



**Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Facultad
Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar**

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

Previo a la obtención del Grado de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

“EL ROL DE LOS LÍDERES POLÍTICOS EN LA ERA DE LAS
REDES SOCIALES”

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, opinión pública y democracia

AUTOR (A):

Mayerli Dennis Macías Rivera

TUTOR (A):

Lic. Jean Carlos Santos Palma Mg.

Manta - Manabí - Ecuador

2024

TEMA:

“EL ROL DE LOS LÍDERES POLÍTICOS EN LA ERA DE LAS REDES
SOCIALES”

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR


Yo, MACÍAS RIVERA MAYERLI DENNIS, portador de la cédula de ciudadanía No. 1350613830, 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: "EL ROL DE LOS LÍDERES POLÍTICOS EN LA ERA DE LAS 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.

Mayerli Macías

Macías Rivera Mayerli Dennis

C.I. 1350613830

 Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

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

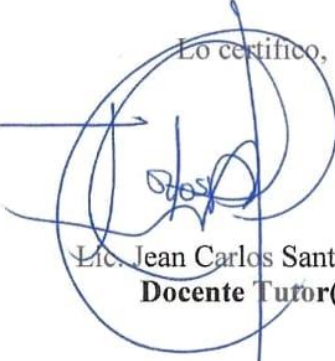
Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, bajo la autoría de la estudiante Macías Rivera Mayerli Dennis, legalmente matriculado/a en la carrera de Comunicación, período académico 2024 (1) - 2024 (2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de ensayo académico, cuyo tema del proyecto es “El rol de los líderes políticos en la era de las redes sociales”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

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

Manta, 6 de febrero de 2025.

Lo certifico,



Lic. Jean Carlos Santos, Mg.
Docente Tutor(a)

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer sinceramente a todas las personas que fueron un apoyo importante durante la elaboración de este ensayo. En primer lugar, agradezco a mi tutor, Jean Carlos Santos, quien ha sido un guía excepcional en todo este proceso, por su disposición constante para aclarar mis dudas y su seguimiento cercano en cada etapa para llevar a cabo este trabajo.

Agradezco también a mis padres, cuyo apoyo incondicional y constante interés por mis estudios fueron siempre una fuente de motivación. Gracias por hacer todo lo que estuvo a su alcance para respaldarme y por animarme a no rendirme en los momentos más difíciles. Mi más profundo agradecimiento también a mi pareja, quien me ha brindado apoyo en todos los aspectos, su constante motivación y su firme creencia en mí me ayudó a no desistir en este proceso.

DEDICATORIA

Dedico este ensayo, en primer lugar, a mis amados padres, Lorena Rivera, Fernando Macías y Agustín Chávez. Gracias por su amor incondicional, su guía y sus sacrificios, que me han permitido llegar hasta aquí. Su apoyo y cariño, aunque a veces a la distancia, han sido la base sobre la cual he construido cada uno de mis logros. Siempre llevaré en mi corazón su ejemplo y sus enseñanzas.

A mis hermanas: Niurka Chávez, Clarissa Chávez y Jennifer Macías. Aunque la vida nos ha puesto en caminos diferentes y hemos enfrentado nuestras propias diferencias, las llevo conmigo, y siempre tendrán todo mi cariño.

A mi pareja, Kevin Vélez, quien ha sido mi soporte en los momentos difíciles y mi mayor fuente de inspiración. Gracias por tu paciencia, por tus palabras de aliento cuando más las necesitaba y por creer en mí incluso cuando yo misma dudaba y por ello te estoy profundamente agradecida.

Finalmente, dedico este proyecto a todas las personas que, de una u otra forma, han aportado a mi vida su granito de arena, recordándome siempre que los sueños se alcanzan con esfuerzo, dedicación y amor.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	8
Abstrac.....	9
Introducción	10
Desarrollo Temático	12
Introducción al fenómeno de las redes sociales en la política	17
La influencia de las redes sociales en la toma de decisiones políticas	20
Ventajas de las redes sociales para la comunicación política	30
Desventajas y riesgos del uso de redes sociales en la política	32
Conclusiones.....	35
Bibliografía.....	37

Resumen

Este ensayo examina cómo las redes sociales han transformado el papel de los líderes políticos y su relación con el público. Su principal objetivo es comprender cómo la llegada de las redes sociales ha cambiado la forma en que interactúan líderes y ciudadanos y cómo estas plataformas influyen en la toma de decisiones y en la participación política.

A través de un enfoque cualitativo basado en el análisis de documentos y publicaciones, se ofrece una visión integral de las dinámicas actuales de la comunicación política digital.

El estudio de casos, como los estilos de comunicación de Donald Trump y Gabriel Boric, muestran diferencias en el impacto y las respuestas públicas a estrategias discursivas contrastantes, enfatizando en cómo los líderes han adaptado sus mensajes y estrategias en diferentes entornos.

Palabras clave: *comunicación política, , desinformación, líderes políticos, polarización, redes sociales.*

Abstrac

This essay examines how social media has transformed the role of political leaders and their relationship with the public. Its main objective is to understand how the arrival of social media has changed the way leaders and citizens interact, and how these platforms influence decision-making and political participation.

Through a qualitative approach based on document and post analysis, it offers a comprehensive view of the current dynamics of digital political communication.

Case studies, such as the communication styles of Donald Trump and Gabriel Boric, show differences in the impact and public responses to contrasting rhetorical strategies, emphasizing how leaders have adapted their messages and strategies in different environments.

