

Discursos presidenciales y narrativas mediáticas digitales en Hispanoamérica

Presidential speeches and digital media narratives in Hispanic America



Gladys-Inés Bustamante-Cabrera
Médico Internista. PhD en Investigación Científica. PhD en Ciencias de la vida y Bioética. MBL en Desarrollo Local. Presidenta del Comité Iberoamericano de Ética y Bioética. Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia.
gibustamante@umsa.bo
ORCID: 0000-0002-2275-4386



Rina-María Álvarez-Becerra
Maestría Gestión Pública. Maestría Derecho Constitucional. PhD en Humanidades. Especialista en Estadística Aplicada a la Investigación. Universidad Jorge Basadre Grohmann, Perú.
ralvarezb@unjbge.edu.pe
ORCID: 0000-0002-5455-6632



Ariel-Mauricio Malla-Gallardo
Magíster en Derecho. Docente de la Universidad Católica del Norte, asesor jurídico y consultor. Diplomado en Bioética y Tecnologías Disruptivas.
ariel.malla@ce.ucn.cl
ORCID: 0000-0001-9417-2951

Resumen

En la América hispanoparlante, el líder político utiliza los discursos presidenciales como práctica social y comunicativa para construir legitimidad, autoridad simbólica y antagonismos ideológicos en la última década. El objetivo del estudio es analizar cómo el discurso presidencial, la mediatización digital y el control algorítmico de la información contribuyen a la polarización social y a la erosión democrática. Para tal efecto se utilizó un método mixto convergente y análisis crítico del discurso de países hispanohablantes de América además de Brasil. En los resultados se identificaron tres categorías discursivas (gestión, crisis, identidad colectiva), formas de legitimación (legal, técnica, carismática) y patrones de polarización mediática. Los resultados muestran que los líderes de larga permanencia privilegian la identidad colectiva; los gobiernos estables destacan la gestión y los resultados; y los regímenes inestables o centralistas usan la crisis y la amenaza como recurso. Los medios de comunicación estatales estaban alineados con el gobierno, mientras que los privados y las redes sociales contradecían o amplificaban la polarización. Se concluye que el discurso presidencial es un dispositivo de poder, legitimación ideológica y normativa, reforzado por información mediatizada que lleva a asimetrías de poder y debilitamiento institucional democrático. Se recomienda el fortalecimiento de mecanismos de control y manejo ético de la comunicación, para reducir la manipulación discursiva y fomentar la crítica ciudadana.

Palabras clave

Discurso presidencial; populismo algorítmico; legitimación política; mediatización digital; comunicación política.

Abstract

In Spanish-speaking America, the political leader uses presidential speeches as a social and communicative practice to construct legitimacy, symbolic authority, and ideological antagonisms in the last decade. The objective of this study is to analyze how presidential discourse, digital mediatization, and algorithmic control of information contribute to social polarization and democratic erosion. To this end, a convergent mixed-methods approach was employed, along with critical discourse analysis of Spanish-speaking countries in the Americas, including Brazil. The results identified three discursive categories (governance, crisis, collective identity), forms of legitimation (legal, technical, charismatic), and patterns of media polarization. The results show that long-standing leaders prioritize collective identity; stable governments emphasize governance and results; and unstable or centralist regimes use crisis and threat as a resource. In all cases, state-run media were aligned with the government, while private media and social media either contradicted or amplified the polarization. It is concluded that the presidential discourse serves as a mechanism of power and ideological and normative legitimization, reinforced by media-driven information that leads to power imbalances and the weakening of democratic institutions. It is recommended that mechanisms for the oversight and ethical management of communication be strengthened in order to reduce discursive manipulation and foster public criticism.

Keywords

Presidential speech; algorithmic populism; political legitimacy; digital media coverage; political communication.

1. Introducción

En las dos últimas décadas Hispanoamérica experimentó cambios ideológicos y políticos con reconfiguraciones que han facilitado nuevos espacios de recomposición del poder. En este proceso, se ha consolidado el posicionamiento central del discurso presidencial como herramienta de construcción política, con la que se proponen garantías de seguridad y soberanía en la toma de decisiones, reforzando de manera significativa la figura presidencial como sinónimo de poder nacional (Bronfman, 2016).

En este marco, los líderes de la década 2015-2025 organizan antagonismos, identidades colectivas y orientaciones políticas (Ruiz y Cabezas, 2022) con el uso de discursos retóricos, apelaciones morales, cambios constitucionales e intervenciones en la justicia estatal, con el fin de diferenciarse de sus adversarios (Martínez, 2018; Yates y Mondon, 2025).

Weyland (2021), en su actualización del enfoque estratégico, resalta la centralidad de los líderes personalistas, en la que los dirigentes explotan sus relaciones directas con la «mayoría del pueblo», como herramienta de poder bajo una construcción emocional de minoría. Otros, por su parte, utilizan términos de «seguridad» proyectando una vida imaginaria protegida y estable. Esta relación personalizada crea vínculos diferenciados de los competidores, con enlaces afectivos sólidos entre el discursante y su audiencia (Hidalgo y Nieto, 2022; Orbegozo *et al.*, 2021).

Los contenidos ideológicos antiglobalización presentes en los discursos presidenciales, que ponen en duda el pluralismo y el liberalismo, junto con la configuración de amenazas externas de riesgo para la soberanía nacional, son temas que se tratan recurrentemente con el fin de crear confrontación política (Sanahuja y López Burian, 2022).

La mediatización digital de la información, comprendida como un proceso estructural de integración de los medios en la vida política, rescata, perpetúa y distribuye la autoridad simbólica hacia individuos que participan en el discurso en forma indirecta y atemporal, con la consiguiente circulación intermediada de la información, cuyo contenido es potencialmente editable y sujeto a modificaciones con el uso de inteligencia artificial generativa (IAG), lo que facilita el acceso a grupos segmentados de la población, en los cuales puedan generar alguna influencia a favor del presidente de turno (Maly, 2020; Waisbord y Amado, 2017).

Es así que los discursos populistas usan las herramientas digitales, como X (antes Twitter), para articular antagonismos y personalizar la confrontación de ideas (Waisbord y Amado, 2017; Rodríguez, 2025), y favorecen el protagonismo político mediante el uso de mensajes breves en plataformas de uso cotidiano como TikTok (Figuereo-Benítez *et al.*, 2023).

