UTPL | Vinculación con la Sociedad

UTPL La Universidad Católica de Loja

Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas
Universidad Técnica Particular de Loja



Revista de Ciencias Políticas

POLÍTICA Y POLÍTICAS

Volumen IV
2025

Activismo Político digital y su influencia en la participación electoral en Ecuador: caso de las elecciones anticipadas del 2023

Autor:
Viterbo Alexander Figueroa Guaranda

Revisora:
Nicole Lilibeth Valarezo Conza

Agosto
2025
Loja-Ecuador

UNA PRODUCCIÓN ACADÉMICA DESDE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS

Tema: Activismo Político digital y su influencia en la participación electoral en Ecuador: caso de las elecciones anticipadas del 2023.

Autor: Viterbo Alexander Figueroa Guaranda

Revisora: Nicole Lilibeth Valarezo Conza

Presentación de la Revista

La revista académica-estudiantil Política y Políticas constituye un aporte valioso de los estudiantes de la Maestría en Ciencias Políticas con mención en Políticas Públicas de la UTPL, orientado a fortalecer el diálogo entre la academia, el ámbito profesional y la sociedad.

En esta cuarta edición, correspondiente al año 2025, invitamos a los lectores a explorar sus contenidos en formato digital. Los artículos aquí reunidos ofrecen análisis críticos y miradas innovadoras que buscan enriquecer el debate, fomentar la reflexión y aportar soluciones a los desafíos contemporáneos en el campo de la política y las políticas públicas.

Equipo Editor:

Nicole Valarezo / Coordinación.

Boris Ochoa / Coordinación

Docentes revisores:

Maleny Gabriela Reyes Conza

Jorge Alberto Maldonado Ordoñez

Silvana Esperanza Erazo Bustamante

Israel Patricio Celi Toledo

Boris Raúl Ochoa Ordóñez

Pablo José Castillo Álvarez

Janeth Patricia González Malla

Nicole Lilibeth Valarezo Conza

Andrea Catalina Aguirre Bermeo

Luis Oswaldo Ordoñez Pineda

Diagramación y diseño digital:

EDILOJA Cía. Ltda.

Telefax: 073701444 ext. 3062

San Cayetano Alto s/n

www.ediloja.com

edilojainfo@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

ISBN digital: 978-9942-47-451-3

Cuarta edición / 12 artículos /abril 2024 - febrero 2025.

Índice

1. Resumen 5

2. Palabras Claves 5

3. Introducción 6

4. Desarrollo de Contenido 11

5. Resultados 23

6. Discusión 25

7. Conclusiones 28

8. Bibliografía 29

1. Resumen

El presente estudio analiza el impacto del activismo político digital en las campañas electorales de Ecuador, concretamente en las elecciones anticipadas de 2023; la investigación tiene como objetivo desenmarañar cómo las estrategias digitales llevadas a cabo por los candidatos han definido la misma dinámica electoral, la percepción del público y el comportamiento del votante en un contexto determinado por la creciente presencia de las redes sociales en política.

Las fuentes permiten la elaboración de una metodología cualitativa donde, por medio de una mezcla de análisis de las redes sociales, encuestas y entrevistas a ciudadanos y actores de la política, se logra un análisis de las interacciones en las redes sociales, construcción de patrones de comportamientos en campañas digitales.

Los resultados apuntan a que el uso de redes sociales se convirtió en un instrumento fundamental de los candidatos para alterar la percepción pública, en especial si se trata de los candidatos que hicieron uso de herramientas digitales para incrementar su mensaje, realizar segmentaciones y movilizar emociones, para al final poder traducirlas en votos.

Uno de los principales hallazgos pone de manifiesto la evolución experimentada por las campañas electorales en Ecuador a través de la acción de las redes sociales, a la vez que hace notar lo que el activismo digital puede provocar en cuanto a la calidad del debate político y la instauración de una cultura democrática en el país.

