3uz7x</a>	Un joven "nosotros" urbano señalando con el dedo. El mensaje "También fue su culpa" atribuye la responsabilidad al gobierno.	Contranarrativa : cuestiona quién es el verdadero responsable de la crisis actual.	Sospecha y acusación. La luz roja o morada crea una atmósfera de clandestinidad o de urgencia.	Primer plano extremo (close-up) y uso de notas físicas para dar un tono de "verdad revelada" o de denuncia ciudadana.
El Mapa Creativo. <a href="https://n9.cl/frq4w">https://n9.cl/frq4w</a>	El "nosotros" es el Ecuador biodiverso y cultural que debe ser protegido de la consulta.	Resistencia a las modificaciones externas que amenazan la integridad de la nación.	Evocando la alegría infantil, la plastilina contrarresta el mensaje político crudo, amortiguando eficazmente la pastilla.	Sin embargo, persiste en la mente el contraste entre la brillante imagen ilustrativa del país y el rojo forzado del ¡NONES!, superpuesto, en sí mismo un freno brusco.

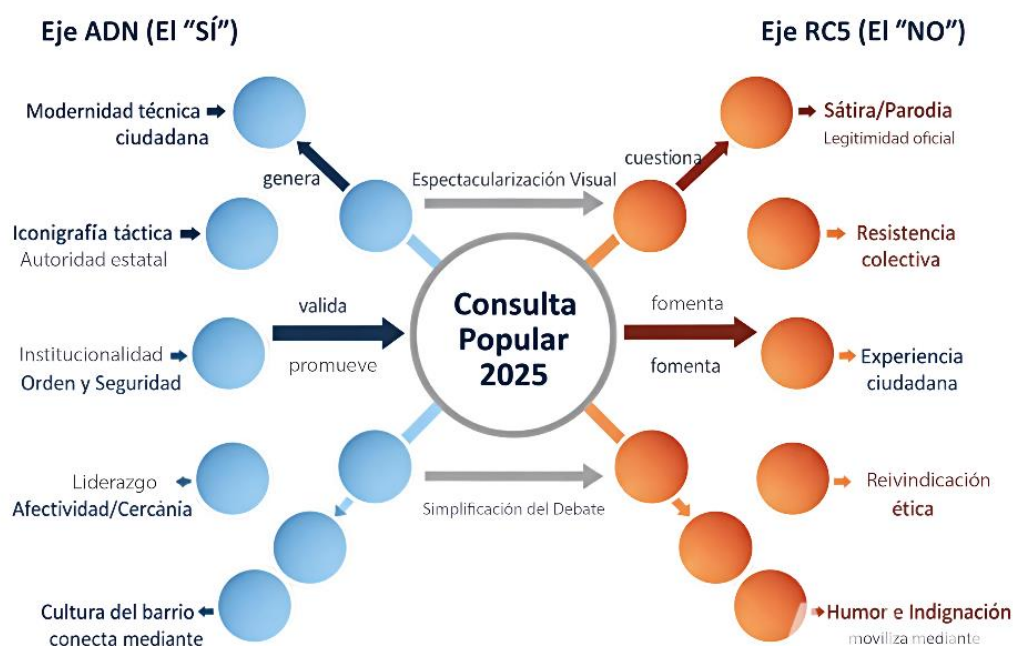
La Cotidiana. <a href="https://n9.cl/ftjkl2">https://n9.cl/ftjkl2</a>	Charla "Nosotros" es un grupo de vecinos o de ciudadanos comunes que conversan sobre la realidad en un ambiente vecinal.	Educación popular: política explicada de forma sencilla entre pares.	Cercanía y sentido común. El lema "A la consulta, ¡nones!" utiliza la rima para crear armonía.	Encuadre grupal en el que el logo del "NO" se inserta como una conclusión natural de la conversación.
La reappropriación de la imagen. <a href="https://n9.cl/ilfzvx">https://n9.cl/ilfzvx</a>	El "nosotros" es la multitud que parodia al poder mediante el uso de máscaras del presidente y sus aliados.	Crítica de la iniciativa para devolver la parodia a las calles.	Desacreditando a los líderes mediante la presentación de chistes deshumanizados y con una lógica de hiperestimulación sensorial.	Los paneles del montaje de tres paneles nos llevan desde la marcha hasta los detalles del desmembramiento o satírico.
La comparación histórica. <a href="https://n9.cl/m9icu8">https://n9.cl/m9icu8</a>	Antagonismo entre noboístas "ellos" y correístas "nosotros", al elegir entre dos modelos de país.	Bipolaridad política. Se apoya en la nostalgia del pasado para invalidar el presente.	Nostalgia y polarización. Se utiliza la pregunta ¿Quién fue el mejor? para movilizar el voto por identidad.	Estética de un programa de noticias o de debate digital para otorgar una apariencia de "análisis serio" a un mensaje de campaña.

