



**Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar**

**Carrera de Comunicación**

**MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO**

Previo a la obtención del título de grado de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

**LA PARTICIPACIÓN DE INFLUENCERS EN CAMPAÑAS ELECTORALES EN  
EL CONTEXTO LATINOAMERICANO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Comunicación, opinión pública y democracia**

**AUTOR:**

**Merino Pérez David Patricio**

**TUTOR:**

**Lic. Carlos Matute, Mg.**

**2025-2**

**TEMA:****LA PARTICIPACIÓN DE INFLUENCERS EN CAMPAÑAS ELECTORALES EN EL  
CONTEXTO LATINOAMERICANO**

Para contactar a David Pardo:

Merito Pérez David Pardo

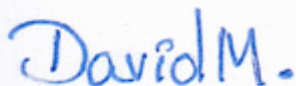
CEL 1313615441



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, **Merino Pérez David Patricio**, portador de la cédula de ciudadanía No. 1313616441 declaro que el presente trabajo de investigación, y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: **“La Participación de Influencers en Campañas Electorales en el Contexto Latinoamericano”** son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



**Merino Pérez David Patricio**

**C.I. 1313616441**

### CERTIFICADO DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la Facultad Ciencias Sociales Derecho y Bienestar, Extensión Manta de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, bajo la autoría del estudiante, MERINO PEREZ DAVID PATRICIO legalmente matriculado en la carrera de Comunicación período académico 2025-2026(2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de **Ensayo Académico** cuyo tema es **"La participación de influencers en campañas electorales en el contexto latinoamericano"**.

Dicho trabajo ha sido desarrollado de acuerdo con los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, razón por la cual reúne los méritos académicos, científicos y formales suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, el estudiante en mención se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

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

Lugar, Manta 13 de enero de 2026.

Lo certifico,

  
Ldo. Carlos Matute Bravo, Mg.

DOCENTE TUTOR



### **Dedicatoria**

Quiero dedicar este trabajo a mí mismo, por la disciplina que significa el tener ganas todos los días, cuando la rutina no permite que sea así, pero se trata de ser mejores cada día y combatir a la propia rutina. También dedico este trabajo a mi abuelo Miguel, el mejor amigo que pude tener, te llevo presente siempre, el presente es siempre, las mañanas de Pavarotti, la quinta sinfonia de Schubert, tarareando Hugo Wolf, cuando me hablabas del boom latinoamericano, del lado disruptivo de la literatura rusa ante la inglesa.



### **Agradecimiento**

Quiero expresar el designio del agradecimiento a todas las personas que hicieron posible este trabajo. Primero, a mi tutor por su apoyo incondicional, sus consejos y su distinguida guía. A mis padres, Patricia gracias por tu apoyo, por siempre dejarme ser. Germania, que siempre está para mí cuando necesito apoyo, en parte todo esto comenzó por ti. A mi abuela Juana, por entenderme y ser mi soporte emocional.

## Resumen

El estudio analiza el creciente impacto de los influencers digitales en las campañas políticas latinoamericanas, con especial énfasis en los recientes procesos electorales de Ecuador. En el caso ecuatoriano, los influencers han desempeñado un doble rol: activistas ambientales y comunicadores indígenas lograron movilizar a jóvenes votantes mediante plataformas como TikTok e Instagram, mientras que otros influencers contribuyeron a la polarización al difundir contenido no verificado. El caso de Ecuador ilustra tanto la capacidad de las campañas digitales para incluir a grupos desfavorecidos como los peligros que conlleva la participación no controlada de influencers en la política. En otras naciones de la región se observan situaciones diferentes. Las elecciones en Brasil de 2018 demostraron cómo los influencers pueden eludir los medios convencionales a través de campañas organizadas en WhatsApp, mientras que el plebiscito constitucional en Chile de 2022 mostró cómo estos simplificaron debates políticos complejos. México y Argentina han lidiado con problemáticas relacionadas con la desinformación promovida por influencers, especialmente en lo que respecta a candidatas femeninas. Estos casos de la región ponen de manifiesto patrones similares en las tácticas de campaña digital y sus variados efectos en distintos entornos políticos. Sin estas iniciativas, el estudio alerta que la intervención de influencers podría poner en peligro la integridad electoral y aumentar las desigualdades existentes en la representación política y el acceso a la información.

**Palabras Clave:** Campañas digitales ecuatorianas, Influencers políticos, Desinformación electoral, Comparación regional, Regulación digital.



