



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TÍTULO DEL ENSAYO

**DISCURSO POLÍTICO EN REDES SOCIALES Y SU PAPEL EN LA
CONSTRUCCIÓN DE LA ESTRATEGIA ELECTORAL DIGITAL**

AUTORA

MURILLO CUSME ANA MARÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN
Previo a la obtención del grado académico en**

MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN

TUTOR

PhD. DEL CAMPO SALTOS GILLERMO

Santa Elena, Ecuador

2026



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Acui. Mario Urgiles Pineda, PhD.
COORDINADOR DEL
PROGRAMA**

**Lic. Guillermo Segundo Del
Campo Saltos, PhD.
TUTOR**

**Lic. Gabriela Vélez
Bermello, Ph. D.
ESPECIALISTA**

**Lic. Norma Armijos
Triviño, Ph. D.
ESPECIALISTA**

**Ab. María Rivera González, Mgtr.
SECRETARIA GENERAL
UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN:

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por **Ana María Murillo Cusme**, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,



**Lic. Guillermo Segundo Del Campo
Saltos, PhD.
Tutor**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ana María Murillo Cusme

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, discurso político en redes sociales y su papel en la construcción de la estrategia electoral digital, previo a la obtención del título en Magíster en Comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Santa Elena, a los 16 días del mes de abril de año 2026



Firmado electrónicamente por:
ANA MARIA MURILLO
CUSME

Validar electrónicamente con FIRMADOC

Lcda. Ana María Murillo Cusme
C.I. 2450543364
AUTORA



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Ana María Murillo Cusme

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de la investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este informe de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Santa Elena, a los 16 días del mes de abril de año 2026



Firmado electrónicamente por:
ANA MARIA MURILLO
CUSME

Verificar electrónicamente con FARMEDCC

Ana María Murillo Cusme
C.I. 2450543364
AUTORA



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado Discurso político en redes sociales y su papel en la construcción de la estrategia electoral digital, presentado por la estudiante, Ana María Murillo Cusme fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 10 %, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | UPSE-ECU

COMPONENTE PRÁCTICO_EXAMEN COMPLEXIVO MURILLO

ID : 1e040ed08c64a923369356dd98f37769235e4042



10%

Textos sospechosos

Nombre del fichero : COMPONENTE
PRÁCTICO_EXAMEN COMPLEXIVO MURILLO.txt
Tamaño del archivo original : 49,86 kB
Número de palabras : 5839
Número de caracteres : 38386

Depositante : GUILLERMO SEGUNDO DEL CAMPO
SALTOS
Fecha de depósito : 7 de abril de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 7 de abril de 2026



Firmado electrónicamente por:
GUILLERMO SEGUNDO
DEL CAMPO SALTOS
Validar electrónicamente con FirmasDC

**Lic. Guillermo Segundo Del Campo Saltos, PhD.
C.I. 0914078340
TUTOR**

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a mis familiares que me impulsaron a realizar una maestría en comunicación, y demostraron su apoyo constante en el proceso, a los docentes por todo el aprendizaje impartido que fue guía para realizar este ensayo, de manera articulada al docente tutor por estar pendiente y ser guía en cada tutoría para poder culminar con éxito este trabajo.

Ana María Murillo Cusme.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por ser mi guía y mi sendero en cada decisión que tomo en mi vida, por iluminar el camino y llevarme de la mano, en segundo lugar, a mi hija María Belén que se ha convertido en mi fortaleza y mi motivación para seguirme preparando día a día, en tercer lugar, a mis padres que siempre han sido un apoyo en cada decisión que he tomado a lo largo de mi vida.

Y a todas las personas que durante este proceso han demostrado su apoyo constante.

Ana María Murillo Cusme.

ÍNDICE

TÍTULO DEL ENSAYO	I
TRIBUNAL DE GRADO	II
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA.....	VIII
Resumen	X
Abstract.....	X
Introducción	11
Fundamentos teóricos	13
Metodología	17
Análisis del discurso político digital en los cantones de Santa Elena	18
Tabla 1.....	19
Características del discurso político en entorno digitales.....	20
Redes sociales, política y democracia.	21
Campañas digitales y público electoral	23
Conclusiones	26
Referencias	28

Resumen

El presente ensayo analizó el discurso político en las redes sociales y su papel en la construcción de la estrategia electoral digital tomando como foco de estudio a los gobiernos locales de la provincia de Santa Elena. La investigación se desarrolló con un enfoque cualitativo, mismo que fue sustentado en revisión bibliográfica y análisis descriptivo del contenido digital publicado en sus redes sociales en el periodo electoral del 2023. Se examinaron elementos como interacción digital, frecuencia de sus publicaciones, tipo de discurso y conexión emocional con la audiencia. Los resultados evidenciaron que las redes sociales se han consolidado como herramientas estratégicas de la comunicación política, lo cual ha permitido fortalecer el posicionamiento, la cercanía y la persuasión electoral. Se concluye que el discurso político digital incide en la percepción pública y en la construcción de liderazgo político, aunque plantea desafíos relacionados con la veracidad de la información y ética comunicacional.