Keywords: political communication, disinformation, political leaders, polarization, social media

Introducción

Debido al desarrollo continuo de las tecnologías digitales, las redes sociales se han vuelto esenciales para la comunicación política. Líderes y organizaciones políticas de todo el mundo han adoptado estas plataformas para interactuar con el público, promover sus campañas y generar interacción con sus votantes potenciales. Esta dinámica ha dado lugar a una nueva etapa en la que la relación entre los ciudadanos y la política se ha vuelto más directa e interactiva, y la comunicación entre los votantes y sus líderes se ha vuelto más directa e inmediata, utilizando plataformas como Twitter (ahora conocida como "X"); además, según Andrade et al. (2021), a causa de su inmersión en las contiendas electorales, estos medios sociales han generado gran interés en las tácticas políticas. Estas tácticas incluyen estrategias como influir en el comportamiento de las personas.

Las redes sociales ofrecen numerosas oportunidades debido a la inmediatez que ofrecen, logrando conectar con miles de personas en solo minutos. Esto facilita la transmisión de información. Sin embargo, su impacto en la comunicación política no está exenta de desventajas y desafíos. Debido a la misma rapidez con la que se difunde la información en estas plataformas, se ha generado un entorno en el que la desinformación confunde, engaña y crea disturbios entre el público.

Frente a estos desafíos, surge la siguiente pregunta investigativa: ¿Cómo la irrupción de las redes sociales transforma el rol de los líderes políticos en la última década?

Este ensayo tiene como principal objetivo analizar el rol que cumplen los líderes políticos en la era de las redes sociales y cómo estas últimas influyen en la decisión y

participación de la ciudadanía en la política, explorando las ventajas y desventajas que estas plataformas presentan dentro de la comunicación política. Se examinará cómo los líderes utilizan X para comunicarse con el público y a través de estas generar interacción con la ciudadanía. Además, se analizará el papel que cumplen las redes sociales en la relación entre líderes y ciudadanos, considerando las implicaciones para la democracia y la participación política.

Para el desarrollo de esta investigación se utiliza una metodología con enfoque cualitativo y de carácter inductivo basado en la observación y análisis de datos no numéricos.

Desarrollo Temático

El presente desarrollo temático tiene como objetivo comprender la situación actual de las investigaciones sobre el rol de los líderes políticos en la era de las redes sociales. Este estudio se centra en analizar cómo estas plataformas digitales han transformado la comunicación política y la relación entre líderes y ciudadanos.

A través de una revisión inicial de la literatura, se busca identificar las principales tendencias y debates académicos en torno a este tema. En base a esto se pretende investigar cómo la irrupción de las redes sociales ha transformado el rol de los líderes políticos, es decir, analizar el rol que cumplen los líderes políticos en una era consumida por las redes sociales y cómo estas últimas influyen en la decisión y participación de la ciudadanía en la política, explorando las ventajas y desventajas que estas plataformas presentan dentro de la comunicación política. Para ello se propone examinar cómo los líderes utilizan las redes sociales para comunicarse con el público y a través de estas generar interacción con la ciudadanía. Además, analizar el papel que cumplen las redes sociales en la relación entre líderes y ciudadanos, considerando las implicaciones para la democracia y la participación política

Se ha realizado una revisión sistemática de documentos académicos relevantes. Los resultados de esta revisión servirán para desarrollar un contexto que permita comprender mejor el tema e identificar las brechas de conocimiento existentes en el campo. En base a las características del contenido que proporcionan estos ocho documentos, pueden ser agrupados en tres temáticas: el análisis de cómo las redes sociales influyen en la participación y decisión, cómo los líderes políticos usan las redes

sociales como estrategia y cómo las redes sociales han cambiado la dinámica de la comunicación política.

En un estudio sobre la formación y participación política de los jóvenes universitarios de México realizado por Lizárraga et al. (2020), se determinó que los jóvenes consideran a las redes sociales como un medio de difusión de información, sin embargo, no son usadas con frecuencia para fines participativos sobre política, sino que su uso se presenta de manera reactiva en momentos específicos como la etapa de elecciones. Esto sugiere que, a pesar de que las plataformas sociales son útiles para informar a la audiencia sobre política, se genera un interés superficial sobre ella, lo que perpetúa la falta de criterio propio al momento de juzgar las situaciones políticas actuales.

Por otro lado, Papakyriakopoulos et al. (2020) realizaron una investigación sobre cómo el comportamiento de los usuarios hiperactivos afecta la comunicación política en las redes sociales y cómo esto puede influir en el algoritmo de estas plataformas. Se demuestra que los usuarios hiperactivos juegan un papel importante en la política en redes sociales ya que generan una parte importante de la actividad en las páginas políticas. Sumado al caso anterior, este tipo de comportamientos tiende a generar un dilema: mientras las redes sociales amplían el debate político, también lo dividen y lo vuelven más emocional e irracional.

Zhuravskaya et al. (2020) realizan un análisis sobre los efectos de la política en Internet y las redes sociales, se indaga sobre cómo estas plataformas influyen en el comportamiento de las personas en la política, incluyendo el voto, las protestas y la difusión de información. Se concluye que las redes sociales tienen cierto impacto en la

movilización de los procesos políticos, aunque el origen de esta influencia puede variar y no siempre es directa.

Además, Benalcázar y Victoria (2021) realizan un análisis acerca del uso que se les da a las redes sociales en la política durante la campaña de la alcaldía de Quito en 2019. Se determina que las redes sociales tienen un gran impacto en la comunicación política actual, se identifican varias estrategias políticas, comunicacionales y publicitarias como la segmentación del electorado, y el uso de contenido visualmente atractivo. Lo que lleva cuestionar la ética detrás de dichas estrategias. ¿Hasta qué punto la personalización de mensajes y el uso de algoritmos manipulan la opinión pública en lugar de informarla? Es donde surge la necesidad de implementar medidas de control y de información más rigurosas en estas plataformas.

