

Prólogo

El tema central de este número de la revista Enfoques de la Comunicación me lleva a recordar la frase con la que inicia la obra de Jaime Durán Barba y Santiago Nieto titulada “La política en el siglo XXI”¹; en el prólogo, se cita un párrafo de la nota que el primer autor publicó en el diario Perfil el 18 de marzo de 2007: “[...] los políticos modernos no saben cómo enfrentar la realidad y los líderes posmodernos no saben qué hacer con la política”.

Los artículos que constan en esta publicación, nos permiten ver cómo esta realidad se expresa en los procesos electorales y, en especial, en las últimas elecciones 2021, marcadas por varios factores políticos, económicos, sociales y sanitarios, que impactaron de manera directa e indirecta en las ofertas de campaña y en el estado de ánimo de la población.

Más allá de las campañas con equipos de profesionales, la presencia de técnicas de marketing y la división de mensajes según el *targeting*; la eficacia de tal o cual estrategia se apegó al libreto tradicional, el llegar a las necesidades psicológicas y materiales de los electores.

1 Durán Barba, J. y Nieto, S. (2017). La política en el siglo XXI - Arte, mito o ciencia. Debate

La situación económica y los efectos de la COVID-19 definieron un *storytelling* que ponga al cambio, la esperanza, la generación del empleo y la vacunación como la narración principal, en la que se construyeron imaginarios y símbolos que permitían fortalecer estos relatos, los que se amplificaron con el uso de las redes sociales.

En campañas anteriores, los sentimientos fueron usados a través de mensajes negativos, estimulando los miedos y la incertidumbre; ahora, las emociones positivas, la alegría o la esperanza jugaron un papel importante en el diseño del contenido. Incluso, por las condiciones de dispersión de la votación, sectores sociales y temas que tradicionalmente estaban ausentes del debate debieron ser incorporados en el discurso para atraer en la segunda vuelta a los electores que no se habían identificado con alguna de las dos opciones finalistas.

Las características especiales que tuvo este proceso electoral llevó a que las opciones para Presidente y Vicepresidente de la República tengan la obligación de ir asumiendo en los hechos que la política es para las personas; pese a que se evidenciaron ofertas demagógicas, no es menos cierto que la ciudadanía desarrolló mecanismos de cuestionamiento y crítica.

Los trabajos académicos que se presentan en esta revista aportan a dilucidar las condiciones y las estrategias definidas

por los candidatos y sus partidos en las elecciones del 2021, así como el comportamiento de los electores. En ese marco, los artículos “Análisis de las campañas políticas de Andrés Arauz y Guillermo Lasso durante el balotaje del 2021 en Ecuador: contexto electoral, ejes discursivos, relatos políticos, targets y diversificación”, “Comunicación política y digital. La deuda pendiente del CNE con electores y ciudadanos por falta de reglamentación”, “Elementos Relevantes en las Elecciones Presidenciales - Ecuador 2021” y “Campañas electorales, la propaganda que supera al marketing político”, contribuyen al entendimiento de las estrategias electorales y la efectividad en el proceso; por otro lado, el análisis expresado en el artículo “Tik Tok y su rol predominante en la campaña presidencial de Xavier Hervas” nos permite apreciar el papel de las redes sociales en la comunicación política, permitiéndonos extraer reflexiones sobre su uso y la utilización para acercar a los políticos con sus electores.

Un tema poco discutido en el país durante los procesos electorales es la situación de los derechos de la comunicación e información de la población durante la campaña, los actos de violencia contra periodistas; así como, las *fake news* o la violencia digital son graves afectaciones a la libertad de expresión. Por ello, vale la pena revisar los artículos “Violencia Política en los Medios de Comunicación Ecuatorianos”

y el resumen del informe de “Agresiones a periodistas en el contexto electoral 2021”.

Al final de la revista, en el ensayo se efectúa un análisis sobre el cine y la construcción de imaginarios sociales y en la reproducción del discurso oficial, poniendo al debate la responsabilidad del Estado en el financiamiento de las obras de este género y la autonomía de los directores y productores frente a este apoyo.

Este nuevo número de la revista Enfoques de la Comunicación expresa la visión democrática, amplia y plural del Consejo de Comunicación, convencidos de que las ciencias sociales son un escenario de constante debate y reflexión.