Palabras claves: Comunicación política, campañas electorales, democracia digital.

Abstract

This essay analyzed political discourse on social media and its role in the construction of digital electoral strategies, focusing on local governments in the province of Santa Elena. The research was developed using a qualitative approach, supported by a bibliographic review and a descriptive analysis of the digital content published on social media during the 2023 electoral period. Elements such as digital interaction, frequency of publications, type of discourse, and emotional connection with the audience were examined. The results showed that social media has become a strategic tool in political communication, enabling the strengthening of political positioning, closeness, and electoral persuasion. It was concluded that digital political discourse significantly influences public perception and the construction of political leadership. However, it also presents challenges related to the accuracy of information, misinformation, and communication ethics in digital environments.

Keywords: Political communication, election campaigns, digital democracy.

Introducción

En las últimas décadas la tecnología y la comunicación han presentado un avance y un desarrollo muy significativo, en este caso han convertido las redes sociales en una herramienta fundamental para la difusión y propagación del discurso político, ya que buscan generar un impacto exponencial y así mismo influir en el pensamiento electoral e incidir la opinión pública, de cierta manera el uso de estas herramientas son un factor clave para la construcción de estrategia electoral digital que tienen como finalidad crear un vínculo con las personas.

El presente ensayo tuvo como objetivo analizar la influencia del discurso político en redes sociales y su papel en la construcción de la estrategia electoral digital, para ello se estudió desde un enfoque comunicacional el contenido político en las plataformas digitales a nivel local en la provincia de Santa Elena, debido a que poseen la capacidad de intervenir en las opiniones y cambiar percepciones. En consecuencia, muchos postulantes y candidatos han aprovechado los avances tecnológicos para transformar las estrategias e innovar los procesos electorales logrando acaparar con facilidad la atención de su comunidad.

El alcance del trabajo se centró en realizar un análisis del discurso político en redes sociales como recurso para la construcción de estrategias que generan impacto en el electorado que consume lo digital como medio de información, recalando que las normas exigen campañas y procesos electorales libres, democráticos y transparente a través de mensajes, publicidad y demás que buscan llegar a un público de interés, agregando que en muchas ocasiones existe una propagación de información no regulada que debe tomarse en cuenta.

Por consiguiente, es importante determinar que la oratoria persuasiva, la comunicación digital y la conexión emocional incide en el posicionamiento de los políticos, agregando además que el apoyo que reciben no solo se deben a los discursos o propuestas sino por el gran impacto de su contenido en redes, en ese sentido el discurso político como una estrategia es un desafío importante que requieren seriedad, transparencia y sobre todo que favorezcan a la ciudadanía considerando los impactos que se pueden dar en el sistema democrático.

En consecuencia, el estudio brindó criterios teóricos para entender los procesos electorales mediante la comunicación o difusión de la información a través de las diferentes estrategias a nivel de campañas digitales, permite además garantizar el acceso a derechos vinculados al desarrollo cultural y tecnológico, así mismos aportes al conocimiento dentro de la academia, al determinar cómo el uso estratégico de la tecnología y los medios digitales generan incidencia en los procesos democráticos.

El ensayo se sustentó en un proceso de revisión literaria que aborda la conceptualización y características puntuales del discurso político en las redes sociales, así mismo la estrategia electoral digital con un enfoque comunicacional. Dicho marco teórico recogió la postura de autores con la finalidad de realizar un análisis crítico para la comprensión del problema incluyendo conceptos, estrategias, tipos e incidencias del discurso político en redes sociales. Agregando que se seleccionó comunicación organizacional como línea de investigación, determinando que los actores políticos buscan el apoyo de su comunidad a través de redes sociales como una estratégica de comunicación y de realce electoral

Finalmente, bajo el análisis de perspectivas y comparación con la realidad concluye que el discurso político en las redes sociales no es solo una herramienta estratégica sino también un eje clave para la interacción y conexión emocional con su audiencia en las diferentes campañas electorales gracias a su gran aporte en la difusión de medios digitales, determinando que una decisión sociopolítica requiere de recursos persuasivo de alto alcance para comunicar e incidir en la conciencia electoral.

El discurso político en redes sociales constituye una herramienta de persuasión que, en el contexto de los gobiernos locales de Santa Elena, ha transitado de la difusión informativa hacia la construcción estratégica de imagen pública, con implicaciones directas para la participación democrática local.

Fundamentos teóricos

Es relevante mencionar cómo el avance sustancial y el desarrollo del mundo moderno evoca una transformación social, cultural y generacional, en ese sentido, la tecnología, con todo lo que es y puede ser, ha marcado un paso transcendental en cómo la información recorre el mundo. El surgimiento de las redes sociales ha tenido un impacto significativo en la forma en que los actores políticos, pueden relacionarse con sus seguidores, público u opinión. En ese sentido, no es que los micrófonos o la comunicación directa quede de lado, sino más bien que, así como el mundo avanza la comunicación también lo hace, quitando del medio las barreras tradicionales, estas plataformas ofrecen nuevos canales de comunicación que abren un diálogo directo con los electores (Mancero, et al. 2023).

