



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA:

**ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DE MUJERES POLÍTICAS
ECUATORIANAS EN REDES SOCIALES**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, opinión pública y democracia

AUTORA:

Elma Viviana Fernández Barreto

TUTORA:

Lic. Yenny Margarita Vera Loor, Mg.

TEMA:

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DE MUJERES POLÍTICAS
ECUATORIANAS EN REDES SOCIALES

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, ELMA VIVIANA FERNÁNDEZ BARRETO, portador de la cédula de ciudadanía No. 1308257177, 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: “ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DE MUJERES POLÍTICAS ECUATORIANAS EN REDES SOCIALES”, 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 autor 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.


Elma Viviana Fernández Barreto
C.I. 1308257177

CERTIFICADO DEL TUTOR

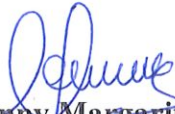
En calidad de docente tutor(a) de la carrera de **Comunicación** de la **Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación de la alumna ELMA VIVIANA FERNÁNDEZ BARRETO, estudiante de la carrera de Comunicación, período académico 2024(1); cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de **Ensayo Académico**, cuyo tema es “ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DE MUJERES POLÍTICAS ECUATORIANAS EN REDES SOCIALES”. 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(la) estudiante en mención se encuentra apto(a) para la sustentación de su trabajo de titulación.

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

Manta, 17 de julio de 2026

Lo certifico,


Lic. Yenny Margarita Vera Llor, Mg.
DOCENTE TUTORA

AGRADECIMIENTO

A Dios, por concederme la salud, la vida y la lucidez para emprender y finalizar esta meta académica. Gracias por obrar en mis tiempos, por abrir las puertas que parecían cerradas y por poner en mi camino a las personas correctas que facilitaron mi retorno a la vida universitaria.

A mi esposo, Washington. Gracias por tu sentido práctico, por equilibrar las cargas de nuestro hogar y darme la tranquilidad necesaria para enfocarme en mis estudios. Tu apoyo incondicional ante mis ausencias, tu paciencia y tu capacidad de ser mi mejor compañero de equipo fueron claves para que yo pudiera volver a ser estudiante después de tantos años.

A Leonel y Gissel, mi inagotable equipo de apoyo. Gracias por estar presentes en cada paso de este camino, por tenderme la mano cuando lo necesité, por motivarme sin descanso y por hacerme sentir que nunca estaba sola. Su cariño, su compromiso y su confianza hicieron que este sueño fuera mucho más hermoso de alcanzar.

A mis profesores de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por compartir con tanta generosidad sus conocimientos, experiencias y enseñanzas. Gracias por aportar a mi formación profesional y por dejar en mí aprendizajes invaluable que llevaré siempre en mi ejercicio profesional.

A Verito, mi gran amiga de vida. Gracias por creer ciegamente en mí, por impulsarme en el inicio de este sueño. Me habría encantado mirarte a los ojos y celebrar juntas este momento, pero sé que desde lejos estas celebrando conmigo.

A mi Bella, mi chiquita hermosa. Gracias por acompañarme en este camino con ese amor puro e incondicional que solo tú sabías dar. Mientras estudiaba estos últimos meses, siempre estabas ahí, a mis pies, haciéndome sentir acompañada. Me hubiera encantado que estuvieras aquí hasta el punto final, pero sé que el amor verdadero no termina con una despedida. Este logro lleva tus huellitas, las mismas que dejaste marcadas para siempre en mi corazón.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra forma, caminaron a mi lado. Cada palabra de aliento, cada consejo, cada gesto de apoyo y cada muestra de cariño fueron la energía que necesité para llegar hasta aquí.

Esta tesis no representa únicamente el final de una carrera universitaria; es la culminación de un sueño que esperó pacientemente más de veinte años para hacerse realidad. Hoy entiendo, con absoluta certeza, que nunca es tarde cuando el corazón se niega a renunciar.

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi refugio en los momentos de incertidumbre, por sostenerme cuando mis fuerzas parecían agotarse y por recordarme, una y otra vez, que los tiempos perfectos siempre son los suyos. Sin su guía, su amor y su infinita misericordia, este logro no habría sido posible.

A mi Mamuchis, el amor más grande y puro que Dios me regaló en esta vida. Aunque hoy no pueda abrazarla, sé que este momento también es suyo. Gracias por amarme con un amor infinito, de esos que no conocen límites ni condiciones. Gracias por enseñarme con el ejemplo el valor de la honestidad, la fortaleza, la dignidad, el trabajo y la perseverancia. Todo lo bueno que hay en mí tiene sus raíces en ti, mami. Soy el reflejo de tus enseñanzas, de tus sacrificios y del inmenso amor con el que me criaste. Este título era uno de tus más grandes anhelos. Me duele profundamente que no estés aquí para verme alcanzarlo, pero tengo la certeza de que, desde el cielo, sonríes con el mismo orgullo con el que celebraste cada uno de mis logros. Si este título lleva mi nombre, es porque primero llevó el tuyo en cada sacrificio que hiciste por mí.

A mi esposo, mi Kiki. No sé si alguna vez le di las gracias como realmente se las merece. Gracias por aguantar mis desvelos, mis preocupaciones, mis "ya no puedo", mis lágrimas y hasta mis ganas de renunciar. Gracias porque, aun cuando yo veía el camino imposible, usted siempre encontraba la manera de mirarme y decirme: "Usted puede". Con el tiempo entendí que no solo estaba creyendo en mí... estaba sosteniendo mi sueño cuando yo ya no tenía fuerzas para hacerlo. Si hoy termino esta carrera, es porque nunca caminé sola. Caminé de su mano. Y eso hace que este título también sea suyo. Gracias por caminar este sueño conmigo.