Berrocal et al. (2022) hicieron un estudio en el que se abordó el fenómeno del *politainment*, que se refiere a la fusión entre la política y el entretenimiento en el contexto de las redes sociales. Se analiza cómo la cultura pop se ha expandido en plataformas donde se generan contenidos que pueden ser más atractivos para audiencias menos interesadas en la política tradicional como memes y vídeos que tocan temas políticos de forma humorística. Aunque este fenómeno puede generar interés y participación en el debate político, se suele ignorar la importancia y seriedad que este conlleva.

En Ecuador, Quinde y Rodríguez (2024) realizan un análisis de la comunicación política en la red social Tik Tok durante las elecciones presidenciales de Ecuador en 2021. Se concluye que el contenido que se difundía estaba enfocado en el entretenimiento, utilizando recursos como memes y trends, no se encontró evidencia de una influencia significativa en el voto por lo que se considera que los políticos deben

encontrar un equilibrio entre el entretenimiento e información relevante para la toma de decisiones políticas.

Gilardi et al. (2021) realizan un estudio sobre el papel de las redes sociales en la agenda setting en el contexto suizo, analizaron cómo las redes sociales han cambiado la dinámica de la comunicación política e influyen en la atención que los medios tradicionales les dan a algunos temas políticos. Los resultados del estudio demostraron que la atención que se le daba a ciertos temas en Twitter, eran abordados por los medios tradicionales en los días siguientes. A pesar de que las redes sociales han ampliado el número de personas que pueden influir en la agenda setting, la influencia de los medios tradicionales sigue siendo significativa.

Por último, Andrade et al. (2020) realizan un estudio en el que se analizó 425 publicaciones de Twitter (ahora X) de los candidatos Iván Duque y Gustavo Petro durante la segunda vuelta presidencial de Colombia en 2018, su objetivo era comprender de qué forma los anuncios políticos influían en la opinión de los usuarios de esta plataforma. Se encontró una importante relación entre las características de los anuncios y la participación de los ciudadanos, lo que sugiere que ciertos tipos de anuncios pueden generar más apoyo e interacción que otros.

En base a los documentos revisados y tomando en cuenta las características de cada temática se puede concluir que, en primer lugar, los documentos relacionados con la temática de la influencia de las redes sociales en la opinión y participación pública señalan que, en efecto, las redes sociales tienen cierta influencia en la opinión y la participación ciudadana. Sin embargo, esta influencia es limitada y ayuda al acercamiento entre líderes y ciudadanos, los beneficios que las redes sociales proporcionan, como la

inmediatez y el libre acceso a la información, coexiste con riesgos como la polarización, el aumento de la desinformación y la manipulación de algoritmos. Por otro lado, en cuanto a la segunda temática de como los líderes políticos usa las redes sociales como estrategia, se determinó que los líderes políticos han adaptado sus estrategias de campaña a las nuevas tecnologías digitales, utilizando un lenguaje más informal y contenidos visualmente atractivos. Por último, sobre la temática de como estas plataformas han cambiado la dinámica política: las redes sociales han adquirido un papel importante en la construcción de la agenda pública, influyendo en los temas que los medios tradicionales abordan. La fusión entre política y entretenimiento, o politainment, ha transformado la forma en que los ciudadanos se relacionan con la política, aunque plantea interrogantes sobre la calidad del debate público. En general, las redes sociales ofrecen tanto oportunidades como desafíos para la democracia, y su impacto seguirá siendo objeto de estudio en los próximos años.

Introducción al fenómeno de las redes sociales en la política

Durante las últimas décadas, la forma en la que los líderes políticos se relacionan con sus seguidores ha tenido cambios notables debido a la irrupción de las redes sociales. Estos cambios imponen una nueva realidad, donde el acceso a la información se ha democratizado, dando pie a que todo tipo de personas puedan involucrarse en debates y discusiones que antes parecían reservados para grupos cercanos al poder. No obstante, este avance no ha sido lineal ni libre de desafíos. Para tener una mayor comprensión sobre cómo las redes sociales han llegado a ocupar este lugar, es necesario mencionar brevemente la historia de su evolución en el ámbito político, un proceso que ha cambiado la manera en que los políticos se presentan, y la forma en que se desarrollan las campañas y se moviliza a las masas.

Uno de los momentos clave en esta evolución se dio con la campaña presidencial de Barack Obama en 2008, un hito en el uso estratégico de las redes sociales. Obama y su equipo comprendieron que estas plataformas ofrecían una oportunidad única para conectar con una nueva generación de votantes jóvenes ya que, según Fuente (2010), los jóvenes pasan más de un 22% de su tiempo navegando en internet que viendo la televisión (como se citó en Benalcázar, 2021, p. 19). Esta campaña marcó un antes y un después en el ámbito político y sentó las bases para lo que se convertiría en la norma a nivel mundial. A partir de este punto, las redes sociales se establecieron como un espacio de interacción donde, según Gilardi et al. (2022), se permite a los líderes políticos manifestar con libertad sus preferencias políticas sin ningún tipo de restricción institucional y sin la necesidad de intermediarios como la prensa o los grandes medios de comunicación.