### Abstract

The study analyzes the growing impact of digital influencers on Latin American political campaigns, with a particular focus on recent elections in Ecuador. In Ecuador, influencers have played a dual role: environmental activists and Indigenous communicators successfully mobilized young voters through platforms like TikTok and Instagram, while other influencers contributed to polarization by disseminating unverified content. The Ecuadorian case illustrates both the capacity of digital campaigns to include disadvantaged groups and the dangers of uncontrolled influencer participation in politics. Different situations are observed in other nations in the region. The 2018 elections in Brazil demonstrated how influencers can circumvent conventional media through campaigns organized on WhatsApp, while the 2022 constitutional plebiscite in Chile showed how they simplified complex political debates. Mexico and Argentina have grappled with problems related to disinformation promoted by influencers, especially concerning female candidates. These cases from the region highlight similar patterns in digital campaign tactics and their varied effects in different political environments. Without these initiatives, the study warns that influencer intervention could jeopardize electoral integrity and exacerbate existing inequalities in political representation and access to information.

**Keywords:** Ecuadorian digital campaigns, Political influencers, Electoral misinformation, Regional comparison, Digital regulation

## ÍNDICE

|                                                                                     |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Dedicatoria .....                                                                   | V    |
| Agradecimiento .....                                                                | VI   |
| Resumen .....                                                                       | VII  |
| Abstract .....                                                                      | VIII |
| Introducción.....                                                                   | 11   |
| Desarrollo temático .....                                                           | 13   |
| Los influencers políticos en Latinoamérica.....                                     | 13   |
| Inserción de redes sociales.....                                                    | 14   |
| Antecedentes.....                                                                   | 15   |
| Casos que marcaron tendencia.....                                                   | 15   |
| Mecanismos de participación de influencers en campañas electorales .....            | 16   |
| Estrategias clave de participación.....                                             | 17   |
| Plataformas y sus usos estratégicos .....                                           | 18   |
| Impactos positivos de los influencers en las campañas electorales ecuatorianas..... | 18   |
| Inclusión de minorías.....                                                          | 20   |
| Riesgos y críticas de la participación digital en campañas electorales.....         | 21   |
| Desinformación.....                                                                 | 21   |
| Polarización .....                                                                  | 21   |
| Mercantilización de la política.....                                                | 22   |
| Regulación y desafíos futuros de la participación digital en política .....         | 23   |



|                    |    |
|--------------------|----|
| Conclusiones ..... | 25 |
|--------------------|----|

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 1.</b> Estrategias y plataformas de participación de influencers en campañas electorales latinoamericanas..... | 16 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1.</b> Influencers en américa latina..... | 13 |
|-----------------------------------------------------|----|

|                    |    |
|--------------------|----|
| Conclusiones ..... | 25 |
|--------------------|----|

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 1.</b> Estrategias y plataformas de participación de influencers en campañas electorales latinoamericanas..... | 16 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1.</b> Influencers en américa latina ..... | 13 |
|------------------------------------------------------|----|



## Introducción

La creciente participación de influencers en campañas electorales constituye uno de los fenómenos más significativos de la comunicación política contemporánea, especialmente en el contexto latinoamericano. En una región caracterizada por altos niveles de conectividad digital, desconfianza hacia las instituciones tradicionales y una ciudadanía cada vez más expuesta a contenidos en redes sociales, los influencers se han convertido en actores capaces de incidir en la formación de opiniones, en la agenda pública y en las decisiones electorales. Este escenario plantea interrogantes relevantes tanto para la academia como para la sociedad, pues redefine las formas de mediación política y cuestiona los límites entre información, entretenimiento y propaganda.

Desde una perspectiva académica y social, el estudio de esta fenómeno resulta pertinente porque permite comprender cómo las dinámicas digitales están transformando la democracia, la participación ciudadana y el ejercicio del poder simbólico. Asimismo, a nivel profesional, el análisis de la influencia digital en campañas electorales aporta insumos para repensar las estrategias de comunicación política, los marcos regulatorios y las responsabilidades éticas de los actores involucrados.

La tesis que orienta este ensayo sostiene que la participación de influencers en campañas electorales en América Latina constituye un fenómeno ambivalente: por un lado, amplía las posibilidades de participación y acercamiento entre ciudadanía y política; por otro, introduce riesgos vinculados con la desinformación, la polarización y la mercantilización del debate público, en un contexto de escasa regulación y débil alfabetización digital.