A mis hijos, Augusto Xavier, Elma Domenica y mi Bianquita, mi mayor inspiración. Quiero que este título sea para ustedes una muestra de que los sueños no tienen fecha de vencimiento y que nunca es tarde para volver a intentarlo. Que siempre recuerden que estudiar, prepararse y luchar por aquello que desean vale la pena, aunque el camino tenga pausas, dificultades o momentos en los que parezca más difícil llegar. Mis chiquitos, deseo que siempre crean en ustedes, que tengan el valor de perseguir sus metas y que nunca permitan que las circunstancias les hagan renunciar a lo que anhela su corazón. Cuando la vida les presente desafíos, recuerden a su mami y esta historia: una mujer que tuvo tropiezos, que tuvo que empezar de nuevo varias veces, pero que nunca dejó de luchar hasta cumplir una meta que parecía lejana. Que este logro les recuerde siempre que, con amor, perseverancia y determinación, los sueños sí pueden hacerse realidad.

Y, finalmente, me lo dedico a mí, a la Elma de hace veinte años que alguna vez pensó que este momento nunca llegaría. A la mujer que hizo pausas, cayó, volvió a levantarse y decidió intentarlo una y otra vez, aun cuando el camino parecía interminable. Hoy puedo abrazar a esa versión de mí y decirle que todo valió la pena. Porque comprendí que los sueños no caducan; solo esperan el momento en que decidimos volver a luchar por ellos.

Mamuchis, lo logramos.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	10
Abstract.....	11
Introducción	12
Desarrollo temático.....	15
Violencia política de género en entornos digitales: El costo de la visibilidad.....	15
La reconfiguración del espacio público: De la deliberación racional a la intimidad digital.....	16
La política del espectáculo: Estrategias de autopresentación en la era del Infoentretenimiento	19
Conclusiones.....	29
Referencias.....	31

Resumen

Este manuscrito presenta un análisis de las estrategias comunicacionales de las mujeres políticas ecuatorianas en las redes sociales, desde una perspectiva crítica de género en comunicación política. El trabajo se sostiene un enfoque metodológico deductivo, así parte de los marcos conceptuales apoyado en la revisión de fuentes académicas para descender después al nivel de concreción del caso ecuatoriano. Además, examina cómo las dinámicas del politainment y de la tiktokización imponen exigencias estéticas y performativas que degradan el discurso de las candidatas y alientan la conformidad con los estereotipos de género. También observa que la violencia política digital trabaja como disciplina social y que su efecto de auto control afecta a todas las mujeres involucradas en el espacio virtual público. El estudio concluye que la constitución legal sobre igualdad en Ecuador no se encarga de las circunstancias bajo las que las candidatas se muestran en línea en redes sociales donde aún hay disparidades de género que la ley de elecciones no tiene en cuenta.

Palabras clave: Comunicación política, Política femenina, Igualdad de género, Violencia política

Abstract

This manuscript presents an analysis of the communication strategies of Ecuadorian women politicians on social media, approached from a critical gender perspective in political communication. The study adopts a deductive methodological approach, moving from conceptual frameworks grounded in academic sources down to the specific realities of the Ecuadorian case. It further examines how the dynamics of politainment and TikTokization impose aesthetic and performative demands that undermine the discourse of female candidates and encourage conformity with gender stereotypes. The study concludes that Ecuador's legal framework on equality fails to address the specific conditions under which women candidates present themselves online, where persistent gender inequalities remain insufficiently recognized by electoral legislation.

Keywords: Political communication, Women's political, Gender equality, Political violence

Introducción

El traslado del debate político a las plataformas de redes sociales digitales ha modificado las condiciones del ágora contemporánea, y lo ha hecho de un modo que no es neutral respecto al género (Molina-Bailon, 2024a). Los estudios producidos en contextos europeos y asiáticos coinciden en describir las redes sociales como un espacio ambivalente, que permite a las políticas sortear los filtros del periodismo tradicional al tiempo que las expone a formas sistemáticas de violencia digital. Krook (2020), en su obra sobre la violencia contra las mujeres en la esfera política, postula que tal animosidad funciona como un mecanismo de sometimiento concebido para limitar la importancia femenina en ámbitos que tradicionalmente han sido dominados por los hombres.

En el escenario latinoamericano, este problema presenta características distintivas debido a la arraigada presencia de formas de política centradas en el individuo y a la persistencia de conceptos preestablecidas sobre los roles de género. De esta manera, las mujeres que incursan en la política se encuentran ante lo que en el ámbito académico se ha denominado un "doble nudo": donde es imperativo que proyecten autoridad y robustez sin rebasar las expectativas sociales de compasión y afabilidad.

Conforme a la reflexión de García-Beaudoux (2017), los procesos electorales tienden a confinar a las candidatas políticas a relatos vinculados con la crianza o como progenitora, esta pauta que se observa también en el espacio virtual, ámbito en el cual la visibilidad se ve influenciada por la apariencia, el sentir y la divulgación de aspectos personales (Molina-Bailon, 2024a).