2. *Palabras Claves*

Redes sociales, Activismo Político Digital, Campañas Digitales

3. Introducción

El activismo político digital es un fenómeno en crecimiento que, en el contexto de la mediatización de la política, encuentra en las redes sociales un canal clave para amplificar su impacto. Según Gerbaudo (2019), el activismo digital es un término ampliamente utilizado para describir diversas formas de activismo mediadas por la tecnología digital, las cuales han experimentado una rápida transformación desde los inicios de Internet (p. 9).

El caso de Ecuador, un país con una dinámica política marcada por la alternancia recurrente de liderazgos carismáticos evidencia el papel fundamental de las redes sociales como plataformas para estructurar narrativas políticas y movilizar al electorado. Este estudio analiza cómo las estrategias de activismo político digital en las plataformas digitales inciden en los procesos electorales ecuatorianos, influyendo en las percepciones, actitudes y decisiones políticas de la ciudadanía.

> Para comprender la transformación del activismo digital es necesario prestar atención no solo solo a los cambios en la materialidad de la tecnología, sino también a los factores culturales, sociales y políticos que dan forma a su comprensión y uso. (Gerbaudo, 2019)

Las redes sociales que nacieron del lema de poner en contacto a personas de cualquier parte del mundo y posibilitar el intercambio instantáneo de información han cambiado con respecto a este sentido original, hoy, plataformas como X, Facebook, Instagram, TikTok y demás similares, han llegado a ser los actores principales del sistema de información, transformando así la manera en la que las personas consumen y trasladan aquello que consumen.

> En los últimos tiempos asistimos a la revolución que ha supuesto el uso de la tecnología en muchos de los ámbitos de nuestra vida y, a partir de ella, las redes sociales, configurando una nueva realidad más visual, inmediata y digital. (Gutiérrez Arenas, Díaz Pareja, Ramírez García, & García Rojas, 2024, p. 260)

El efecto que ha tenido lugar en este ámbito no sólo ha cristalizado en el plano social, ha puesto patas arriba el plano político, y un nuevo recoveco donde se generan y, también, acaban generándose políticas públicas, campañas electorales, interacciones entre los ciudadanos y sus gobiernos, etc.

La creciente influencia de las redes sociales en la política ha generado dinámicas que requieren un análisis profundo y detallado, estas plataformas han demostrado una notable capacidad para congregar a millones de personas en periodos de tiempo reducidos, lo que ha facilitado la articulación y expansión de movimientos sociales y políticos de gran impacto. Ejemplos referentes incluyen las protestas durante la Primavera Árabe, la movilización global de los movimientos feministas y las luchas en defensa del medio ambiente, evidenciando el papel central de las redes sociales en la configuración del activismo contemporáneo y la participación ciudadana.

Por su propia naturaleza, las redes sociales han contribuido a la expansión de la desinformación, los discursos polarizadores y las noticias falsas, lo que representa un desafío significativo para el fortalecimiento de la democracia. Como afirman Barrientos Báez, Martínez Sala, Altamirano y Caldevilla Domínguez (2021), "una noticia falsa no es necesariamente una mentira, pero ciertamente tampoco es una noticia. Este tipo de noticia se divulga principalmente en medios en línea con objetivos específicos, la mayoría de las veces de carácter político-social" (p. 136).

Uno de los elementos más preocupantes hoy en día es cómo las redes sociales han impactado en los procesos electorales; este impacto ha puesto claramente de manifiesto cómo estas plataformas digitales pueden llegar a influir en la opinión pública y, en algunas ocasiones, llegar a alterar los resultados de las elecciones a través de la manipulación de la información, en especial en los segmentos de jóvenes, quienes son los que más reciben contenido por redes sociales debido a su gran popularidad y uso.

> Las redes sociales se han erigido en el canal preferente de los jóvenes para conocer la actualidad pese a haberse convertido en un flujo incontrolado de informaciones que tienden a polarizar las opiniones, a alimentar las controversias y a sembrar la desconfianza (Pérez Escoda y Pedrero Esteban, 2021, p. 67)

El empleo de bots, la microsegmentación de la publicidad política, las campañas de desinformación y el cultivo de cámaras de eco ideológicas, son solo algunos de los mecanismos que se han usado para manipular a los votantes.