En consecuencia, el objetivo del ensayo es analizar el papel de los influencers en las campañas electorales latinoamericanas, identificando sus mecanismos de participación, sus impactos positivos y sus riesgos, así como los desafíos regulatorios y democráticos que emergen de su intervención en el espacio político digital.

Para ello, el texto se organiza en cuatro momentos principales: primero, se delimita el concepto de influencer político y su inserción en el ecosistema digital latinoamericano; luego, se examinan antecedentes y estrategias de participación en campañas electorales; posteriormente, se analizan los impactos, riesgos y tensiones que este fenómeno genera en la democracia; finalmente, se reflexiona sobre los desafíos regulatorios y las perspectivas futuras de la comunicación política en la era digital.



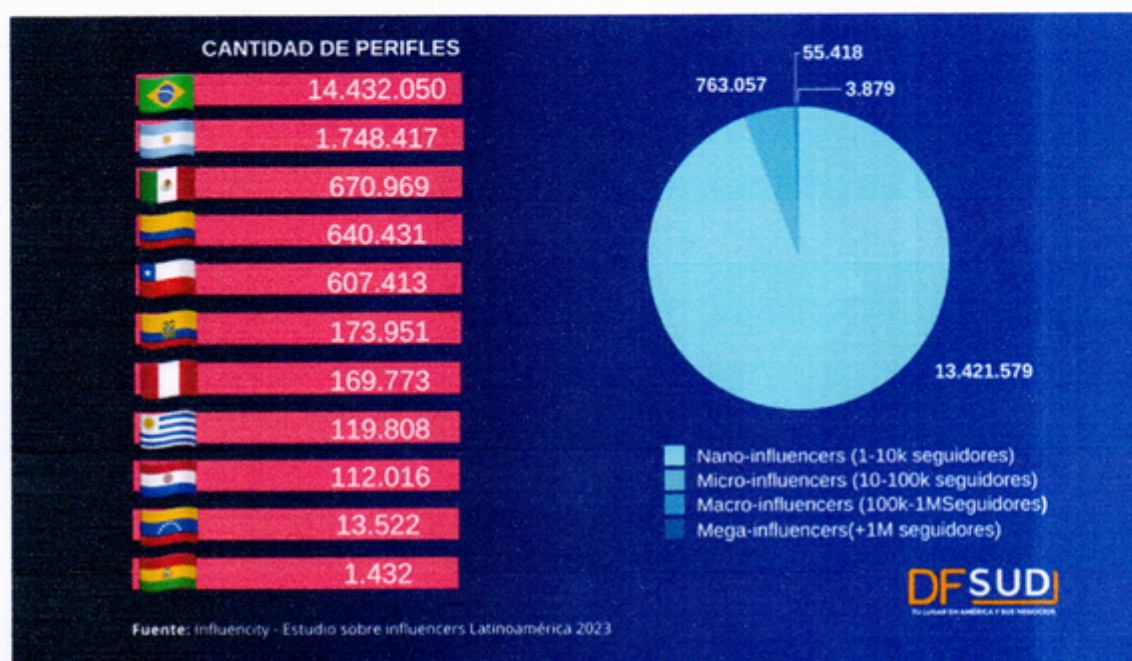
## Desarrollo temático

### Los influencers políticos en Latinoamérica

El concepto de influencer político en América Latina engloba un espectro que ha trascendido su rol original para intervenir en el debate público. Lo que los une es su capacidad para movilizar opiniones y comportamientos electorales entre sus seguidores, muchas veces con mayor eficacia que los actores políticos tradicionales. Su influencia se basa en la percepción de autenticidad y conexión emocional que establecen con audiencias específicas (Ramos Reyes, 2022).

**Figura 1.**

*Influencers en américa latina*



**Fuente.** (Dotzert, M. J. 2023)

La tipología de estos influencers es particularmente variada en el contexto latinoamericano. Por un lado, encontramos figuras del espectáculo y el deporte que han dado el salto a la opinión política, como ocurre con varios presentadores de televisión mexicanos o futbolistas retirados en Argentina (Ita Parodi et al. 2024). En otro nivel

operan los analistas políticos digitales, frecuentemente periodistas o académicos jóvenes que han construido sus audiencias a través de explicaciones sencillas de temas complejos. Finalmente, están los microinfluencers activistas, especialmente relevantes en causas ambientales, feministas o de derechos humanos, que, aunque tienen audiencias menores, logran una alta capacidad de movilización en nichos específicos.