El corpus de este ensayo se compone de textos académicos conformados por artículos de revistas científicas indexadas, reseña académica, libros, capítulos de libros, documentos de organismos internacionales, informes de organizaciones no gubernamental, documentos normativos estatales y documentos de trabajo y de repositorio académico.

Dentro del marco ecuatoriano, esta desigualdad se incrementa por la relación de progresos legislativos en cuanto a la igualdad de género y a estrategias de difusión marcadas por las dinámicas de las plataformas virtuales.

La pertinencia de este análisis reside en que Ecuador ha alcanzado estándares normativos de paridad entre los más avanzados de la región y, sin embargo, las condiciones comunicacionales en las que operan sus actoras políticas siguen siendo estructuralmente desiguales.

La mayoría de los estudios sobre comunicación política digital en Ecuador han mirado hacia los candidatos hombres, o han analizado las plataformas sin preguntarse qué pasa con el género. Se puede considerar aun incipientes los trabajos que intenten conectar al mismo tiempo la lógica de los algoritmos, la violencia política digital y el problema de la paridad real, aunque existen avances. Esa conexión de unidades de análisis, en un momento donde los ciclos electorales se aceleran y TikTok ya es un espacio de disputa política, es lo que este ensayo busca aportar desde un procedimiento teórico analítico.

A partir de este escenario, el presente ensayo se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo condicionan las dinámicas de género en los entornos digitales a las mujeres políticas ecuatorianas? Para responder a la pregunta planteada, el ensayo se propone el siguiente objetivo: Analizar cómo las dinámicas de género presentes en los entornos digitales condicionan la participación, las estrategias comunicativas y la representación pública de las mujeres políticas ecuatorianas, así como sus implicaciones para la construcción de una paridad efectiva.

Desarrollo temático

Violencia política de género en entornos digitales: El costo de la visibilidad

Las plataformas digitales configuran un entorno en el que la violencia contra las actoras políticas adquiere una función disciplinaria. En esa línea, Krook (2020) describe esta violencia como un continuum que va desde la intimidación verbal hasta la difusión de contenidos sexualizados sin consentimiento. Lo que hace particular a este fenómeno es que un ataque a una candidata no solo la afecta a ella, les muestra a todas las mujeres cuánto puede costar meterse en política. Y en los entornos digitales ese mensaje llega mucho más lejos y mucho más rápido de lo que cualquier medio tradicional hubiera podido lograr.

La evidencia disponible para Ecuador refleja esa misma lógica. Los ataques documentados por la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, Organización de las Naciones Unidas ([ONU] Mujeres, 2022), muestran que las agresiones contra candidatas se concentran en su apariencia física, su vida sexual y su moralidad, con independencia de sus propuestas programáticas. Esta regularidad constituye una forma de reducción simbólica mediante la cual la candidata es evaluada como cuerpo antes que como sujeto político. De este modo, el espacio digital reproduce los mismos criterios estéticos y morales que el imperativo de la buena presencia y las dinámicas del politainment proyectan sobre la representación política femenina.

Entre las consecuencias de este fenómeno, la autocensura constituye uno de los efectos mejor documentados. Es así como el hostigamiento tiene un efecto concreto sobre el comportamiento de las mujeres políticas, ya que muchas optan por publicar con menor frecuencia, evitan ciertos temas o simplemente dejan de usar una

plataforma. En todos esos casos, la violencia logra su objetivo sin necesidad de ninguna prohibición formal. Amnesty International (2018) identificó este fenómeno en su investigación sobre el maltrato a mujeres en Twitter, denominándolo *chilling effect*, y señaló que sus consecuencias no se limitan a quienes reciben directamente los ataques: otras mujeres que observan lo que ocurre también ajustan su conducta comunicativa de manera preventiva, anticipando costos que prefieren no asumir.

Los datos recogidos en Ecuador apuntan en la misma dirección, sobre esto, García Mero et al. (2026), analizaron los mensajes de odio en X durante el segundo debate presidencial de 2025 y encontraron algo significativo. Las agresiones no se repartieron por igual entre todos los candidatos; Luisa González cargó con la mayor parte, y los ataques apuntaban principalmente a restarle autoridad como interlocutora política, no a debatir sus ideas.

Lo que ese dato muestra, en pocas palabras, es que la violencia digital durante las campañas no golpea a todos por igual, y las mujeres terminan cargando con una parte desproporcionada de ella. Frente a esta realidad, la Recomendación General núm. 40 del Comité CEDAW (ONU Mujeres, 2024) llama a los Estados a tratar la violencia política en línea como una forma de discriminación que compromete el derecho de las mujeres a participar en igualdad de condiciones. En Ecuador, sin embargo, ese reconocimiento todavía no se ha traducido en mecanismos concretos que protejan a las actoras políticas en los entornos digitales.

La reconfiguración del espacio público: De la deliberación racional a la intimididad digital

Lo que Habermas (1981) describió como un espacio de debate racional entre ciudadanos ha cambiado de forma considerable con la llegada de las redes sociales.