Este fenómeno ha provocado lo que muchos llaman una "democratización de la política" ya que, en las redes sociales, cualquier persona con acceso a internet tiene la posibilidad de opinar y debatir, lo que resulta conveniente ya que "Internet a menudo ayuda a informar a los votantes que no tienen otros medios para obtener información política" (Zhuravskaya et al., 2020, p. 419). Sin embargo, esta democratización trae consigo una serie de retos. Las redes sociales, al ser de naturaleza abierta y sin regulación estricta, han facilitado la proliferación de noticias falsas, desinformación y manipulación de la opinión pública. Así, lo que en principio parecía una herramienta para acercar la política a la ciudadanía, también ha mostrado su potencial para distorsionar la realidad y generar divisiones en la sociedad.

Otro de los grandes desafíos que presentan las redes sociales en la política es la polarización. El diseño de estas plataformas, basado en algoritmos que promueven contenido según los intereses de los usuarios, tiende a reforzar las burbujas ideológicas, haciendo que las personas interactúen casi exclusivamente con quienes comparten su visión del mundo. Un caso que ejemplifica este problema se puede ver fácilmente reflejado en Ecuador, donde la ciudadanía se ha visto dividida en polos opuestos durante años. En cada proceso electoral, una mitad del país se encuentra en el intento de perpetuar el legado del expresidente Rafael Correa, mientras la otra mitad procura evitarlo. Esto muchas veces provoca la elección apresurada y desinformada de cualquier candidato para el puesto. La polarización a menudo genera que las opiniones contrarias sean minimizadas o ignoradas, lo que a su vez alimenta la fragmentación del debate público y la radicalización de posiciones. Sin embargo, de acuerdo con Zhuravskaya et al. (2020), a pesar de que el internet y las redes sociales desarrollan mayor exposición a contenido afín

en comparación con las interacciones fuera de la red, no es evidente si esta exposición tiene un impacto real en la polarización política.

La política, al igual que otros ámbitos de la vida cotidiana, ha tenido que evolucionar para adaptarse a la velocidad y el dinamismo de las redes sociales, que han demostrado ser un espacio no solo para el entretenimiento, sino también para la formación de opiniones y la toma de decisiones informadas. De acuerdo con aseveraciones de Benalcázar (2021), en este contexto cambiante, los líderes políticos que comprendan que actualmente la comunicación política está estrechamente relacionada con las redes sociales y que estas permiten un acercamiento directo con los votantes tendrán más probabilidad de éxito en la promoción de sus campañas.

La influencia de las redes sociales en la toma de decisiones políticas

La aparición de las redes sociales en la política ha generado múltiples cambios y, a su vez, en cómo se configura la opinión pública. En el ámbito político se puede evidenciar como estas plataformas han creado nuevas formas de interacción, proponiendo una comunicación más cercana (Angarita y Velandia, 2022), han derribado las barreras tradicionales que separaban a los ciudadanos de sus representantes, convirtiéndose en herramientas clave para influir en el pensamiento colectivo y en las decisiones políticas que afectan a la sociedad.

La capacidad de los políticos para establecer una agenda y plantear los temas de discusión través de redes como Twitter ha permitido que el control de la narrativa pública esté al alcance de quienes logren dominar estas plataformas con mayor habilidad. Un claro ejemplo de esto es la "agenda setting", la cual Walgrave et al. (2008) define como la lista de temas a los que los participantes en la política eligen prestar atención (como se citó en Gilardi et al., 2022, p. 41), donde los políticos no solo deciden qué temas merecen la atención de la ciudadanía, sino también en qué tono deben ser discutidos. De este modo, se construye una imagen de éxito, liderazgo o incluso utilizan herramientas como el framing, un recurso cuyos efectos Oxley (2020) define como la manera en que se influye en la opinión política de una persona a través de un marco de comunicación. Este poder de moldear la percepción de la ciudadanía ha llevado a una mayor polarización, donde las opiniones parecen cada vez más encajonadas en extremos opuestos, dificultando el consenso y la discusión moderada.

El impacto de las redes sociales sobre la opinión pública no solo se ve reflejado en la forma en que se transmiten los mensajes políticos, sino también en la creciente influencia de fenómenos más complejos, como la "posverdad" y la proliferación de fake news. Las noticias falsas están estrechamente relacionadas con la posverdad, planteando un escenario donde los hechos son manipulados por creencias personales y emocionales (Castillo et al., 2021). Las redes sociales, al ofrecer un acceso libre y sin filtros a la información, han facilitado la propagación de noticias falsas que manipulan la realidad y afectan la toma de decisiones de las personas. Este fenómeno pone en riesgo la legitimidad de las democracias modernas, ya que la desinformación se convierte en una herramienta para manipular los resultados de procesos políticos y electorales (Zhuravskaya et al., 2020). El acceso masivo a las redes ha derivado en una especie de burbuja informativa, donde los ciudadanos tienden a consumir solo aquellas noticias que confirman sus creencias previas, lo cual, además de perpetuar la desinformación, intensifica la polarización social. La difusión de información falsa y la desinformación pueden deteriorar la confianza en las instituciones, además, estas plataformas pueden ser utilizadas para la difusión de ideas extremistas, trascendiendo e influenciando los ciudadanos (Zhuravskaya et al., 2020).

Esta combinación de desconfianza y polarización afecta a la opinión pública en general y tiene consecuencias en la calidad de las decisiones políticas que se toman. Un electorado mal informado o sesgado por datos falsos puede ser fácilmente manipulado para apoyar políticas que van en contra de sus propios intereses, lo que puede llevar a la implementación de medidas perjudiciales para la sociedad.