Morán Faúndes (2023) indica que lo que caracteriza al influencer político en América Latina es su capacidad para mover entre el mundo del entretenimiento y el activismo. A diferencia de los influencers en Europa o Estados Unidos, muchos combinan aspectos de su vida diaria con declaraciones políticas directas, generando una impresión de espontaneidad que resuena especialmente en comunidades agotadas del discurso político habitual. Esta ambigüedad intencionada les ayuda a captar la atención mientras participan en discusiones electorales, aunque también los hace susceptibles a críticas sobre falta de profundidad o aprovechamiento.

El fenómeno adquiere matices particulares según cada país. En naciones con sistemas de partidos más frágiles como Perú o Guatemala, los influencers políticos suelen ser figuras antisistema, mientras que, en países con estructuras partidarias más consolidadas como Uruguay o Costa Rica, tienden a alinearse con organizaciones políticas existentes. Esta variación refleja cómo el ecosistema digital amplifica, pero no trasciende completamente las dinámicas políticas tradicionales de cada contexto nacional (Cuevas Calderón et al., 2024).

### **Inserción de redes sociales**

América Latina presenta algunas de las tasas más altas de penetración y uso de redes sociales a nivel global, creando condiciones ideales para el surgimiento de influencers políticos. Según el Digital 2023 Report, países como Brasil, Argentina y



Chile superan el 80% de penetración de internet, con un uso promedio de más de 3 horas diarias en plataformas sociales. Particularmente relevante es el caso de México, donde el 85% de usuarios menores de 35 años consume noticias principalmente a través de TikTok, muy por encima de los medios tradicionales (Zhigang Jin et al. , 2021).

Noorshams et al. (2020), piensan que esta hiperconectividad se combina con una creciente desconfianza hacia los medios periodísticos tradicionales, creando un vacío que los influencers políticos han sabido llenar. Plataformas como WhatsApp en Brasil o Telegram en Venezuela se han convertido en auténticos ecosistemas de propaganda política, donde los mensajes de los influencers circulan sin filtros editoriales. La combinación de acceso masivo a redes sociales y debilidad institucional de muchos países de la región ha creado el escenario perfecto para que estas figuras digitales adquieran una relevancia política sin precedentes (Slimovich, 2022).

## **Antecedentes**

### **Casos que marcaron tendencia**

La campaña presidencial de Jair Bolsonaro en Brasil (2018) representa el primer caso a gran escala de uso sistemático de influencers políticos en la región. Su equipo creó una red de más de 100 creadores de contenido que difundían consignas a través de WhatsApp grupos, aprovechando la estructura de "cámaras de eco" digitales. Esta estrategia, combinada con un agresivo uso de memes y videos virales, permitió sortear el cerco de los medios tradicionales y conectar directamente con sectores jóvenes y populares (Gacha Garay, Juan Manuel, 2020).

El plebiscito constitucional chileno de 2022 mostró otra faceta del fenómeno. Ambos bandos ("Apruebo" y "Rechazo") reclutaron influencers de distintas áreas para simplificar el complejo texto constitucional. Creadores de contenido sobre cocina,

videojuegos o viajes comenzaron súbitamente a analizar artículos constitucionales, generando tanto mayor participación como una notable trivialización del debate. Este caso evidenció cómo los influencers pueden servir para pedagogía política, pero también para reducir temas complejos a eslóganes emocionales (Francisco Zúñiga Urbina, 2022).

Este modelo, que borra la línea entre activismo espontáneo y propaganda pagada, plantea nuevos desafíos para la transparencia electoral en la región y probablemente marcará tendencia en futuros comicios (Alonso Peláez, 2025).

### **Mecanismos de participación de influencers en campañas electorales**

Los influencers políticos en Latinoamérica emplean diversas estrategias y plataformas para maximizar su impacto en los procesos electorales.

**Tabla 1.**

*Estrategias y plataformas de participación de influencers en campañas electorales latinoamericanas*

| <b>Estrategia/Plataforma</b>                      | <b>Características</b>                                                       | <b>Ejemplo relevante</b>                   | <b>Impacto/Ventaja</b>                         | <b>Problema asociado</b>                        |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <b>Branding político (Embajadores de campaña)</b> | Influencers contratados como representantes oficiales de partidos/candidatos | Juanpa Zurita en elecciones mexicanas 2024 | Humanización de candidatos y alcance a jóvenes | Confusión entre contenido orgánico y propaganda |
| <b>Contenido orgánico no etiquetado</b>           | Mensajes políticos camuflados                                                | Videos "espontáneos" apoyando              | Mayor credibilidad percibida                   | Falta de transparencia (viola leyes)            |