Discurso político

El discurso político según Fabbri y Marcarino (2020) no es un discurso simplemente orientado o destinado a llamar y a responder, a disuadir y a convencer; sino más bien un discurso es una forma de comunicación pública, oral o escrita, que busca relacionar ideas entre sus miembros, no sólo un medio para reproducir lo real sino la capacidad de un análisis lexical, sintáctico y retórico adecuado para llegar a sus destinatarios

Estrategia electoral digital

La estrategia electoral digital es conjunto de acciones, técnicas y herramientas que tanto los partidos políticos como candidatos pueden utilizar para dar a conocer su imagen o planes de trabajo, se ha constatado que una estrategia eficaz, bien planificada puede ayudar al triunfo electoral, de acuerdo con el número de interacciones o presencia en redes (López, 2024).

Comunicación política

La comunicación política de acuerdo a Barandiarán et al. (2020) es el intercambio estratégico de información, en ese sentido la labor orientada a la generación de creencias y opiniones sobre diferentes asuntos políticos, en donde el destinatario principal de la comunicación es la ciudadanía y los emisores principales de información son los propios políticos.

Es evidente cómo el acceso a la tecnología ha contribuido significativamente al desarrollo de la sociedad, particularmente en la forma de relacionarse y comunicar, al incorporar herramientas digitales eliminando brechas de tiempo y distancia. Acotando que la tecnología, al ir de la mano de la comunicación puede llegar más lejos, superando una simple interacción del emisor o receptor, puesto que también existe la posibilidad de comunicar una idea se maximiza.

Cuando hablamos de avance, entendemos que existen nuevas formas de comunicación, que se extienden a la participación e incluso a la organización de la política. En ese caso, la comunicación forma parte de las herramientas que la política maneja, siendo esto clave de la interacción entre el político y los electores o ciudadanía en general, por lo que se vuelve herramienta clave para los procesos de democratización (González, 2025). En la actualidad, las redes sociales son el medio de difusión más usado por las personas y empresas, por lo que varios sectores han adaptado estas plataformas a su favor y los actores políticos no son la excepción debido a que aprovechan el alcance para promover su participación en busca de una representación popular.

De acuerdo con Restrepo (2023) las redes sociales pueden y funcionan como amplificadores de la información o ecos en general, pueden actuar para generar opinión y a la vez ideas que, de manera ampliada, incitan a la ciudadanía a repensar las situaciones cotidianas, sobre todo en donde la política tiene incidencia, lo que mueve al electorado a revisar diferentes propuestas que, al tener un flujo constante como noticias, anuncios, publicidad, se vuelve tedioso discernir qué es bueno, malo, verdad o mentira.

Tanto los aspirantes como los actores políticos ya posicionados usan las plataformas digitales como medio de comunicación de propuestas o actividades en función a sus competencias no solo con la intención de informar sino también para promover e impulsar la percepción de su imagen, sin embargo, ante la dificultad de tener mucha información la ciudadanía debe desarrollar la capacidad de separar lo bueno de lo malo, lo real de lo irreal, la ciencia de la ficción, por lo que, al momento de recibir, revisar o informarse por redes sociales, existirá un riesgo de aceptar una verdad por mentira o a su vez una situación irreal como real.

En el contexto de la estrategia electoral digital, el discurso político ha evolucionado hacia modelos de comunicación directa, Vidrio (2020) en su estudio al discurso político en la era digital destacó que Trump en su última campaña presidencial en Estados Unidos, identificó que el actor político cambia la forma tradicional de transmitir un mensaje, su estrategia se basó en la creación de un ciclo informativo propio a través de redes sociales, lo que le permitió comunicarse sin intermediarios con su audiencia implementando estrategias emocionales y deslegitimación a sus oponentes caracterizándose por usar etiquetas descalificativas dividiendo a la población entre patriotas y enemigos.

El candidato complementa su discurso político por medio de un ciclo informativo propio a través de redes sociales donde se controla el enfoque y el tiempo de la información, reduciendo los intermediarios como periodistas, la televisión y la prensa se eliminan filtros y se coloca en tela de duda no solo la verdad sino también la democracia.

En contraste, los medios y plataformas de redes sociales en China sobre el turismo han optado por fortalecer mecanismos de regulación, por ejemplo, China a finales de octubre del 2025 implementó regularizaciones de administración, estas regulaciones exigen el cumplimiento de criterios como la acreditación profesional, la responsabilidad ética y legal, y la verificación de fuentes, con el objetivo de garantizar mayor transparencia en la información difundida.

Restableciendo que para tratar temas sensibles los creadores deben cumplir con tres pilares fundamentales y obligatorios como la acreditación de títulos profesionales, asumir la responsabilidad ética y legal del contenido en las plataformas, además de referenciar la fuente para garantizar la transparencia, (Zhou, 2025).