La necesidad de visibilización permanente de los gobernantes que buscan las relaciones personales a través de la mediatización digital en espacios amplios de atención ciudadana, puede verse afectada por la nula o baja distribución de materiales en tiempo real (Beccaria, 2024; Montaña y Enríquez, 2025).

Aunque la literatura ha desarrollado un extenso análisis del populismo, la mediatización y la comunicación política en América Latina, existe un vacío comparativo de articulación entre las estrategias de discurso presidencial, los mecanismos de legitimación política y la participación mediática digital en la región.

La presente investigación pretende analizar este fenómeno y aportar información comparativa sobre el tema, sin asumir equivalencias entre regímenes, pero identificando similitudes de discurso. Para ello, se examinaron las narrativas presidenciales y las contra narrativas mediáticas y controversias a partir de la revisión de documentos oficiales y prácticas de gobierno en cada país analizado.

La importancia del estudio radica en los cambios y transformaciones ideológicas y las estrategias adoptadas en el contexto político de la región en torno al empleo de discursos centrados en la seguridad y eficacia de propuestas y acciones como herramientas para lograr expandir y consolidar el poder ejecutivo, y al mismo tiempo la reducción de la influencia de los oponentes en el momento electivo. Del mismo modo, se observa una permanente apelación en el ámbito político hacia las percepciones ciudadanas sobre la realidad en la que se encuentran, utilizándolas como marco para la articulación de narrativas que busquen objetivos y logros específicos.

Este tipo de dinámicas políticas y comunicativas plantean interrogantes complejos sobre el equilibrio entre el fortalecimiento del poder institucional gubernamental y la preservación de los derechos humanos y valores democráticos en el sentido más amplio.

En este sentido, Bessen (2024) plantea que el discurso populista puede incrementar el voto ciudadano, especialmente cuando el representante se muestra como un genuino representante del pueblo y no de élites económicas o políticas, independientemente de que sus propuestas afecten o no a la seguridad o economía de los países. Por lo tanto, el discurso no es inocuo, sino que se organiza para lograr expectativas reales o irreales, fomentando incentivos que luego puedan ser aplicados como prácticas, ante la aceptación popular.

El *Global Populism Database*, mediante la metodología *holistic grading* ha desarrollado cuerpos discursivos ejecutivos codificados, alcanzando la observación de niveles de populismo en líderes entre 2000 y 2022, al realizar comparaciones entre ciclos políticos ideológicos en países expuestos (Hawkins *et al.*, 2022). Desde este punto de vista, la situación de los países estudiados, que requieren de estabilidad económica, política, jurídica y social, hace que los líderes utilicen el discurso en búsqueda de legitimidad social, mostrando «principios morales» de los que, según los discursos, carecen sus opositores.

Es así que se construyen estilos y contenidos de la exposición de los líderes, con variaciones de la forma para conseguir la «autonomía e independencia regional», de tal forma que este pensamiento puede crear convergencias o antagonismos en espacios como la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC). La oposición a los discursos populistas maneja la misma lógica, busca

la exposición de responsabilidades, mal manejo de recursos, abusos contra la democracia, y los derechos humanos, que intervienen en grupos diferenciados de la comunidad. Es importante, entonces, analizar cómo se legitima el poder mediante el discurso y qué efectos puede producir ante la comunidad, cuidando epistémicamente la información a través de las herramientas que amplifican la información discursiva.

Con la información de respaldo, el estudio no pretende analizar la forma en la cual los discursos presidenciales y su mediatización intervienen en la polarización política y en la legitimación del poder en Hispanoamérica y Brasil en los periodos de enero de 2015 a junio de 2025. La intención del estudio es identificar las estrategias discursivas predominantes usadas por los presidentes para lograr legitimación del poder, y la forma en la cual se relacionan con la mediatización digital en diferentes contextos y años.

No se intenta, por lo tanto, comparar situaciones políticas que son heterogéneas, sino identificar los discursos que tengan similitudes comparables. El aporte radica en tres planos de análisis: las estrategias discursivas, los dispositivos de legitimación y los patrones de alineación mediatizada en entornos digitales.

2. Materiales y métodos

Se desarrolló una investigación de enfoque mixto convergente. El análisis se apoyó en matrices y redes semánticas, así como en el Análisis Crítico del Discurso (ACD) y de la retórica política, rescatando los actos discursivos de los mandatarios, los encuadres (*framing*) asociados a la definición del problema, las causas, los juicios morales y las propuestas de solución. De igual manera, se tomaron en cuenta el lenguaje verbal, el tono, el uso prosódico, el uso de escenografía, los colores, los símbolos, la vestimenta, así como algunos significados flotantes y cadenas de equivalencia (Laclau y Mouffe, 1987).

Para tal efecto se agruparon tres bloques temporales: 2015-2018, 2019-2021 y 2022-2025, para evidenciar los contrastes por tipo de ideología y situación (elecciones, pandemia, estados de crisis, información de reformas). Se incluyeron países hispanoparlantes de América y también Brasil por a) su relevancia geopolítica en la región; b) presencia de liderazgos políticos visibles durante los periodos 2015-2025; c) disponibilidad mínima de fuentes oficiales, documentos audiovisuales comparables de acceso abierto; y d) la presencia de situaciones discursivas significativas tales como procesos electorales, crisis políticas, reformas constitucionales, conflictos o situaciones extraordinarias como el caso de la pandemia.

La selección de unidades fue intencional y por saturación temática. Se incluyeron piezas audiovisuales, discursos oficiales, mensajes presidenciales de canales oficiales o plataformas digitales, eventos presidenciales relevantes, decretos y participación en organismos internacionales. En casos en que la duración presidencial fue corta por inestabilidad política, se distribuyó por administración y por situación particular, para que haya al menos

un documento representativo. Se excluyeron materiales fragmentados o incompletos, sin contexto verificable, contenidos con autoría no especificada y aquellos que no tenían relación con los ejes del estudio. Se utilizaron para el análisis de 8 a 12 unidades de: publicaciones audiovisuales oficiales y no oficiales transmitidas por cadenas nacionales, spots televisivos digitales, mensajes en redes sociales como YouTube, Instagram, Facebook, así como conferencias de prensa registradas de forma abierta en la web. También se rescataron de 6 a 10 documentos formales por país.