La política ya no se desarrolla únicamente a través del argumento bien construido, hoy compite con la inmediatez, la carga emocional y la exposición de aspectos privados que las plataformas digitales incentivan de manera constante. En ese contexto, la credibilidad de un actor político no depende solo de la solidez de sus propuestas, sino también de su capacidad para generar empatía y conexión con audiencias que consumen contenido de forma fragmentada y acelerada

Dentro de estas nuevas dinámicas, mostrar la vida personal ha dejado de ser opcional para convertirse en parte central de la comunicación política. Como señalan Han (2022) y Molina-Bailon y Trámpuz (2025) las figuras públicas hoy viven bajo una especie de vigilancia permanente, resultado de una cultura digital que premia con likes y alcance mostrarse a través de una pantalla. Pero esa exposición no funciona igual para todos. Cuando quien se expone es una mujer, los juicios que recibe tienen poco que ver con lo que propone políticamente y mucho con lo que la sociedad espera de ella por el hecho de ser mujer, y eso termina afectando cómo se lee y se valora todo lo que hace.

Otro efecto notable de este proceso es que la política se ha vuelto cada vez más personal (Molina-Bailon y Trámpuz, 2025). A medida que los partidos y movimientos políticos perdieron peso como referentes de identidad y causas ideológicas, los liderazgos empezaron a construirse alrededor de figuras individuales más que de organizaciones. López-Fernández (2022) describe este cambio como una redefinición del capital político, ya que el electorado digital no solo quiere saber qué propone un candidato sino también cómo vive, qué siente y cómo es en su cotidianidad. La intimidad dejó de ser algo privado para convertirse en un recurso político tan valioso como cualquier propuesta de gobierno.

Consecuentemente, García-Beaudoux et al. (2020) muestran que en la comunicación política contemporánea la trayectoria personal tiende a trasladar a las propuestas como principal recurso persuasivo. Para las candidatas políticas ecuatorianas eso se traduce en una presión bastante concreta, en la que tienen que construir relatos que acrediten su liderazgo, pero sin distanciarse demasiado de lo que socialmente se sigue esperando de una mujer, y eso reduce considerablemente el margen para tomar posiciones ideológicas más nítidas. Por su parte, los candidatos varones no enfrentan esa misma restricción. Ellos pueden recurrir a la autenticidad con bastante más libertad, sin arriesgarse a la sanción simbólica que sí reciben quienes se alejan de los guiones de género que el entorno político todavía da por sentados.

A todo esto, hay que sumarle el papel que juegan los algoritmos, en esta línea argumentativa, la literatura sobre gobernanza algorítmica ha mostrado que los sistemas de recomendación no son neutrales, sino que amplifican los sesgos ya presentes en la sociedad, lo que varios autores han llamado un "algoritmo generalizado". Rodríguez-Ferreiro y Martínez (2025) muestran que plataformas como TikTok e Instagram restringen la circulación de contenidos considerados complejos o difíciles, mientras le dan más alcance a aquellos que encajan con estéticas y roles de género tradicionales. Para las mujeres políticas eso genera un problema difícil de salir, porque para ganar visibilidad tienen que adaptarse a reglas que reproducen justo los estereotipos que intentan cuestionar.

La política del espectáculo: Estrategias de autopresentación en la era del Infoentretenimiento

Como se expresa en la sección anterior, si la reconfiguración del espacio público desplazó el eje del debate hacia la intimidad, la consolidación de la cultura digital incorporó una exigencia adicional para quienes participan en la competencia política.

En este escenario, lo que antes otorgaba credibilidad a una figura política, su trayectoria, la coherencia de sus argumentos, su conocimiento de los temas, ya no es suficiente por sí solo. Hoy una parte importante de esa legitimidad depende de algo mucho más inmediato, que es la capacidad de captar y sostener la atención de personas que reciben cantidades enormes de contenido todos los días. Molina-Bailon (2024b) y Berrocal-Gonzalo et al. (2022) describen este cambio señalando que la política adquirió una dimensión lúdica, donde las candidatas terminan compitiendo por visibilidad con los mismos recursos que usa cualquier creador de contenido de moda o entretenimiento.

Este cambio tampoco es indiferente al género, por ejemplo, en Ecuador, donde la comunicación política se caracteriza por altos niveles de polarización y una fuerte carga emocional, las mujeres que ejercen cargos públicos enfrentan una exigencia adicional, traducir su trabajo y sus propuestas a formatos que encajen con la lógica del entretenimiento digital. El resultado es que los contenidos visuales y llamativos tienden a desplazar a los discursos más sustantivos, no porque las candidatas los consideren menos importantes, sino porque las dinámicas de las plataformas penalizan aquello que no genera interacción inmediata.

Dentro de este ecosistema, Instagram tiene un peso particular por la centralidad que le otorga al posicionamiento de la imagen personal, diversos estudios sobre comunicación política visual han señalado que hombres y mujeres no son juzgados con los mismos criterios: un candidato que aparece en un entorno informal suele ser percibido como cercano o auténtico, mientras que una candidata en la misma situación puede ser evaluada negativamente por no cumplir con las expectativas estéticas que se le imponen. Manfredi-Sánchez et al. (2021) han llamado a este fenómeno el "imperativo de la buena presencia", que convierte detalles como la iluminación, la ropa o la expresión del rostro en elementos que pueden pesar tanto o más que las ideas que la candidata intenta comunicar.

La preeminencia de la dimensión estética repercute directamente en la construcción y circulación del mensaje político. Las publicaciones destinadas a desarrollar propuestas programáticas complejas suelen alcanzar una difusión menor que aquellas centradas en la imagen personal, desplazando el intercambio político hacia una retórica visual sustentada en la movilización de emociones (Molina-Bailon y Trámpuz, 2025). En estas condiciones, la representación de la mujer política corre el riesgo de reducirse a un objeto de consumo simbólico cuya aceptación depende, en buena medida, de su adecuación a determinados códigos estéticos antes que de la consistencia de sus planteamientos ideológicos.