En consecuencia, las normativas de discurso que tratan de regular la difusión de publicidad o noticias que deben ser verificadas antes de emitirse, debido a que pueden inducir de manera efectiva al electorado y público en general a una posición sobre una idea u otra, por lo que es necesario garantizar por parte de las autoridades competentes el derecho a información verídica.

La comunicación política inherentemente se encuentra en cambio, es decir, en un proceso de evolución constante, que, si bien llega a masas también llega a grupos y sectores controlados por medio de la comunicación multimediática, una realidad que atañe no solo al primer mundo sino también a nuestro país, por medio de entornos y plataformas digitales que pueden en su momento desinformar (Benítez et al, 2022; Medina, 2022).

En los últimos años, las redes sociales han tomado mayor realce, no solo por su capacidad de entretenimiento, sino también por su alcance al lograr difundir información de manera rápida y accesible a diferentes grupos. A nivel nacional, desde la perspectiva política son muchos los actores que han usado las plataformas digitales para transmitir su discurso e impulsar su reconocimiento, presentar sus planes de desarrollo, exponer su postura crítica y conectar con su público como parte de su estrategia electoral al persuadir e influir no solo en el pensamiento sino también en su capacidad de decisión en las masas, lo que conlleva a su posicionamiento.

Además, Hidalgo y Cedeño (2021) analizan la red social Facebook como medio de comunicación política durante la segunda vuelta electoral, enfatizando que el avance de la tecnología ha obligado a las comunidades a transformar la forma de comunicarse. Agregando que la política ecuatoriana no es la excepción puesto que los candidatos se han adaptado a las nuevas formas de difundir información, estableciendo que un efectivo marketing político esencialmente las actividades y el discurso promueven una gran oportunidad en el proceso electoral para acercarse a un mayor número de personas, además de crear vínculos con la población para alcanzar objetivos.

A nivel local, las redes sociales como Facebook, X e Instagram son los medios digitales más utilizados por los actores políticos para comunicar acciones, decisiones y eventos donde regularmente exponen sus discursos políticos. En épocas de campañas electorales se vuelven un recurso estratégico de comunicación para divulgar sus posturas y propuestas de manera clara y la vez persuasiva demandando tanto a la identidad sociocultural para una conexión emocional.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de carácter descriptivo y analítico, orientado al estudio del discurso político en redes sociales y su incidencia en la construcción de estrategias electorales digitales en los gobiernos locales de la provincia de Santa Elena. Como técnica de investigación se aplicó la revisión bibliográfica de artículos científicos, tesis y documentos académicos relacionados con comunicación política, marketing digital y democracia en entornos virtuales. De manera complementaria, se realizó una observación digital de contenido publicado en redes sociales oficiales de autoridades cantonales.

Los casos de estudio fueron seleccionados considerando a los alcaldes electos en las elecciones seccionales de Ecuador del 5 de febrero de 2023 correspondientes a los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas, debido a su relevancia política y nivel de actividad comunicacional en plataformas digitales. Las plataformas analizadas fueron Facebook e Instagram, seleccionadas por ser las redes sociales de mayor utilización dentro de la comunicación política local. El periodo de observación comprendió publicaciones realizadas entre mayo de 2023 y marzo de 2026.

Para el análisis se consideraron indicadores como:

- Número de seguidores,
- Tipo de contenido difundido,
- Reacciones generadas,
- Frecuencia de interacción

La información recopilada fue organizada mediante cuadros comparativos y posteriormente interpretada a través de un análisis crítico-comunicacional, permitiendo identificar patrones de posicionamiento, interacción digital y construcción de imagen política en entornos virtuales.

Análisis del discurso político digital en los cantones de Santa Elena

En el contexto local, se identifica que en efecto las redes sociales se han convertido en su principal medio de difusión para los alcaldes de los tres cantones de la provincia de Santa Elena, quienes han utilizado diversas plataformas propias y mediáticas, no solo a lo largo de su proceso de selección electoral, sino también como el medio de comunicación de sus actividades implementado estrategias de marketing digital para acaparar la atención de sus colectivos, acción que los acerca a su comunidad, transformando la política de un proceso antiguamente estructurado a un proceso más democrático de participación y rendición de cuentas.

En la provincia de Santa Elena los candidatos a puesto públicos como los alcaldes cantonales implementan su discurso político en diferentes métodos de campaña electoral, utilizando estrategias de comunicación inicialmente tradicionales y digitales, como reuniones con interesados, sesiones solemnes, entrevistas en ruedas de prensa, caravanas, visitas puerta a puerta e incluso en eventos culturales como conciertos, todas estas actividades son registradas o retransmitidas a través de medios digitales particularmente redes sociales donde el discurso toma mayor fuerza, exposición e incidencia.