Estas prácticas no solo constituyen una amenaza para la equidad y la transparencia de los procesos electorales, sino que también socavan la confianza que las personas tienen en las instituciones democráticas, lo que incide en un clima de desconfianza generalizada.

La desbordante revolución digital, "la revolución digital puede entenderse como el crecimiento de la oferta de tecnología digital" (Pulido, Soto, Lozano, et al. 2021, p 125)

y la rápida sustitución de las tecnologías mecánicas y electrónicas por las digitales. en especial las redes sociales han ido tan aceleradas que las legislaciones y regulaciones que ordenan el uso de estas plataformas sociales todavía no han alcanzado su madurez, los gobiernos de numerosos países se han visto sobrepasados por la rapidez que estos espacios de tejido social logran tener, y la complejidad de herramientas tecnológicas que van orientadas a la influencia sobre la política. "Existen numerosas redes sociales en el mercado, De hecho, cada poco tiempo aparece alguna red social nueva y se deja de utilizar otra que antes parecía imprescindible" (Sicilia, Palazón, López, et al. 2021, pág. 31)

La cuestión sobre la regulación de las redes sociales es un asunto de máxima urgencia, en el que no sólo los actores políticos nacionales están involucrados, sino también los organismos internacionales que desean alcanzar acuerdos regulatorios comunes en la medida en que la libertad de expresión esté garantizada, al tiempo que impiden que éstas se transformen en vehículos de manipulación política.

Paralelamente puede observarse un cambio en la relación que tradicionalmente existía entre los partidos, los medios de comunicación tradicionales y las instituciones políticas, y ahora las redes sociales que permiten que cualquier persona, grupo, etc., pueda generar contenido político y tener una fuerte potencialidad en la agenda pública.

Esta descentralización de la información personal, además de constituir un crecimiento unidiferencial, incluso, en la práctica, ha dado lugar a nuevos frentes de reto ante la falta de control sobre el mensaje político, la expansión del mensaje extremista y la dificultad para identificar fuentes de la información fiable.

Las redes sociales también han hecho mella en la manera en la que los ciudadanos se relacionan con sus gobiernos, la práctica política no se queda anclada exclusivamente en la urna, sino que también recorre las redes sociales, esta vez los votantes pueden plantear sus preguntas a los candidatos, exponer sus opiniones para exigir responsabilidades a los políticos o ser parte de los debates públicos. "La comunicación política ha avanzado a un ritmo vertiginoso. Particularmente, en la última década las nuevas tecnologías han modificado el escenario en el que los actores políticos deben desenvolverse" (Hidalgo Chica y Cedeño Moreira, 2022, p. 105)

Lo que ha facilitado una interacción más indirecta entre los políticos y los votantes, tal interacción permite también que la política esté sometida a una vigilancia cada vez más constante por parte de los ciudadanos de a pie, dicha forma de interacción viene a proporcionar, en consecuencia, una forma de dar más fuerza a la democracia, y a

los ciudadanos dar lugar a más formas de participar y a tener acceso no precario a la información, sin embargo, también puede llegar a crear tensiones o conflictos por la naturaleza fragmentada de las conversaciones en línea.

Dentro de ese contexto, la ciberpolítica, como campo de estudio necesario para abordar las cuestiones de interés desde una perspectiva académica, "desde los aspectos cotidianos a la proyección profesional, las redes sociales se han convertido en plataformas de un gran protagonismo en nuestras sociedades" (Tejedo, Cervi, Martínez et al. 2021, p.2). La ciberpolítica, entendida como el estudio de la intersección entre las tecnologías digitales y la política, ha ganado relevancia a medida que la penetración de las Redes Sociales en los sistemas políticos se ha ido profundizando.

Esta área de estudio no se limita a la comprensión de los mecanismos de influencia digitales, sino que permite, por otro lado, evaluar las implicaciones de estos mecanismos de influencia sobre gobernanza, democracia y ciberseguridad. Con la ciberpolítica se pueden definir los riesgos que contrae la utilización de las redes sociales en el ámbito político, al mismo tiempo que se pueden plantear acciones para evitar esos riesgos y para beneficiarse de las oportunidades que ofrecen estas redes sociales para potenciar la participación cívica.

