



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Comunicación Social y Publicidad

**ANÁLISIS DEL DISCURSO POPULISTA DURANTE EL DEBATE DE LA
PRIMERA VUELTA DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL ECUADOR DE
2021 Y SU RELACIÓN CON LA POLARIZACIÓN DE LA CONVERSACIÓN
POLÍTICA**

Autora:
María Elisa Alemán

Directora:
PhD. Caroline Ávila Nieto

**Cuenca – Ecuador
2022**

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo de investigación a mi abuelita que me cuida desde el cielo. Le agradezco por el apoyo moral y económico que me brindó desde que estuve en la escuela. Gracias a su sustento logré culminar mis estudios universitarios.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que fueron parte de la realización de este trabajo investigativo. En primer lugar, a mi directora Caroline Ávila por los conocimientos y apoyo brindado durante la ejecución de este trabajo.

A mis compañeros de aula y profesores de la carrera de Comunicación Social por su apoyo y compañía durante esta etapa.

A mis padres Eugenio y Marcela y a mi hermana Emilia por brindarme su apoyo incondicional, no solo en el ámbito educativo, también a lo largo de toda mi vida.

RESUMEN:

Dada la importancia que el populismo tiene en Latinoamérica por su condición de rasgo endémico en la cultura política de la región, esta investigación se propuso analizar el nivel de populismo expuesto en el discurso político ecuatoriano a partir del análisis del debate realizado durante la primera vuelta de las elecciones presidenciales de 2021. Para ello, se desarrolló una investigación con enfoque cualitativo utilizando la metodología del análisis del discurso. Sobre la base de la literatura se identificaron ocho rasgos populistas con los cuales se codificaron las intervenciones pronunciadas. Los resultados demuestran que seis candidatos de los dieciséis presentan una mayor carga populista, sin ser esta mayoritaria en sus discursos. Las categorías que más se repitieron durante el debate fueron “confrontación” e “identificación de un enemigo”. Ambos rasgos permiten argumentar que este tipo de discurso facilitó la polarización en la conversación a partir de opuestos como el correísmo versus la banca más que el tradicional clivaje izquierda – derecha.

ABSTRACT

Given the importance that populism has in Latin America due to its status as an endemic feature in the political culture of the region, this research aimed to analyze the level of populism exposed in Ecuadorian political speeches based on the analysis of the debate held during the first round of the presidential elections of 2021. For this, a research with a qualitative approach was developed by using the methodology of discourse analysis. Based on the literature, eight populist traits were identified with which the interventions were coded. The results show that six candidates out of the sixteen candidates showed a greater populist discourse, although they it was not the core discourse in their speeches. The categories that were repeated the most during the debate were “confrontation” and “identification of an enemy”. Both features allow us to argue that this type of discourse facilitated the polarization in the conversation from opposites such as correísmo versus banking more than the traditional left-right cleavage.



Translated by:

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner, which reads "Elisa Alemán".

Elisa Alemán

Índice de contenido

CAPÍTULO 1 –Marco Teórico y Estado del Arte.....	4
1.2 Discurso Populista en Latinoamérica.....	8
1.3 Polarización en el Discurso Populista.....	11
1.4 Rasgos en el Discurso Populista.....	14
Capítulo 2 - Metodología	21
2.2 Análisis de los resultados cualitativos mediante el software Nvivo	24
2.3 Proceso electoral de las presidenciables de Ecuador 2021	24
2.4 Debates entre candidatos.....	26
2.5 Identificación de los candidatos.....	28
CAPÍTULO 3- RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
3.1 Análisis del discurso populista a través de las categorías identificadas en la literatura	32
3.2 Recursos gráficos adicionales	43
3.3 Candidatos con mayor frecuencia de rasgos populistas.....	49
CAPÍTULO 4 CONCLUSIONES.....	54
Referencias.....	57

INTRODUCCIÓN

El Análisis del Discurso es una herramienta interdisciplinaria que sirve para validar las interpretaciones de textos y las reflexiones orales emitidas por una persona. Dicho método se preocupa por comprender el lenguaje y nos permite entender el funcionamiento de las representaciones sociales a través del uso de mensajes, sus interacciones y la lucha ideológica que deja marca en los discursos orales y escritos (Bolívar, 2020). Para Van Dijk, 2018 (citado en Pineda, 2020) el Análisis del Discurso estudia la manera en cómo el abuso de poder se promulga a través de la palabra en un contexto social y político.

Es sustancial aprender a leer los discursos para entender el funcionamiento de la sociedad. En este marco, el discurso busca analizar todo lo que se dice en el campo político; por esa razón, se puede concluir que el orden social no es natural, sino que ha sido construido sobre la base de las relaciones de poder manifestadas en distintos discursos (Guerrero y Vega, 2015).

Por ese motivo es importante utilizar la herramienta del Análisis del Discurso dentro de las ramas de la Comunicación Social, porque esto nos permite estudiar al populismo con el objetivo de “profundizar el rol que tiene la comunicación política en las gestiones gubernamentales” (Ávila, 2017, p. 4). Según Pontón (2016) los candidatos tratan de aumentar su aceptación a través del discurso de la polarización y esa confrontación puede llevar a conflictos sociales intensos y —en ese sentido — la división del país puede llegar a construir una amenaza para la democracia.

Además, es significativo para la comunicación política analizar los discursos políticos populistas, porque existe una relación entre polarización y populismo. La polarización se entiende como una estrategia de identificación política que descansa en el nivel de eficacia que logre la retórica al dividir a la sociedad en dos campos antagónicos (Peruzzotti, 2020). El

populismo puede considerarse una amenaza, porque la polarización rompe con el pluralismo o la diversidad y recae en un peligro para la democracia (Pontón, 2016).

Por todo ello, se busca comprender los discursos de los 16 candidatos en el debate de las elecciones presidenciales del Ecuador con el fin de encontrar los rasgos populistas que contribuyeron a la polarización del país.

Tras este análisis se han desarrollado las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuáles son los rasgos populistas más relevantes que se pueden encontrar en los discursos de los candidatos que fueron pronunciados en el debate del 16 y 17 de enero?

¿Qué candidato de los 16 que asistieron al debate presentó más rasgos populistas en su discurso? De los rasgos encontrados en el candidato, ¿cuáles están asociados a una polarización del discurso político?

Estas preguntas han llevado a plantear los siguientes objetivos:

Objetivo general

Evaluar el nivel de populismo expuesto en el discurso político ecuatoriano a partir del análisis de los discursos del Debate de Primera Vuelta de los candidatos a las elecciones del 2021.

Objetivos específicos

- Identificar los rasgos del discurso populista que se manifestaron durante el primer debate de las elecciones presidenciales del Ecuador del 2021.

- Determinar qué candidato presentó más rasgos populistas en su discurso durante el primer debate

- Determinar si existe una relación entre los rasgos populistas y la polarización en el discurso expresado por los candidatos.

CAPÍTULO 1 –Marco Teórico y Estado del Arte

En este apartado se explicará por qué el populismo es un término que causa confusiones, debido a que no existe una explicación exacta sobre qué es y qué no es populismo. La mayoría de los autores alegan que no hay un concepto que defina al populismo, ya que esta palabra se caracteriza por su vaguedad. De hecho, las definiciones y comprensión sobre este campo son ausentes. A pesar de que no se ha encontrado una descripción puntual para dicha palabra, la literatura menciona que el populismo surge en momentos de crisis y gracias a un líder carismático.

1.1 Populismo

“El concepto de populismo ha estado presente en las discusiones que se desarrollaron dentro del campo de las ciencias sociales desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad” (Traverso, 2020, p.205). Para Souroujon (2021) los países de América Latina muestran un enorme entusiasmo por el populismo, ya que en su región este fenómeno ha estado muy presente. Los investigadores sociales han dedicado grandes esfuerzos intelectuales en tratar de crear una definición, encontrar su relación con la democracia, sus potencialidades y los problemas que este esconde.

Uno de los autores que más estudió el fenómeno populista fue el sociólogo argentino Ernesto Laclau. Para Laclau (2005) la palabra ‘populismo’ se caracteriza por la vaguedad del término. Un rasgo que siempre está presente en la literatura es la dificultad para dar un significado preciso al concepto. Las definiciones y la comprensión sobre este campo son ausentes. De hecho, el populismo no se clasifica ni en la derecha o la izquierda; por esa razón, el autor dice que es imposible darle una definición. Heiss (2020) concuerda con

Laclau cuando dice que no es posible crear un concepto para dicha palabra, ya que no solo existe un intenso debate sobre qué es y qué no es populismo, sino también sobre cuál es la mejor estrategia para definirlo.

Soto (2021) coincide con Laclau y Heiss al decir que no es viable encontrar una descripción concreta a la palabra. Sin embargo, se pueden hallar diversos elementos que sirven para catalogar al concepto. Uno de ellos es que el populismo surge cuando las sociedades atraviesan momentos de crisis. Otro factor es cuando el populismo construye la subjetividad y crea la opinión pública. Por esa razón, el populismo no estructura el poder en el Estado, tampoco es reconocido como una forma de gobierno o una estrategia oficial por parte de los gobernantes. El populismo se manifiesta más como un acto performativo; es decir que actúa desde el discurso.

Las ideas de Laclau se han mantenido a lo largo del tiempo, ya que autores modernos como Rosanvallon, (2020) también alegan que el populismo es una palabra muy popular que está por todos lados; sin embargo, su concepto no se encuentra en ningún lugar. Para este autor, el término está desordenado y su uso es peyorativo y negativo. Además es una palabra encubridora que solo sirve para deslegitimar a otros candidatos.

Rivelos y Selamé (2020) parafrasean las ideas de Laclau con el objetivo de intentar definir de una manera más clara al populismo. Para ellos es un acto que intenta dividir a la sociedad por medio del discurso. Dicha fragmentación se da entre una élite que tiene el poder y un pueblo que se construye a partir de las demandas sociales. Esta segmentación da origen a un líder y una estructura que pasaría casi desapercibida.

Asimismo, estos autores concuerdan con las definiciones de Rivera, et al. (2020), ya que para dichos investigadores el populismo es una forma de unificar a un grupo que se comienza a definir, debido a que las demandas de la sociedad que dan paso al surgimiento del pueblo. A medida que las personas comienzan a ser solidarias con las demandas de la población se crea una identidad colectiva que divide a la sociedad en dos campos: el pueblo y otro antagónico que sería la élite (Laclau, 2005). Esta lógica no está presente solo en el enfoque de Laclau, sino también desde otras perspectivas teóricas como la de Campos y Guerrero (2019) que mencionan que el populismo latinoamericano se caracteriza por la movilización de clases influidos por líderes carismáticos.

Como señala Rosanvallon, (2020, p. 134) “la forma en que se concibe el populismo y el sentido que se le atribuye al término en el uso corriente varía en cada país en función de la historia de las distintas sociedades”. También es que una idea con límites tan difusos y significados tan oscuros que muchas veces la palabra cae en conceptos con sentidos contradictorios (Sánchez, 2020).

Por esa razón, Morán (2021) afirma que los múltiples usos del populismo se deben a las particularidades históricas de la democracia en América Latina y esto es clave para entender la realidad política de los países que se encuentran en América del Sur. Por ese motivo, las ideas del autor radican en que el populismo aparece como una forma, para algunos mejorada y para otros debilitada, de la democracia. Debido a eso existe un debate en torno a la definición del concepto.

Para Böcker (2021) el populismo en América Latina se destaca por la integración política de partidos populistas difusos. La idea de populismo que más se conoce en América Latina es la progresista. Dicha idea es la de mayor preocupación entre los medios de comunicación, los grupos de poder y en los sectores conservadores. Sin embargo, también ha surgido la derecha populista en América Latina con la llegada al poder de Bolsonaro, que posee una ideología y un discurso similar al de los populismos nacionalistas europeos y al de Donald Trump. Desde esta perspectiva, se puede concluir que el populismo no tiene una ideología determinada. “Es simplemente una forma de acumular poder, un modo de construcción política” (Böcker, 2021, p.55). Para Mouffle (2018) la gran diferencia entre populismo de izquierda y populismo de derecha es cómo se construye ese pueblo, ya que para esta autora la palabra “pueblo” no tiene nada que ver con la población de un país, sino al constructo social en torno al término.

A pesar de la complejidad para encontrar una explicación para la palabra ‘populismo’. Rodríguez (2018) considera que se puede definir al populismo como un fenómeno sociológico que nace a raíz de situaciones con alta incertidumbre cuyas demandas son canalizadas a través de líderes carismáticos. Además, “el populismo puede ser de izquierda o de derecha, no tiene un contenido ideológico determinado. Es más bien una forma de la política antes que una doctrina” (Colotta y Durán, 2021, p.35).