Mientras que en décadas anteriores la televisión y la prensa eran los medios principales para la transmisión de mensajes políticos, hoy en día las redes sociales permiten a los candidatos llegar a un público mucho más amplio y segmentado, con mensajes específicos para diferentes grupos demográficos. Esta capacidad de personalización es muy útil en contextos electorales, donde cada voto cuenta y las estrategias de comunicación deben adaptarse a las necesidades y expectativas de distintos sectores de la población.

La influencia de las redes sociales no solo se refleja en las estrategias y narrativas que emplean los líderes, sino también en cómo estas impactan en la opinión pública y en la interacción con los ciudadanos. Para ilustrar estas diferencias, se analizaron las publicaciones en X de Donald Trump y Gabriel Boric, dos líderes políticos que representan estilos de comunicación contrastantes, representados en una ficha de observación que detalla sus estrategias comunicativas, recursos utilizados, tonos discursivos y el impacto generado por sus mensajes.

Tabla 1

Comportamiento de líderes políticos en redes sociales

Fecha y hora	Líder observado	publicación	Criterio evaluado		Descripción observada	Interacción / respuesta del público
14 de noviembre de 2020	Donald Trump	“Operation Warp Speed is unequalled and unrivaled	Estrategia de comunicación	Exaltación de logros	Destacó los avances de “Warp Speed” en el desarrollo	Sus seguidores vieron el mensaje como

		anywhere in the world”	Tono del discurso	Triunfalista y competitivo	de vacunas, llamándolo un logro.	liderazgo efectivo mientras los críticos cuestionaban si la vacunación fue una compensación tardía por errores previos.
			Estilo	Casual		
			Recursos multimedia utilizados	Ninguno		
			Impacto en la opinión pública	Mediano impacto		
5 de enero de 2021 a las 16:06:45	Donald Trump	“The Vice President has the power to reject fraudulently chosen electors”	Estrategia de comunicación	Presión pública y desinformación	Este mensaje presionaba públicamente a Mike Pence para intervenir en la certificación de los resultados electorales.	Para muchos este mensaje fue una amenaza a la democracia y al proceso de transferencia del poder. La publicación y otros comentarios posteriormente fueron citados como
			Tono del discurso	Imperativo y confrontación		
			Estilo	Serio		
			Recursos multimedia utilizados	Ninguno		
			Impacto en la opinión pública	Fue controversial con un impacto significativo		

						evidencia del papel de Trump en incitar el asalto al Capitolio.
13 de agosto de 2023 a las 11:42	Donald Trump	“This is political persecution at the highest level. Judges and prosecutors are puppets!”	Estrategia de comunicación	Victimización	En su retorno a X, Trump reiteró la supuesta interferencia política en su contra, esto mientras enfrentaba múltiples casos legales.	Para sus seguidores refuerza la percepción de que él es un líder perseguido injustamente por desafiar el sistema, pero para otros esta publicación es una amenaza para la democracia al poner en duda la legitimidad de las instituciones judiciales y promover
			Tono del discurso	Combativo e incendiario		
			Estilo	Directo		
			Recursos multimedia utilizados	Ninguno		
			Impacto en la opinión pública	Impacto en la polarización		

						desconfianza en los procesos legales.
7 de octubre de 2023 a las 14:16	Donald Trump	“I’m the only one fighting for the forgotten Americans!”	Estrategia de comunicación Tono del discurso Estilo Recursos multimedia utilizados Impacto en la opinión pública	Populista Combativo y asertivo Casual Ninguno Generó apoyo y críticas	Esta publicación resalta su estrategia de campaña para 2024 de volver a conectar con sus votantes más leales y cuestionar instituciones políticas más tradicionales	Para sus seguidores es un mensaje que puede reforzar su lealtad, aunque también genero críticas de sus oponentes.
15 de octubre de 2024 a las 8:23	Gabriel Boric	“Hoy estuvimos en el bello Jardín Infantil y Sala Cuna Renacer de Quinta Normal, conmemoran	Estrategia de comunicación Tono del discurso Estilo Recursos multimedia utilizados	compromiso Tranquilo y amigable Informal Fotos	Boric destaca su compromiso con la educación en Chile al visitar un jardín infantil, conmemora	Muchos aplaudieron su compromiso o con la educación en Chile mientras que otros lo tacharon

		do los 160 años de la Educación Parvularia Pública, gran hito en la historia de Chile y en la protección de la infancia, pionero en Latinoamérica. [...]”	Impacto en la opinión pública	Mediano impacto	ndo los años que dicha institución lleva enseñando.	como una simple estrategia para blanquear su imagen de lo que ellos consideran un gobierno incompetente.
16 de octubre de 2024 a las 14:44	Gabriel Boric	“Santiago 2023 nos unió y demostró que el deporte es un gran camino para construir un mejor país. A un año de esa tremenda experiencia, la conmemoramos en todo Chile con	Estrategia de comunicación Tono del discurso Estilo Recursos multimedia utilizados Impacto en la opinión pública	Apela al sentimiento Casual Informal Video Poco impacto	En esta publicación se destaca la unión que les trajo el deporte, conmemorando con festivales en todo Chile.	Parte de los comentarios son de personas que agradecen al presidente por sus labores y por actividades como la que se menciona en el tweet, mientras que otros

		festivales, corridas familiares y parques nacionales abiertos. Pueden inscribirse en http://IND.cl ”				reclaman la inseguridad que vive el país.
22 de octubre de 2024 a las 10:17	Gabriel Boric	“Esta mañana nos reunimos junto al embajador de Chile en Argentina, José Antonio Viera-Gallo para revisar la agenda bilateral y los desafíos comunes de nuestros países”	Estrategia de comunicaci ón Tono del discurso Estilo Recursos multimedia utilizados Impacto en la opinión pública	De aspecto responsable Conciliador Casual Foto medio	Boric resalta su labor como presidente al reunirse con el embajador de Chile en Argentina.	Muchos de los comentarios fueron negativos, asegurando que a nadie le importa esta reunión mencionada en el tweet y que además solo finge trabajar mientras pierde el tiempo.
24 de octubre	Gabriel Boric	“Nuestro rol como	Estrategia de	Compromis o	En esta publicación	Muchos tacharon a