La ciberpolítica da la cara a un reto concreto mediante la inmediatez en los cambios que suceden con las tecnologías y las plataformas digitales, los algoritmos, y las tácticas de manipulación, convirtiendo la consecución de los resultados de una investigación en un trabajo en condiciones de caducar en un corto circuito de tiempo. No obstante, ese dinamismo también constituye la posibilidad de poder llevar a cabo experiencias analíticas y metodológicas innovadoras que puedan integrarse a los cambios vertiginosos del entorno cibernético.

El área de investigación sobre redes sociales, política y ciberpolítica no necesariamente ha de incluir únicamente el reto de estudiar fenómenos actuales, sino que puede también el reto de ser capaz de anticipar los fenómenos futuros en el cruce entre la política y la tecnología.

En el contexto de la investigación que fundamenta esta producción, ha motivado el problema del uso creciente de las estrategias del activismo digital por actores políticos ecuatorianos en detrimento de diversas dimensiones de la calidad del debate público, de la participación de la ciudadanía y de la relación entre las campañas políticas y la transparencia electoral. El estudio busca afrontar preguntas tales como: ¿Cuáles son las principales estrategias de activismo político digital empleadas en Ecuador?, ¿Qué

tipo de prácticas de activismo político digital y qué efecto tienen éstas sobre la forma en que la ciudadanía percibe a la actual democracia?, ¿Cuáles son las implicaciones para la gobernabilidad y la cohesión social del país?

El objetivo general de esta investigación es, analizar el impacto del activismo político digital en las campañas electorales del Ecuador, influyeron en la percepción de los votantes y los resultados electorales de las elecciones presidenciales anticipadas del 2023. Y los objetivos específicos son: (1) Analizar las tácticas digitales que adoptaron los candidatos en la campaña de la elección presidencial anticipada del año 2023, prestando atención concreta a la explotación de redes sociales para hacer segmentación del electorado y para la construcción de imágenes políticas; (2) Evaluar la percepción de la ciudadanía sobre el papel y función de las redes en la política, examinando las actitudes hacia la desinformación, la polarización y la influencia de las redes sociales en el sufragio; (3) Identificar las implicaciones éticas del activismo político digital en la democracia ecuatoriana con el fin de establecer cuáles son los peligros del manejo de la opinión pública y de la calidad del debate político en el medio digital.

La justificación de este estudio se basa en la necesidad de entender cómo el uso de las redes sociales transforma las democracias actuales, en particular en contextos de gran inestabilidad política como el ecuatoriano. Con una masiva penetración de internet y redes sociales, Ecuador se convierte en un campo de estudio para entender cómo estos escenarios digitales transforman el comportamiento electoral y de qué manera los distintos participantes políticos (los partidos, los votantes) las utilizan para crear el discurso público.

La investigación se enmarca en el contexto de los últimos procesos electorales ecuatorianos, que comprenden las elecciones seccionales y las elecciones presidenciales anticipadas del año 2023, siendo de tipo cualitativa, de las estrategias digitales utilizadas por los actores políticos, utilizando minería de datos, análisis de contenidos y entrevistas.

4. Desarrollo de Contenido

Marco Teórico

La fundamentación del marco teórico se sostiene en la multiplicidad de disciplinas que confluyen en el campo del activismo político digital y de su efecto en los procesos democráticos. Los conceptos y teorías que respaldan este trabajo son las que se exponen a continuación.

1.1. Activismo político digital

El activismo político digital es un fenómeno que se ha transformado definitivamente en una vía fundamental para la movilización de la ciudadanía y la denuncia de las injusticias, así como para la presión sobre los gobiernos y las instituciones. Gracias a la utilización de las distintas redes sociales, blogs y demás plataformas de la web, se pueden organizar rápidamente los ciudadanos, compartir informaciones o generar debates respecto a cuestiones que interesan a la opinión pública. Sin embargo, su efectividad y su alcance dependen de la estructura organizativa de los movimientos, de las respuestas de las autoridades y de la capacidad para reproducir la protesta digital en la acción.