Por esa razón Sola (2021) comparte el mismo criterio de los dos autores anteriores cuando afirma que el populismo, por tanto, no es una ideología delgada ni una forma de percibir el mundo, sino una forma de usar el lenguaje para crear una retórica cuyo contenido de la realidad sería casual y variable en función de los actores que adopten el populismo como parte de su discurso. Asimismo, se puede identificar al populismo “como un estilo de comunicación y

acción política lo suficientemente carente de fondo teórico como para entrar en una relación con diversas ideologías según la coyuntura” (Román, 2021, p. 74).

De acuerdo con Hawkins y Rovira Kaltwasser (2017) el populismo es una concepción que concibe la política como una lucha permanente entre las fuerzas del mal y del bien. “Esta lucha es protagonizada por la “voluntad del pueblo”, pensada de forma fija y cosificada. La voluntad popular encarna la virtud de la autenticidad democrática, mientras que la élite representa el vicio y la corrupción” (Monsiváis, 2021, p. 4).

Para Traverso (2020) estos múltiples significados que adquirió el populismo a lo largo de la historia de las ciencias sociales, sobre todo latinoamericanas, han hecho que el término sea utilizado para identificar fenómenos sociopolíticos muy variados. Debido a la confusión que existe en torno al término y la dificultad por tratar de construir una definición sólida, es necesario estudiar al populismo de manera separada; es decir, que se requiere un estudio particular del populismo en cada país e incluso es necesario identificar sus usos políticos por grupos específicos (Pía Lara, 2019).

1.2 Discurso Populista en Latinoamérica

Esta sección está dedicada a los discursos con tintes populistas pronunciados por los candidatos o personas que están en el poder en el contexto de Latinoamérica. El discurso se entiende como una realidad política que se adecúa a los intereses de los políticos que se

encuentran en ese momento en la palestra pública o en una posición de poder. Se pronuncia a manera de enunciados con el fin de dar a conocer un pensamiento, creencia o posición política.

Como han sostenido muchos pensadores de diferentes corrientes y disciplinas, la narración constituye una forma universal en el discurso social y tiene un lugar destacado en la formación del discurso político. De hecho, puede decirse que el discurso es una forma particular de los procesos populistas. El interés por ahondar en la cuestión de las “narraciones” reside en que estas nos permiten, a su vez, profundizar en el raigambre cultural del discurso político. (Patrouilleau, 2021, p.388).

La conexión que existe entre el discurso y la política no es ajena al contexto Latinoamericano, dicha habilidad es utilizada por los actores políticos de forma oral y es recurrente en los procesos de campaña electoral para lograr la mayoría de los votos durante los comicios. Dichos discursos fueron usados incluso en los procesos de dictaduras blandas que vivió el Ecuador en la década de los setenta y con el regreso de la democracia. (Salazar y Punín, 2021, p. 72).

Para Hélder (2021) el populismo maneja un discurso que distorsiona la realidad con el fin de alcanzar el poder y combatir a un enemigo del pueblo. El discurso populista en América Latina surge en países que enfrentan crisis democráticas y culturales. Incluso, existe en países en los que, a pesar de contar con un sistema partidista estable, fracasaron al momento de mediar con los ciudadanos. Algo importante que acotar es que un discurso que surge debido al populismo no tiene un espectro ideológico de derecha o izquierda, incluso puede poseer varios contenidos dependiendo del momento social en el que se encuentra un determinado país. Además Zapata (2019) alega que el discurso populista es mencionado por personalidades del mundo político o candidatos que recurren a esta estrategia con el fin de lograr posicionarse en el electorado.

Según Jiménez *et al* (2019) el discurso populista en el continente sudamericano es una realidad política que se manifiesta como un acto performativo que va a depender de los intereses del gobierno, y sus acciones se van a manifestar en la forma en la que se emplee el discurso.

Una de las perspectivas más comunes para estudiar al populismo es bajo el enfoque el discursivo. Para Mudee, 2004 (como se citó en Poblete 2020) dicha orientación reconoce una oposición radical entre dos grupos antagónicos: un pueblo puro y una élite corrupta. Además, Barros (2014) menciona que algo característico de los discursos populistas son los aspectos que se muestran sobre lo que indigna al pueblo. Esto coincide con lo que plantea Mudee, ya que termina por partir al país en dos espacios polarizados. Ésta es la razón por la cual los discursos populistas han sido descritos como agentes de la división de la comunidad, como instrumentos de los líderes para generar una brecha entre los dos polos antagónicos dentro de una misma comunidad.

Según Charaudeau (2020) el populismo utiliza la escenografía del discurso político para tratar de convencer a la mayoría de la población con el fin de que se adhieran a un determinado proyecto político. En el discurso populista están presentes estrategias de persuasión que conducen al ‘pueblo’ hacia tres emociones positivas principales que son esperanza, compasión, amor y tres negativas: ira, disgusto y envidia (Cabral, 2020).

Según Casullo (2019), el populismo se puede considerar como un género discursivo que es capaz de crear dos grupos nacionales que generan contraposición: el uno es definido como “pueblo” que es contrapuesto a un grupo de privilegio conocido como “élite” con cualidades opuestas a las del pueblo (Cerbone 2021). Entonces, según los autores mencionados, el objetivo

del candidato es encarnar al pueblo en su discurso con cualidades positivas y su oponente conocido como los grupos de poder poseerá cualidades negativas. Esta división en dos campos antagónicos es lo que se conoce como polarización.

En definitiva, el discurso populista Según Soto (2021) es, ante todo, una mezcla del espacio simbólico e imaginario de lo político. Actúa sobre el descontento social de las personas con técnicas de la comunicación política con el fin de canalizar la insatisfacción hacia la creación de un nuevo sujeto político. Por esa razón se basa en la construcción de un enemigo, en la búsqueda de un líder carismático y en instaurar bandos antagónicos para dar origen a la polarización. Monsiváis (2021) concuerda con Soto al mencionar que los políticos populistas alientan a la polarización cuando descalifican el pluralismo y el derecho de los opositores al tener una opinión distinta.

1.3 Polarización en el Discurso Populista

Esta parte del capítulo enfatiza uno de los rasgos populistas que causa más interés entre los investigadores. Ya que la polarización es una pieza clave al momento de construir el discurso, debido a que logra captar votantes, a la vez que crea enemigos. Esto es un fenómeno que ocurre muy a menudo en la esfera política y su finalidad es la de crear una opinión pública dividida en dos extremos opuestos.

Como afirma Schuliaquer y Vonmaro (2020) “la polarización política es un alineamiento extremo de posiciones contrapuestas en función de una identificación ideológica o partidaria” (p. 235). Es un fenómeno cada vez más marcado en algunos países del mundo, con

varias décadas de desarrollo en Estados Unidos (Mason, 2015) y una vida más corta, pero igual de notable en América Latina (Singer, 2016).

Dicho tema ha cobrado relevancia en la discusión política a escala mundial. Ciertas figuras políticas han logrado que cada vez mayores sectores de la población asuman posiciones antagónicas. En la actualidad, los procesos de polarización no distinguen ideologías ni posiciones. Por ejemplo, en Latinoamérica la polarización está dirigida hacia una figura populista que se encuentra en el gobierno (Moncagatta, 2021).

Para Barreda (2021) la idea de polarización es, en esencia, una metáfora derivada del uso de varios conceptos de diversas disciplinas como polo o bipolar. Al momento de su utilización en las ciencias sociales, los conceptos se adecuaron a las características del estudio político, y, por supuesto, sus significados se adaptaron. Teniendo esto en cuenta el autor propone que la “polarización es el proceso de organización de un sistema en torno a uno a o más polos” (Barreda, 2021., p. 193).

Siguiendo con las ideas del autor ambos polos deber ser distinguibles entre sí y ubicarse en puntos distintos; es decir en los extremos. Entonces, podríamos decir que la polarización se refiere “al proceso de estructuración del sistema de los procesos políticos en torno a las posiciones y preferencias ideológicas de los diversos sujetos” (Barreda, 2021., p. 193).

Para Domínguez (2020) este fenómeno tiene amplias implicaciones dentro del sistema político, sobre todo cuando hablamos de las posibilidades de un conflicto y su claro vínculo con la presencia de polos distintos que atraen a personas con múltiples ideologías, con el fin de generar disputas entre ellos. Según Barreda (2021) gracias a estos conflictos que se originan

debido a la polarización nace la popularidad de término y los analistas lo utilizan con el fin de describir la situación política de muchas democracias, el origen de su tensión y deterioro.

La estrategia populista de polarización se caracteriza por la construcción de identidades políticas cuya efectividad se mide por la capacidad que tiene de partir a la sociedad en dos campos irreconciliables (Peruzzotti, 2020). La polarización afecta indistintamente a viejas y nuevas democracias. Es algo que ha estado presente a lo largo de la historia y en diferentes partes del mundo debilitando la institucionalidad democrática y las normas de convivencia política, al punto de poner en riesgo la supervivencia de los regímenes democráticos (Levitsky y Ziblatt, 2018, como se citó en Peruzzotti, 2020).

Barros (2014) coincide con Peruzzotti al mencionar que algo característico de los discursos populistas son los aspectos que se muestran sobre lo que indigna al pueblo. Esto termina por partir al país en dos espacios opuestos. Esta es la razón por la cual los discursos populistas han sido descritos como agentes de la división de la comunidad, como instrumentos de los líderes para generar una brecha entre los dos polos antagónicos dentro de una misma comunidad dando origen a lo que se conoce como polarización.

Para De la Torre (2021) los populistas que intentan polarizar a un país culpan a las élites y a las instituciones gubernamentales, de ser ellos la causa del sufrimiento del pueblo. Los candidatos alegan que ellos encarnan a un pueblo sufrido capaz de enfrentarse a los grupos de poder. Dicha confrontación produce respuestas polarizadas del bando opuesto que tilda a los populistas y a sus seguidores de ser un peligro para la democracia. . Por esa razón, Sustain, (2017) alega que el efecto negativo más amenazador para la sociedad es el desequilibrio que la polarización causa en la democracia.

Según Bértoa (2019) la polarización se origina debido a existen algunos factores. Para él la polarización aumenta cuando la población apoya a partidos extremos. También cuando un país atraviesa una crisis económica. En este caso, el autor explica que al momento en el que un sector se encuentra en condiciones económicas desfavorables, los votantes culparán a los gobernantes por el mal estado de la economía. Otro factor que el mismo investigador menciona es la cultura; por ejemplo aborto, inmigración, racismo, etc. “En estos casos la polarización puede aumentar debido a la reacción de las personas conservadoras ante la imposición de valores liberales” (Bértoa, 2019, p. 12).

1.4 Rasgos en el Discurso Populista

Dentro de los discursos existen ciertos rasgos y categorías que califican al discurso como populista. En esta sección haremos una descripción de las cualidades que debe cumplir un discurso para calificarse como populista. Estos rasgos se utilizan dentro del discurso con la finalidad de lograr la permanencia en el poder el mayor tiempo posible.

1.4.1 Líder que surge desde abajo

Una de las características que se encontró en la literatura es la figura del líder carismático, comúnmente presentado como un mesías o salvador del país, con el fin de establecer una conexión emocional con el electorado que espera la solución de demandas insatisfechas (Laclau, 2005). “Esto crea una movilización popular basada en la atracción personal, ya que el populismo consigue afirmarse como la personificación del pueblo” (Calatrava, 2020, p. 160)

El líder populista no es una figura que emerge fuera de la realidad del pueblo, más bien brota desde el propio pueblo como un líder hecho desde abajo. El líder populista se encarga de articular los contenidos con el objetivo de crear una identidad con el “pueblo”. Su discurso se

basa en arreglar las demandas populares, pero con el único fin de obtener poder político o cargos gubernamentales. Este fenómeno tiene su base en la premisa de que debe existir un soberano o representante de un país (pueblo) que surge de manera natural (Fernández, 2019)

1.4.2 Construcción del pueblo

Otro rasgo populista que menciona Laclau (2005) son los discursos que tratan de construir un significado para la palabra “pueblo” basado en descomponer la sociedad a través de una frontera interna que lo separa de un enemigo, esto está comúnmente relacionado con culpar o buscar a un contrincante en las contiendas electorales. Para Aguerre (2017) el líder siempre debe estar en contacto permanente con el ‘pueblo’, si desea la continuidad del régimen. Por lo general, este discurso está enfocado en exaltar las cualidades de la gente que los sigue, frente a un enemigo que las niega. El líder descarga toda su ira atacando a un enemigo que forma parte de la élite o un grupo de poder. La construcción perfecta de amigo-enemigo o pueblo y anti-pueblo se da porque la persona que está en el poder construye un relato con dos polos opuestos que se enfrentan entre sí.