*Nota.* Elaboración propia.

Poniendo ahora bajo la lupa la retórica del discurso, la red discursiva de ADN utiliza nodos de conexión "válida" y "genera" como elementos fundamentales para entender cómo la comunicación multimodal transforma una imagen de seguridad en un sentimiento de apoyo político. Este sentimiento de seguridad se apoya en lo expuesto por Guyer et al. (2021), según el cual los estímulos de autoridad funcionan como factores de "validación de actitudes" favorables hacia la gestión gubernamental de ADN. El sentido político se proyecta como una red de relaciones circunscrita al gobierno. Aquí, el orden es el resultado directo de la gestión administrativa de su gobierno.

Por el contrario, en red discursiva de la RC5, los vínculos se establecen mediante verbos como "cuestiona" o moviliza". Aquí, la parodia no está como una palabra aislada; en cambio, se interrelaciona con los demás nodos discursivos. De acuerdo con Alemán (2024), estas conexiones constituyen "marcos de diferenciación" que instan al espectador a sentirse identificado con una alternativa basada en la emoción y no en la fuerza. La red de la RC5 busca que el elector se revele ante la autoridad del gobierno actual con su voto. Podemos ver a las redes discursivas de ambos partidos en la figura 2.

**Figura 2**  
*Red de relaciones discursivas*



*Nota.* Elaboración propia

La red de nodos conceptuales de la Consulta Popular 2025 muestra dos posturas claramente polarizadas: por una parte, ADN refuerza la idea de que la administración noboista actual lleva al país por el camino correcto hacia la modernidad y un futuro favorable. RC5, por su parte, opta por devaluar la imagen del gobierno de Noboa para minimizar su fuerza política y gobernabilidad, rememorando el pasado de la década correísta que, según su perspectiva, fue mejor, e incentivando al público a sentir nostalgia por esa época en particular de la historia ecuatoriana.

En la red el concepto de “espectacularización” abraza a ambos partidos. Este nexo simplifica ampliamente el debate democrático convirtiendolo en un simple juego de quién llama más la atención en los medios. Este concepto como lo afirma Suntaxi et al. (2025) es un eje de la política digital en Ecuador. Esta tendencia al entretenimiento vacío se manifiesta especialmente en la plataforma TikTok, donde las propuestas comunicativas y políticas complejas son reducidas a videos de consumo rápido y de alto impacto emocional.

## DISCUSIÓN

Las campañas respectivas de ADN y de la RC5 evidencian una divergencia estratégica que se alinea con los resultados de Alemán (2024) sobre la comunicación política digital a través de la construcción de la “identidad” y la “alteridad”. ADN construye un «nosotros» basado en la eficiencia técnica y el orden estatal para asegurar la confianza del votante, mientras que RC5

construye un “ellos” que muestra incertidumbre a través del sentimiento de inconformidad con el actual gobierno.

ADN basa su narrativa digital en la seguridad de la perspectiva gubernamental y direcciona su mirada hacia el porvenir, RC5, por su parte, centra su discurso en la parodia al gobierno noboista y apela al pasado. Las dos campañas, sin embargo, presentan elementos comunes, al crear marcos yuxtapuestos a su oponente para consolidar a sus seguidores; un concepto que Alemán (2024) estima importante en crisis democráticas.

Por un lado, la campaña de ADN usa recursos multimodales para influir en la percepción de seguridad y estabilidad política, esto se relaciona con los hallazgos de Guyer et al. (2021) quienes investigaron que en mensajes políticos la presencia de marcos comunicacionales de alta autoridad y calidez disminuyen el sentimiento de inseguridad en los votantes. La presencia de símbolos de protección (como las de las fuerzas del orden), combinados con señales de afecto (abrazos y manos estrechadas), refuerza y consolida el apoyo del elector. Por otro lado, la RC5 emplea recursos como la burla y la rebeldía para debilitar la autoridad de Noboa y opta por promover la deserción por promesas incumplidas. A pesar de esta diferencia de objetivos, las dos campañas evidencian ya una semejanza metodológica: el intenso uso de la carga emocional, el lenguaje no verbal para desviar el discurso político a un mensaje más amigable con el espectador. Esta fragmentación del discurso y simplificación de temas complejos a formatos virales se mencionan en investigaciones recientes como la de Rivera y González (2024) que proponen el concepto de “infroentretimiento” en las redes sociales para sintetizar el debate electoral y darle inmediatez y fácil acceso al público.