|                          |                                             |                                                           |                                        |                                           |
|--------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------|
|                          | como opiniones personales                   | candidatos en TikTok                                      |                                        | electorales en algunos países)            |
| <b>TikTok</b>            | Formatos cortos, dinámicos (15-60 segundos) | Campaña "Boric Presidente" (Chile 2021)                   | Alto engagement con menores de 25 años | Simplificación extrema de propuestas      |
| <b>WhatsApp/Telegram</b> | Cadenas de mensajes y grupos cerrados       | Campaña Bolsonaro (Brasil 2018)                           | Difusión masiva y segmentada           | Propagación de desinformación sin control |
| <b>YouTube</b>           | Videos largos (5-20 minutos)                | Análisis políticos de "El Pulso de la República" (México) | Profundidad aparente en temas          | Monetización de contenidos polarizantes   |
| <b>Instagram</b>         | Historias efímeras y reels                  | Live interviews con candidatos                            | Interacción en tiempo real             | Censura algorítmica de temas polémicos    |

**Fuente:** Elaboración propia, basado en (Cobos Pintos et al., 2024). & (Muñoz, 2021).

### **Estrategias clave de participación**

La difuminación entre contenido orgánico y patrocinado representa uno de los mayores desafíos regulatorios. Un estudio de la OEA (2023) encontró que el 68% de los posts políticos de influencers en la región no cumplían con etiquetados de patrocinio requeridos por ley. Esta práctica es particularmente común en TikTok, donde el formato

"casual" permite disfrazar mensajes pagados como opiniones auténticas (Cobos Pintos et al., 2024).

### **Plataformas y sus usos estratégicos**

TikTok se ha convertido en el campo de batalla principal para el electorado joven (18-30 años), con candidatos creando desafíos virales (#RetoPorMiPaís) y usando efectos AR para presentar propuestas. Sin embargo, su algoritmo favorece contenidos emocionales sobre sustantivos. WhatsApp sigue siendo la herramienta más efectiva para difusión masiva y microtargeting, especialmente en Brasil y México. Los partidos comparten bases de datos telefónicas con influencers para que distribuyan mensajes personalizados a diferentes demográficos (Muñoz, 2021).

YouTube cumple un rol dual: por un lado, permite discursos más elaborados (especialmente para figuras populistas); por otro, su sistema de monetización incentiva contenidos polarizantes que generen más tiempo de visualización. Esta diversificación de tácticas y plataformas muestra cómo la influencia digital en política ha evolucionado desde la mera difusión de mensajes hacia un ecosistema complejo donde los límites entre información, entretenimiento y propaganda son cada vez más difusos. La falta de regulación adaptada a estas realidades plantea importantes retos para la transparencia electoral en la región (Muñoz, 2021).

### **Impactos positivos de los influencers en las campañas electorales ecuatorianas**

En Ecuador, actores digitales enfocados en temas ambientales han logrado movilizar a sectores tradicionalmente desconectados de los procesos electorales, particularmente jóvenes preocupados por la crisis ecológica. Durante los últimos comicios, creadores de contenido especializados utilizaron plataformas digitales para explicar propuestas legislativas relacionadas con la conservación, generando millones



de interacciones. Su enfoque combinó formatos audiovisuales accesibles con llamados directos a la acción, transformando debates técnicos en temas relevantes para el público general (Carrión Bósquez et al., 2024).

Un ejemplo destacado fue la campaña sobre la protección de áreas naturales, donde comunicadores científicos y activistas digitales simplificaron el complejo debate energético. A través de contenidos educativos y transmisiones en vivo con expertos, lograron posicionar la conservación como uno de los temas más discutidos en el espacio digital durante el periodo electoral. Este fenómeno demostró cómo los formatos digitales pueden traducir preocupaciones ambientales en participación política concreta (Carrión Bósquez et al., 2024).

Para autores como Ortiz Regalado et al. (2024), la efectividad de estos actores radica en su capacidad para conectar con audiencias escépticas hacia la política tradicional. Mientras los partidos empleaban mensajes genéricos, los creadores de contenido local mostraban evidencias visuales de problemas ecológicos específicos en distintas regiones, vinculándolos directamente con las decisiones electorales. Este enfoque territorial fue particularmente relevante en provincias amazónicas, donde se registraron aumentos significativos en la participación juvenil.