En la actualidad, los alcaldes de la provincia de Santa Elena utilizan las redes sociales como en una pieza central de su estrategia de interacción con el público. Esto a través de publicaciones regulares, videos en vivo y respuestas a comentarios, los alcaldes crean un canal bidireccional que permite no solo informar, sino también escuchar y responder a las necesidades de su comunidad, lo que genera un sentido de cercanía, pertenencia y fortalece la legitimidad de su liderazgo.

Tabla 1

Comparación de interacción digital de alcaldes en Facebook en Santa Elena

Elaboración propia.

Alcalde	Seguidores en Redes Sociales	Reacciones en Publicación	Tipo de Contenido	Frecuencia de Interacción
Alcalde de La Libertad	102 mil	2 mil	Gestión local (invernal)	Alta (respuestas y videos)
Alcaldesa de Santa Elena	58 mil	668	Gestión local (invernal)	Media (publicaciones semanales)
Denisse Córdova (Salinas)	38 mil	223	Gestión local (invernal)	Baja (publicaciones esporádicas)

Elaboración propia.

Fuente: Observación de cuentas oficiales de Facebook de las autoridades cantonales de Santa Elena, La Libertad y Salinas, realizada entre enero y marzo de 2026.

Criterios de análisis: Número de seguidores, nivel de interacción, frecuencia de publicaciones, tipo de contenido político difundido y nivel de respuesta ciudadana.

De acuerdo con la observación en la provincia de Santa Elena, se ha notado que los alcaldes cantonales utilizan Facebook como una pieza clave en su estrategia de interacción con el público. A través de publicaciones frecuentes, transmisiones en vivo y respuestas a comentarios, se genera un canal bidireccional que va más allá de la simple difusión: permite un diálogo activo con la ciudadanía. Por ejemplo, al analizar las interacciones, se observó que el alcalde de La Libertad, con 102 mil seguidores, obtuvo alrededor de 2 mil reacciones en una publicación sobre la situación invernal, mostrando un alto grado de conexión con su audiencia.

Características del discurso político en entorno digitales

De acuerdo con Rica y González (2020) existen algunos retos, roles o características de la comunicación política, pero esta tiene una función muy clara, no como objetivo principal, pero sí como misión, y es la de lograr convencer a sus espectadores, donde encontramos una estructura bidimensional, tanto de los políticos hacia los electores como de los electores y su opinión hacia los políticos.

Aunque en la realidad el discurso político tradicional pareciera proyecta mera información, mas no un diálogo en doble vía, solo percepciones, que a fin de cuentas tendrá incidencia de carácter democrático, ya que muchas de las réplicas por parte de la audiencia o electorado no siempre van a tener llegada a quienes generan el discurso; no obstante, el uso de estos medios o formatos se abren nuevas formas de receptor información que pueda traducirse en nuevos discursos o estrategias.

Así mismo Hidalgo et al. (2024) en su análisis al discurso político determinan que ciertos candidatos o actores con roles adaptan mensajes asociados a contextos de polarización, es decir que incita a la división de la opinión pública a favor o en contra, acentuado la desconfianza al tejido político por medio de la desafección ciudadana y crisis institucional, sea por decisión propia o impuesta por su partido político, remarcando que es una estrategia de comunicación claves que con características emocionales, lenguaje inclusivo y una narrativa crítica tiene el poder de legitimar y movilizar apoyo.

Hoy en día existen otras características importantes que caben mencionar sobre y en torno al discurso político, ya que se vuelve no solo un conjunto de argumentos o palabras, porque son la influencia indirecta sobre una audiencia, en ese sentido, la estrategia y la forma son el timón que guía la consecución de un objetivo político.

Por su parte Gallardo et al. (2022), destaca que el ser y deber ser de toda figura política es fundamental, sobre todo cuando tiene la capacidad de mover masas hacia un determinado ideal, por medio de la exposición del discurso se logra incidir sobre el público y en futuros cercanos intervenirlos, recalando que la comunicación es una

estrategia herramienta estratégica que acerca y empodera a las diferentes comunidades, en este mismo sentido, un discurso político emitido por redes sociales no solo tiene la disposición de informar sino también de transformar a la audiencia y el electorado digital.

En esta línea, la capacidad de argumentación es una de las características clave del discurso en los espacios digitales, debido a que en estas plataformas el público o la audiencia tiene la posibilidad de interactuar, comentar y compartir en tiempo real sus opiniones con base en la calidad del contenido y mensaje emitido.

En definitiva, las características del discurso político en el ámbito tecnológico describen un óptimo escenario de desarrollo comunicacional, al consolidar que estos nuevos formatos de esparcimiento de información promueven la participación, interacción, la conexión emocional y narrativas de identidad política, además de la desintermediación de los medios tradicionales para incorporar la rápida accesibilidad de plataformas como Facebook, X e Instagram

Redes sociales, política y democracia.

En el contexto digital actual, la política ha entrado a hacer campaña masiva por medio de las redes sociales, hablamos de Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Telegram, entre otras. Estas plataformas digitales son usadas por todo el mundo desde los diferentes sectores, como el político, industrial, sanitario, económico, para sus diferentes actividades.