Para Pérez (2021) La apelación al pueblo es un elemento recurrente que se encuentra en los discursos de los candidatos como estrategia para cautivar potenciales votantes, principalmente en los sectores populares. Barberis y Mauro (2021) afirman que el acto de apelar al pueblo consiste en demonizar, por un lado, a las élites o las castas y, por otro lado, también hay populistas que atacan a los migrantes, homosexuales, feminismo o minorías en general.

Como menciona Ramírez (2020) la relación entre el líder y el pueblo se materializa en la recurrente solicitud que el primero hace al segundo para que se pronuncie generalmente mediante la tergiversación de los instrumentos de la democracia participativa, particularmente

con preguntas directas a la ciudadanía como los referendos y plebiscitos (Ivarsflaten, 2016, citado en Nárdiz, 2020). Según (De la Torre, 2013, citado en Nárdiz, 2020) Estos instrumentos participativos, especialmente en los ámbitos municipales, no se utilizan para mejorar la democracia, sino para establecer relaciones clientelares en las que los ciudadanos acaban convertidos en una masa agradecida que solo sigue al líder.

1.4.3 Identificación de un enemigo

Para Moreno (2021) los enemigos son parte esencial del relato. El simple hecho de identificar a un enemigo en un discurso ya causa identidad política y polariza las opiniones. Según Sarasqueta (2020) la tensión narrativa de los relatos políticos se sostiene en los conflictos. Debido a esto los políticos califican a sus opositores de perversos, con el objetivo de derrotar a dicha persona convirtiéndolo en un adversario del pueblo (Moreno, 2021)

Este rasgo crea a un pueblo y a su enemigo con ideologías políticas antagónicas o que no forman parte del ‘nosotros’; por lo general el antipueblo o el enemigo están constituido por otro candidato opositor o las élites y castas. Por ejemplo, un político en un discurso se dirige a favor o en contra. Los pertenecientes al pueblo (patriotas) y los enemigos (antipatriotas); (López, 2021)

1.4.4 Salvador o Mesías del pueblo

Acorde a las investigaciones de Tirado y Suárez (2021) los líderes populistas se presentan como los únicos salvadores de la nación. Casi como un Mesías milagroso con su única misión de salvar al pueblo y atender las necesidades de la nación. Charaudeau (2020) coincide con el autor antes mencionado cuando alega que el líder debe ser el representante del pueblo hasta tal punto de declararse a sí mismo como el verdadero pueblo. Llama a sus seguidores a unirse en colectividad hacia el deseo de salvarse. Él se considera la guía del pueblo y gracias a su

carisma adopta la figura de un profeta capaz de desterrar de la sociedad. Por otra parte, el autor menciona que es muy importante que su discurso sea creíble; es decir, que debe mostrarse auténtico con frase como: “no tengo nada de esconder”, “soy tal como ustedes me ven” o “hago lo que digo”. Esto hará que el candidato establezca con una relación sólida y de confianza con el pueblo.

La personalización es otro de atributos que se encuentran de forma reiterada en los discursos populistas. Acorde a las investigaciones de Chavero et al. (2020) los presidentes o candidatos siempre actúan de manera protagónica en los medios de comunicación; ya sea para dar informaciones, opiniones o formar parte de propagandas políticas. Al momento de construir discursos el líder populista repite expresiones como “confíen en mí”. Dentro de esta categoría se encuentran los regaños en equipo como: “No se hizo como se acordó y anunció el presidente o candidato”.

Para fundamentar sus palabras y dotarlas de seguridad emplean expresiones como: “lo que ha dicho el presidente o candidato es palabra sagrada”. Por esa razón Uturbe (2018) afirma que la comunicación juega un papel importante en la difusión del discurso y actuación populistas. Los medios de comunicación son utilizados por los populistas para lanzar su mensaje y los medios quieren reproducirlos por la gran audiencia que generan estos líderes.

1.4.5 Confrontación

Dentro del discurso populista es habitual encontrar “una constante confrontación y politización de asuntos que no dependen de opciones políticas” (Islas, 2020, p. 168). Esto quiere decir que el ejercicio de la política actúa en permanente contradicción entre dos polos

antagónicos en donde la opinión se divide en dos bandos opuestos y el líder populista actúa como figura central y es él quien, con su historia, divide a la población (Soler, 2020).

1.4.6 Líderes hiperpresidencialistas o gobiernos paternalistas

Otro elemento que mencionan López et al. (2021) es que el líder tome una posición de victimización protagónica. De acuerdo con Cerbone (2021) un atributo propio del populismo es la fuerte presencia del ejecutivo. Esto da origen a gobiernos hiperpresidencialistas; sobre todo cuando el mandatario de turno adopta el estilo populista en su discurso con el fin de atraer a varios estratos de la sociedad para lograr acumular el apoyo de una parte considerable del pueblo. Este rasgo es muy utilizado en América Latina con el fin de perdurar largos periodos en el Gobierno (Soler, 2020).

Por su parte, González (2022) argumenta que un rasgo destacado en el populismo es el del paternalismo: el líder carismático se presenta ante la población con un aura que los distingue de los demás políticos por brindar una protección parecida a la de un ‘padre’ a los ciudadanos de su país. Usualmente es criticado, porque no permite que el pueblo sea parte de las decisiones (ABC, 2009).

1.4.7 Victimización de él y de los sectores vulnerables

Para Cigüela (2020) la victimización es la clave de todo populismo. Las víctimas, sus sentimientos y derechos aparecen invocados en los debates políticos. Por lo general, la imagen de la víctima aparece como idealizada y es el centro de los discursos. Dicha imagen aparece como una auto representación pública tanto del ‘nosotros’ como del líder populista. También este recurso es utilizado para cimentar la adhesión al proyecto de un candidato, siempre amenazado

por agentes externos. Por último, cuando un candidato o persona que está dentro del gobierno utiliza el estatus de víctima genera cierta inmunidad dentro de su discurso.

1.4.8 Clientelismo y demagogia

Para Moreno (2016) la demagogia se basa en prometer soluciones a los problemas para los que en realidad no hay solución. Este fenómeno le permite al líder populista construir una supuesta verdad popular y hacer de ella un vínculo principal con el pueblo. Dicho vínculo, posee la capacidad de construir incluso una falsa realidad creada a base de falsas promesas. El diccionario de Oxford (2022) define a la demagogia como el uso de falsas promesas que son atractivas pero difíciles de cumplir con la finalidad de convencer al pueblo y convertirlo en instrumento de la propia ambición política.

El clientelismo va de la mano con la demagogia, ya que se origina para ofrecer un intercambio de favores. El clientelismo se entiende como una estrategia en la que un político ofrece beneficios como alimentos o bienes a los ciudadanos en época de campañas electorales a cambio de votos (Muñoz, 2013, como se citó en Zapata, 2016). Los partidos clientelistas enfocan sus esfuerzos en la movilización de votantes indecisos (Stokes, Dunning, Nazareno y Brusco, 2013, citados en Zapata, 2016)

1.4.9 Otros rasgos

Ramírez (2020) comenta que otro rasgo presente en el discurso es la apelación a las emociones. Según el autor es habitual que el votante responda a estímulos más emocionales que racionales. El populismo no duda en recurrir a las pasiones y no ofrece argumentos racionales. Esto da como resultado que en la mayoría de las veces se apele a los bajos instintos de los ciudadanos. Para Espí (2019) las emociones tienen un rol de constante presencia de las

emociones en la política. De hecho, la política está llena de emociones. Sin, embargo, dichas emociones no pasan en el ámbito populista. Todas las ideologías, doctrinas y movimientos políticos poseen cierto grado de emoción. Las más comunes son las que se enfocan a ideas de: igualdad, libertad, tradición y amor a la patria (Arias, 2018).

Otra narrativa presente en los discursos es cuando el candidato menciona la exaltación de los valores. González (2021) afirma que los populistas de derecha pueden hacer alusión a valores tradicionales como la bandera, amor a la patria y sus tradiciones. Desde la perspectiva de la izquierda, se declara la soberanía en el nombre del pueblo. Mientras que los valores republicanos se reivindican por los frentes aunque con fines distintos: el discurso desde la derecha plantea valores en contra de la diversidad de culturas; la izquierda apela a la diversidad proponiendo la integración de inmigrantes en nombre de valores como la solidaridad y la igualdad. A la final, ambas posiciones establecen una división del territorio entre buenos y malos ciudadanos (Charaudeau, 2020).

Dicha revisión teórica ha permitido concebir cómo funciona el populismo y la influencia de su discurso en América Latina. Este marco teórico servirá de base para desarrollar la metodología de este trabajo de investigación que será principalmente cualitativa. Al tener claro cómo funcionan los discursos y los rasgos populistas presentes se podrá clasificar a los 16 candidatos y estudiar sus discursos de manera individual.

Capítulo 2 - Metodología

El presente estudio utiliza el diseño de investigación no experimental, porque durante el proceso se analiza el fenómeno abordado sin alterar el objeto de la investigación. No se construye ningún escenario, solo se observa situaciones ya existentes (Hernández et al, 2018). Además, se emplea un enfoque cualitativo que permite una mayor profundidad en el estudio de los fenómenos a partir del proceso analítico e interpretativista.

Para Samperi (2018) esta herramienta busca comprender las visiones que tienen las personas sobre su entorno en relación al contexto en el que se encuentran. Este enfoque se utiliza para interpretar cómo las personas perciben los fenómenos que los rodean, profundizando en sus interpretaciones y significados. Se caracteriza por su acción indagatoria entre los hechos ocurridos y la interpretación que varía con cada estudio. El proceso de indagación es más flexible y holístico, porque se estudia el todo, sin reducirlo a solo indagar una de las partes (Hernández, 2018).

Dentro de este método es fundamental la revisión inicial de la literatura para poder apoyar el planteamiento del problema y la elaboración del reporte de los resultados. El primer paso para obtener los resultados es sensibilizarse con el ambiente o el entorno en el que se llevará a cabo el estudio, identificar los elementos o personas que nos brindarán los datos y guíen al investigador al momento de interpretar los resultados. En este proceso la muestra, recolección y análisis se realizan de manera simultánea (Hernández, 2018).

Para la recolección de información se toma en cuenta la técnica del Análisis del Discurso (AD) con enfoque cualitativo. Este método permite analizar las representaciones discursivas centrando la atención en un relato hablado o escrito (Sayago, 2014).

Según Abuín (2022) el discurso es cualquier acto de comunicación humana verbal y no verbal. Las ideologías se comunican por medio del discurso y se alteran a través del mismo. También se producen por medio del propio pensamiento, pero lograr una idea genuina no es fácil. La mayoría de personas acogen las doctrinas que ya fueron planteadas por otras personas y las hacen suyas, con la finalidad de construir su propio discurso.

El Análisis del Discurso es un proceso altamente interpretativo que reconoce las múltiples definiciones que emergen desde los datos. Al ser un proceso interpretativo, la confiabilidad y validez de los hallazgos recaen en la fuerza y la lógica argumentativa del investigador al momento de elaborar los reportes. El reporte consiste usualmente en una serie de aseveraciones de los datos de estudio con total descripción de la interpretación del investigador (Urra, 2013).

Esta herramienta permite entender las prácticas discursivas que se producen dentro de la vida social de las personas. El uso del lenguaje forma parte de las actividades en que ellas se desarrollan. Por lo tanto este método analiza cómo los discursos contribuyen a la construcción de realidades sociales. Esta técnica surge para explorar el conjunto de expresiones verbales y la manera como la cultura crea o reproduce discursos. Es decir se estudia cómo las prácticas discursivas actúan en las relaciones sociales.

Para esta investigación, la unidad de análisis se obtiene de las respuestas de los dos debates de la primera vuelta realizados en el 2021. El debate transmitido el 16 de enero tiene una duración de tres horas con veinte segundos y el segundo debate, llevado a cabo el 17 de enero, una extensión de tres horas. Las respuestas completas de los candidatos que se presentaron en los dos debates de la primera vuelta conforman el universo o cuerpo de texto a ser analizado. Todas las frases de los

candidatos pasaron por una ficha de análisis con ocho categorías o rasgos identificados en la literatura como populistas. Las mismas se dividen en:

Tabla1

Categorías de análisis del discurso populista

CATEGORÍA	REFERENCIAS
Líder que surge desde abajo	Laclau, 2005; Calatrava, 2020; Fernández, 2019
Construcción de pueblo	Laclau, 2005; Pérez, 2021; Barberis y Mauro 2021; Ramírez 2020; Nárdiz, 2020
Identificación de un enemigo	Moreno, 2021; Sarasqueta, 2020; López, 2021
Salvador o mesías del pueblo	Tirado y Suárez, 2021; Charaudeau, 2020
Confrontación	Islas, 2020; Soler, 2020
Victimización de los sectores vulnerables	Cigüela, 2020
Gobierno paternalista o hiperpresidencialista	López et al 2021; Cerbone, 2021; Soler, 2020
Demagogia y clientelismo	Moreno, 2016; Zapata, 2016

Fuente: Elaboración propia

Estas categorías sirven de base para diseñar una matriz dividida en dos secciones de ocho categorías cada uno correspondientes al primer y segundo debate. Las mismas nos permitieron clasificar de mejor manera todas las frases o expresiones con carga populista encontradas en el debate de los 16 candidatos, con el fin de determinar qué respuestas cumple con las ocho dimensiones o tiene más rasgos populistas dependiendo de la carga semántica de las frases. También, determinamos si existe una relación entre los rasgos populistas y la polarización del discurso expresado.