Podemos observar este fenómeno en RC5 con las rimas o en ADN con los videos dinámicos: la sustitución del razonamiento legal por un impacto en pantalla. Mientras ADN utiliza la espectacularidad técnica para vincular la modernidad con el orden del Estado, RC5 la utiliza para narrar una historia sobre sí misma marcada por la resistencia y los lazos familiares, lo cual, según Montaña y Enríquez (2025), constituye una limitación para un verdadero debate democrático en Ecuador. Bajo esta premisa, es posible establecer una diferencia entre ambas fuerzas políticas, respaldada por la manera en la que su discurso en las plataformas de redes sociales se ha adaptado, buscando la viralidad en lugar de la profundidad. En Ecuador, las campañas digitales de consultas populares no solo se enfocan en la dicotomía del voto afirmativo o negativo a las propuestas, sino en la disputa semiótica de símbolos políticos, miedos y parodias.

Según KhosraviNik (2023), en su investigación sobre la noción de poder digital, las plataformas recompensan el contenido que apela a la ideología del usuario mediante la emoción. Esta crítica del discurso en estas campañas debe interpretarse a la luz de las estrictas limitaciones de los algoritmos. Las limitaciones del presente estudio radican en el impacto real de los hallazgos que no tomaron en cuenta las métricas de recepción de los mensajes. Para futuras investigaciones, se recomienda que se pueda continuar con el análisis iniciado, en pos de responder interrogantes

investigativas más amplias. Recursos como la inteligencia artificial en la narrativa de los medios digitales permitirán profundizar las estrategias de control de las campañas.

Para concluir, es necesario responder la pregunta de investigación de este estudio: ¿Cómo se estructuran los sistemas semióticos-discursivos multimodales en las campañas de ADN y RC5 para el referéndum 2025? La respuesta es compleja, mientras ADN combina símbolos de seguridad en la institucionalidad y estabilidad a futuro, RC5 recurre al sentimiento de malestar social, la parodia al régimen y memoria nostálgica. Ambos partidos estructuran símbolos claros y concisos en formatos cortos para persuadir al voto, apelando a su emocionalidad y a la vez buscando entretener antes que informar.

### CONCLUSIONES

A partir de la discusión de este estudio, se permite concluir que existe una separación estratégica en la definición de "nosotros". ADN se erige en una orden institucional y en una vanguardia tecnocrática, con su enfoque en el futuro, mientras que la RC5 se define como una fuerza popular que impugna la moralidad del gobierno actual. Esta oposición refleja una polarización afectiva en la que el adversario es transformado en un símbolo de fracaso (RC5) o de caos (ADN), lo que desplaza el debate sobre las reformas legales hacia una confrontación de carácter. Paridad de enfoque: a pesar de sus diferencias ideológicas, existe paridad en la estrategia de las organizaciones. Parece existir una mancomunación de recursos y un enfoque político reduccionista, en el que los partidarios del "sí" y del "no" intentan reducir el alcance de la otra parte. Los hallazgos indicaron que la viralidad favoreció los contenidos de dinámicas de distracción adaptándolos a la saturación informativa del votante.

Descubrimos que el significado de "lo político" en estas historias (que lo entendían de distintas maneras) se basaba en diversas herramientas emocionales. ADN apela a una psicología del orden y de la esperanza; la estrategia de RC5 utiliza la psicología de la parodia, la indignación y la sátira como contrapunto. En ambos casos, hay elementos visuales periféricos (mascarillas, abrazos, uniformes) que actúan como elementos pseudológicos.

En suma, los recursos multimodales utilizados durante la campaña simplifican el propósito real de las preguntas de la consulta, obstaculizando un debate democrático más serio y genuino. La inmediatez de las plataformas obliga a los partidos a modificar el mensaje a formatos más viralizables. Cabe recalcar, que los ecuatorianos son obligados a asistir a las urnas, y a la mayoría de ellos no disfruta de este proceso. Es importante que, más allá del mensaje, se reafirme la identidad política del votante en pro de sus futuras decisiones electorales.