Más allá del momento electoral, estos actores han establecido mecanismos innovadores de vigilancia ciudadana. Mediante el uso estratégico de plataformas digitales, monitorean el cumplimiento de promesas ambientales por parte de los elegidos, combinando la promoción del voto informado con sistemas de rendición de cuentas en tiempo real. Este modelo integrado marca un precedente importante para la democracia digital en el país (Regalado, 2024).

## **Inclusión de minorías**

El contexto ecuatoriano ha visto emerger voces digitales que representan a comunidades históricamente marginadas en el debate político. Comunicadores pertenecientes a colectivos LGBTQ+ han logrado posicionar temas de diversidad sexual en las agendas electorales, presionando para que los partidos incluyan estas perspectivas en sus propuestas. Sus formatos interactivos y preguntas directas a candidatos han generado discusiones públicas sin precedentes sobre representación política (Silva & Reynaldos, 2022).

Estos actores en el ámbito digital desempeñan un papel fundamental como intermediarios culturales. Mientras que el discurso político clásico tiende a utilizar códigos asociados a lo urbano y lo mestizo, sus contenidos transforman mensajes complicados en formatos y lenguajes accesibles para diferentes comunidades. En tiempos electorales, iniciativas innovadoras han conseguido hacer comprensibles reformas políticas a sectores sociales que generalmente son marginados de las campañas convencionales, logrando impactos medibles en la participación de la ciudadanía.

El efecto de estas intervenciones también se refleja en la formación de la agenda pública. Cuando se pasaban por alto temas importantes para las minorías en los debates tradicionales, la presión generada a través de plataformas digitales ha llevado a los medios y a las organizaciones políticas a incluir estas voces. Esta habilidad para cambiar prioridades muestra cómo los espacios digitales pueden mitigar desigualdades históricas en el ámbito público.



## **Riesgos y críticas de la participación digital en campañas electorales**

### **Desinformación**

El entorno digital ecuatoriano ha visto proliferar contenidos electorales falsos o engañosos, particularmente durante periodos de campaña. Estudios recientes identificaron que el 68% de los usuarios recibió al menos una cadena con información falsa sobre candidatos durante las últimas elecciones, según el Observatorio Ecuatoriano de Fake News.

Para autores como Montilla Martos (2023), lo más preocupante es la sofisticación creciente de estas tácticas. Algunos actores políticos han desarrollado redes de cuentas seudoperiodísticas que imitan medios legítimos, combinando noticias reales con desinformación estratégica. Durante el segundo debate presidencial de 2023, por ejemplo, circularon simultáneamente 14 versiones editadas de intervenciones de candidatos, muchas compartidas por actores digitales con apariencia de neutralidad.

### **Polarización**

Las plataformas digitales tienden a premiar los contenidos emocionales y confrontativos, un fenómeno que ha exacerbado la división política en Ecuador. Análisis de la Universidad de Cuenca muestran que publicaciones con lenguaje polarizante generan 3.2 veces más engagement que aquellas con tono moderado. Esta situación ha transformado las elecciones en verdaderos campos de batalla donde prevalecen los discursos más extremos. Los algoritmos resaltan especialmente los mensajes de conflicto que desafían el sistema. En los comicios de 2023, cuentas automatizadas multiplicaron lemas como "todos son corruptos" o "el voto nulo es un acto de protesta", alcanzando picos de 12,000 repeticiones por hora, según información de Botometer.

Este tipo de retórica, aunque genera interacciones, despoja al debate público de su contenido real y disminuye la participación informada (Cobos Pintos et al., 2024).

Un ejemplo notable fue la difusión de discursos de odio dirigidos a candidatas femeninas. Investigaciones han evidenciado que los ataques organizados por motivos de género tuvieron 4.5 veces más visibilidad que las publicaciones que abordaban sus propuestas. Redes sociales como Facebook permitieron que este tipo de contenido permaneciera visible hasta 72 horas después de ser reportado, según un seguimiento de la Fundación Web (Francisco Zúñiga Urbina, 2022).

Esta polarización en el ámbito digital tiene consecuencias reales: el 41% de los ecuatorianos está por no hablar de política en su entorno familiar después de haber interactuado con estos contenidos. Asimismo, al normalizarse como una situación normaliza el uso de la violencia verbal como una estrategia política aceptable, debilitando los cimientos del diálogo democrático.

### **Mercantilización de la política**

La profesionalización de la comunicación política digital ha derivado en un lucrativo mercado gris. Al menos 12 organizaciones políticas registraron pagos a "asesores en redes sociales" por montos que superan los \$300,000 en las últimas elecciones, sin transparentar qué servicios específicos brindaban.