2.2 Análisis de los resultados cualitativos mediante el software Nvivo

Se utilizó el software Nvivo para analizar los datos de manera más profunda, ordenar las expresiones de los candidatos de una forma más precisa, sacar conclusiones claras e identificar cómo se construye el discurso de seis candidatos que tuvieron los rasgos más marcados durante el discurso.

Como primer punto se realizó una consulta de frecuencias de palabras en el debate para conocer cuáles fueron las 60 palabras más comunes que se pronunciaron a lo largo de la jornada. Se utilizó también el recurso de análisis de conglomerados por similitud de palabras para descubrir qué candidatos se asemejaron más en sus discursos. A su vez se utilizó la nube de palabras para conocer cuáles fueron las palabras más comunes en el discurso populista, esta herramienta sirvió para realizar una consulta de búsquedas de texto con la finalidad de encontrar los patrones que existen alrededor de las 3 palabras más frecuentes o con mayor carga semántica en relación al populismo: pueblo, gobierno y corrupción. Este último punto sirve para conocer cuál fue la estructura y la construcción de su discurso en torno a los rasgos populistas que se encuentran inmersos en el lenguaje de los candidatos.

2.3 Proceso electoral de las presidenciables de Ecuador 2021

En el Ecuador el presidente y vicepresidente son elegidos dentro de una misma papeleta electoral. Gana el candidato que obtiene más de la mitad de votos válidos. Caso contrario se realiza una segunda vuelta entre los dos candidatos más votados. La segunda vuelta no será necesario, si un candidato recibe más del 40% de votos, siempre que se tenga una diferencia del 10% sobre el segundo candidato (Constitución, 2008)

El 7 de febrero de 2021 se desarrollaron las elecciones para elegir a las dignidades que ocuparán la presidencia y vicepresidencia. Las personas privadas de la libertad (PPL) votaron el 4 de febrero. Las personas con una discapacidad física superior al 75% que se registraron en el programa denominado “Voto en Casa” ejercieron su derecho el 5 de febrero y el resto de personas a nivel nacional y en el exterior votaron el 7 de febrero (Garzón, 2021).

En las elecciones del 2021, se registraron 8 partidos políticos, 16 movimientos nacionales, 72 movimientos provinciales, 166 movimientos cantonales, y 283 partidos y movimientos políticos. Para el ejecutivo se inscribieron 16 candidaturas (CNE, 2020).

Debido a la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia de la Covid-19, la campaña electoral estuvo centrada en los medios digitales; sin embargo, esto no evitó las caravanas, los mítines masivos (aunque no estaban permitidos por los protocolos de seguridad), los recorridos territoriales de las candidaturas y sus seguidores. Además de los múltiples instrumentos de propagandas en medios de comunicación y entrevistas en prensa escrita, radio y televisión. (Garzón, 2021, p.10)

Diez encuestadoras estuvieron habilitadas para realizar pronósticos electorales, las cuales evidenciaron una elevada cifra de indecisión en el electorado que bordeaba el 60%, a una semana de la jornada electoral. (Garzón, 2021, p.11)

Para Panchano (2021 como se citó en Garzón, 2021) la indecisión del electorado se debió principalmente a: la gran cantidad de candidaturas, la escasez de corrientes políticas u organizaciones de alcance nacional y el poco interés de la ciudadanía en las propuestas de los candidatos, a menos que sean temas económicos o relacionados a la salud y pandemia.

Los resultados de la primera vuelta fueron muy estrechos entre el segundo candidato, Guillermo Lasso con el %19,74 y el tercer candidato, Yaku Pérez con el %19,39%. Conforme el escrutinio iba avanzando, los resultados en la provincia del Guayas permitieron que Guillermo Lasso avance a la segunda vuelta junto con Andrés Arauz que obtuvo un resultado de 32, 72% (Primicias, 2021).

Los resultados proclamados el 20 de marzo, evidenciaron que el candidato del correísmo, Andrés Arauz, obtuvo 6,64 puntos menos que lo obtenido por Lenín Moreno en la elección de 2017. Igualmente, Guillermo Lasso obtuvo en esta primera vuelta 8,35 puntos menos que en la primera jornada de hace cuatro años (Garzón, 2021).

2.4 Debates entre candidatos

Para Garzón (2021) “otro aspecto importante en este periodo fue que por primera vez se realizó un debate obligatorio, organizado por el CNE y transmitido por cadena nacional” (p, 10) en cumplimiento con el artículo 202.2 del Código de la Democracia, el evento se desarrolló en las instalaciones de TC Televisión, en Guayaquil (CNE, 2021).

De acuerdo al manual elaborado por el órgano electoral la jornada del debate está dividida en dos grupos de 8 candidatos cada uno. Para ello, se desarrolló un sorteo notariado en el que se definió el orden de aparición de los candidatos (CNE, 2021). Los aspirantes respondieron 64 preguntas en total acerca de cuatro temáticas: economía y empleo; educación, salud y grupos vulnerables; corrupción e institucionalidad democrática y relaciones internacionales y derechos humanos (Garzón, 2021).

Cada participante contó con dos minutos para responder la pregunta y otro minuto más para responder una consulta efectuada por el moderador o interpelar a un contrincante quien en un

minuto responderá a dicha interpelación. Las preguntas fueron elaboradas por el Comité Nacional de Debates Obligatorios y entregadas en sobre cerrado el 15 de enero del 2021, a los moderadores. Las mismas fueron reveladas exclusivamente el día del debate (CNE, 2021).

Estos fueron los grupos que asistieron a los debates:

Primer grupo

- Guillermo Lasso, de la alianza CREO 21 PSC6.
- César Montúfar, de la alianza Honestidad 17-51.
- Ximena Peña, del movimiento Alianza PAIS.
- Gerson Almeida, del movimiento Ecuatoriano Unido.
- Pedro Freile, del movimiento AMIGO.
- Lucio Gutiérrez, del Partido Sociedad Patriótica
- Gustavo Larrea, del movimiento Democracia Sí.
- Xavier Hervas, del Partido Izquierda Democrática.

Segundo Grupo

- Guillermo Celi, del partido SUMA.
- Geovanny Andrade, del movimiento Unión Ecuatoriana.
- Carlos Sagnay, del partido Fuerza EC.
- Isidro Romero, del partido Avanza.
- Juan Fernando Velasco, del movimiento Construye
- Andrés Arauz, de la alianza UNES 1-5.
- Yaku Pérez, del movimiento Pachakutik.
- Paúl Carrasco, del movimiento Podemos.

2.5 Identificación de los candidatos

Además de las tablas en Excel, se propone una ficha explicativa con información de cada candidato como nombre, partido o movimiento político, logo, período de campaña, número de lista, número de elección; con el fin de resumir y catalogar los 16 casos de estudio.

Tabla 2

Ficha informativa de los candidatos

Nombre del candidato	Partido o movimiento político	Logo y número	Número de veces que fue candidato	Ideología política del partido
Guillermo Lasso	Movimiento Creando Oportunidades Partido Social Cristiano		3	Derecha
César Montúfar	Concertación Partido Socialista Ecuador		1	Concentración: Centro Partido Socialista Ecuador: izquierda socialista

Ximena Peña	Alianza País		1	Izquierda
Gerson Almeida	Ecuatoriano unido		1	Centro derecha *derecha
Pedro Freile	Amigo		1	Centro *derecha/libertario
Lucio Gutiérrez	Sociedad Patriótica		2	Centro *Izquierda
Gustavo Larrea	Democracia Sí		1	Centroizquierda *(según su cuenta de twitter Humanista, ecológico)
Xavier Hervas	Izquierda Democrática		1	Centroizquierda
Guillermo Celi	Suma		1	Centro *Centro progresista

Giovanny Andrade	Unión Ecuatoriana (le quitaron el apoyo)		1	Centro *Derecha
Carlos Shagñay	Fuerza Ecuador		1	Centro *Derecha
Isidro Romero	Avanza 8		1	centroderecha
Juan Fernando Velasco	Construye		1	Centro *centroizquierda
Andrés Arauz	Centro Democrático		1	Izquierda socialista
Yaku Pérez	Pachakutik		1	Izquierda *Izquierda indigenista
Paúl Carrasco	Movimiento Nacional Podemos		1	Centro

Fuente: elaboración propia a partir de la información del Consejo Nacional Electoral (2021) y las páginas oficiales de los candidatos. La tendencia ideológica es tomada del Comercio (2021).

Nota: la posición ideológica marcada con asterisco, fue cambiada por la autora con base en el discurso expresado por el partido político durante el debate.

CAPÍTULO 3- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez realizada la transcripción, codificamos todas las expresiones de los 16 candidatos del primer y segundo día del debate con las categorías establecidas y las emergentes, en esta primera sección contrastaremos los resultados con la literatura.

3.1 Análisis del discurso populista a través de las categorías identificadas en la literatura

La primera categoría que se identificó en el debate fue la de un **líder que surge desde abajo**. Para Calatrava (2020) esta característica busca que el electorado se movilice hacia un determinado individuo debido a la atracción personal que genera. Además, el candidato se define a sí mismo como la personificación del pueblo.

Este rasgo fue el menos común durante todo el debate y solo se encontró en el candidato Yaku Pérez (PK) quien pronunció tres frases que pertenecen a esta categoría. Las dos más relevantes fueron:

“Yo no hablo de la pobreza, he vivido la pobreza. Yo dependo de mi pueblo, este pueblo que me va a elegir”

“Represento a lo más humildes, a los marginados a los pobres. Por primera vez en la historia alguien que es del pueblo va a llegar a gobernar. Yo no hablo de pueblo, yo soy pueblo”.

En la primera frase se puede notar como Yaku Pérez (PK) es un líder populista que surge desde su propio pueblo como un líder hecho desde abajo. Un candidato que se encargó de articular frases con el objetivo de crear una identidad con todo el electorado que forma parte del

“pueblo” (Calatrava, 2020). Este fenómeno tiene su base en la premisa de que debe existir un soberano o representante de un país (pueblo) que surge de manera natural (Fernández, 2019).

Mientras que en la segunda expresión existe una clara personificación del pueblo, ya que no se presenta como una figura que emerge fuera de la realidad de los ciudadanos que pertenecen a las clases sociales más bajas. Él a más de identificarse con ellos, se involucra a tal punto de decir que depende de su pueblo para ganar las elecciones.

La siguiente categoría que se encontró es la de **construcción del pueblo**. Estos discursos tratan de construir un significado para la palabra “pueblo”. Dicha categoría tiene una similitud con otros rasgos como confrontación o la búsqueda de un enemigo; ya que, este discurso está enfocado en exaltar las cualidades de él o de sus simpatizantes frente a un enemigo que las niega. El candidato, con la finalidad de construir un pueblo, traza una frontera política simbólica a partir del ataque a un enemigo que forma parte de la élite o un grupo de poder (Aguerre, 2017; Laclau 2005)

En este caso, se pudo observar al candidato Carlos Shangñay (FE) pronunciar la frase: “soy el candidato de la fuerza de los pobres con la fuerza de la razón. Combinación poderosa que la oligarquía ha temido por mucho tiempo, por eso ha mantenido a los pobres en la ignorancia, en la oscuridad. ”

Esta expresión también puede encajar en la categoría de confrontación , porque polariza a la población a tal punto de crear un pueblo y un antipueblo, también se ajusta perfectamente a identificación de un enemigo, porque es un ataque a los grupos de poder que están concentrados en unas pocas personas de la clase social alta conocida como la oligarquía.

En este caso, el candidato del correísmo Andrés Arauz (UNES) basó su discurso confrontando al candidato opositor, Guillermo Lasso (CREO), como el candidato de unos pocos o de un círculo privilegiado con frases como:

“Sabes que nosotros vamos a trabajar siempre por proteger a los ecuatorianos y no a unos cuántos banqueros. No puedo imaginar 4 años más entregado a los banqueros. Eso no, no lo permitamos, ecuatorianos. ”

El candidato Guillermo Lasso (CREO), también construye pueblo con la premisa del nosotros contra ellos al afirmar en el debate que el gobierno de Rafael Correa pretende “desdolarizar al país para llevarnos por el camino de la miseria” y que por el otro lado está el gobierno de él que a sus palabras cuenta con “un manejo ordenado de la economía generando empleo, fortaleciendo la dolarización y garantizando la estabilidad de la economía ecuatoriana”.