A esta dinámica se suma la expansión de TikTok, plataforma que ha intensificado la simplificación del discurso político mediante un proceso descrito en la literatura como la "tiktokización" de la política. De esta manera TikTok lleva estas funcionalidades de comunicación al extremo ya que su estructura está diseñada en torno a videos cortos, tendencias musicales y formatos de entretenimiento, lo que obliga a comprimir cualquier mensaje político en piezas de muy corta duración. Los

autores Cervi et al. (2021), advierten que esta dinámica favorece lo que denominan un "populismo algorítmico": el contenido se construye en función de lo que el algoritmo premia, es decir, lo que tiene potencial de volverse viral, antes que en función de la coherencia o profundidad del proyecto político que se quiere transmitir.

Si bien participar en estas dinámicas tiene ventajas evidentes ya que permite llegar a audiencias jóvenes y proyectar una imagen de cercanía que los formatos tradicionales difícilmente logran, pero también tiene un costo, sumarse a retos virales, bailes o contenidos de lip-sync puede incrementar la visibilidad a corto plazo, al mismo tiempo que debilita la autoridad política que una candidata ha construido con su trayectoria y sus argumentos. El riesgo concreto es que la identidad política quede diluida en una sucesión de momentos de entretenimiento que generan muchas interacciones, pero poco espacio para sostener un proyecto político sólido fuera de la pantalla.

La "Tiktokización" de la campaña: Simplificación del mensaje y la búsqueda de la viralidad efímera

Como señalan Molina-Bailon y Trámpuz (2025), la irrupción de TikTok ha intensificado la simplificación del discurso político, un proceso que la literatura reciente denomina "tiktokización" de la política. La arquitectura comunicativa de la plataforma privilegia la brevedad extrema, el empleo de tendencias musicales, el humor como mecanismo de captación y la participación en challenges, convenciones que inducen a las candidatas a condensar programas y diagnósticos en piezas que rara vez superan el minuto y a adecuar su comunicación a los códigos estéticos que el algoritmo favorece. En este sentido, Cervi et al. (2021), caracterizan este fenómeno como un "populismo algorítmico", en el que la configuración del mensaje responde a los criterios de visibilidad impuestos por los sistemas de recomendación. Bajo esta lógica, la participación en retos virales, las coreografías y los registros

emocionales con mayor capacidad de retención desplazan progresivamente a la argumentación como principal recurso persuasivo.

La exigencia performativa de TikTok excede la observada en plataformas como Twitter o Instagram. A diferencia de Twitter o Instagram, donde todavía hay margen para intercambios con cierto contenido argumentativo, TikTok exige desde el principio adoptar los códigos del entretenimiento como condición de entrada. Cervi et al. (2023), ven en esto una versión acrecentada del *politainment*, donde las figuras políticas ya no actúan solo como representantes, sino que deben funcionar también como creadoras de contenido que compiten por atención en las mismas condiciones que cualquier otro usuario de la plataforma. Zamora-Medina et al. (2023), a partir de un estudio comparado de partidos europeos, llegan a una conclusión similar, en TikTok, lo que persuade no es principalmente el argumento, sino la identificación emocional y la proximidad cultural que el contenido es capaz de generar.

Para las mujeres políticas todo este ecosistema de violencia y desigualdad genera un dilema bastante real, en el que participar en bailes, coreografías o retos virales sirve para llegar a audiencias jóvenes y ganar visibilidad, pero al mismo tiempo abre la puerta a otro tipo de problema de descredito. González-Aguilar et al. (2023), en la investigación han descrito que TikTok presenta una combinación entre la personalización del contenido con una intensa circulación de discursos de odio que recaen, de manera desproporcionada, sobre las mujeres con mayor exposición. Bajo este contexto las mismas estrategias que otorgan alcance a una candidata pueden ser empleadas por sus detractores para ridiculizarla o para exacerbar la credibilidad que había construido.

El caso ecuatoriano ofrece ejemplos concretos de cómo estas dinámicas operan en la práctica. Suárez-Tomalá y Cochea-Panchana (2022) analizaron la campaña presidencial de Xavier Hervas en 2021 y encontraron que fue el primer caso documentado en el país donde la viralidad en redes tuvo un impacto electoral real, un candidato sin mayor visibilidad inicial logró posicionarse gracias a videos cortos que combinaban música, humor y un lenguaje cercano a las audiencias jóvenes.

Poco después, Pesántez-Valarezo et al. (2024) encontraron que TikTok tuvo un peso real en la intención de voto de la Generación Z durante la campaña de Daniel Noboa en 2023. Y Pulla-Zambrano (2023), al revisar las elecciones seccionales de Quito y Guayaquil ese mismo año, notó que las publicaciones de campaña tendían a privilegiar la autopromoción y los hashtags antes que cualquier propuesta concreta.

El escenario ecuatoriano: Desafíos de la paridad sustantiva en la ciberpolítica

Ecuador avanzó significativamente en materia normativa cuando la Constitución de 2008 incorporó la participación paritaria, alternada y secuencial en las listas de candidaturas (art. 116), una disposición que el Código de la Democracia amplió después a todos los niveles de elección popular. Y los datos van en esa misma dirección, ya que la presencia de mujeres en la Asamblea Nacional y en los gobiernos locales ha ido subiendo con el tiempo. Ahora bien, que haya más mujeres en las listas no quiere decir que estén compitiendo en igualdad real. Llegar a ocupar espacios de poder y construir autoridad pública es algo bastante distinto de aparecer en una papeleta, y ninguna ley electoral ha podido resolver esa diferencia por sí sola.