Tal como manifiesta, Tufekci (2017) el activismo digital ha cambiado la forma de practicar la visibilidad y la llamada a la acción que llevan a cabo los movimientos sociales. Sin embargo, señala que la facilidad de movilización por medios digitales no garantiza cambios estructurales perdurables, ya que la carencia de unas estrategias a largo plazo puede hacer perder el aliento a la movilización. A la misma altura, Castells (2012) explica que las redes digitales han cambiado la política al permitir a los ciudadanos participar y organizarse sin necesidad de la mediatización por parte de medios de comunicación ni de partidos políticos. Este proceso ha dado sin lugar a dudas a nuevas formas de activismo social, pero plantea problemas a la estabilidad de este mismo activismo y a su alcance real.

Por su parte, Zuckerman (2013) sostiene que, si bien el activismo digital tiene éxito a la hora de hacer llegar la información y conectar a personas de intereses homogéneos, presenta el factor de convertir la indignación en la acción. La gran acumulación de mensajes y de cambios en los feeback en las redes sociales hace que las protestas en línea pueden perder la fuerza rápidamente y sin tener repercusiones políticas reales.

Por lo demás, el activismo político digital ha redibujado el conjunto de formas de la participación política ciudadana, pues nos aproxima a las nuevas oportunidades por las que la organización y la protesta pueden hacerse posibles; pero su éxito radica en que los movimientos puedan salir del espacio digital en el que se encuentran y generar cambios verdaderos en el espacio político y el espacio social.

1.2. Ciberpopulismo

El ciberpopulismo es un fenómeno incipiente en la política contemporánea, según Lassalle (2018) el ciberpopulismo se ha convertido en un factor desestabilizador para la democracia, ya que las plataformas digitales permiten la expansión de la desinformación y el refuerzo de discursos polarizadores. Estas dinámicas erosionan la confianza en las instituciones y favorecen liderazgos que promueven la confrontación en lugar del diálogo democrático.

El Ciberpopulismo se refiere a la utilización estratégica de las tecnologías digitales, en particular de las redes sociales, por los actores políticos, con el objetivo de difundir un discurso populista; este fenómeno reúne las características del populismo clásico, que opone "el pueblo puro" a "la élite corrupta", con las herramientas tecnológicas que aportan la época digital, para movilizar a los ciudadanos, influir sobre los ciudadanos de acuerdo con la opinión pública y conseguir apoyo político.

En suma, el ciberpopulismo instrumenta las plataformas digitales, y crea una retórica del populismo que tejiendo una narrativa polarizadora hace una defensa de los sentimientos, de los miedos o de los prejuicios de los electores.

En las características más destacadas del ciberpopulismo se encuentra su potencial para desintermediar los procesos políticos, que normalmente tenían lugar a través de los medios de comunicación tradicionales, como la televisión, la radio o la prensa escrita, con la llegada de las redes sociales, los políticos pueden, en efecto, comunicarse directamente con sus seguidores y crear un feedback, sin recurrir a los medios de comunicación tradicionales, donde la comunicación es de manera unidireccional.

Para dar cuenta de esto, esta comunicación directa permite que los mensajes populistas, frecuentemente simplificados y condimentados con una carga emocional desmesurada, logren llegar de manera rápida y sin intermediaciones a un volumen importante de personas, los líderes populistas se acogen a esta plataforma para presentar un "discurso del pueblo", para colocarse en la piel de una suerte de defensores de las masas y del pueblo en frente de un sistema político que es considerado corrupto y alejado de ellos.

También el ciberpopulismo se sirve de las herramientas tecnológicas a su disposición en la creación de una específica sensación de comunidad virtual entre sus seguidores, es decir, mediante las campañas digitales, los memes, las etiquetas (hashtag) y los vídeos virales, los populistas construyen una identidad común a los seguidores que se articula por la exclusión de los enemigos del pueblo, ya sean las élites, los medios tradicionales, las instituciones internacionales o las minorías.