Los autores Barberis y Mauro (2021) afirman que el acto de apelar al pueblo consiste en demonizar, por un lado, a las élites o las castas y, por otro lado, también hay populistas que atacan a los migrantes, homosexuales, feminismo o minorías en general. Es así que dentro de esta categoría se encontró una subcategoría emergente denominada populismo nacionalista. Dicha subcategoría se encontró en el debate en los candidatos Paúl Carrasco e Isidro Romero.

En el segundo día del debate, Paúl Carrasco (Movimiento Nacional Podemos) pronunció la expresión:

“Los venezolanos compiten con nuestros hermanos ecuatorianos. Los delincuentes que han entrado al país serán deportados en nuestro gobierno. No habrá contemplación alguna. Primero están ustedes ciudadanos y el cuidado de su trabajo y de su seguridad”.

Esta es una alusión negativa hacia los migrantes y divide a la población en un nosotros contra ellos dando origen a opiniones polarizadas.

Por otra parte el candidato Isidro Romero (Avanza) alega que sacará por la frontera a todos los venezolanos que no tengan trabajo con la finalidad de defender los intereses de los ecuatorianos.

Estos rasgos son muy utilizados entre los políticos populistas para cimentar al pueblo en construcción y captar los votos de los indecisos. A través de la discriminación a estos grupos De la Torre, 2013(como se citó en Nárdiz, 2020) afirma que se han logrado establecer relaciones clientelares en las que los ciudadanos siguen al líder con la esperanza de propuestas demagógicas.

La tercera categoría que se observó fue la de **identificación de un enemigo**. Esta característica del discurso populista, asociada con la confrontación, fue de las de mayor recurrencia durante el debate. En este rasgo el énfasis está en la identificación de un antagonista, adversario o enemigo; es decir, a alguien a quien culpar de las desdichas de un país.

Para Moreno (2021) los enemigos son parte esencial del relato. El simple hecho de identificar a un enemigo en un discurso ya causa identidad política y polariza las opiniones.

Gerson Almeida (Ec Unido) y Xavier Hervas (ID) fueron los dos candidatos que no presentaron el uso de este recurso en el debate. Pedro Freile (Movimiento Amigo) lo utilizó una única vez en el segundo día del debate haciendo alusión de que el socialismo del siglo 21 es el culpable y está acabando con el futuro de nuestro país.

Entre los candidatos que sí emplearon esta herramienta, la opinión de todos se polarizó entre atacar a Guillermo Lasso (CREO) o Andrés Arauz (UNES).

Por ejemplo, en el caso de Andrés Arauz (UNES) y Ximena Peña (AP) atacan de manera indirecta a Guillermo Lasso, culpando a la banca de la situación del país.

Ximena Peña (AP) manifiesta que “estos ciudadanos han encontrado una banca indolente, usurera que no ha facilitado en este momento la vida de los ciudadanos. ”

Por otra parte encontramos que Andrés Arauz (UNES) expresa en el debate: “Imagínense lo que hubiera sido la pandemia con un gobierno responsable que sí ama a su pueblo y no entregado a los banqueros. No puedo imaginar 4 años más entregado a los banqueros. Eso no, no permitamos eso ecuatorianos. ”

En el lado opuesto tenemos a Guillermo Lasso (CREO) y Yaku Pérez (PK). Ellos culpabilizan al expresidente Rafael Correa de los males que vive el país en el presente. Para Lasso, la corrupción es consecuencia de la mala administración de los 14 años en el Ecuador” y para Yaku Pérez “la mala educación en el país es una tragedia que nos dejaron los gobiernos pasados fruto del despilfarro, el dispendio y la corrupción.”

La cuarta expresión populista que se encontró es la de Salvador o mesías del pueblo, los dos candidatos que más destacaron en dicha categoría fueron Lucio Gutiérrez (SP), en primer lugar y Guillermo Lasso (CREO) en segundo.

Para Tirado y Suárez (2021) los líderes populistas se presentan como los únicos salvadores de la nación. En ese sentido Lucio Gutiérrez (SP) se presenta en su discurso como el único capaz de liderar el país ya que no hubo ningún candidato además de él que haya ocupado el cargo de presidente en años anteriores.

“El Ecuador necesita un presidente con experiencia que nos saque de la crisis económica, Yo ya lo hice en mi primer gobierno y ahora con mayor experiencia, puedo hacer las cosas mucho mejor que la primera vez.”

“En mi gobierno recibí un país en crisis y en dos meses entregué un país boyante con los mejores logros sociales y económicos de toda la historia del Ecuador.”

Dichas locuciones afirman lo que Tirado y Suárez escriben sobre los líderes mesiánicos que dicen ser los únicos capaces de sacar a un país de la crisis. Además Charaudeau (2020) alega que estos líderes se consideran la guía del pueblo y transmiten un discurso que parezca creíble. Esto hará que el candidato establezca una relación sólida y de confianza con el pueblo.

En este caso, el entonces candidato, Guillermo Lasso (CREO) transmitió en su discurso, que no solo él como presidente es capaz, sino que toda su cartera de estado está altamente capacitada para administrar un país. Podemos comprobarlo cuando en una de sus primeras intervenciones pidió a los ecuatorianos que voten por el gobierno de Lasso, porque es “el único que tiene la experiencia para cambiar, crear empleo y facilitar el emprendimiento para las mujeres y jóvenes del Ecuador. ”

La categoría de **confrontación** fue la más repetida dentro del debate. Todos los candidatos hicieron uso de este recurso y es entendible que haya sido el más común ya que se encontraban en un escenario de debate presidencial. Después del análisis se encontró que los candidatos que más repitieron este recurso fueron Lucio Gutiérrez (SP), Carlos Shagñay (FE) y Yaku Pérez (PK).

En el caso de Lucio Gutiérrez (SP), la frase que más se destaca:

“Si yo soy presidente del Ecuador voy a tomar decisiones radicales. Voy a recuperar la plata que se robaron los banqueros corruptos con el Feriado Bancario. Actuaré con firmeza con el pan en la una mano y el látigo en la otra, para evitar que se roben el dinero del pueblo ecuatoriano y servirle al pueblo que es la víctima por la corrupción originada por los gobiernos de turno.

Esta categoría guarda un correlato con la identificación de un enemigo, ya que culpa a otro candidato (Guillermo Lasso) como el causante del feriado bancario. Además, victimiza a los ecuatorianos y reprocha a los anteriores gobiernos de ser los causantes de las crisis que ha vivido el Ecuador.

Un rasgo en común que tienen las categorías de **confrontación, identificación de un enemigo y construcción de pueblo** es que las tres buscan generar una permanente contradicción entre dos polos antagónicos con el fin de lograr que la opinión de los ciudadanos se divida en dos bandos y el líder quede como figura central (Soler, 2020).

En este sentido, la frase de Yaku Pérez (PK) que puede encajar en cualquiera de los tres ejes es la siguiente:

“El agua vale más que el oro aunque al señor Arauz parece que le gusta más el oro que el agua, porque ha dicho que va a extraer el oro de los celulares. Yo le puedo obsequiar este teléfono a que saque el oro. Yo me quedo con el agüita. Allá le va a ir mejor a usted. ”

Dicha expresión confronta al candidato del correísmo Andrés Arauz (UNES), ya que incita a la ciudadanía a pensar que a Arauz le importa más el oro que el medio ambiente y eso genera una connotación negativa en el electorado polarizando la opinión de la gente.

Carlos Shagñay (FE) fue el candidato que más utilizó este recurso, seguido de Lucio Gutiérrez (SP) y Yaku Pérez (PK). La frase más destacada de Shagñay durante el debate fue la siguiente:

“La burguesía tiene miedo y por eso no les han dado educación a los niños y a los jóvenes. En mi gobierno esto va a cambiar, porque ellos son prioritarios. Más aún el presupuesto que ahora es destinado para alimentación de los delincuentes lo voy a pasar para que sea destinado para la alimentación de los niños y de los jóvenes. ”

Esta no es la única frase en la que Carlos Shagñay (FE) muestra un discurso que polariza al electorado generando un pueblo y un antipueblo a tal punto de formar dos polos opuestos. Además, esta expresión también entra dentro de la categoría de demagogia, ya que retirar todo el presupuesto en alimentación de las personas privadas de la libertad para designar a niños de bajos recursos es algo que puede sonar muy interesante para el electorado, pero es imposible que no existan presupuestos para las cárceles.

Según Cassini (2019), el antipueblo lo conforman minorías muy poderosas como la burguesía, oligarquía y otros miembros privilegiados que son ajenos a una comunidad y capaces de oprimir al pueblo construido por una mayoría significativa (en el caso de Shagñay el pueblo está identificado por los niños y jóvenes de escasos recursos), pero que es pobre y una mayoría que es pobre y sin potestad para revelarse contra el antipueblo (en el discurso de este candidato representado por la oligarquía y la burguesía).

La **victimización a los sectores vulnerables** fue uno de los recursos con menor frecuencia de uso durante el debate. Unas pocas menciones se contabilizaron en las respuestas de Ximena Peña (AP) y Geovanny Andrade (Unión Ecuatoriana) fueron los candidatos que más

presentaron este rasgo en el debate, seguido de los candidatos Guillermo Lasso (CREO), Xavier Hervas (ID) y Guillermo Celi (SUMA).

Tiene sentido que este rasgo esté presente en la única candidata mujer a la presidencia, ya que en el segundo día del debate ella basó su discurso en las mujeres de escasos recursos que viven en la ruralidad.

“Es fundamental también hablar sobre los derechos de las mujeres. Vamos a declarar en emergencia el sistema de protección derechos de nuestras niñas y de nuestras mujeres. En el país 2000 niñas menores de 14 años dan a luz y no son niñas madres, son víctimas, son vulneradas, son abusadas.”

Esta frase encaja con lo que dice Cigüela (2020) sobre políticos populistas. Para el autor la victimización es la clave de todo populismo. Las víctimas, sus sentimientos y derechos aparecen invocados en los debates políticos. Por lo general, dicha imagen aparece como una auto representación pública tanto del ‘nosotros’ como del líder populista. También este recurso es utilizado para cimentar la adhesión al proyecto de un candidato.

Geovanny Andrade (Unión Ecuatoriana), tiene una ideología política opuesta a la de Ximena Peña (AP); sin embargo, coincide en cuanto a la utilización de este recurso. A diferencia de Peña, el sector vulnerable son los jóvenes que no pueden tener acceso a la educación.

El siguiente rasgo conocido como **gobierno paternalista** se encontró principalmente en 3 candidatos: Guillermo Lasso (CREO), Lucio Gutiérrez (SP) y Andrés Arauz (UNES).

Para González (2022) el líder carismático se muestra ante la población con un aura que los distingue de los demás políticos por brindar una protección parecida a la de un ‘padre’ a los

ciudadanos de su país. Usualmente es criticado, porque no permite que el pueblo sea parte de las decisiones.

La frase que más ejemplifica a esta definición es la que dijo Guillermo Lasso en el primer día del debate: “Actuaremos como un buen padre de familia que cuando ve que un hijo no ha comido le cede su plato de comida”

En este caso, Guillermo Lasso adopta la postura de un ‘padre protector’ que cuida y protege a los ecuatorianos de cosas que el pueblo por sí solos no pudiera. Lucio Gutiérrez también se hace presente con una frase que ya se analizó en la categoría de confrontación refiriéndose a los corruptos, en este caso se destaca la posición de padre cuando dice: “El pan para el pueblo ecuatoriano y el látigo para los políticos corruptos”. Dicho rasgo no se aprecia de una forma tan directa como con Guillermo Lasso, pero Lucio Gutiérrez igual asume la posición de progenitor cuando afirma que va a cuidar a los ciudadanos de los políticos con el pan para el pueblo y el látigo para los corruptos.