Desde otro prisma y, en otros términos, hombres y mujeres acceden a las mismas plataformas digitales; una cosa es, sin embargo, la igualdad enunciada por la sociedad y organismos competentes y otra bien distinta son las condiciones en las que las candidatas construyen su imagen pública. Lo cierto es que en el entorno digital se encuentran varios mecanismos que no excluyen a las mujeres de manera directa, pero que terminan perjudicando su presencia. El algoritmo generizado, la presión por la buena presencia física, la tiktokización del discurso y la violencia política en línea actúan sobre quién gana visibilidad y quién no. Desde ese ángulo, la paridad en las listas no hace desaparecer las barreras, sino que las desplaza hacia el espacio digital, que es precisamente donde hoy se disputa gran parte de la legitimidad política.

Los estudios que analizaron el uso de TikTok e Instagram durante esas campañas (Suárez-Tomalá y Cochea-Panchana, 2022; Pesántez-Valarezo et al., 2024; Pulla-Zambrano, 2023) se concentraron sobre todo en candidatos varones, lo cual ya de por sí dice algo sobre los sesgos que arrastra la literatura especializada. Y hay algo más que vale la pena notar, ya que cuando las candidatas sí lograron alta exposición, esa visibilidad estuvo vinculada con frecuencia a estrategias de espectacularización y autoexposición. En otras palabras, el tipo de contenido que más circula es justamente el que los algoritmos premian, y eso no es neutral respecto al género.

Todo esto cobra otro sentido cuando se lo mira junto a la Recomendación General núm. 40 de la CEDAW (ONU Mujeres, 2024), que señala que la representación igualitaria exige garantizar a las mujeres condiciones de participación libres de discriminación y violencia. Puesto frente a ese marco, el entorno digital ecuatoriano muestra huecos bastante evidentes. La normativa vigente no tiene

herramientas para hacerle frente a los sesgos algorítmicos de las plataformas, tampoco contempla disposiciones orientadas a prevenir la violencia política en línea, y menos aún criterios que aseguren condiciones de comunicación realmente equivalentes entre candidatos y candidatas.

Estrategias comunicacionales de mujeres políticas ecuatorianas

Las dinámicas analizadas hasta aquí no actúan sobre actoras pasivas, por el contrario, las mujeres que participan en la política ecuatoriana desarrollan repertorios comunicacionales orientados a responder a las restricciones que impone el entorno digital y a convertirlas en oportunidades de visibilidad. No obstante, el examen de estas estrategias sugiere que la adaptación a las lógicas de las plataformas tiende, con mayor frecuencia, a reproducir los guiones de género que estructuran la competencia política antes que a cuestionarlos.

Una de las respuestas más repetidas sobre este fenómeno consiste en la construcción de narrativas biográficas con una carga altamente personalizada. En un escenario en el que las propuestas conceden terreno frente al relato personal (García-Beaudoux et al., 2020), mencionan que las candidatas optan por construir marcas propias sustentadas en la cercanía, la autenticidad y la conexión emocional con quienes las siguen. En esta misma línea, Quilligana y Sevilla (2024) analizaron las cuentas de Instagram de Diana Atamaint, Cynthia Viteri, Paola Pabón, Verónica Abad y Lavinia Valbonesi –mediante la herramienta FanPage Karma– y constataron que los reels y los carruseles generan niveles de interacción muy superiores a los de las imágenes sin movimiento.

Este patrón tiene una consecuencia directa sobre el tipo de contenido que se produce, los formatos visuales y emocionalmente cargados distancian a los mensajes más detallados y programáticos. Ganar visibilidad dentro de las plataformas pasa, en

gran medida, por aprender a hablar el lenguaje que el algoritmo favorece, aunque ese lenguaje no siempre sea el más adecuado para transmitir un proyecto político con profundidad.

Junto a la personalización del discurso aparece otro recurso que se repite con frecuencia, que es recurrir a narrativas ligadas a la maternidad. El caso de Cynthia Viteri en la campaña presidencial de 2017 es bastante ilustrativo al respecto. Molina (2018) documenta que la candidata construyó su propuesta alrededor de la figura de "la madre que salvará al país", presentando la gestión de los problemas económicos casi como si fuera una extensión de las tareas de cuidado que se le atribuyen a las mujeres.

Con eso logró mover parte del debate hacia un terreno que la sociedad suele considerar propio de las mujeres, algo que García-Beaudoux (2017) ya había identificado como un patrón recurrente en América Latina, donde las candidatas terminan asociadas a relatos de crianza y cuidado. Pero la misma campaña mostró hasta dónde llega esa estrategia. Las críticas que reducían a Viteri a "hablar de maquillaje, no de economía" dejan claro que asumir atributos femeninos es convivir con ellos y estos tampoco son protección de los cuestionamientos simbólicos, tal como Krook (2020) ha descrito al hablar de violencia disciplinaria.