La estrategia polarizadora, sustentada en la constante retroalimentación de las redes sociales, refuerza las creencias preexistentes de los votantes y crea un entorno donde los argumentos racionales son reemplazados por confrontaciones emocionales. Este fenómeno se intensifica en plataformas como Twitter luego adaptado al nombre X , que, según Sánchez et al. (2022), se utilizan para polarizar, generar debates y confrontaciones entre la política, la ciudadanía y los medios de comunicación. La naturaleza algorítmica de estas plataformas prioriza contenidos que generan mayor interacción, lo que a menudo favorece la difusión de mensajes polarizantes y emocionales sobre los racionales y equilibrados. Como resultado, se configura una esfera pública digital donde la deliberación constructiva se ve eclipsada por dinámicas de enfrentamiento y división.

En este contexto, el ciberpopulismo compromete la salvaguarda del discurso democrático, expandiendo la polarización y la pérdida de confianza en las instituciones.

1.3. Redes Sociales Como Herramienta de Medios Masivos a Redes Sociales.

Con el desarrollo tecnológico acelerado en el último siglo a nivel global, varios son las innovaciones que han revolucionado y cambiado el rumbo de nuestra sociedad. “Entre todas, internet destaca como una plataforma de innovación tecnológica en los procesos comunicativos, donde la interacción en entorno digital está llevada a cabo por la población con acceso a ésta” (Luque González y Herrero García, 2019, p. 177)

Así mismo el nacimiento de las redes sociales reconfiguraron la forma de interacción humana, brindan una posibilidad infinita de utilización, ventas, noticias, creación de contenidos, etc. Durante la última década se ha comenzado a observar un uso diferente e innovador de estas redes, la utilización como plataforma política, aquí actores políticos difunden sus mensajes, propuestas, su vida diaria; es que estas plataformas le permiten tener una interacción directa, la posibilidad de que se viralice contenidos, accesibilidad de publicidad a bajo costo y de mayor alcance, permitiéndoles conectar rápidamente con los votantes.

> Estas plataformas han asumido un papel crucial y transformador en el cotidiano de personas en todo el mundo. Según datos recientes, cerca de un tercio de la población global emplea al menos una plataforma de RS para variados fines, destacándose particularmente entre los jóvenes. (Andraus y Gutiérrez, 2024, p. 2)

Las redes sociales son unas de las herramientas políticas más importantes en la era digital, permiten a los actores políticos la posibilidad de interactuar directamente con la ciudadanía, movilizar apoyos, crear opinión pública, en todo momento, mediante las redes sociales con las que cuenta hoy en día, como pueden ser X, Facebook, Instagram y TikTok, los actores políticos pueden difundir sus mensajes, contestar a las críticas o bien construir una narrativa personal, evitando las presiones de los medios de comunicación tradicionales.

> El espacio digital y las redes sociales han adquirido gran importancia en la comunicación política. Se han convertido en canales en los que los partidos difunden sus argumentarios y fidelizan a sus simpatizantes y donde los líderes demuestran su carisma. (Castro Martínez y Días Morilla, 2021, p. 67)

Asimismo, contribuyen a una selección más exhaustiva de los grupos de personas a las que afectará la campaña, constituyendo, entonces, campañas políticas más cercanas a los intereses y a los comportamientos de los usuarios al respecto, las redes sociales son, además, lugares de protesta y de movilización en los que los movimientos sociales cuentan con una superficie de impulso y de notoriedad que se hace visible rápidamente.

1.4. Impacto de las Redes Sociales en Procesos Electorales

El efecto de las redes sociales en los procesos electorales ha reconfigurado la política contemporánea; "En este contexto, la participación política online en procesos electorales es comprendida como aquellas acciones que son activadas por distintos bandos con una intencionalidad y fines políticos" (Espinosa, Balseca y Valenzuela, 2021, p. 137) es decir, ha dotado a los procesos electorales, la comunicación política y la participación pública en la misma de nuevas herramientas de trabajo, pero también ha traído consigo nuevos retos para el cuidado de la integridad del sistema democrático. "Gracias a la espectacularización que vive hoy en día la esfera política, las redes sociales han alcanzado una importancia inevitable en el desarrollo de campañas electorales" (Moreno Cabanillas y Castillero Ostio, 2023, p. 199)

Estas plataformas han democratizado el acceso a la información política y, por tanto, a los votantes una mayor diversidad de fuentes de las que tomar partido, los candidatos

no dependen ya sólo de los medios de comunicación tradicionales para extender sus mensajes, las redes sociales les dan la posibilidad de llegar a su electorado directamente, y de interactuar instantáneamente, responder a acontecimientos o situaciones de cambio inesperadas de una manera más elástica.