de 2024 a las	Gobierno es	comunicaci		boric hace	Boric de
	trabajar para	ón		varias	cínico e
	que la vida	Tono del	conciliador	declaracione	hipócrita,
	de todas y	discurso		s, como que	sugiriendo
	todos	Estilo	Formal	seguirán	que es
	nuestros	Recursos	Video	trabajando	cómplice de
	compatriotas	multimedia		en un Chile	lo que dice
	mejore. La	utilizados		más justo y	busca
	Ley de	Impacto en	medio	que están	erradicar.
	Cumplimient	la opinión		trabajando	
o Tributario	pública		en contra de		
es muestra			la violencia		
de aquello y			contra la		
seguiremos			mujer.		
trabajando					
con fuerza					
en un Chile					
más justo,					
seguro y					
solidario.					
[...]"					

Nota. Esta tabla muestra datos recopilados a través de la red social X (antes Twitter), que fueron analizados por medio de una comparación entre ambos líderes. Teniendo en cuenta los criterios desglosados en la tabla.

Estas publicaciones revelan estilos de comunicación y estrategias muy distintas. Trump recurre a un discurso combativo y populista, enfatizando la polarización y la victimización para movilizar a su electorado. Por ejemplo, mensajes como el del 13 de

agosto de 2023 refuerzan su narrativa de persecución política, apelando a las emociones fuertes de sus seguidores. Esto puede estar relacionado con su contexto cultural, ya que usa estrategias que suelen funcionar en el entorno que lo rodea. Aunque sigue existiendo una división de opiniones, es una narrativa que lo ayuda a mantener su carrera política en el ojo público. Lo que, a su vez, le otorga el éxito de ganar las elecciones presidenciales de 2025 en Estados Unidos.

Por otro lado, Boric adopta un tono más conciliador y tranquilo, procurando promover valores como la unión y el compromiso social, destacando temas de interés público como la educación y el deporte. Temas que, en el contexto cultural latinoamericano, son aspectos importantes para la ciudadanía. Es la imagen de humildad, amabilidad y humanidad que el público espera de un presidente. Que dé la atención que corresponde a los jóvenes, la educación, el país. No obstante, su enfoque, aunque más institucional, tiende a generar un impacto moderado en comparación con las respuestas polarizantes que provoca Trump.

Estas diferencias muestran cómo el contexto político y los objetivos estratégicos moldean el uso que los líderes le dan a las redes sociales, evidenciando la capacidad de estas plataformas para adaptarse a diversas narrativas y estilos, pero también los riesgos inherentes de polarización y crítica pública.

Ventajas de las redes sociales para la comunicación política

Una de las ventajas más notables es el mayor alcance y la rapidez con la que se puede difundir información política a través de estas plataformas. Las redes sociales permiten que las personas, sin importar su ubicación geográfica o sus recursos, puedan acceder casi de inmediato a noticias y cuestiones de interés público. En Hootsuite (2020) se menciona un informe digital de We Are Social en el que se asevera que un 53,6% de la población mundial tiene acceso a las redes sociales, del cual un 98,8% acceden diariamente desde su teléfono y se toman un aproximado de dos horas y media para navegar en ellas (como se citó en Angarita y Velandia, 2021, p. 9). Esto acerca a los políticos a un mayor número de personas y se convierte en un espacio donde medios de comunicación, políticos y consumidores tratan de usarla como un altavoz para comunicarse o provocar conversaciones que la audiencia no solo recepta, sino que también responde y reproduce (Berrocal et al., 2022). Esto es muy útil en el contexto político, donde la capacidad de reaccionar rápidamente ante sucesos o crisis es muy importante para los líderes, algo que no era posible con los medios tradicionales. El uso de estas redes en la política permite una interacción que resulta muy conveniente ya que “El soporte de la política es la comunicación, porque no existe política sin interacción” (Revelo, 2021, p. 11). Las redes sociales son una herramienta que permite a los políticos posicionarse como figuras más accesibles y conectadas con las preocupaciones de la gente. En este sentido, también han transformado por completo la manera en que se desarrollan las campañas electorales ya que la mayor parte de estas se llevan a cabo a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en espacios que son mayormente frecuentados por jóvenes (Revelo, 2021). Las estrategias de campaña

ahora se centran en la segmentación de la audiencia, lo que implica que los políticos pueden personalizar sus mensajes para grupos específicos de votantes, utilizando datos obtenidos a través de las redes para identificar preferencias e inquietudes de sus seguidores. Rúas y Casero (2018) notaron que la introducción de estas plataformas en la política provoca un doble efecto, por un lado, los actores políticos tienen más herramientas comunicativas y estratégicas y, al mismo tiempo, la audiencia cuenta con más mecanismos para producir sus propios contenidos y hacer parte de la discusión política (como se citó en Quinde y Rodríguez, 2024, p. 289).