Aunque se incluyen varios países, el análisis se centró en patrones discursivos comunes observables y no en estudios exhaustivos nacionales. Los países seleccionados tienen relevancia geopolítica y cuentan con fuentes audiovisuales disponibles en línea. La amplitud regional tuvo como finalidad la exploración de patrones de legitimación y no un análisis estadístico comparativo. Adicionalmente se seleccionaron entre 12 a 16 publicaciones de editoriales, portadas, prensa nacional e internacional, por tipo de evento relevante por país.

La información se organizó en cuatro ejes analíticos: a) Estrategias discursivas y de posicionamiento con las subcategorías: identidad colectiva (pueblo, nación, historia); gestión (logros, obras, promesas); crisis y amenazas (enemigos internos y externos, problemas, retos); b) Dispositivos de legitimación del discurso –legales (leyes, constitución, elecciones); datos (evidencia e información verificable); carisma (liderazgo, cercanía, moral)–; c) Disputa de ideologías y antagonismos políticos, como confrontación con opositores, hegemonía (orden, democracia, cambio); d) Recontextualización mediática digital, con selección de la información de los medios basados en la línea política, el matizado de aspectos favorables y desfavorables y la contradicción o reencauzamiento.

Se seleccionaron categorías y subcategorías establecidas por codificación teórica y operacionalizadas en el *software* ATLAS.ti v.25 para la organización y posterior relacionamiento intercategorial, buscando el enraizamiento (número de vínculos categoriales) y densidad (grado de relación de una categoría con otra en la red semántica) y el peso resultante de las categorías principales (media del enraizamiento y la densidad).

Se realizó una fase piloto con el 15% de unidades seleccionadas, para calibrar la segmentación, definición de categorías y reducción de la subjetividad de interpretación. La codificación inicial de estas unidades se realizó por dos investigadores internos para ajustes de segmentación y asignación categorial, luego se realizó la asignación de códigos a todos los documentos seleccionados. Las discrepancias se resolvieron por consenso, siguiendo definiciones operativas sobre las categorías y su función discursiva, lo que permitió fortalecer la consistencia interna de la codificación y la reducción de sesgos de interpretación.

Se construyeron las siguientes categorías de interpretación analítica: a) alineación mediática con escala de -1 a +1, donde -1 indica contradicción entre discurso presidencial y encuadre mediático, 0 representa neutralidad o coexistencia de marcos divergentes, y +1 representa una alineación fuerte

con su encuadre mediático; b) polarización discursiva, con escala de 0 a 1, donde 0 significa baja polarización y 1 alta polarización.

Se seleccionaron datos de países con mayor enraizamiento y densidad en los ejes temáticos individuales y relacionados. Posteriormente, se estimaron los índices de polarización del discurso y alineación mediática (relación positiva o negativa entre el discurso presidencial y su reproducción en medios) a partir de la densidad categorial, coocurrencias (aparición simultánea de dos categorías en una misma unidad) y la frecuencia de encuadres (D1-D2-D3) sí como los pesos de las categorías por bloques temporales (Entman, 1993; Van Dijk, 2016).

Con la información obtenida, se realizó triangulación de fuentes entre discursos oficiales, documentos, piezas audiovisuales y coberturas periodísticas de eventos oficiales. Igualmente, se realizó una comparación por bloques temporales y tipo de medios de difusión (privados, estatales y plataformas digitales).

3. Resultados

Con la información obtenida, se procedió a la generación de un mapa geopolítico de la alineación política vigente entre 2015 y 2025 (Gráfico 1), para facilitar la comprensión de la retórica discursiva, organizando tipos de orientación política dominante en la región y países incluidos en el estudio. Los documentos seleccionados se organizaron por país, número, tipos de documentos y ejes temáticos dominantes, donde se identificaron las categorías temáticas dominantes en cada uno de ellos (Tabla I).

Tabla I. Documentos revisados y seleccionados hasta saturación temática (2015-2025).

País	Presidente(s) analizado(s)	Nº Documentos revisados	Nº Documentos seleccionados	Tipos de documentos incluidos	Principales ejes temáticos presentes
Argentina	Mauricio Macri, Alberto Fernández, Javier Milei	42	18	Discursos oficiales, planes de gobierno, entrevistas, coberturas televisivas	Polarización ideológica, reformas económicas, encuadres de confrontación
Bolivia	Evo Morales, Jeanine Áñez, Luis Arce	36	15	Discursos presidenciales, decretos, medios nacionales e internacionales	Legitimidad electoral, retórica antiimperialista, inclusión étnica
Brasil	Dilma Rousseff, Michel Temer, Jair Bolsonaro, Luiz Ignacio Lula da Silva	50	22	Discursos en cadena nacional, redes sociales, leyes clave	Seguridad pública, gestión de pandemia, polarización mediática
Chile	Michelle Bachelet, Sebastián Piñera, Gabriel Boric	38	17	Mensajes presidenciales, reformas, editoriales de prensa	Cambio constitucional, derechos sociales, encuadres de movilización
Colombia	Juan Manuel Santos, Iván Duque, Gustavo Petro	44	19	Discursos de paz, leyes, narrativas mediáticas	Paz y conflicto, desarrollo rural, polarización político-mediática

País	Presidente(s) analizado(s)	Nº Documentos revisados	Nº Documentos seleccionados	Tipos de documentos incluidos	Principales ejes temáticos presentes
México	Enrique Peña Nieto, Andrés Manuel López Obrador	46	20	Discursos matutinos, planes de gobierno, artículos de prensa	Anticorrupción, nacionalismo económico, encuadres de oposición
Guatemala	Jimmy Morales, Alejandro Giammattei	30	13	Mensajes presidenciales, reformas, cobertura internacional	Corrupción, seguridad, encuadres internacionales
El Salvador	Salvador Sánchez Cerén, Nayib Bukele	34	14	Discursos oficiales, leyes, redes sociales, cobertura mediática	Seguridad y mano dura, comunicación directa, polarización digital
Nicaragua	Daniel Ortega	28	12	Discursos oficiales, decretos, análisis internacionales	Control institucional, encuadres autoritarios, legitimidad externa
Cuba	Raúl Castro, Miguel Díaz-Canel	32	14	Discursos oficiales, reformas, medios estatales e internacionales	Resistencia ideológica, reformas controladas

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 1. Mapa geopolítico de alineación política en Latinoamérica, Centroamérica y el Caribe entre 2015-2025.