Otro componente que aparece en estos repertorios es el posicionamiento de la imagen de la mujer como política. Manfredi-Sánchez et al. (2021) han hablado del "imperativo de la buena presencia" para describir cómo detalles como el vestuario, la iluminación o la expresión del rostro terminan pesando sobre la percepción de legitimidad de una figura política. Luzuriaga Uribe y Baquerizo-Neira (2021), a partir de entrevistas con mujeres vinculadas a la política local ecuatoriana, muestran

que la imagen pública está muy ligada al estilo de liderazgo y a la personalidad de cada actora, no es algo secundario ni decorativo. En los entornos digitales eso se vuelve aún más determinante, ya que la forma en que una candidata se presenta puede incidir directamente en la autoridad que logra construir.

Si bien recurrir a los formatos propios de TikTok como retos, coreografías, registros humorísticos, ofrece ventajas reales, ya que amplía el alcance de los contenidos, facilita el contacto con votantes jóvenes y permite construir una presencia pública menos dependiente de los medios tradicionales. Pero como advierten Molina-Bailón y Trámpuz (2025), esa misma estrategia puede entrar en tensión con la autoridad que se espera de una figura política. Cada publicación implica entonces una elección, adaptarse a las lógicas de entretenimiento que el algoritmo premia, o mantener un tono más argumentativo que, según Cervi et al. (2021), esto tiende a circular con mucha menor visibilidad dentro de esas mismas plataformas.

El balance de estos repertorios resulta, en consecuencia, ambivalente. Las plataformas digitales amplían las posibilidades de que las mujeres políticas ecuatorianas proyecten su voz y reduzcan la dependencia de los filtros impuestos por los medios tradicionales (Quilligana y Sevilla, 2024). Al mismo tiempo, la obtención de visibilidad continúa condicionada por la adopción de códigos estéticos, afectivos y performativos que las plataformas transforman en capital comunicativo. Las candidatas con mayor proyección digital durante los ciclos electorales recientes alcanzaron esa posición, con frecuencia, mediante estrategias de espectacularización de la gestión, exposición de la vida privada y participación en formatos efímeros favorecidos por los algoritmos.

En definitiva, las estrategias que las mujeres políticas ecuatorianas despliegan en los entornos digitales pueden leerse como respuestas de una adaptación a un escenario que no fue diseñado en condiciones de igualdad. En este territorio sacan partido de las oportunidades de visibilidad que las plataformas ofrecen, pero dentro de reglas que ellas no controlan y que raramente pueden modificar desde adentro, este problema es, en el fondo, el mismo que recorre todo este ensayo, a lo largo de sus secciones, la distancia que persiste entre la paridad que la normativa garantiza en el papel y las condiciones reales bajo las cuales las candidatas construyen, o intentan construir, autoridad política en el espacio digital.

Conclusiones

El análisis realizado permite concluir que las dinámicas de género condicionan la participación, las estrategias comunicacionales y la representación pública de las mujeres políticas ecuatorianas en los entornos digitales. Aunque las redes sociales amplían sus posibilidades de visibilidad y autonomía comunicativa, no constituyen espacios neutrales, debido a que sus lógicas algorítmicas, estéticas y performativas pueden reproducir desigualdades de género.

En primer lugar, la violencia política digital constituye un mecanismo que limita la participación de las mujeres. Los ataques dirigidos hacia su apariencia, vida personal y moralidad desplazan la atención de sus propuestas políticas y pueden generar autocensura, menor actividad comunicativa o abandono de determinadas plataformas. De esta manera, sus efectos no se restringen a quienes reciben directamente las agresiones, sino que también condicionan la participación de otras mujeres que observan estas experiencias.

En segundo lugar, el politainment y la tiktokización imponen nuevas condiciones para construir visibilidad y autoridad política. La preferencia por contenidos breves, visuales y emocionales favorece determinadas formas de autopresentación y puede desplazar los contenidos programáticos. En el caso de las mujeres, estas dinámicas se articulan con exigencias relacionadas con la apariencia, la cercanía, la autenticidad y la exposición de aspectos personales, generando una presión performativa diferenciada.

Asimismo, las mujeres políticas desarrollan estrategias para aprovechar las oportunidades de las plataformas, como la personalización del discurso, las narrativas biográficas y los formatos audiovisuales. Sin embargo, estas estrategias

requieren adaptarse a reglas de visibilidad que las candidatas no controlan plenamente y que pueden reproducir estereotipos de género. Por ello, las plataformas funcionan simultáneamente como espacios de oportunidad y de condicionamiento para la comunicación política femenina.

Finalmente, la revisión evidencia una distancia entre la paridad formal y la paridad efectiva. Si bien la Constitución de 2008 y el Código de la Democracia reconocen la participación política de las mujeres, estas disposiciones no contemplan de manera suficiente las condiciones comunicacionales de las plataformas digitales, donde persisten fenómenos como los sesgos algorítmicos, la presión estética y la violencia política en línea.

Como limitación, el estudio se sustenta exclusivamente en la revisión bibliográfica y el análisis teórico, sin incorporar análisis de contenido de cuentas de candidatas, entrevistas con las actoras ni auditorías algorítmicas. Por ello, futuras investigaciones podrían contrastar estos planteamientos mediante el análisis de las estrategias, niveles de visibilidad y formas de violencia presentes en las cuentas digitales de candidatas ecuatorianas durante distintos ciclos electorales.