Este acceso inmediato a la información compromete no sólo a estos nuevos actores políticos (momentos cívicos, pequeños partidos, candidatos, etc.), sino incluso a los grupos menos representados, por sus escasas formas de visibilidad y sus acciones de organización de campañas (sin necesidad de grandes presupuestos), en suma a las posibilidades de la política, con una mayor pluralidad de voces, pero también al crecimiento de las narrativas polarizadoras y extremistas que, si bien dan paso a un mejor disparate de las bases para una mayor pluralidad, también dan paso a un mejor deslizamiento de la escisión política y la falta de consenso político.

Las plataformas Facebook y X permiten la difusión e intercambio de los mensajes que crean una sensación de urgencia, conectando con aquellas causas que consideran importantes los votantes. "La tecnología digital proporciona la posibilidad de comunicación inmediata, pero también de organizarse y compartir intereses comunes o bien expresar opiniones como nunca antes había sido posible" (Ayala, 2014, p. 46)

Esta capacidad de movilización puede ser puesta también al servicio de la difusión de la información errónea o engañosa, contribuyendo de esta forma a la manipulación de la opinión pública y al refuerzo de narrativas polarizantes. En un contexto electoral, esto puede traducirse en la amplificación de desinformación estratégica, diseñada para desacreditar adversarios políticos, influir en la intención de voto o generar desconfianza en el proceso democrático.

De otra parte, las plataformas de redes sociales también han realizado sus aportaciones a generar nuevos controles a la manera en la que se ejecutan los procesos electorales, los índices algorítmicos que condicionan el orden de la materialidad del contenido desempeñan un papel fundamental en lo que hacen los votantes y el comportamiento que tienen en relación con los mensajitos políticos vertidos, la personalización de las correspondientes materialidades, estimulada por las informaciones de los usuarios, puede dar lugar a una cierta prueba de que los mensajes son más relevantes, aunque también suscita dificultades en materia de protección de la privacidad y manipulación de las preferencias electorales.

1.5. Desinformación en la Democracia

La idea de la desinformación en el contexto de la democracia no puede ser solo acotada a la difusión de información falsa, sino que implica la modificación estratégica de las percepciones sociales en la reconfiguración de las relaciones de poder. "La digitalización de las sociedades contemporáneas está provocando múltiples impactos en las ideas y prácticas preexistentes sobre ciudadanía y protección de los derechos humanos" (Vila Seoane y Saguier, 2019, p. 123)

En esta línea, no solo estamos ante un fenómeno que afecta al ciudadano como individuo aislado, sino que es un instrumento que tiene lugar a nivel estructural y altera las bases mismas del contrato social entre los votantes y la política.

El ecosistema digital ha alterado el funcionamiento de las democracias, que, por un lado, ofrece a la ciudadanía variedad de herramientas para participar, pero que, por el otro, hace que los ciudadanos/as sean expuestos a serpientes informativas contaminadas, en este sentido, la desinformación, falsas noticas o fake news no sólo engaña, sino que provoca desconfianza respecto a las propias instituciones, desarticula el consenso democrático y aumenta la polarización. "Las fake news se han convertido en un fenómeno mundial en el consumo de información online" (Pérez, 2019, p. 65)

Más allá del impacto inmediato que pueda tener en una elección, la desinformación tiene la vista puesta en dividir el tejido de la sociedad, en merma de capacidad de la democracia para articular diferentes intereses y para resolver conflictos de forma pacífica. Pérez, (2019) manifesto la capacidad de acceso a información en línea está pasando por una fase convulsa por la eclosión de noticias falsas en la red, penetrada por contenidos camuflados, sombreros de noticias es ahora en el propio internet una inundación de noticias falsas, propaganda, información engañosa, falacias y material manipulado.