Fuente. elaboración propia.

A partir del enraizamiento y densidad identificados en las líneas principales categoriales, se identificaron las tendencias mediáticas y la estrategia discursiva por bloques temporales, delimitando las categorías orientadoras relacionadas con identidad colectiva, gestión y resultados de gobernanza, y crisis y amenazas como puntos discursivos esenciales (Tabla II).

La exposición de resultados incorpora los países con mayor densidad documental, así como algunos casos ilustrativos que permiten visualizar algunas variaciones discursivas en el tiempo.

Tabla II. Estrategia discursiva por país, medio principal de difusión y tendencia mediatizada.

Bloque de tiempo	Estrategia discursiva	País	Presidente/Periodo	Ejemplo sobresaliente	Medio principal	Tendencia de encuadre mediático
2015–2018	Identidad colectiva	Bolivia	Evo Morales (2015–2019)	«Proceso de Cambio» como continuidad histórica; símbolos indígenas y wiphalas.	Cadenas nacionales, actos masivos.	Alineado en medios estatales; contradicción en privados urbanos.
	Gestión y resultados	Chile	Michelle Bachelet (2015–2018)	Reformas educativa y tributaria con datos de cobertura.	Cadena nacional y TV.	Matizado: balance de logros y críticas.
	Crisis y amenazas	Venezuela	Nicolás Maduro (2015–2025)	«Guerra económica» y amenaza externa.	TV estatal, radio.	Alineado en medios estatales; contradicción en prensa extranjera.
2019–2021	Identidad colectiva	México	AMLO (2018–2025)	«Cuarta Transformación» como misión histórica; pueblo bueno vs minoría rapaz.	Conferencias mañaneras, TV pública.	Matizado en prensa nacional; contradicción en internacionales críticos.
	Gestión y resultados	Costa Rica	Carlos Alvarado (2018–2022)	Plan de descarbonización al 2050 con metas verificables.	Conferencias, redes sociales.	Mayormente alineado; cobertura internacional positiva.
	Crisis y amenazas	Honduras	Juan Orlando Hernández (2015–2021)	Lucha contra el narcotráfico como amenaza existencial.	Cadenas nacionales, noticieros aliados.	Alineado en medios pro-gobierno; contradicción en opositores.
2022–2025	Identidad colectiva	Argentina	Cristina Fernández de Kirchner (2022–2023)	«Pueblo contra corporaciones»; recuperación de derechos sociales.	Actos partidarios, redes sociales.	Contradicción fuerte en prensa opositora; alineación en medios afines.
	Gestión y resultados	Panamá	Laurentino Cortizo (2019–2023)	Recuperación económica post-COVID con cifras de inversión y empleo.	TV nacional, plataformas digitales.	Alineado en medios económicos; matizado en prensa generalista.
	Crisis y amenazas	Cuba (Caribe)	Miguel Díaz-Canel (2018–2025)	«Resistencia creativa» ante sanciones y crisis.	TV estatal, Radio Rebelde.	Alineado en medios estatales; contradicción en prensa internacional.

Fuente: elaboración propia.

En el eje de estrategias discursivas se encontró predominio de la categoría de identidad colectiva (A1) de presidentes que permanecieron más años en ejercicio presidencial como ocurre en el caso de Morales, Kirchner y AMLO, mientras que presidentes como Bachelet, Alvarado y Cortizo privilegiaron un discurso basado en la gestión y los resultados obtenidos (A2).

La categoría de exposición de crisis y amenazas (A3) es mayor en gobiernos con inestabilidad democrática, como el caso de Maduro, Hernández o Díaz-Canel. Los medios de difusión nacionales se encuentran alineados a las posturas de los gobernantes de turno, mientras que los medios privados y las plataformas sociales muestran mayor contradicción a las propuestas de los gobernantes.

En los años 2015 a 2018 el discurso se centró en mayor alineación mediatizada sobre la identidad colectiva y la crisis nacional, mientras que en 2019-2021, fue matizada y minimizada, predominando la retórica sobre corrupción y violencia. Ya en los años 2023-2025, el discurso contradice la posición identitaria y la polariza, mencionando crisis por intervenciones externas hacia los países y la intromisión externa según fuentes documentales verificables.

En el eje de legitimación y mediatización de la información se observa en el discurso, el uso de leyes o la Constitución de los Estados (B1) y la intervención del gobierno para informar sobre soluciones institucionales que otros gobernantes aparentemente no observaron, mejorando las condiciones del país, con la finalidad de sostener la capacidad de decisión política o cambiar la norma existente que favorezca este proceso, además de buscar la legitimación internacional a sus propuestas. En el bloque temporal, desde 2019 se encuentran líderes con alta narrativa personalista, mucho gesto simbólico y acercamiento verbal a grupos y territorios de interés. El discurso público hace énfasis en datos que exponen una gestión exitosa, omitiendo aquellos que pueden vulnerar su credibilidad. Algunos ejemplos concretos se exponen en la Tabla III.

Sin embargo, es necesario anotar que en la triada libertad de expresión-acceso a la información-privacidad, la literatura para Argentina, Brasil y México señala que gobiernos y plataformas reconfiguraron flujos de visibilidad y jerarquía de temas, lo que facilitó selecciones estratégicas de datos en la comunicación presidencial, coherentes con los encuadres identificados (Bizberge y Segura, 2020).

Las tendencias por bloque evidencian que en 2015-2018 se produjo un uso discursivo del marco legal para justificar acciones y decisiones políticas para garantizar continuidad, mientras que en 2019-2021, la legitimación se basa en resultados y datos (B2), asociado a gestualidad dramática. En 2022 a 2025 se combinaron ambas, además de proyecciones a nivel internacional basadas en cualidades personales (B3) que permitirían su permanencia y/o reelección.

Tabla III. Ejemplos de tipos de legitimación por país y medio utilizado para la difusión del discurso por bloques temporales.