Desventajas y riesgos del uso de redes sociales en la política

Aunque el uso de las redes sociales en la política aporta claras ventajas, también conlleva riesgos que ponen en peligro la calidad del debate democrático y la confianza en las instituciones. Uno de los desafíos más preocupantes es la manipulación de la opinión pública a través de la difusión de desinformación y noticias falsas, definidas por Catillo et al., (2021) como la alteración intencional de un hecho o la invención de un hecho ficticio con el fin de desinformar o confundir a la audiencia. La facilidad con la que estos contenidos se viralizan en plataformas como Facebook y Twitter puede provocar una percepción distorsionada de la realidad, donde las emociones y creencias personales toman mayor relevancia que los hechos objetivos. A esto se suma la formación de burbujas, producto de dos procesos enlazados; por un lado, la decisión personal y deliberada de rodearse de contenido que refuercen creencias preexistentes y por otro lado el algoritmo de estas plataformas que muestran constantemente contenido afín a los gustos personales de la gente con el objetivo mantener el uso prolongado y generar experiencias placenteras (Waisbord, 2020), lo que provoca una mayor polarización social. En lugar de fomentar el diálogo entre personas con diferentes puntos de vista, las redes sociales crean entornos en los que las opiniones se radicalizan y se acentúan las divisiones ideológicas. Por ejemplo, Conover et al. (2011) (como se citó en Stieglitz, S., et al., 2012) analiza un fenómeno en Twitter, a través de "menciones" y "retweets" en el que se descubre que los usuarios tienden a compartir mensajes (retweet) de personas que piensan igual, mientras que, al momento de discutir ideologías políticas con otros usuarios a través de menciones, lo hacen con personas que comparten diferentes puntos de vista. Este fenómeno, conocido como la formación de "burbujas informativas",

conduce a la fragmentación del discurso político. Al aislar a los usuarios en comunidades donde solo se exponen a ideas que refuerzan las suyas, las redes perpetúan narrativas sesgadas, dificultando el debate público. En lugar de fomentar una visión más amplia y diversa, las redes perpetúan narrativas sesgadas, haciendo más difícil la resolución de problemas complejos que requieren de consenso y colaboración entre diferentes participantes. Otro de los riesgos asociados con el uso de las redes sociales en la política es la amenaza a la privacidad y seguridad de los ciudadanos. Las campañas políticas se han vuelto cada vez más dependientes de técnicas como el microtargeting, el cual implica la recopilación y análisis de datos personales para enviar mensajes de carácter político personalizados (Zarouali, 2020). Esta técnica ha sido bastante utilizada en Estados Unidos (Kreiss, 2016) y recientemente países europeos como Reino Unido y Países Bajos (Anstead, 2017 ; Dobber et al., 2017) han adoptado esta técnica en sus campañas políticas (como se citó en Zarouali, 2020). Aunque estas prácticas pueden hacer que los mensajes lleguen de manera más efectiva a los votantes, también generan preocupación por el uso indebido de información privada. Las personas pueden sentirse invadidas y manipuladas al saber que sus datos son utilizados para predecir sus comportamientos electorales y persuadirlos de maneras sutiles. Por ejemplo, empresas como IBM y Meltwater agregaron la segmentación acorde con la personalidad a sus herramientas y ofertan este servicio a cualquier personalidad política dispuesta a pagar por ello (IBM, 2019 ; Meltwater, 2019), lo que puede generar manipulación ciudadana (como se citó en Zarouali et al., 2022) y provocar desconfianza no solo hacia los actores políticos, sino también hacia las plataformas tecnológicas que facilitan esta segmentación masiva. Además, la interferencia en procesos electorales mediante el uso de datos personales es un problema

que ha ganado visibilidad tras casos como el de Cambridge Analytica, donde la utilización de datos no solo violó la privacidad de millones de usuarios, sino que fue empleada para influir en elecciones clave a nivel mundial (Vercelli, 2018). Esto pone en evidencia cómo la falta de regulación y de transparencia en el uso de estas herramientas puede deteriorar la integridad de las democracias. Estos riesgos destacan la necesidad de desarrollar mecanismos más fuertes para disminuir los efectos negativos del uso de estas plataformas en la política. Educación mediática para combatir la desinformación, fomentar el diálogo entre perspectivas divergentes, promover la responsabilidad ciudadana y fortalecer las instituciones democráticas, son mecanismos que requieren el establecimiento de solidaridades importantes para restaurar el sistema social y comunitario, que permitan recuperar la confianza como condición crucial para avanzar en las nuevas formas de representación y acción política (Ardini, C., 2020).

Conclusiones

Las redes sociales no solo han modificado las dinámicas de poder al opacar, en cierta medida, a los intermediarios tradicionales como la prensa; también han introducido un nuevo ámbito donde la inmediatez, la interacción directa y la personalización del mensaje son elementos clave. La literatura revisada manifiesta un dilema: mientras las redes sociales facilitan el acceso y la participación, también representan un campo fértil para la polarización, la manipulación y la superficialidad en el discurso público.

Se evidencian diferentes enfoques en el uso de estas herramientas por parte de los líderes políticos. Algunos, como Donald Trump, han explotado las redes sociales como plataformas para la movilización emocional, basándose en estrategias polarizantes y de victimización. Otros, como Gabriel Boric, han optado por un discurso más institucional y humilde, enfocado en reforzar valores. Esta diversidad muestra que las redes sociales por sí mismas no son ni buenas ni malas; su influencia depende en gran medida del uso que se les dé y del nivel de conciencia crítica de quienes las utilizan. Son tanto una herramienta como un espejo de las prioridades políticas.

Es evidente que las redes sociales no han simplemente transformado el rol de los líderes políticos, sino que lo han puesto a prueba. Además, deben navegar en un espacio donde la credibilidad se disputa segundo a segundo. En este sentido, el impacto de las redes no se limita a la relación líder-ciudadano; afecta la calidad de las democracias, la formación de consensos y la construcción de narrativas públicas.