Finalmente, se destacó la frase de Andrés Arauz, que además fue *slogan* de su campaña: “mil dólares a un millón de familias”. Esta expresión además de ser paternalista, calza en la categoría de **clientelismo y demagogia**. Dicho enunciado forma parte de un discurso paternalista, debido a la intervención que debería hacer el Estado si desea entregar el dinero a las familias. Ya que como él pronunció en el debate el dinero se recaudaría “repatriando los recursos que tiene ahora el Estado ecuatoriano guardados en un banco en Suiza”. Esta expresión también entraría dentro de la categoría de demagogia:

debido a que los recursos que el gobierno ecuatoriano tiene en el exterior están pensados para casos extraordinarios ya sea para su custodia, o como depósitos a plazo sobre los

cuales se recibe un interés. Por lo que esta práctica es generalizada en el mundo como una reserva de garantías monetarias. (Lucero, 2021, p. 2)

La última categoría que se identificó fue la de **clientelismo y demagogia**. Este rasgo surgió de forma emergente mientras se analizaba el debate y también fue una característica común ya que durante el mismo se mencionaron varias ofertas de campaña. Para Moreno (2016) la demagogia se basa en prometer soluciones a los problemas para los que en realidad no hay salida. Este fenómeno le permite al líder populista construir una supuesta verdad popular y hacer de ella un vínculo principal con el pueblo. Dicho vínculo, posee la capacidad de construir incluso una falsa realidad creada a base de falsas promesas.

Los candidatos que más destacaron en este recurso fueron: Guillermo Lasso y Andrés Arauz

La oferta demagógica que más resaltó en el candidato Guillermo Lasso fue la de bajar las tasas de interés y eliminar la SENEKYT. Dichas ofertas no parecen ser tan imposibles, pero el problema es que cuando Guillermo Lasso llegó a la presidencia notó que en la práctica es más difícil, por ejemplo para poder eliminar la SENEKYT es necesario crear otro organismo que evalúe la calidad de educación, avale los títulos de tercer nivel y asignación de becas. Es posible reducir las tasas de interés, pero para eso es necesario: “la disminución del riesgo país de Ecuador, el aumento de la liquidez del sistema financiero y la llegada de nuevos competidores al país.” (Ochoa, 2021, p. 1)

Por otra parte, el candidato opositor, Andrés Arauz mencionó en el debate que una de sus propuestas principales será entregar “mil dólares a un millón de familias en la primera semana de nuestro gobierno.” El clientelismo es muy común dentro de los populismos latinoamericanos

y es un acto de demagogia ya que como nos indica la literatura es una habilidad que busca obtener votos apelando a las emociones a través de promesas poco realistas. Para Marín (2020) existen ciudadanos, sobre todo los más pobres, que pueden llegar a considerar que el pago de dinero en efectivo es lo único que consiguen de un gobierno ineficaz; sin embargo, el resultado es que se produce un círculo vicioso.

3.2 Recursos gráficos adicionales

Una vez realizada la primera revisión del texto de análisis con su respectiva codificación, se identificaron los 6 candidatos con mayor densidad de codificación; es decir que en sus expresiones se encuentra con mayor frecuencia contenido que ha sido clasificado como populista. Estos candidatos son:

- Guillermo Lasso
- Andrés Arauz
- Yaku Pérez
- Lucio Gutiérrez
- Ximena Peña
- Carlos Shagñay

De manera que, aprovechando las expresiones de los candidatos que con mayor frecuencia se refieren con categorías asociadas con el populismo, se realizaron revisiones más profundas sobre estos seis discursos.

Como primer punto se realizó una consulta de frecuencias de las palabras que más se repitieron durante todo el debate, para eso se utilizó la herramienta de software Nvivo. Un sistema que sirve para revisar de manera más prolija y metódica el contenido levantado.

Figura 3

Consulta de búsqueda de texto de la palabra corrupción

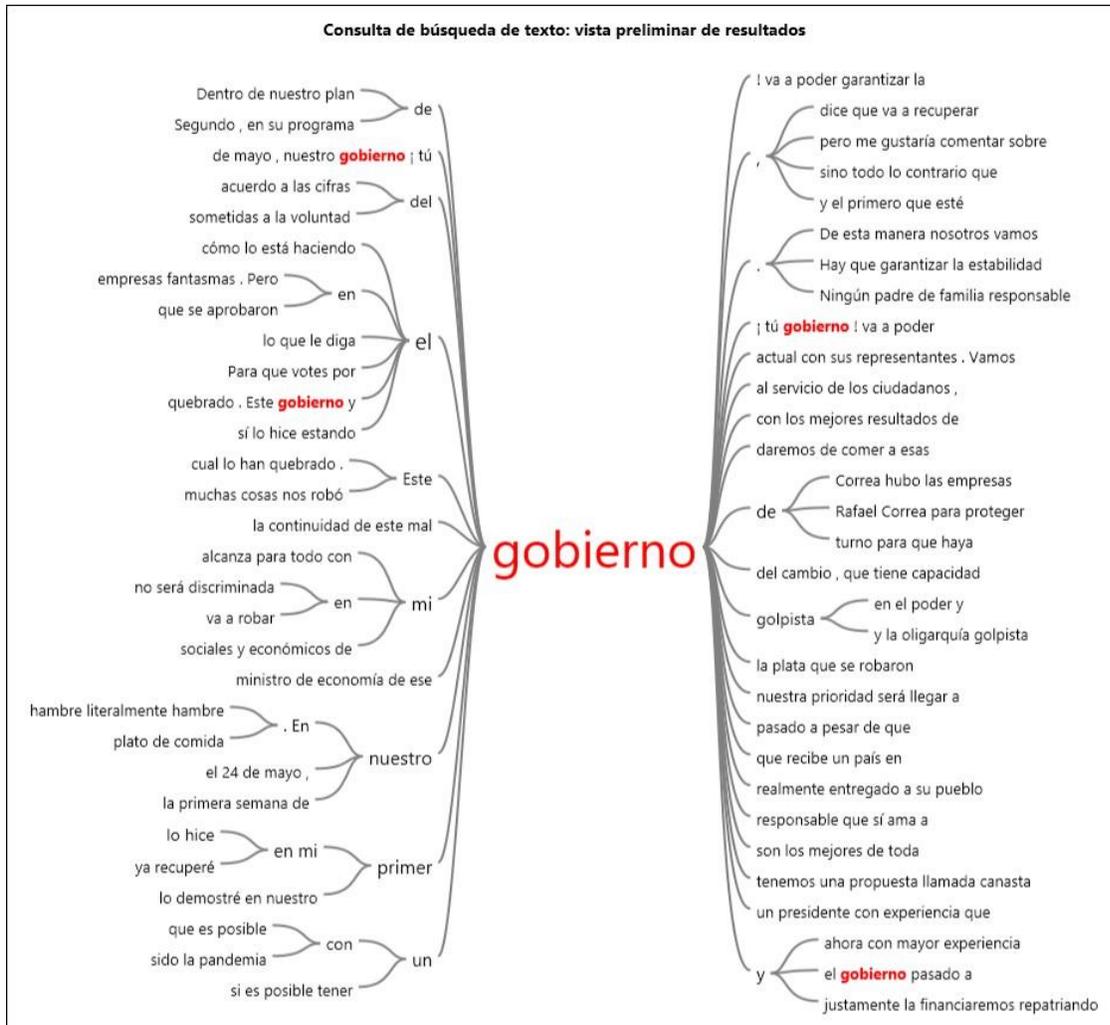


Se observó que los candidatos no dan soluciones ante la corrupción que existe en el país. Las únicas expresiones positivas que se utilizaron fueron: “podemos luchar”, “tenemos acciones concretas”, “la honestidad ganará”, pero no presentan mayor relevancia.

Por otra parte, el uso de las metáforas está presente pues se asocia a la corrupción con la pandemia, el cáncer e incluso las urnas. Dentro del discurso también están presentes los culpables de la corrupción del país. Según los candidatos los causantes son: el correísmo, el morenismo, el pasado, la banca y el narcotráfico. Eso ha causado que el Ecuador se encuentre en el desempleo y la pobreza.

Figura 4

Consulta de búsqueda de texto de la palabra gobierno



En este árbol de palabras se encontró que si bien la palabra gobierno está muy utilizada dentro del debate, no tuvo gran relevancia, ni tampoco una carga populista importante. De hecho, algo que se puede rescatar es que en la conversación de los candidatos, la persona que llegue a la presidencia va a recibir “un gobierno quebrado”, “un gobierno que roba” y “la continuidad de este mal gobierno”.

Figura 5

Consulta de búsqueda de texto de la palabra pueblo



Lo primero que se encontró es que el pueblo tiene una nacionalidad. El pueblo, en este caso, es ecuatoriano. Algo importante a destacar es que el discurso de los candidatos se construye alrededor de un pueblo que, según ellos, está ‘débil’, es la víctima y ya no aguanta más latigazos.

A pesar de ser un pueblo que está frágil, los candidatos dependen del pueblo ecuatoriano para depositar sus promesas y ser elegidos. Esto se encuentra en frases como: “dependo de mi pueblo”, el gobierno respaldado por el pueblo”, “me comprometo a trabajar por el pueblo ”,

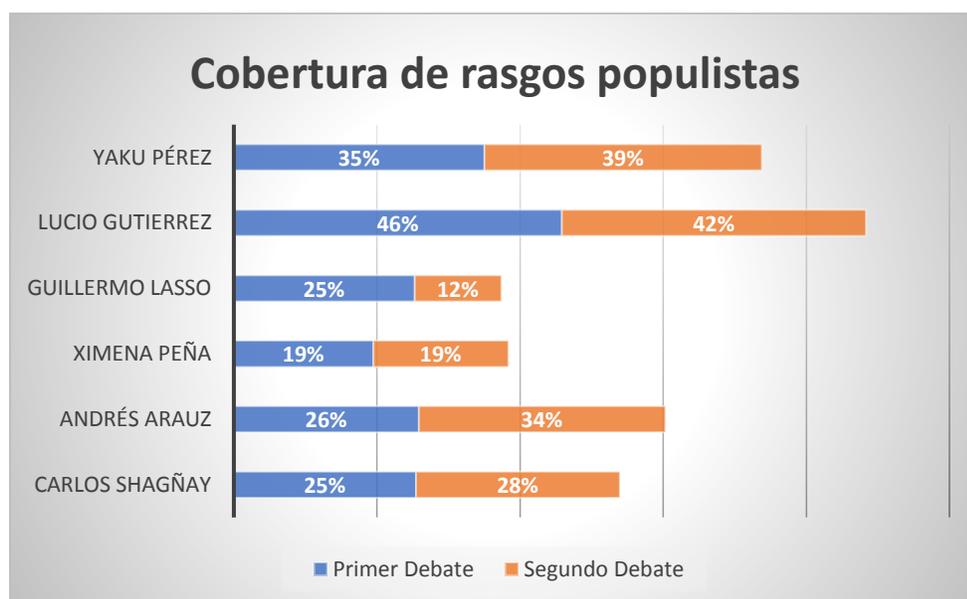
“la confianza en el pueblo ecuatoriano”, “tenemos que escuchar al pueblo ecuatoriano”, “presidente patriota que ame al pueblo ecuatoriano. ”

3.3 Candidatos con mayor frecuencia de rasgos populistas

Una vez identificados los términos populistas más comunes y la forma cómo estos se construyen, corresponde identificar la carga populista en los discursos. Esto se obtiene a partir del porcentaje de cobertura, es decir que proporción de los pronunciamientos tienen rasgos populistas.

Figura 6

Cobertura de rasgos populistas



En esta figura se puede notar cómo la cobertura de los rasgos populistas en algunos casos como Perez, Arauz y Shagñay crece entre el primer y segundo debate. Si bien ningún candidato tiene lo que podríamos llamar un “contenido mayoritariamente populista”, es evidente que se reconocen hasta unos cuatro candidatos con mayor fuerza. Lucio Gutierrez, Yaku Pérez, Andrés Arauz y

Carlos Shagñay. Sin embargo, cabe insistir que así como estos candidatos tienen entre 30 y 40% de cobertura de expresiones con carga semántica afín al populismo, el 60 o 70% del contenido es de tipo tradicional y menos conflictivo o emotivo.