Tiempo	Tipo de legitimación	País	Presidente / Periodo	Ejemplo sobresaliente	Medio principal	Selección de información empleada	Efecto / Resultado
2015–2018	Legal – institucional	Bolivia	Evo Morales (2016)	Justificación de repostulación vía Tribunal Constitucional pese a referéndum adverso.	Cadena nacional, actos oficiales	Resalta fallo judicial; omite resultado del referéndum.	Legítima ante afines; cuestionamiento opositor e internacional.
2019–2021	Técnico–científica	Argentina	Alberto Fernández (2020)	Gestión COVID-19 con respaldo de expertos y datos epidemiológicos.	Conferencias diarias TV	Resalta cifras que justifican cuarentenas; omite comparativas negativas.	Alineación en medios públicos; matización en privados.
2022–2025	Carismática / ética	Cuba (Caribe)	Miguel Díaz-Canel (2021–2025)	Participación en brigadas y actos comunitarios.	TV estatal, redes oficiales	Resalta acciones en terreno; omite crisis alimentaria.	Refuerza narrativa interna; contradicción externa.

Fuente: elaboración propia.

Los ejes temáticos así analizados fueron sometidos a tablas de coocurrencia para conseguir un análisis cruzado de la estrategia discursiva, la forma de legitimación de acciones y la difusión mediatizada por herramientas digitales identificándose los siguientes patrones de coocurrencia:

- Gran disputa política y permanencia de proyectos ideológicos relacionados a la identidad colectiva y las normas, que llevan a polarización contradictoria entre los medios de comunicación nacionales e internacionales (análisis cruzado de A1-B1).
- Presencia de políticas públicas con respaldo técnico en entornos con estabilidad política, sobre todo en el ámbito ambiental y económico, que lleva a mayor alineamiento mediático de los medios de comunicación, que basados en los datos refrendan la posición gubernamental (análisis cruzado A2+B2).
- El uso de estados crisis para reforzar la legitimidad, ante probabilidad de sanciones internacionales, que refuerza la integridad nacional y la mediatización de medios de difusión afines al gobierno, pero con contradicciones dadas en los medios externos y privados (análisis cruzado entre A3 y B3).

Se exponen algunos ejemplos seleccionados de casos sobre el tema en la Tabla IV.

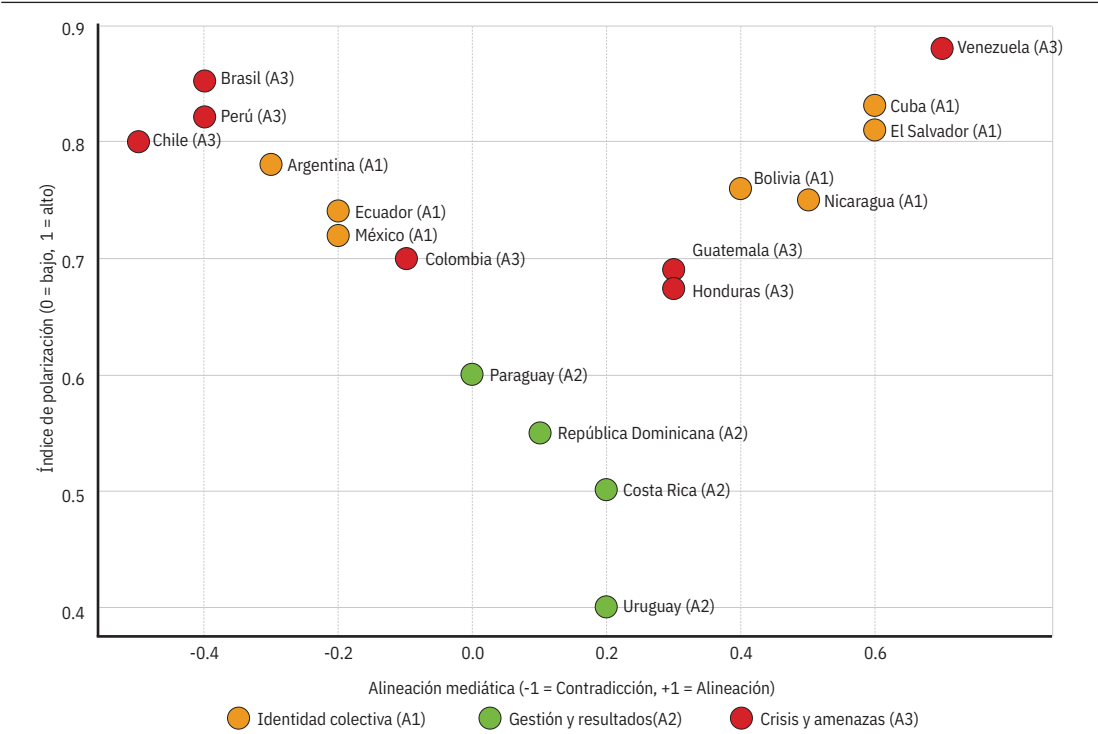
Tabla IV. Casos representativos de estrategia discursiva por país y predominio de encuadre mediatizado por bloques temporales

Bloque temporal	País	Estrategia discursiva	Dispositivo de legitimación	Encuadre mediático dominante	Co-ocurrencias clave
2015–2018	Chile	Gestión y resultados (reformas)	Técnico–científica (datos de cobertura y beneficiarios)	Matizado	A2 + B2 → balance entre datos y críticas; medios internacionales neutrales.
2019–2021	México	Identidad colectiva («Cuarta Transformación»)	Carismática / ética (gestos de austeridad)	Matizado nacional; contradicción internacional	A1 + B3 → construcción moral + confrontación con élites mediáticas.
2022–2025	Argentina	Identidad colectiva («Pueblo contra corporaciones»)	Legal–institucional (reivindicación de políticas amparadas en leyes previas)	Contradicción en opositores; alineación en afines	A1 + B1 → antagonismo social sustentado en legalidad histórica.

Fuente: elaboración propia.

En relación con la polarización ideológica, en el Gráfico 2 se observan patrones evidentes de discursos de judicialización, protestas masivas, bloqueos, presentes en situaciones de crisis (casos Bolsonaro, Piñera, Kirchner y Añez) o la promoción a la resistencia social, expuesta en discursos de presidentes que tienen algún conflicto internacional (casos Maduro, Díaz-Canel).

Gráfico 2. Mapa de polarización y alineación mediática con estrategias discursivas (2015-2025).