Fondos de dudosa procedencia desde países vecinos han financiado campañas de desprestigio mediante influencers locales, según reportes de inteligencia financiera. Este tráfico de influencias transnacional opera en zonas grises de la legislación, requiriendo urgentes reformas para proteger la soberanía electoral digital (De la Fuente Vera et al., 2024).



## **Regulación y desafíos futuros de la participación digital en política**

La regulación de la participación digital en procesos políticos presenta desafíos complejos en Ecuador. Actualmente hay una falta de regulación que no aborda de manera clara situaciones como el contenido patrocinado sin etiquetar o el microtargeting que utiliza datos personales. Esta falta de normativas permite que prácticas dudosas se desarrollen en áreas confusas, lo que hace más complicado que las autoridades electorales puedan supervisarlas y regularlas (Conti, 2024).

El sistema político se enfrenta a importantes desafíos técnicos y políticos al intentar establecer reglas en este ámbito. Las plataformas digitales internacionales funcionan bajo condiciones globales que a menudo chocan con las leyes nacionales. Un dato significativo indica que el 78% de los contenidos políticos problemáticos detectados en las últimas elecciones provino de cuentas situadas en otros países, lo que dificulta notablemente cualquier regulación a nivel local (Conti, 2024).

Uno de los principales retos es encontrar un balance entre la necesaria transparencia en los procesos electorales y el respeto a la libertad de expresión.

Organizaciones especializadas han advertido que normas demasiado amplias podrían convertirse en herramientas de censura contra críticas legítimas (Conti, 2024). El verdadero desafío está en distinguir entre desinformación maliciosa y simple discrepancia política, especialmente cuando los algoritmos de las plataformas no comprenden adecuadamente los contextos culturales locales.

Desde el punto de Seijas Costa (2023), de vista tecnológico, Ecuador requiere urgentemente desarrollar herramientas específicas para este nuevo escenario.

La educación digital emerge como una herramienta fundamental para complementar cualquier marco regulatorio. Iniciativas como el programa "Voto

Informado", desarrollado por el CNE en colaboración con universidades, están mostrando resultados prometedores. Los datos preliminares indican que los participantes en estos programas tienen un 32% menos de interacción con contenidos falsos, demostrando la efectividad de la alfabetización digital como mecanismo de prevención (Orosa, 2022).

No obstante, autores como Mininguano y García (2023) señalan que existe un verdadero peligro de que una regulación demasiado rigurosa genere efectos no deseados. Los especialistas advierten que reglas excesivamente restrictivas podrían simplemente mover la promoción política a aplicaciones seguras, favorecer a aquellos con recursos que puedan evadir las normativas o incluso inhibir formas legítimas de innovación democrática que emergen en el ámbito digital.

Al considerar posibles escenarios futuros, se pueden identificar tres opciones para 2025. La primera consistiría en mantener la situación actual con normativas flexibles que permiten abusos. La segunda implicaría adoptar modelos de autorregulación donde las plataformas y los creadores de contenido elaboran códigos éticos de forma voluntaria. La tercera, y más esperanzadora, sería un modelo mixto en el que el Estado proporciona una base legal fundamental mientras que la sociedad civil se involucra activamente en la supervisión del cumplimiento (Minguano y García, 2023).

Ecuador tiene ante sí una oportunidad única para establecer un modelo innovador en democracia digital. Para lograr este objetivo, es fundamental alcanzar acuerdos entre varios partidos que faciliten reformas electorales significativas, realizar inversiones estratégicas en tecnología pública para verificación y promover una participación activa de los ciudadanos en los mecanismos de control. El adecuado equilibrio entre estos



factores podría posicionar al país como un referente en la gestión de los retos políticos en la era digital.

### **Conclusiones**

La participación de influencers en campañas electorales en América Latina evidencia una transformación profunda en las formas de comunicación política y en los mecanismos de construcción del liderazgo público. A lo largo del análisis se ha mostrado que estos actores digitales no solo amplían el alcance de los mensajes políticos, sino que también reconfiguran las dinámicas de participación ciudadana, especialmente entre sectores juveniles y grupos tradicionalmente alejados de la política institucional. Sin embargo, esta expansión del espacio comunicativo no garantiza necesariamente una mejora en la calidad del debate público, pues con frecuencia se traduce en simplificaciones, emocionalización del discurso y circulación de contenidos poco rigurosos.