Para Bravo et al. (2023) las redes sociales son una técnica actualizada que fortalece las campañas electorales de manera digital, al demostrar que el auge de las redes sociales permitió un mayor alcance del discurso político al promover nuevos canales de comunicación entre los candidatos y su público, eliminando barreras democráticas con espacio de socialización, participación, transparencia y rendición de cuentas, recalcando que las redes sociales no pueden sustituir otros mecanismos de gobernanza.

Con base en lo expuesto, se puede determinar que el campo político, por medio de las plataformas digitales adquiere un valor extra en la comunicación y la democracia, ya que no solo se comparte información a través del discurso, sino que también genera espacios de diálogo, oportunidades de participación y capacidad de elección política.

Desde otra perspectiva, el artículo 16 y el artículo 95 del derecho constitucional del Ecuador fomentan la libertad de expresión, recalcando que el acceso y el proceso de la democracia juegan un rol fundamental en situaciones de controversia social. Para ello debe tomarse en cuenta la pluralidad de formas de comunicación, es decir, desde una comunicación ética manifiesta de manera clara acuerdos, intereses y compromisos, los que se muestran desde fundamentaciones morales, pero, sobre todo, de la comprobación de lo coherente, que, en su caso por medio de medios digitales y redes sociales, no se logra ver con claridad (Mancero et al. 2023).

Por ejemplo, en la política sudamericana, de manera puntual en nuestro país Ecuador, la mayoría sino todas las figuras políticas utilizan las redes sociales como estrategia ineludible para exponer propuestas de campaña electoral, en ese sentido una de las plataformas más utilizadas es TikTok. Ahora bien, en algunas ocasiones estas plataformas se vuelven medios oficiales de comunicación, sobre todo para lograr la formación de una opinión pública que se contrastará con los resultados y también más adelante en la puesta en marcha de todo lo que se expuso en redes, pero ya en democracia con impacto real en la sociedad (Posligua y Ramírez, 2024).

Como ya se ha expuesto, la política es un conjunto de acciones que rige las decisiones que tiene como finalidad la satisfacción de necesidades sociales y derechos fundamentales, por lo que el uso de las redes sociales en este ámbito como medio de comunicación genera aportes positivos al acercar los actores políticos a su comunidad.

De acuerdo con Tello (2024) la política, las redes sociales y la democracia desde la perspectiva del constitucionalismo transformador, busca mejorar los derechos, la justicia social e inclusión, en ese sentido prevé una sociedad más justa y equitativa, lo cual, desde nuestra temática, puede sentirse distante a una realidad tangible y quedarse solo en esa realidad virtual. No solo hablamos de discursos, ideas y posturas a nivel

político, sino desde una comunicación asertiva por parte de ellos y del uso correcto de los medios y estrategias digitales, que llegan a la sociedad en general, pero que buscan ser un puente positivo entre las propuestas y la realidad.

Campañas digitales y público electoral

En efecto, la tecnología ha incorporado diversas herramientas para la optimización de recursos y el desarrollo multidimensional. En el contexto social, precisamente en el tejido político las redes sociales han logrado ampliar la cobertura a través de campañas digitales llegando a un mayor número de electores de diversos grupos en comparación con los medios tradicionales los cuales no podría medir con exactitud el alcance.

Particularmente, en el proceso electoral las campañas son una pieza clave para el reconocimiento y, por ende, el posicionamiento, el uso de las plataformas digitales como un medio de transmisión de liderazgo político es una herramienta estratégica debido a su rápida propagación, reacción y respaldo de posibles electores, las cuales además buscan orientar a las audiencias a una u otra postura ideológica, (Andrade et al. 2020).

Las campañas digitales están estructuradas por un conjunto de acciones que tienen como finalidad obtener el apoyo de los votantes, he allí el importante desarrollo de actividades y la implementación de un discurso político efectivo que conserven los ciudadanos que simpatizan con el candidato, que motiven al votante como su mejor opción a través de las propuestas para la elección y transformen el pensamiento a su favor a través de la comunicación.

En este sentido, el contenido o mensaje transmitido para acaparar electores debe ser claro, directo y conciso, puesto que al no aplicar estas y otras características en las publicaciones de las redes sociales, es complejo que la audiencia comprenda el objetivo y, por ende, su elección, añadiendo que la información regularmente va acompañada de otros elementos, ya que existen diferentes tipos de audiencias, horas específicas y también tipos de contenido que pueden impactar y volverse tendencia (Briñol et al.2015; Borja, 2022).

El contenido y especialmente el discurso político debe cumplir con características apropiadas para su difusión, contextualizando la edad el medio y el lugar, puesto que es importante la adaptación de la información para cumplir con los objetivos de comunicación, el uso de las herramientas digitales para la divulgación de metas y propuestas están expuestas a una rápida interacción con el público a través de reacciones, comentario y críticas.