## REFERENCIAS

- Alam, S., Asmawi, A., Ullah, M., & Fatema, S. (2025). *The Tetra Pillar of Trustworthiness in Qualitative Research: Equipping Early Career Researchers with a Fundamental Understanding*. *Integrated Journal for Research in Arts and Humanities*, 5(6), 73-79. <https://doi.org/10.55544/ijrah.5.6.13>
- Alemán, E., Ávila Nieto, C., & Guerrero Bacuilima, X.. (2024). *El discurso populista y su relación con la polarización política. Análisis del debate de la primera vuelta en las elecciones presidenciales del Ecuador 2021*. *Revista de Ciencia Política (RCP)*, (12), 45–68. <https://doi.org/10.29105/rcp.v6i1.61>
- Altamarino-Benítez, V., Ruíz-Aguirre, P., y Baquerizo-Neira, G. (2022). *Análisis del discurso y comunicación política en redes sociales en Ecuador: estudio de emociones y narrativas en Facebook*. Universidad de los Andes. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1539>
- Birdwhistell, R. L. (1970). *Kinesics and context: Essays on body motion communication*. University of Pennsylvania Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt3fhk73>
- D'Adamo, O. G. (2021). *Las emociones en la comunicación política: un breve recorrido teórico*. *Opera* 28, 195–215. <https://doi.org/10.18601/16578651.n28.09>
- Esposito, E., y KhosraviNik, M. (2023). *Discourse in the Digital Age: Social Media, Power, and Society*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003300786>
- Guyer, J. J., Briñol, P., Vaughan-Johnston, T. I., Fabrigar, L. R., Moreno, L. y Petty, R. E. (2021). *Paralinguistic features communicated through voice can affect appraisals of confidence and evaluative judgments*. *Journal of Nonverbal Behavior*, 45(4), 479–504. <https://doi.org/10.1007/s10919-021-00374-2>
- Halliday, M. A. (1994). *An introduction to functional grammar*. Edward Arnold. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1970947>
- Jaráiz Gulías, E. R. (2021). *Emociones y engagement en los mensajes digitales de los candidatos a las elecciones generales de 2019*. *Cultura, Lenguaje y Representación*, (26), 229–245. <https://doi.org/10.6035/clr.5844>
- KhosraviNik, M. (2023). *Social Media Critical Discourse Studies*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003371496>
- Klinger, U., Kreiss, D., y Mutsvairo, B. (2023). *Platforms, power, and politics: An introduction to political communication in the digital age*. Polity. [https://www.politybooks.com/bookdetail?book\\_slug=platforms-power-and-politics-an-introduction-to-political-communication-in-the-digital-age--9781509553570](https://www.politybooks.com/bookdetail?book_slug=platforms-power-and-politics-an-introduction-to-political-communication-in-the-digital-age--9781509553570)
- Kress, G., y Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold.

- Llamuca, Ñ. y Fernando, C. (2025). *Comportamiento electoral de los habitantes rurales del cantón Riobamba en las elecciones seccionales de 2023*. Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Repositorio Digital UASB. <http://hdl.handle.net/10644/10437>
- Molpeceres, A. V., Miranda-Galbe, J., y Prieto Muñiz, M. (2025). *Digital Political Communication in the European Parliament: A Comparative Analysis of Threads and X During the 2024 Elections*. *Journalism and Media*, 6(1), 42. <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/1/42>
- Montaño Moncayo, F., & Enríquez Fierro, J. (2025). *Comunicación política digital y polarización en Ecuador: estrategias discursivas y efectos sobre el debate democrático*. *Runas Revista de Ciencias Sociales*. <https://doi.org/10.46652/runas.v6i12.273>
- Peirce, C. S. (1931–1958). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Harvard University Press. <https://colorysemiotica.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/08/peirce-collectedpapers.pdf>
- Presidencia de la República del Ecuador. (2025). *Decreto Ejecutivo No. 147: Convocatoria al Referéndum Constitucional y a la Consulta Popular*. Registro Oficial. <https://www.primicias.ec/uploads/files/2025/09/19/decreto-ejecutivo-147-convocatoria-referendo-ecuador.pdf>
- Rivera, S., y González, G. (2024). *Populismo, desinformación y polarización política en la comunicación en redes sociales de los presidentes populistas latinoamericanos*. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (36), 79–107. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2024.36.86828>
- Scolari, C. (2023). *Tráiler conceptual: Intermedialidad*. *Contratexto*, (40), 13–20. <https://doi.org/10.26439/contratexto2023.n40.6761>
- Suntaxi Andrade, M. B., Suntaxi, M., Bernabé, S., y Molina, L. (2025). *Habilidades y estrategias para el posicionamiento de marca en la plataforma TikTok durante la segunda vuelta electoral en Ecuador (2023)*. *Ñawi: Arte, Diseño, Comunicación*, 9(1), 167–183. <https://doi.org/10.37785/nw.v9n1.a10>
- Vega-Ramírez, J. (2025). *Análisis político del discurso. Propuesta metodológica para su uso como herramienta*. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (38), 191–209. <https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.08>