Referencias

Amnesty International. (2018). *Toxic Twitter: Violence and abuse against women online*. <https://www.amnesty.org/en/latest/research/2018/03/online-violence-against-women-chapter-1/>

Berrocal-Gonzalo, S., Quevedo-Redondo, R., y García-Beaudoux, V. (2022). Política pop online: nuevas estrategias y liderazgos para nuevos públicos. *Index.comunicación*, 12(1), 13–19. <https://doi.org/10.33732/ixc/12/01Politi>

Cervi, L., Tejedor, S., y García Blesa, F. (2023). TikTok and political communication: The latest frontier of politainment? A case study. *Media and Communication*, 11(2), 203–217. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6390>

Cervi, L., Tejedor, S., y Marín-Lladó, C. (2021). TikTok and the new language of political communication: the case of Podemos. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 267–287. <https://doi.org/10.6035/clr.5817>

Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. (2024). Recomendación general núm. 40 relativa a la representación igualitaria e inclusiva de las mujeres en los sistemas de toma de decisiones (CEDAW/C/GC/40). *Naciones Unidas*. <https://docs.un.org/es/CEDAW/C/GC/40>

Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial 449 (2008). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

García Beaudoux, V. (2017). De techos, suelos, laberintos y precipicios: Estereotipos de género, barreras y desafíos de las mujeres políticas. En F. Freidenberg (Ed.), *Mujeres en la política: Experiencias nacionales y subnacionales*

en América Latina (pp. 509–542). *Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México.*

García Beaudoux, V., D'Adamo, O., Berrocal Gonzalo, S., & Gavensky, M. (2020). Estereotipos y sesgos en el tratamiento de candidatas y candidatos en programas televisivos en las elecciones legislativas de Argentina en 2017. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 275–293. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1458>

García Mero, M. F., Trámpuz, J. P., & Molina-Bailon, O. (2026). Discursos de odio en la red social X tras el segundo debate presidencial en Ecuador 2025. *Dixit*, 40, e4996. <https://doi.org/10.22235/d.v40.4996>

González-Aguilar, J. M., Segado-Boj, F., & Makhortykh, M. (2023). Populist right parties on TikTok: Spectacularization, personalization, and hate speech. *Media and Communication*, 11(2), 232–244. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6358>

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública: La transformación estructural de la vida pública.* Gustavo Gili.

Han, B.-C. (2022). *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia.* Taurus.

Krook, M. L. (2020). *Violence against women in politics.* Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190088460.001.0001>

López-Fernández, V. (2022). Nuevos medios en campaña. El caso de las elecciones autonómicas de Madrid 2021 en TikTok. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (36), 221–241. <https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.09>

Luzuriaga Uribe, E., & Baquerizo-Neira, G. (2021). Diversidad política femenina: ¿Cómo construyen y proyectan su imagen las mujeres ecuatorianas? *GIGAPP Estudios Working Papers*, 8(190–212), 293–309.

<https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/258>

Manfredi-Sánchez, J. L., Amado-Suárez, A., & Waisbord, S. (2021). Twitter presidencial: De la comunicación gubernamental al marketing digital personalizado. *Comunicación y Sociedad*, 18, e7967. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7967>

Molina-Bailon, O. (2024a). [Reseña del libro El entorno digital: Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy]. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(3), 683–684. <https://doi.org/10.5209/emp.96552>

Molina-Bailon, O. (2024b). Disonancia entre la transformación tecnológica y ética periodística: Una reflexión crítica del impacto de la inteligencia artificial en los medios de comunicación. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (28), 91–114. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.8002>

Molina-Bailon, O., & Trámpuz, J. P. (2025). El perfil del político-influencer como resultado de la personalización y celebrificación en redes sociales. *Maestro y Sociedad*, 22(4), 3861–3867. <https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/7307>

Molina Villacís, P. (2018). Política en tacones: Campaña electoral de Cynthia Viteri en Ecuador durante 2006 y 2017. *Revista San Gregorio*, (21), 130–139. <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/552>

Organización de las Naciones Unidas [ONU Mujeres]. (2022). Estudio sobre violencia política contra las mujeres en Ecuador en redes sociales.

<https://ecuador.unwomen.org/es/digital-library/publications/2022/03/estudio-sobre-violencia-politica-contra-las-mujeres-en-ecuador-en-redes-sociales>

Pesántez-Valarezo, B., Naguas-Nagua, N., & Ávila-Rivas, V. (2024). TikTok y su influencia en la generación Z en la intención de voto en campañas presidenciales del Ecuador 2023: Caso Daniel Noboa. 593 Digital Publisher CEIT, 9(4), 27–37. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.4.2399>

Pulla-Zambrano, G. L. (2023). Nuevos lenguajes de comunicación política: El uso de Instagram y TikTok en las elecciones seccionales de Quito y Guayaquil 2023. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 14(1), 37–55. <https://doi.org/10.31207/rch.v14i1.374>

Quilligana, K., & Sevilla, M. (2024). Narrativa digital: Cómo las mujeres redefinen la política en redes sociales. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5), 4984–4997. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2954>

Suárez-Tomalá, G., & Cochea-Panchana, G. (2022). Marketing político 2.0: Estrategias de storytelling a través de TikTok de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021. *REICOMUNICAR*, 5(9), 118–135. <https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/57>

Zamora-Medina, R., Šuminas, A., & Fahmy, S. S. (2023). Securing the youth vote: A comparative analysis of digital persuasion on TikTok among political actors. *Media and Communication*, 11(2), 218–231. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6348>