Por lo consiguiente Fernández (2022) indica que a nivel digital podríamos pensar que los riesgos se minimizan por el hecho de que la virtualidad a diferencia de riesgos que atañen al medio ambiente o seguridad pública son nulos, por el contrario, los riesgos de gobernanza digital aumentan porque se exponen las libertades, la opinión pública y sobre todo los derechos a la dignidad, en respuesta deberían intervenir de manera articulada un conjunto de instituciones mediante la implementación de políticas preventivas y la reducción de vulnerabilidades de los datos.

Con el uso de las plataformas digitales, tanto los actores políticos como los usuarios de las plataformas digitales están expuestos a la aceptación y rechazo, por un lado, con el reconocimiento a través de las propuestas y, por otro lado, a la transgresión de los datos personales.

Adicionalmente, González, (2022) menciona que la libertad de expresión que es atravesada por este tema en cuestión ya que la dificultad de limitar los discursos que pueden lesionar valores, principios y bienes de la convivencia , en un contexto de crisis política, acrecentado la pregunta de si en torno a los discursos políticos que se manejen por cualquier medio incluyendo las redes sociales pueden o no definirse como discursos políticos intolerantes, poniendo sobre la palestra cuales serían los mecanismos que posibiliten la protección de la dignidad y los valores en este medio.

Si bien las diferentes interrogantes quedan expuestas es necesario reconocer que en la actualidad el discurso político se ha transformado para bien o para mal, en la capacidad de las redes sociales de amplificar un mensaje, no solo siendo utilizadas como medios de propagación sino articuladas como estrategias de marketing, posicionamiento de

imagen y sobre todo en la actualidad a nivel político, ubicación de ideologías y posturas políticas que logran desde la virtualidad un impacto en la realidad, no solo para aquellos que forman parte de la audiencia o electorado digital, sino incluso para aquellos que ni siquiera la consumen, lo cual nos lleva a la reflexión de la importancia del papel que juega las redes en base a la comunicación en nuestro contexto personal, social y político.

De acuerdo a la postura que se ha manejado dentro del desarrollo de este análisis en torno a que el discurso político en redes sociales constituye una herramienta de persuasión en el contexto de los gobiernos locales de Santa Elena, se presenta un análisis formal de los discursos políticos de las autoridades cantonales de la provincia de Santa Elena, basado en su actividad en plataformas digitales.

En primer lugar, Francisco Xavier Tamariz Guerrero, alcalde del cantón La Libertad, electo en 2023, registra 102 mil seguidores en Facebook y 26 mil en Instagram, destacándose por una intensa publicación sobre su gestión, obras y acciones sociales, utilizando un discurso narrativo que genera conexión emocional con su comunidad, apoyado en técnicas de marketing digital y político.

De manera similar, Dennis Córdova Secaira, alcalde de Salinas, también electo en 2023, alcanzó el mayor porcentaje de votos; sin embargo, su presencia digital es más reducida 38 mil seguidores en Facebook y 14 mil en Instagram y su contenido es mayormente informativo, centrado en obras y gestiones administrativas, manteniendo una estrategia basada en prácticas tradicionales como caravanas y visitas puerta a puerta.

Por último, María del Carmen Aquino Merchán, la primera mujer alcaldesa de Santa Elena, electa en 2023, cuenta con 58 mil seguidores en Facebook y 945 en Instagram, destacando por una activa gestión en redes, donde promueve acciones comunitarias y obras, adoptando un discurso claro, directo y emocional, el cual ha sostenido desde su campaña.

Conclusiones

El presente ensayo de investigación académica abordó la temática del discurso político como una estrategia electoral, el cual tras una amplia revisión literaria y bibliográfica a nivel internacional, nacional y local, se logró determinar que existe una significativa influencia entre ambas variables de investigación, puesto que el discurso político al ser una de las herramientas de persuasión crítica y emocional más utilizadas en el proceso de campaña electoral para incidir en el pensamiento, percepción y la lección de los electores, agregando en los últimos años el componente tecnológico a través de las redes sociales y plataformas digitales ha impulsado la difusión de información no solo del discurso sino también de las acciones complementarias de los actores políticos .

Entre los hallazgos más importantes en relación a la temática planteada se identifica que desde el enfoque de comunicación el discurso político cumple con una serie de características para lograr sus objetivos que es captar votos de la población, determinando que debe ser claro y preciso para que las personas lo puedan comprender, la información y tomar la decisión de apoyar o no su candidatura , asimismo las particularidades de persuasión no solo implica influir o imponer ideas políticas ideológicas sino que también debe establecer conexiones emocionales con la audiencia, agregando que al usar redes sociales para su difusión debe contar con estrategias de marketing político digital, lo que implica la adaptación de contenido y formatos apropiados para un público multigeneracional.