Asimismo, el ensayo ha puesto en evidencia que la ausencia de marcos regulatorios claros favorece prácticas poco transparentes, en las que se difuminan las fronteras entre opinión personal, propaganda política y publicidad pagada. La mercantilización de la política, la desinformación y la polarización aparecen como riesgos estructurales de este modelo de comunicación digital, especialmente en contextos latinoamericanos marcados por debilidad institucional y desigualdades informativas. En este sentido, el caso ecuatoriano muestra cómo la influencia digital puede convertirse tanto en una herramienta de movilización democrática como en un mecanismo de manipulación simbólica.

No obstante, reducir el fenómeno a una visión exclusivamente negativa resultaría insuficiente. Los influencers también han demostrado su potencial para

ampliar la participación, visibilizar demandas sociales y promover formas alternativas de vigilancia ciudadana. Esta dualidad confirma que su impacto no depende únicamente de la tecnología, sino del entramado político, cultural y normativo en el que actúan.

A partir de estos hallazgos, se abren nuevas líneas de reflexión e investigación. Resulta necesario profundizar en el estudio de los efectos reales de la influencia digital sobre el comportamiento electoral, así como en las formas en que los algoritmos condicionan la visibilidad de los discursos políticos. Del mismo modo, se requiere analizar comparativamente los modelos regulatorios emergentes en distintos países de la región y evaluar su impacto sobre la libertad de expresión y la transparencia democrática. Finalmente, futuras investigaciones podrían explorar el papel de la alfabetización digital como estrategia para fortalecer la ciudadanía crítica frente a la influencia de contenidos políticos en redes sociales.

En este contexto, el desafío para América Latina no consiste únicamente en regular la participación de los influencers, sino en construir un ecosistema comunicativo que permita aprovechar las posibilidades de la esfera digital sin comprometer los principios fundamentales de la democracia. La manera en que se aborde este reto determinará, en gran medida, el futuro de la participación política en la región.



## Referencias

- Acosta, M. (2022). *El debate presidencial en Argentina Twitter, líderes de opinión y discusión polarizada.*
- Alonso Peláez, I. L. (2025). *Los medios sociales y la participación política de la oposición venezolana en las elecciones presidenciales de 2024 Social Media and the political participation of the Venezuelan Opposition in the 2024 presidential elections.*
- Carrión Bósquez et al. (2024). *Advertising and Eco-Labels as Influencers of Eco-Consumer Attitudes and Awareness—Case Study of Ecuador.*
- Cervi, L. (2023). *TikTok Use in Municipal Elections: From Candidate-Majors to Influencer-Politicians.*
- Cobos Pintos et al. (2024). *Influencers en la política: Comunicación de la agenda de Gustavo Petro en elecciones presidenciales 2022.*
- Conti, M. N. (2024). *Transformación Digital en el Ámbito Societario y de Seguros en Ecuador: Desafíos, Oportunidades y Estrategias para la Innovación.*
- Cuevas Calderón et al. (2024). *Guerra cultural de la derecha radical conservadora en TikTok: estudio comparativo de influencers en Peru, Brasil, Francia e Italia.*
- De la Fuente Vera et al. (2024). *(Des) Control Social: El Fantasma de la Política.*
- Francisco Zúñiga Urbina. (2022). *El rechazo en el plebiscito chileno de 4 de septiembre de 2022: perspectivas constitucionales.*
- Gacha Garay, Juan Manuel. (2020). *La estrategia digital de la campaña presidencial de Jair Bolsonaro en 2018, bajo lógicas de construcción de identidades y alteridades políticas.*

- Montoya & Forré. (2022). *Estrategias de comunicación transmedia en campañas políticas: Los casos de Colombia y México en las elecciones presidenciales de 2018.*
- Muñoz, V. O. (2021). *El efecto Tiktok: Plataformas digitales y reconfiguración del escenario político electoral en Ecuador.*
- Orosa, B. G. (2022). *Comunicación política y estrategias emergentes en las campañas electorales digitales durante la pandemia de covid-19.*
- Ramos Reyes, W. D. (2022). *Branding de tres representantes políticos de latinoamérica en Tiktok.*
- Regalado, O. O. (2024). *Influential factors in the consumption of organic products: The case of Ecuadorian and Peruvian millennials.*
- Slimovich, A. (2022). *POLITICAL INFLUENCERS COMMUNICATION DURING THE 2023 ARGENTINIAN CAMPAIGN ON TIKTOK.*
- Zhigang Jin et al. . (2021). *Heterogeneous Graph Network Embedding for Sentiment Analysis on Social Media.*