Tabla 3

Prevalencia de los rasgos populistas en los discursos

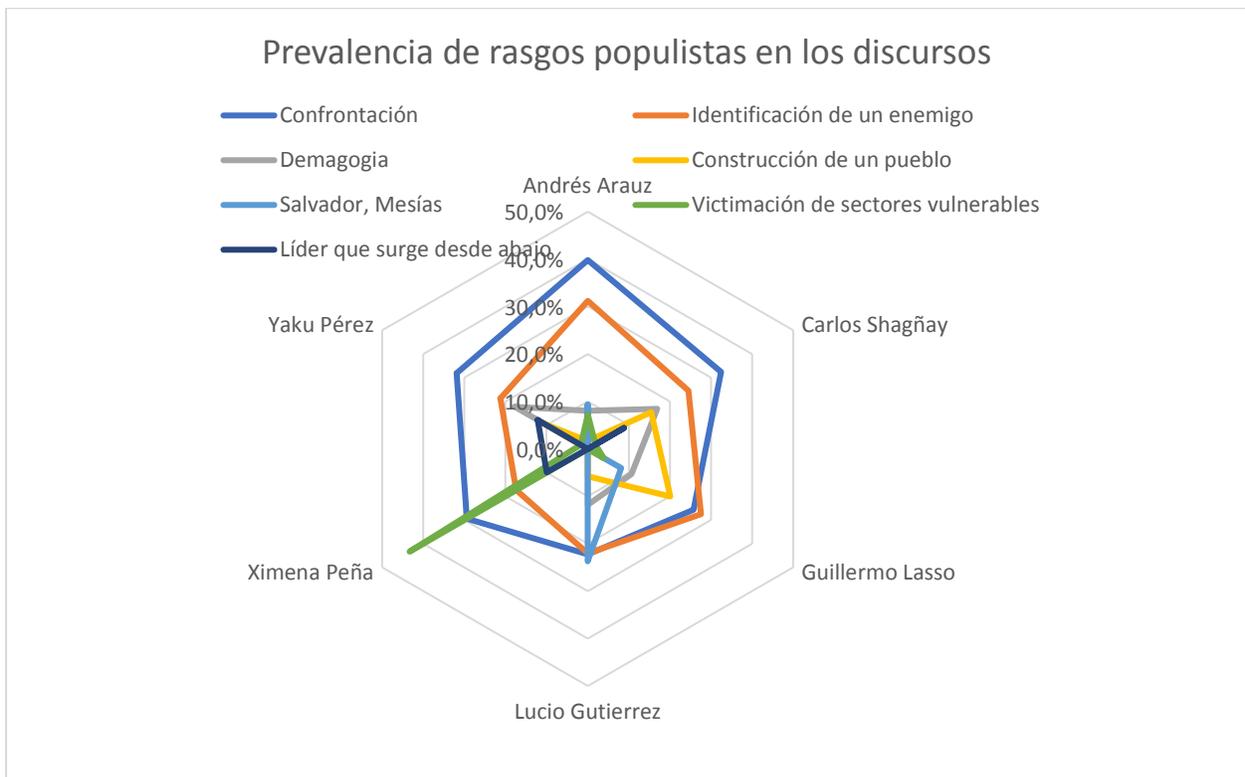
	Confrontación	Identificación de un enemigo	Demagogia	Construcción de un pueblo	Mesías del pueblo	Victimización de sectores vulnerables	Líder que surge desde abajo	Gobierno paternalista
Andrés Arauz	39,8%	31,2%	8,1%	1,7%	9,3%	7,2%	0,0%	2,7%
Carlos Shagñay	32,5%	24,5%	16,9%	15,4%	0,0%	1,9%	8,9%	0,0%
Guillermo Lasso	25,7%	27,6%	10,7%	20,1%	8,2%	3,9%	0,0%	3,9%
Lucio Gutiérrez	22,2%	22,1%	11,8%	5,8%	23,7%	0,0%	0,0%	10,6%
Ximena Peña	29,4%	17,4%	0,0%	0,0%	0,0%	43,3%	9,9%	0,0%
Yaku Pérez	31,9%	21,2%	17,7%	10,5%	0,0%	1,7%	12,2%	4,8%

Esta tabla muestra la prevalencia de los rasgos populistas en los discursos por autor; es decir, las variables populistas que dijo cada candidato; sin embargo dicha figura no representa qué candidato fue el más populista de todos. Solo el porcentaje de los rasgos en torno a su propio

discurso. La gráfica a continuación explica la forma cómo se organiza el discurso populista para cada candidato.

Figura 7

Prevalencia de rasgos populistas en los discursos



Categorías como la de confrontación y la identificación del enemigo son las más constantes en estos 6 candidatos que presentaron mayor contenido codificado como populista. Otras categorías como la construcción de un pueblo, victimización de los sectores vulnerables, así como las de identificación personal como la del salvador o la del líder que surge desde abajo,

son más irregulares; es decir, tienen menor frecuencia y aprovechamiento por parte de los candidatos.

3.4 Relación entre rasgos populistas y polarización.

La revisión de la literatura permite identificar rasgos más asociados con la polarización. La exposición de un conflicto o la determinación de una frontera política son rasgos populistas que promueven las divisiones sociales como forma de polarización política.

Figura 8

Triángulo populista



Este gráfico muestra cómo las tres categorías asociadas con la polarización se muestran con bastante consistencia entre los candidatos más identificados con este tipo de cobertura. Sigue Yaku Pérez entre los que con mayor frecuencia presentan en sus discursos, acompañado de Lucio Gutierrez y Carlos Shagñay.

Tabla 4

Porcentajes de los tres rasgos populistas utilizados en el debate

	Confrontación	Identificación de un enemigo	Construcción de un pueblo
Andrés Arauz	22%	21%	3%
Carlos Shagñay	16%	15%	26%
Guillermo Lasso	11%	15%	29%
Lucio Gutiérrez	18%	22%	15%
Ximena Peña	8%	6%	-
Yaku Pérez	25%	21%	27%

CAPÍTULO 4 CONCLUSIONES

Después de desarrollar los resultados analizados, los tres objetivos de investigación de este trabajo se cumplieron. En un inicio se identificaron siete categorías populistas encontradas en la literatura y dos rasgos emergentes que surgieron mientras se analizaba el discurso de los candidatos dentro del debate (el rasgo emergente de populismo nacionalista se lo incluyó en la categoría populista de construcción del pueblo).

Además se pudo constatar que de todos los rasgos encontrados, el más frecuente fue el de confrontación, esto se debe al escenario en el que se situaban los 16 candidatos. Los aspirantes, al encontrarse en un ambiente de debate, se centraron en atacar a los otros candidatos, principalmente a Guillermo Lasso y Andrés Arauz, pues se al ser los que más apoyo tuvieron en la primera vuelta, se convirtieron en el centro de las críticas.

Al inicio, otro de los objetivos fue localizar al candidato que más rasgos populistas presentó en su discurso, para encontrar esa respuesta, se consideró a seis que destacaron por sus rasgos populistas para entender cómo se construye el discurso de cada uno y el lenguaje que existe detrás de él, y mediante el software Nvivo se encontró que Lucio Gutiérrez fue el candidato más populista con un 44,16% seguido de Yaku Pérez con 36,88% y Andrés Arauz con el 30%. Es importante acotar que Lucio Gutiérrez tiene más porcentaje populista dentro de su discurso debido a que utilizó otros recursos como el nacionalismo o y el gobierno paternalista que no fueron tan relevantes al momento de construir el discurso para el debate, pero Yaku Pérez posee un discurso más profundo y es el que más hace uso de las tres categorías más relevantes.

Se descubrió que sí existe una relación entre los rasgos populistas y la polarización en el discurso, ya que durante toda la jornada los candidatos se dedicaron a atacar a dos contrincantes

y se dividieron las opiniones en dos campos antagónicos: anticorreísmo (ataque a Andrés Arauz) y un ataque a la banca (Guillermo Lasso).

La polarización fue una pieza clave al momento de construir los discursos debido a la capacidad que tiene este recurso para captar votantes, a la vez que crea enemigos. Este fenómeno se descubrió sobre todo en las categorías de confrontación, identificación de un enemigo y construcción del pueblo. Dentro del escenario del debate se logró que la opinión de los candidatos se divida en dos extremos opuestos.

El análisis de los resultados demuestra que Andrés Arauz confronta constantemente al entonces candidato Guillermo Lasso y su lenguaje dentro del discurso se basa en calificarlo como “el candidato de los privilegiados”, “el candidato de los banqueros”.

Por otra parte, se encontró que existe una polarización no en contra de Andrés Arauz, sino en contra del correísmo. Dentro del discurso de Guillermo Lasso se presenta un constante ataque hacia Arauz no por ser candidato, sino por ser el candidato de Correa.

Con respecto a las recomendaciones generales que se desprenden de este trabajo es que el populismo sigue siendo una herramienta muy utilizada por los políticos en nuestro país. Es importante resaltar que a pesar de que el populismo se ha ido modernizando para adaptarse a la realidad actual, todavía es posible encontrar populismos clásicos como el del candidato Carlos Shagñay.

Para futuras investigaciones se considera importante analizar las propagandas, afiches y videos que se crearon durante la campaña y los cambios en las estrategias que los candidatos hicieron con la finalidad de adaptar su campaña a la pandemia de COVID-19, y comparar el

nivel de rasgos populistas en otros espacios discursivos como Twitter, Whatsapp, Página Web. Finalmente, es sustancial plantear una segunda parte de este trabajo investigativo identificando los rasgos populistas en el debate de la segunda vuelta y si existió un nivel alto de polarización entre Andrés Arauz y Guillermo Lasso.

Referencias

- ABC. (9 de octubre del 2009). Paternalismo, populismo y oligarquía. *ABC*.
<https://www.abc.com.py/articulos/paternalismo-populismo-y-oligarquia-29055.html>
- Aguerre, M. (2017). Populismo latinoamericano. *Revista de la Facultad de Derecho*, (42), 1-26. <https://dx.doi.org/10.22187/rfd201712>
- Abuín-Vences, N., Cuesta-Cambra, U., Niño-González, J., & Bengochea-González, C. (2022). Análisis del discurso de odio en función de la ideología: Efectos emocionales y cognitivos. *Comunicar*, 30(71), 37-48. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-03>
- Arias Maldonado, M. (2018). Las bases afectivas del populismo. *Revista Internacional De Pensamiento Político*, 12, 151–167. <https://doi.org/10.46661/revintpensampolit.3257>
- Ávila Nieto, C. (2017). Comunicación de gobierno en el populismo latinoamericano el caso de Rafael Correa, Ecuador [Tesis para obtener el título de doctorado, Pontificia Universidad Católica de Chile]. <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/21604>
- Barberis, M. (2021). Populismo mediático. Definición, explicación, remedios Doxa. *Cuadernos de Filosofía del Derecho*, 44,131-143. <https://doi.org/10.14198/DOXA2021.44.05>
- Barreda, M. (2021). La polarización política en las democracias actuales: expresiones y consecuencias. *Cuadernos Manuel Giménez Abad*, (21), 190-272.
<https://doi.org/10.47919/FMGA.CM21.0109>
- Barros, S. (2014). Populismo, pueblo y liderazgo en América Latina. *Colombia Internacional*, (82), 297- 302. [dx.doi.org/10.7440/colombiaint82.2014.12](https://doi.org/10.7440/colombiaint82.2014.12)

- Bayona, Á. I. L. (2021). Patriotas versus antipatriotas: la construcción retórica del pueblo y su enemigo elaborada por el discurso uribista. *Reflexión Política*, 23(47), 83-97.
<https://doi.org/10.29375/01240781.4126>
- Bolívar, A. (2020). Análisis del discurso y hermenéutica como métodos en la interpretación de textos. *Interpretatio Revista de Hermenéutica*, 5(1), 17-34. doi.org/10.19130/iifl.it.2020.5.1.0003
- Böcker, R. (2021). Desarrollo, populismo y neoliberalismo. Pensar Latinoamérica. *RIO: Revista Internacional de Organizaciones*, 8(25), p. 51-70.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7960979>.
- Calatrava, C. (2020). El fenómeno populista, un ejemplo más allá de nuestra realidad. *Centro de Investigaciones Históricas Mario Briceño Iragorry*, 38(73), 153-179.
https://revistas.upel.edu.ve/index.php/tiempo_y_espacio/article/view/8710
- Campos-Herrera, G. y De Reguero, S. (2019). El populismo en América Latina: pasado, presente y futuro. *Política y sociedad latinoamericanas*, 61(1), 148-159. doi: 10.1017 / lap.2018.63
- Casullo, M. (2019). *¿Por qué funciona el populismo? El discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo en crisis*. Siglo XXI Editores.
- Cassini, A. (1 de junio del 2019). ¿Quién forma parte del pueblo? *Revista Latinoamericana de Filosofía Política*. <https://rlfp.org.ar/quien-forma-parte-del-pueblo-por-alejandra-cassini/>
- Cerbone, P. (2021). El hiperpresidencialismo como resultado de la interacción entre presidencialismo fuerte y populismo. *RIPS: Revista De Investigaciones Políticas Y Sociológicas*, 20(1), 1-15. <https://doi.org/10.15304/rips.20.1.7676>