Fuente: Elaboración propia. Datos: Eje X= alineación mediática (+1=muy alineada, 0= balance, -1=contradicción o reencuadre de la oposición). Eje Y= polarización política (0= baja polarización, 1= alta polarización).

En el Gráfico 2 las concentraciones A3 representadas en rojo muestran países con alta polarización y alineación, así como contradicciones. A su vez, las concentraciones naranjas A1 exponen países con alta carga de ideología partidaria y las concentraciones A2 de color verde presentan países con menor polarización y alineación con mayor equilibrio.

4. Discusión

Los resultados permiten comprender que los discursos presidenciales en los países analizados utilizan recursos verbales, visuales y mediáticos de construcción política sobre la visión pública de Estado y de este modo legitiman sus acciones, independientemente de las causales y necesidades sociales, creando disputas sociales ideológicas entre ciudadanos. Esto tiende a ampliar la legitimidad vertical (en la búsqueda de apoyo popular) a costa de debilitar la responsabilidad horizontal (controles legislativos o judiciales), un patrón consistente con el agrandamiento ejecutivo en los países incluidos en la investigación.

Es posible también observar que desde 2015, el apoyo en fuentes audiovisuales y documentales mediatizadas opera directamente en la comunicación gubernamental a partir de estrategias planificadas. Por otro lado, la construcción de la ideología en los casos estudiados se articula en torno a temas como la defensa y soberanía nacional, la identidad histórica, la legitimación de programas sociales y las reformas en la estructura de los programas, leyes y la misma constitución política.

Este patrón es congruente con la teoría de *framing* de Entman (1993) en la medida en que los discursos definen narrativas de confrontación entre opositores políticos, ciudadanos y opiniones o países que discrepan con la posición del gobierno de turno, confrontándolos como amenazas potenciales. Coincide también con Sanahuja y López Burian (2022) en la identificación de antagonismos absolutos entre soberanía frente a globalismo o libertad frente a comunismo, lo que facilita la mediatización y la legitimación de decisiones que refuercen el liderazgo.

Estos patrones estratégicos discursivos convergen con la literatura, en la que se menciona la presencia de híbridos mediáticos, relacionados con políticos que usan medios tradicionales asociados a las plataformas digitales, para lograr la combinación informativa entre las personas jóvenes y adultas, y la razón por la que los encuadres se reproducen y crecen exponencialmente en canales públicos segmentados.

El uso simbólico de imágenes relacionadas con la patria, la historia y entorno cultural, es utilizado para justificar políticas económicas y sociales que demuestren la capacidad de independencia y emancipación de los países (casos Bolivia, Perú y México). Brasil y El Salvador toman como base de su discurso a la inseguridad social, para exponer planes de seguridad y control, justificando sus acciones en nombre del «voto popular» y las ovaciones públi-

cas, aunque vulneren derechos fundamentales establecidos en sus propias constituciones.

Por otro lado, la disputa de ideologías se presenta en países con alta polarización mediática, donde la información emitida se alinea completamente con la ideología de los partidos gobernantes y el uso de datos de forma selectiva acompaña la descalificación de las propuestas de los adversarios, creando mayor ruptura de tendencias políticas (caso Argentina, Fernández y Milei). El populismo se incrementó en un contexto de globalización mal gestionada, junto a la manifestación de formas perversas de polarización, explotadas por los actores políticos junto a un clima de desconfianza progresiva (PNUD, 2024).

Los medios de comunicación constituyen instrumentos clave al momento de hacer público el discurso político. Desde una perspectiva de comunicación, la mediatización no solo implica la ampliación de la información, sino el cambio del sentido de la información, y la organización de mediaciones o disputas en la interpretación del mensaje del discurso (Magrini y Quiroga, 2017). Asimismo, la reproducción acelerada de la información y la aparición de campañas negativas incrementan la movilización emocional del público y la unión de grupos con ideas comunes para descalificar al adversario político (Bernabeu del Baño, 2022).

En relación con los dispositivos de legitimación encontrados, se observan combinaciones de estrategias comunicacionales en conferencias y redes sociales donde se exponen políticas de forma directa, mientras que estas se median en las entrevistas y coberturas de actos. Ejemplos como El Salvador muestran el uso de canales digitales propios para comunicarse con los ciudadanos, evitando que los medios tradicionales medien y creen balances que afecten el poder comunicativo de la estrategia política (Chadwick y Stanyer, 2021).

En la mayoría de los casos, los medios internacionales aumentan la polarización ideológica, mientras que los medios nacionales alineados al partido gobernante la refuerzan (Quispe-Mamani *et al.*, 2023). A su vez, los medios privados y las redes sociales exponen una polarización marcada a beneficio de la oposición, contradiciendo las posturas ideológicas en ejercicio. Esta polarización mediática puede también ser construida por el uso de simplificaciones, seudopreguntas e informaciones imprecisas sobre ciertos contenidos que obligan al público a lecturas del problema expuesto (Viñas *et al.*, 2023).

El estudio presenta también un marco de comparación longitudinal sobre el uso de estrategias discursivas y su cambio temporal frente a situaciones particulares. Se observaron patrones de legitimación de acciones en las regiones de estudio, así como aquellas referidas a la resistencia y la disputa y la mediatización de los medios de comunicación.

Un punto remarcable es la necesidad de que los medios informativos debieran considerar los valores morales y éticos de la neutralidad de la información, para evitar condicionar acciones de la comunidad.

Si se analiza el enfoque del proceso de construcción y difusión (*framing*), los encuadres de los bloques temporales, reconstruyen la definición del problema, causalidad, el juicio moral planteado por Entman (1993), haciéndose más intensos los juicios morales (A1) y las causalidades exógenas (A3).

Además, los mensajes legitimadores del discurso seleccionan expresiones salientes en las representaciones oficiales de los presidentes que mencionan los resultados de su gestión como únicos datos favorables, omitiendo aquella información negativa, aunque sea cualitativamente mayor. De esta forma, el marco interpretativo privilegia a las amenazas y riesgos potenciales de quienes se oponen a estas expresiones.

Por otra parte, los mensajes populistas no son lo único en el «populismo algorítmico», donde además se advierte una reconfiguración relacional comunicativa que moldea la forma de emisión del discurso, que coincide con los resultados de coocurrencia A1/B3.