En el ámbito local, se identificó que los alcaldes de la provincia de Santa Elena emplean las redes de manera activa, adaptando sus discursos a las dinámicas digitales. Francisco Xavier Tamariz Guerrero, alcalde de La Libertad, combina una narrativa emocional y una frecuente presencia en redes, logrando un alto grado de conexión con su comunidad. Por su parte, Dennis Córdova Secaira, alcalde de Salinas, aunque basó su campaña en métodos tradicionales, mantiene una interacción estable, centrada en la información sobre su gestión. María del Carmen Aquino Merchán, primera alcaldesa de Santa Elena, combina una gestión activa en redes con un discurso claro y adaptado, generando cercanía y legitimidad.

En términos generales, el estudio destaca que la combinación del discurso político con estrategias digitales no solo incrementa el alcance de las campañas, sino que favorece una participación más informada y crítica. Así, el impacto del discurso, apoyado en la tecnología, permite no solo persuadir, sino también generar una ciudadanía más comprometida, consciente de sus decisiones y del rol del discurso en la democracia.

Referencias

- Andrade del Cid, P., Flores González, R., & Pablo Contreras, M. (2020). Comportamiento de las comunidades digitales en Twitter durante las elecciones México 2018. *Revista de Comunicación*, 19(1), 19-36. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/1637>
- Barandiarán, X., Unceta, A. y Peña, S. (2020). Comunicación Política en tiempos de Nueva Cultura Política, *Icono* 14, 18 (1), 256-282. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1382>
- Benítez, V. A., Aguirre, P. R., & Neira, G. B. (2022). Política 2.0 en Ecuador. Análisis del discurso y la comunicación política en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 10.
- Briñol, P., Horcajo, J., & Martín, M. (2015). Cambio de actitudes: determinantes, procesos y consecuencias. En J. M. Sabucedo, J. F. Morales, (Comps.). *Psicología Social* (pp. 137-157). Editorial Médica Panamericana.
- Borja-Orozco, H. (2022). Consumo político: estrategias de comunicación basadas en el voto ideológico y de rendimiento. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 54, 12-22.
- Bravo, J., Larrea, C., Ruales, R. (2023). Redes Sociales y Política 2.0: Nuevas Técnicas de Campaña en la Era Digital. *Revista Enfoques de la Comunicación* N° 10.
- Fabbri, P. y Marcarino, A. (2020): «El discurso político». *deSignis*, (33): 23-36. <https://doi.org/10.35659/designis.i33p23-36>
- Fernández, J. V. (2022). La gobernanza de los riesgos digitales. *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 14(1), 489-503.
- Gallardo, M. V., Duque, Á. E. A., Gomes, T., & Daza, D. A. (2022). De la comunicación académica al discurso político en torno al COVID-19, en las ciencias políticas. *Revista de ciencias sociales*, 28(5), 313-330.
- González Galán, F. (2025). Impactos de las innovaciones democráticas digitales en los partidos políticos: los miedos de incomunicación a través del marketing electoral digitalizado. *Colombia Internacional*, (123), 31-59.
- González, M. H. (2022). Libertad de expresión y discurso político intolerante. *Revista Estudios Jurídicos. Segunda Época*, (22).
- Hidalgo Chica, A., & Cedeño Moreira, C. (2022). Comunicación política en redes sociales durante la segunda vuelta electoral de Ecuador, año 2021. Análisis deluso de la red social Facebook. *ReHuSo. Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*,

- Hidalgo, A., Gallardo, D., Soto V., (2024). Análisis del Discurso Político en Facebook e Instagram de la Parlamentaria Andina Verónica Arias en la Percepción Ciudadana de los Ecuatorianos Durante el Periodo Enero - Diciembre 2024. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*.
- López Ponce, Marcela (2024). Uso de estrategias digitales por parte de candidatos presidenciales. El caso de la campaña presidencial Colombia. Tesis Doctoral defendida en la Universidad de Sevilla. <https://hdl.handle.net/11441/158417>
- Mancero, J. B., Naranjo, C. L., Parreño, R. R., & Cárdenas, A. V. (2023). Redes sociales y política 2.0: nuevas técnicas de campaña en la era digital. *Revista enfoques de la comunicación*, (10), 24-73.
- Medina, F. T. M. F. T. (2022). Campañas electorales redes sociales y fake news. *Revista Especializada Justicia Electoral y Democracia*, 5(6).
- Posligua Quinde, I., & Ramírez Rodríguez, M. (2024). Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok. *Ñawi: arte diseño comunicación*, 8(1), 285-300.
- Restrepo, C. (2023). Redes sociales y participación política en las elecciones presidenciales de 2022 en Colombia. *Análisis político*, 36(106), 133-164.
- Rica, M. L. C., & González, A. A. L. (2020). El miedo como recurso persuasivo en el discurso político. *Debates contemporáneos sobre poder, política y medios de comunicación*, 83-114.
- Tello, A. (2024). La democracia en extensión. La vocación transformadora del Tribunal Electoral. *Constitucionalismo Transformador Electoral. Constitucionalismo Transformador Electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación*, 2024.
- Zhou, K. (2025). Nuevos medios y plataformas de redes sociales en China sobre el turismo en España y su influencia en los ciudadanos chinos.