- Chavero, P. Ramos, I. Vázquez, W. (2020). Herramientas de comunicación adaptadas a los tipos de liderazgo: El caso de Rafael Correa, presidente comunicador de Ecuador. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (26), 256-269.
<https://www.proquest.com/openview/b0dc6f42640b81394f431e972c68c955/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Charaudeau. (2020). *POLÍTICA Y DISCURSO: NUEVAS Y VIEJAS REPRESENTACIONES*. Universidad Politécnica de Valencia.
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/139716/6570.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Charaudeau, P. (2020). EL DISCURSO POLÍTICO EN LA POSTMODERNIDAD. EL CUESTIONAMIENTO DE LAS FRONTERAS PARTIDISTAS. *Estudios de Lingüística Aplicada*, (6), 91-103. <https://monografias.editorial.upv.es/index.php/ela/article/view/41>
- Colotta, M. P., & Durán Sáenz, M. S. (2021). La democracia, el desacuerdo y el populismo en el siglo XXI: Bolivia y la refundación del Estado. *Comillas Journal of International Relations*, (20), 31-50. <https://doi.org/10.14422/cir.i20.y2021.003>
- Constitución Política del Ecuador [Const]. Art. 143. 20 de Octubre del 2008 (Ecuador).
- CNE. (16 de enero del 2021). *Inicia el primer Debate Presidencial obligatorio realizado por el Consejo Nacional Electoral*. CNE. <http://cne.gob.ec/es/institucion/sala-de-prensa/noticias/5448-inicia-el-primer-debate-presidencial-obligatorio-realizado-por-el-consejo-nacional-electoral>
- De la Torre. (2021). Polarización, fragmentación y competencia en las democracias liberales. *FLACSO Andes*, (112), 67-72. <http://hdl.handle.net/10469/17477>

- Domínguez López, Ernesto. (2019). La polarización política durante la administración Obama. *Universidad de La Habana*, (287), 334-362.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-92762019000100334&lng=es&tlng=es.
- Oxford Languages (s.f.). Diccionario de Oxford. Recuperado en 10 de abril del 2022, de <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>
- Espí Hernández, A. (2019). La dimensión emocional de los movimientos políticos populistas de S.XXI en América Latina y Europa. *Communication Journal*, 10(1), 101-121. <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v10i0.277>
- Fernández, D. (2020). EL LÍDER POPULISTA Y LA SOBERANÍA MODERNA: ¿EL EXCESO HOBBSIANO DE ERNESTO LACLAU? *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 409-432.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7347013>
- Garzón, A. (2021). Ecuador Elecciones Ecuador Elecciones Generales 2021 (Presidencia, Vicepresidencia, Asamblea Nacional, Parlamento Andino y Consulta Popular por el Agua en el Cantón Cuenca). Serie Análisis de Elecciones 2021. *Observatorio de Reformas Políticas en América Latina, IJ-UNAM, Organización de los Estados Americanos (OEA)*. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14551077.v1>
- Guerrero S, & Vega A. (2015). Reflexiones teóricas sobre discurso político e ideología: un análisis preliminar de las políticas de emprendimiento del gobierno de Piñera (Chile 2010-2014). *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 24(2), 105-

120.http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-499X2015000200006&lng=es&tlng=es.

González Gómez, C. (2021). Análisis léxico y argumentativo del discurso de Santiago Abascal en Twitter ¿populismo en 280 caracteres? *Tonos digital: Revista de estudios filológicos*, (41), 1-26. <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/2830>

Gómez Vilchis, R. R. (2022). ¿Populismo o lealtad racional hacia el presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO)? (El perfil del partidario de la 4T y las elecciones intermedias 2021). *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (32), 77-95. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2022.32.80376>

Heiss, C. (2020). Populismo y desafíos de la representación política en las democracias contemporáneas. *Revista de Sociología*, 35(2), 30-41. doi:10.5354/0719-529X.2020.58646

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la Investigación*. McGraw-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Jiménez, J. & Patarroyo, S. (2019). El populismo en contextos democráticos en América Latina: revisión a los significantes vacíos en el discurso de tres líderes populistas, un estudio desde el análisis político del discurso. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 64(235), 255-287. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2019.235.64566>

Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica

- López, A., González, A. y González. (2021). Populismo punitivo y extrema derecha en el espacio ibérico. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (35), 103-126. <https://doi.org/10.17163/uni.n35.2021.05>
- Lucero, K. (31 de enero del 2021). Los ¡Mil de una! de Andrés Arauz; expectativa vs. realidad. *Revista Gestión*. <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/los-mil-de-una-de-andres-arauz-expectativa-vs-realidad>
- Marín, G. (05 de diciembre del 2020). Demagogia. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/demagogia.html>
- Mason, L. (2015). “IDisrespectfullyAgree’:TheDifferential Effects of Partisan Sorting on Social and Issue Polarization”. *American Journal of Political Science*, 59(1), 128-145. <https://doi.org/10.1111/ajps.12089>
- Morán, S. (2021). El populismo o los populismos. Actualidad y particularidades del concepto en América Latina. *América Latina Hoy*, 87, 1-16. <https://doi.org/10.14201/alh.22677>
- Moreno, S. M., & Martínez, J. M. R. (2021). La construcción del enemigo en los discursos de la derecha radical europea: un análisis comparativo. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 21(2), 13. <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/88217>
- Moncagatta, P., & Poveda, A. E. (2021). La creciente polarización ideológica en Ecuador bajo el Gobierno de Rafael Correa. *Estado & Comunes, Revista De políticas Y Problemas Públicos*, 1(12), 55-71. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v1.n12.2021.210

- Monsiváis, A. (2021). El efecto divergente del populismo: presidentes populistas y apoyo al régimen en América Latina. *Política y gobierno*, 28(1), p. 1-39.
<http://www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/article/view/1403>
- Mouffe, Ch. (2018). Por un populismo de izquierda. Buenos Aires: Siglo XX Editores.
- Muro Cabral, C. (2020). Las pasiones en política. Emociones, democracia y populismo. *Revista Ciencias Y Humanidades*, 11(11), 221-249.
<https://www.revistacienciasyhumanidades.com/index.php/home/article/view/157>
- Ochoa, G. (8 de junio del 2021). Tres caminos tiene el Ecuador para bajar las tasas de interés. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-competencia-liquidez-tasas-interes/>
- Pérez Jiménez, C. (2021). Populismo como fenómeno político. El caso del cura Bernardo Hoyos en el proceso de elección de alcalde de Barranquilla en 1992. *Revista de estudiantes de Historia*, 44-63.
<http://revistafche.medellin.unal.edu.co/ojs/index.php/quiron/article/view/366>
- Peruzzotti, E. (2020). La democracia representativa frente a la estrategia populista de polarización. *REVISTA EUROLATINOAMERICANA DE ANÁLISIS SOCIAL Y POLÍTICO*, 1(1), 79-86.
<http://www.ojs.unsj.edu.ar/index.php/relasp/article/view/506>
- Pineda Arboleda, J. F. (2021). El colombiano frente al fenómeno abstencionista en la elección de constituyentes: una mirada desde el análisis crítico del discurso de Teun van Dijk. *Lingüística Y Literatura*, 42(79), 54-75. <https://doi.org/10.17533/udea.lyl.n79a03>
- Poblete, M. (2020). El código inclusión/exclusión y la persistencia de la integración en el populismo latinoamericano. *Revista del Magíster en Análisis Sistemico Aplicado a la Sociedad*, (43), 47-59. doi:10.5354/0718-0527.2020.60651

- Pontón Cevallos, J. (2016). El populismo: ¿una amenaza a la democracia en América Latina? Un diálogo con Kurt Weyland. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, 55, 163-168.
<http://dx.doi.org/10.17141/iconos.54.2016.1975>
- Patrouilleau, M. (2021). Las formas narrativas del populismo: un método de indagación. *Perfiles Latinoamericanos*, 29(57), 385-408. <https://doi.org/10.18504/pl2957-015-2021>
- Prior, H. (2021). Populismo digital y desinformación en tiempos de posverdad. *Communication & Society*, 34(4), 49-64. 10.15581/003.34.4.49-64
- Ramírez Nárdiz, A. (2020). Aproximación al pensamiento político de Donald Trump: ¿es el presidente de Estados Unidos populista? *Revista Española de Ciencia Política*, 52, 59-83.
<https://doi.org/10.21308/recp.52.03>
- Ríos Rivera, I., Umpierrez de Reguero, S., & Vallejo Robalino, D. (2020). ¿Acción política populista en movimiento? Las demandas sociales de la Conaie y las feministas en Ecuador (2007–2019). *Análisis Político*, 33(98), 85-106.
<https://doi.org/10.15446/anpol.v33n98.89411>
- Riveros F., C., & Selamé, N. (2020). Populismo y política de clivajes: Propuesta de análisis en tiempos de crisis. *Revista de Sociología*, 35(2), 18-29. doi:10.5354/0719-529X.2020.58373
- Román, G. (2021). Populismo, la ilusión de todas las respuestas. *Revista de Derecho Electoral*, 31, 73-94. https://doi.org/10.35242/RDE_2021_31_5

- Rodríguez Sáez, A. (2018). “El populismo: de intruso a problema relevante para la ciencia social”. *Revista Internacional de Sociología*, 76(4), 2-6. <https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.4.18.076>
- Rosanvallon, P. (2020). *El siglo del populismo*. Galaxia Gutenberg.
- Sanchez, A. (2020). La historia conceptual de Koselleck como método de aproximación a la idea de “populismo”. *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 22(44), 155-176. <https://dx.doi.org/10.12795/araucaria.2020.i44.07>
- Salazar, G. y Punín, M. (2021). Discurso y poder en Ecuador: análisis del discurso de los Discurso y poder en Ecuador: análisis del discurso de los presidentes Rafael Correa Delgado y Lenin Moreno Garcés. *Global Media Journal México*, 18(34), 70-93. <https://doi.org/10.29105/gmjmx18.34-4>
- Samperi, R., Mendoza, C., (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- Sarasqueta, Gonzalo (2020). Anatomía del relato político: conceptualización, funciones y piezas de una herramienta comunicacional estratégica. El caso del presidente Mauricio Macri (2015-2018). *Política y Sociedad*, 57(3), 821-841. <https://doi.org/10.5209/poso.67224>
- Sayago, Sebastián. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta de moebio*, http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf (49), 1-10.

- Schuliaquer, I. y Vonmaro, G. (2020). La polarización política, los medios y las redes. Coordinadas de una agenda en construcción. *Revista SAAP*, 14(2), 235-247.
<https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.I>
- Sola, J. C. (2020). "Populismo penal y justicia paralela: un análisis político-cultural". *Revista Electrónica De Ciencia Penal y Criminología*, 22(12), 1-40. 22-12.
<http://criminet.ugr.es/recpc/22/recpc22-12.pdf>
- Soler, L. (2020). Populismo del siglo XXI en América Latina: Populism of the 21 st Century in Latin America. *Estado & Comunes, Revista De políticas Y Problemas Públicos*, 1(10), 17-36. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v1.n10.2020.146
- Sola, J. (2021). La confusión populista: problemas conceptuales y sesgos ideológicos. *Revista Internacional De Sociología*, 79(2) ,1-7. <https://doi.org/10.3989/ris.2021.79.2.20.02>
- Souroujon, G. (2021). Las definiciones mínimas de populismo. Problemas y potencialidades. *Revista Pilquen*, 24(2), 1-12.
<http://revel.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/Sociales/article/view/3141/PDF>
- Soto Carrasco, D. (2021). "Volver a tener patria": populismo y reforma institucional en el discurso de Rafael Correa en las Elecciones presidenciales de 2006 en Ecuador. *Res Publica. Revista De Historia De Las Ideas Políticas*, 24(2), 275-286.
<https://doi.org/10.5209/rpub.72572>
- Sunstein, C. (2017), *#Republic Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton. Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv8xnhtd>

- Singer, M.(2016). Elite polarizationandthe electoral impact ofleft-right placements: Evidence from Latin América, 1995-2009. *Latin American Research Review*, 51(2), 174-194. 10.1353 / lar.2016.0022
- Tirado, J. A. C., & Suárez, P. M. R. (2021). Ultraderecha en Estados Unidos y en Europa: legitimación del ultranacionalismo y el populismo. *Strategy, Technology & Society*, 11(2). <http://www.ijsts.org/index.php/STS3/article/view/72>
- Traverso, J. F., (2020), El devenir del concepto de populismo en la prensa gráfica argentina. Los casos de La Nación y Página12, Red Sociales, *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 7(6) ,205-220
- Unturbe Lahera, P.(2018). Unturbe Lahera, P.(2018). *El populismo. Rasgos principales y análisis del discurso populista*[Tesis para obtener el título de grado, UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/22261>
- Urra, E., Muñoz, A., & Peña, J. (2013). El análisis del discurso como perspectiva metodológica para investigadores en salud. *Enfermería Universitaria*, 10 (2), 50-57. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-70632013000200004&lng=es&tlng=es.
- Zapata. F. (2019).*INTRODUCCIÓN LAS FILIACIONES IDEOLÓGICAS DEL DISCURSO POLÍTICO LATINOAMERICANO*. El Colegio de México. <https://doi.org/10.2307/j.ctv6mtd89.4>
- Zapata Osorno, E. (2016). Clientelismo político. Un concepto difuso pero útil para el análisis de la política local. *Estudios políticos*, (49), 167-185. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n49a09>