Los casos empíricos como México evidencian que algunas exposiciones que usan mecanismos de comunicación directa, asocian B1/B2/B3, para realizar ataques sistemáticos a la prensa crítica, e informan datos selectivos para crear polarización afectiva y desinformación. Casos como El Salvador, que usan de forma intensiva las redes sociales, muestra una marca personal y particular de comunicación y desintermediación con las fuentes de información tradicionales, lo cual genera una verdadera cámara de eco de reproductor permanente, creando un centralismo en comunicación con coocurrencia (A3+B1/B3).

Finalmente se identifica el paralelismo político y el antipopulismo mediático, relacionado a la oposición informativa de medios ajenos a aquellos alineados con gobierno, reproduciendo la polarización con el consecuente debilitamiento de los espacios de deliberación entre pares.

El estudio presenta algunas limitaciones, como el acceso desigual a fuentes audiovisuales entre países, que puede generar asimetrías de representación en las estrategias discursivas. La interpretación de componentes gestuales en los discursos deja también un margen de subjetividad que se intentó reducir por consenso. De la misma forma, el acceso a discursos informales o no mediatizados y fuentes no disponibles en plataformas digitales, limita el análisis. Por lo tanto, dado el carácter cualitativo del estudio, las tendencias comparativas del discurso no establecen inferencias a todos los entornos políticos de la región.

5. Conclusiones

Los resultados evidencian que los presidentes de los países incluidos en el estudio utilizan marcos de estrategias discursivas relacionadas con la identidad colectiva, las crisis y otras situaciones sociales impactantes relacionadas con la credibilidad de la gestión para reforzar su popularidad, autoridad y decisiones en referencia a decretos, leyes y datos técnicos, consistentes con

la tesis de Weyland (2021) sobre la conducta de los líderes personalistas, quienes usan el vínculo emocional con las mayorías populares, aunque ello debilite las instituciones y la democracia, fortaleciendo su agrandamiento político y consecuentemente la concentración del poder.

Las narrativas mediáticas digitales y las redes sociales aumentan la polarización de ideologías entre los gobiernos de turno y la oposición, creando personalización de enfrentamientos en tiempo real, que junto con la segmentación de la información y la datificación selectiva de audiencias, expone a la población a mensajes políticos que empeoran el panorama (Waisbord y Amado, 2017; Nigro, 2021).

También se evidencia que los presidentes, ante una crisis construida por comunicaciones externas al país, instrumentalizan la misma para intentar reforzar la hegemonía, creando situaciones complejas, para reconstruir su liderazgo, basándose en el encuadre de la «protección a la patria», patrón ya descrito por Entman en 1993. Este discurso de soberanía y libertad, lleva en varios casos a recurrir al uso de violencia, militarización o violación de Derechos Humanos, justificándolos como «voluntad popular», desconociendo leyes y resoluciones internacionales.

En este panorama, los medios de comunicación oficiales alinean su narrativa de forma asimétrica, para favorecer a los gobiernos de turno, pese a que la opinión ajena a ellos identifique patrones diferentes de la situación, así como jerarquías de datos y temas, lo que afecta a la ética y neutralidad de la información que todos los ciudadanos merecen tener.

Estos hallazgos permiten sugerir el desarrollo de mecanismos de control legal frente al órgano ejecutivo estatal, para evitar la erosión de los poderes, originada en el discurso mediatizado de la primera autoridad del país. De este modo los ciudadanos, podrán tener mayor transparencia en la información emitida por los medios de comunicación, sobre todo aquellos alineados con la política presidencial, teniendo siempre en cuenta la importancia de la libertad de expresión, que no significa desinformación ni manipulación algorítmica.

Piana y Arévalo (2023) advierten sobre el riesgo de judicialización de la política en torno a la reelección (Albarracín, 2020), así como la necesidad de plantear y acreditar criterios éticos de la comunicación digital, elemento que a su vez debe ser reforzado por códigos éticos periodísticos que eviten, como menciona Somohano (2012), la dominación secundaria al poder simbólico del discurso, brindando un contrapeso informativo que neutralice y muestre con veracidad la situación política de las naciones.

Con estos aspectos se obtendría posiblemente una ciudadanía crítica e informada, con la reducción progresiva del discurso polarizante de muchos gobernantes, así como la disminución del populismo algorítmico. De este modo, la información, al no ser mediatizada, permitiría que la población identifique de forma racional la manipulación y el sesgo discursivo y racionalice la información recibida, discriminando los mensajes reales de aquellos que son populistas.

El estudio debe ser ampliado con investigaciones sobre discursos presidenciales y gobernanza, justicia social e impacto de la IA en la comunicación política, integrando grupos inter y transdisciplinarios.

Declaración sobre el uso de inteligencia artificial generativa y tecnologías asistidas por IA en el proceso de redacción

Los autores declaran no haber utilizado herramientas de inteligencia artificial generativa, ni tecnologías asistidas por IA en la redacción, análisis o elaboración del manuscrito.