Por último, reflexionar sobre esto desde un contexto académico hace posible identificar una tarea pendiente: la necesidad de encontrar un equilibrio entre la innovación tecnológica y los principios democráticos. Es necesario seguir indagando en

los límites éticos y políticos de estas plataformas, abordar estos límites requiere de la colaboración de gobiernos, plataformas, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y ciudadanos para garantizar que su influencia contribuya a una relación más transparente, inclusiva y responsable. Por ejemplo, la sociedad puede poner de su parte informándose de manera más objetiva y crítica, mientras que las plataformas pueden mejorar su sistema de algoritmos para mostrar a sus usuarios contenido variado, evitando caer en lo repetitivo. Con la colaboración de todos estos elementos se puede construir una cultura política más eficiente, honesta y responsable.

Bibliografía

Andrade, C. F. O., Espinal, E. A., y Orejuela, H. A. R. (2021). Publicidad política y su incidencia en la participación de usuarios en redes sociales: elecciones presidenciales de Colombia, 2018. *Opinião Pública*, 26, 475-493.

<https://www.scielo.br/j/op/a/CsxLBS4Y9wVXNjWwS5bRr3d/>

Angarita, S., y Velandia, A. (2021). La marca personal en las redes sociales de un candidato en la campaña electoral en Colombia. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/10901/22269>.

Ardini, C. (2020). El uso del big data en política o la política del big data. *Comunicación y hombre*, (16), 225–240. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2020.16.604.225-240>

Berrocal Gonzalo, S., Quevedo Redondo, R., y García Beaudoux, V. I. (2022). Política pop online: nuevas estrategias y liderazgos para nuevos públicos.

<https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/187041>

Castillo-Riquelme, V., Hermosilla-Urrea, P., Poblete-Tiznado, J. P., y Durán-Anabalón, C. (2021). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (34), 87-108.

<https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.04>

Farkas, X. y Bene, M. (2021). Imágenes, políticos y redes sociales: patrones y efectos de las estrategias de comunicación política basadas en imágenes de los políticos en las redes sociales. *La revista internacional de prensa/política*, 26 (1), 119-142.

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1940161220959553>

- Fuente, J.R. (20210). Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: el impacto digital en los nuevos procesos de liberación y participación ciudadana. Universidad Complutense de Madrid, 143-164.
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M. y Müller, S. (2022). Redes sociales y establecimiento de agenda política. *Comunicación Política*, 39 (1), 39–60.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390>
- Hidalgo Chica, A. E., y Cedeño Moreira, C. L. (2022). Comunicación política en redes sociales durante la segunda vuelta electoral de Ecuador, año 2021: análisis del uso de la red social Facebook. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 7(1), 104-115.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5825838>
- Lizárraga, G. G., Henderson, G. O., y González, R. L. (2020). Jóvenes universitarios: ciudadanía, participación política y uso de redes sociales digitales. *EDMETIC*, 9(2), 70-91.
<https://journals.uco.es/index.php/edmetic/article/view/12695>
- Oxley, Z. (2020). Encuadre y toma de decisiones políticas: una visión general. *Oxford Research Encyclopedia of Politics* . <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.1250>
- Papakyriakopoulos, O., Serrano, JCM y Hegelich, S. (2020). Comunicación política en las redes sociales: una historia de usuarios hiperactivos y prejuicios en los sistemas de recomendación. *Redes Sociales y Medios Online* , 15 , 100058.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2468696419300886>
- Quinde, I. P., y Rodríguez, M. R. (2024). Comunicación política y redes sociales: la influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok. *Ñawi*, 8(1), 285-300.
<https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a15>

- Revelo Benalcázar, K. V. (2021). Uso político de las redes sociales: estrategias y contenidos utilizados por los candidatos César Montúfar y Jorge Yunda en las elecciones a la Alcaldía de Quito, período del 5 de febrero al 20 de marzo de 2019 (Master's thesis, Quito, EC: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador).
<https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/8120>
- Rúas, X., y Casero, A. (2018). Comunicación política en la época de las redes sociales: lo viejo y lo nuevo, y más allá. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 16, 21-24.
- Stieglitz, S., Brockmann, T. y Xuan, LD (2012). Uso de las redes sociales para la comunicación política. <https://www.researchgate.net/publication/259703948>
- Vercelli, A. (2018). La (des) protección de los datos personales: análisis del caso Facebook Inc.- Cambridge Analytica. In *XVIII Simposio Argentino de Informática y Derecho (SID)- JAIIO 47 (CABA, 2018)*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/71755>
- Waisbord, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista saap*, 14(2), 248-279.
<https://dx.doi.org/10.46468/rsaap.14.2.a1>
- Walgrave, S., Soroka, S., y Nuytemans, M. (2008). The mass media's political agenda-setting power: A longitudinal analysis of media, parliament, and government in Belgium (1993 to 2000). *Comparative Political Studies*, 41(6), 814–836.
<https://doi.org/10.1177/0010414006299098>
- Zarouali, B., Dobber, T., De Pauw, G. y de Vreese, C. (2022). Uso de un algoritmo de elaboración de perfiles de personalidad para investigar la microsegmentación política:

evaluación de los efectos de persuasión de los anuncios personalizados en las redes sociales. *Communication Research* , 49 (8), 1066-1091.

<https://doi.org/10.1177/0093650220961965>

Zhuravskaya, E., Petrova, M. y Enikolopov, R. (2020). Efectos políticos de internet y las redes sociales. *Revista anual de economía* , 12 , 415-438. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-081919-050239>