Referencias bibliográficas

- Albarracín, F. (2020): «La reelección indefinida en Bolivia – un análisis jurídico—Nuremberg». *Menschenrechtsezentrum*. Disponible en: <https://www.menschenrechte.org/es/2020/12/06/la-reeleccion-indefinida-en-bolivia-un-analisis-juridico/>
- Beccaria, L. (2024): «Mediatización de discursos políticos: Brecha informativa, criminalización y restricción de derechos migratorios en Argentina (2018-2019)». *Migraciones internacionales*, 15: 1-23. <https://doi.org/10.33679/rmi.v1i1.2816>
- Bernabeu del Baño, P. (2022): «Estrategia política en contextos de polarización: ¿hacia la «twitterización» del discurso?». *Más Poder Local*, (29): 143-150. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.105>
- Bessen, B. (2024). «Populist Discourse and Public Support for Executive Aggrandizement in Latin America». *Comparative Political Studies*, 57(13): 2118-2151. <https://doi.org/10.1177/00104140231223738>
- Bizberge, A., y Segura, M. S. (2020): «Los derechos digitales durante la pandemia COVID-19 en Argentina, Brasil y México». *Revista de Comunicación*, 19(2): 61-85. Disponible de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v19n2/2227-1465-rcudep-19-02-61.pdf>
- Bronfman Vargas, A. (2016): «Presidentialism and presidential power in the Chilean Legislative process». *Revista chilena de derecho*, 43(2): 369-400. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372016000200002>
- Chadwick, A., y Stanyer, J. (2021): «Deception as a Bridging Concept in the Study of Disinformation, Misinformation, and Misperceptions: Toward a Holistic Framework». *Communication Theory*, 32(1): 1-24. <https://doi.org/10.1093/ct/qtab019>
- Entman, R. M. (1993): «Framing: Toward clarification of a fractured paradigm». *Journal of Communication*, 43(4): 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Figueredo-Benítez, J.C.; Mansinas-Chávez, R., y Moreno Espinosa, P. (2023): «Comunicación Política en TikTok. Estrategias, interacción y narrativa en las elecciones generales de España 2023». *Estudios sobre Mensaje Periodístico*, 31(3): 723-737. <https://doi.org/10.5209/emp.98074>
- Hawkins, K. A.; Aguilar, R.; Castanho Silva, B.; Jenne, E. K.; Kocijan, B., y Rovira Kaltwasser, C. (2022): *Global Populism Database*. Harvard Dataverse. <https://populism.byu.edu/0000017d-bf5d-d270-a1fd-ff5fcf750001/global-populism-database-paper-pdf>

- Hidalgo Downing, R., y Nieto Otero, M. J. (2022): «Estrategias de vinculación afectiva y entonación en un debate político». *Oralia: Análisis del Discurso Oral*, 17: 211-237. <https://doi.org/10.25115/oralia.v17i.8008>
- Laclau, E., y Mouffe, C. (1987): *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI.
- Magrini, A.L., y Quiroga, M.V. (2017): «Comunicación y política en el cruce de las perspectivas de Jesús Martín-Barbero y de Ernesto Laclau». *Studia Politicae*, (41): 89-104. <https://doi.org/10.22529/sp.2017.41.03>
- Maly, I. (2020): «Algorithmic populism and the datafication and gamification of the people by flemish interest in Belgium». *Trab. Linguist. Apl*, 59(1): 444-468. <https://doi.org/10.1590/01031813685881620200409>
- Martínez Ramos, J. M. (2018): «Discurso populista y cultura política: perspectivas desde América Latina». *Política. Revista de Ciencia Política*, 56(2): 7-23. <https://doi.org/10.5354/0719-5338.2018.61536>
- Nigro, P. (2021): «La responsabilidad del periodismo en la polarización política de las audiencias de las redes sociales». *Más Poder Local*, (44): 34-53. <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/periodismo-polarizacion-politica-mpl44>
- Montaño Moncayo, N. A., y Enríquez Fierro, C. S. (2025): «Comunicación política en la era digital: Influencia de las redes sociales en la percepción pública y el voto». *Runas. Journal of Education & Culture*, 6(12): 2-18. <https://doi.org/10.46652/runas.v6i12.273>
- Orbegozo Terradillos, J.; Larrondo Ureta, A., y Landaburu Corchete, A. (2021): «Emociones y discurso público: Una mirada de género a la retórica política afectiva». *Cultura, lenguaje y representación*, 26: 247-266.
- Piana, R. S., y Arévalo, M. (2023). «Revisitando la Opinión Consultiva OC-28/21 de la Corte Interamericana de Derechos Humanos: La reelección indefinida entre el derecho y la política». *Revista Aportes para la Integración Latinoamericana*, 49(29): 1-21. <http://dx.doi.org/10.24215/24689912e052>
- PNUD (2024): *Informe sobre Desarrollo Humano 2023-2024. Instantánea*. <https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2023-24snapshots.pdf>
- Quispe-Mamani, E.; Porto Bravo, H.; Ayamamani Collanqui, P., y Turpo Gebera, O. (2023): «Mediatización y crisis sociopolítica en Perú. Imaginarios y prácticas de actores sociales». *Cuadernos.info*, 56: 22-43. <https://doi.org/10.7764/cdi.56.58445>
- Rodríguez Virgili, J. (2025): «La persuasión política: claves para mejorar la comunicación entre la clase políticas y la ciudadanía en tiempos de desafección». *Revista Latina de Comunicación Social*, 83: 1-3. <https://doi.org/10.4185/rlds-2025-2357>
- Ruiz Collantes, F. X., y Cabezas, S. (2022): «Populist discourses and conflicts of democratic legitimacy: The Bolivian political crisis of 2019». *Journal of Political Ideologies*, 29(3): 656-678. <https://doi.org/10.1080/13569317.2022.2099072>
- Sanahuja, J.A., y López Burian, C. (2022): «Hispanidad e Iberoesfera: Antiglobalismo, internacionalismo reaccionario y ultraderecha neopatriota em Iberoamérica» [Documento de trabajo]. Fundación Carolina. <https://doi.org/10.33960/issn-e.1885-9119.DT69>
- Somohano Fernández, A. (2012): «El concepto de poder simbólico como recurso para comprender la dimensión política de la comunicación masiva: Hacia una posible articulación entre las propuestas de Pierre Bourdieu y John B. Thompson». *Mediaciones Sociales*, 10: 3-33. https://doi.org/10.5209/rev_MESO.2012.n10.39680

- Van Dijk, T. (2016): «Análisis crítico del discurso». *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30: 203-222. <https://www.redalyc.org/pdf/459/45955901010.pdf>
- Viñas, R.; Belinche, M.; Secul Giusti, C. E., y López, Y. (2023): «Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio: disputas y tensiones en el escenario latinoamericano». *Más Poder Local*, (51), 43-59. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.118>
- Waisbord, S., y Amado Adriana. (2017). «La comunicación pública: Mutaciones e interrogantes». *Nueva Sociedad*, 269: 96-109. https://static.nuso.org/media/articles/downloads/8._TC_Waisbord_269.pdf
- Weyland, K. (2021). «Populism as a Political Strategy: An Approach's Enduring – and Increasing – Advantages». *Political Studies*, 69(2): 185-189 <https://doi.org/10.1177/00323217211002669>
- Yates, A., y Mondon, A. (2025): «Get off your high horse and vote for us': The anti-populist construction of the elite and the people». *Sage Journals*, 27(3): 677-695. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13691481241309272>



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
 ©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.