Una de las características más notables que presenta el fenómeno actual es que tiene carácter descentralizado y que además tiene carácter transnacional; la desinformación ha dejado de ser solo una herramienta de los gobiernos autoritaritas; hoy en día está impulsada por actores dispersos que intentan influir en sociedades distantes, ya sea por motivos de intereses económicos, ideológicos o geopolíticos.

Esto plantea una situación bastante difícil pues las regulaciones nacionales no son suficientes para atajar un problema que transciende fronteras.

De hecho, el potencial de la desinformación se sirve de unas grietas ya de por sí existentes en las democracias, los ciudadanos que se encuentran desconectados del sistema, frustrados o marginados son particularmente susceptibles de caer bajo narrativas que se ocupen de reforzar su desconfianza por el sistema.

Esto en primera instancia viene a indicar que la desinformación no es un fenómeno que únicamente se combate desde lo técnico en el uso de verificadores de hechos o algoritmos más éticos, sino también desde lo político, abordando las desigualdades y las exclusiones que la hacen más efectiva.

1.6. Ética en las Redes Sociales

Desde un plano ético, las redes sociales han cambiado la lógica política al suprimir los filtros clásicos que los medios de comunicación eran capaces de aplicar al discurso público, en el pasado los periodistas solían tener una relevancia, si bien es cierto que su independencia era muchas veces coartada por intereses económicos o políticos que a la postre determinaban lo que había que poner de relieve o cómo lo había que hacer.

> Podemos señalar que las redes sociales están permitiendo a los políticos crear y difundir directamente sus mensajes sin necesidad de recurrir a los medios de comunicación social tradicionales (radio, televisión y prensa); observamos que muchos de sus comunicados logran ser virales y son replicados por los medios tradiciones, desde su propio enfoque (Lodtmann, 2023, p. 8)

En el presente las redes sociales ya hacen posible que los políticos se relacionen con los votantes, en la medida que han proporcionado una herramienta más abierta y, por tanto, más accesible, evitando depender de estos medios tradicionales.

Hoy la ética de la transparencia de quienes ejercen política en redes sociales se pone a prueba en la aplicación de algoritmos y en la microsegmentación de las audiencias, teniendo la posibilidad de utilizar los datos personales de forma tal que logran elaborar mensajes adecuados que se sitúan en los miedos, los deseos, los prejuicios y los valores de los votantes. "El modo como los sujetos se relacionan entre sí en las redes sociales poseen determinadas características como el distanciamiento y el anonimato que hace que la moral sea flexible y el comportamiento más libre de restricciones" (Liriano, 2023, p. 142)

Si los políticos lo utilizan para manipular y no para formar o deliberar, se socavan principios fundamentales de la ética política, tales como el libre albedrío, la justicia y la deliberación, la manipulación mediante desinformación o discursos polarizantes

restringe la capacidad de los ciudadanos para tomar decisiones informadas, afectando la calidad del debate público. Además, al priorizar estrategias emocionales sobre argumentos racionales, se distorsiona la competencia democrática y se debilita la confianza en las instituciones, esto no solo erosiona la legitimidad del sistema político, sino que también favorece la consolidación de liderazgos autoritarios o populistas.

La desinformación constituye otro de los grandes y complejos desafíos éticos, ya que, a través de las redes sociales, los mensajes pueden ser extendidos a gran escala sin que exista a su vez un filtro adecuado de veracidad, de manera que políticos que buscan, a través de las plataformas sociales, difundir información falsa o distorsionada no solo contravienen los principios de veracidad, sino que además socavan la confianza pública en el sistema político.

Desde un punto de vista ético, a las redes sociales hay que concebirlas no como plataformas meramente informativas tal como deberían serlas, sino como un espacio de responsabilidad, hacer política impone un deber ético a los actores políticos para garantizar que sus prácticas son abiertas, son ciertas y son respetuosas de los derechos y la privacidad de los ciudadanos.

1.7. Ciberpolítica

La ciberpolítica se refiere al estudio de la política en el entorno digital, abarcando el impacto de Internet y las plataformas digitales en la comunicación y la participación política. Según Aliaga Lodtmann (2023), "la ciberpolítica puede ser entendida como toda actividad humana que se desarrolla en el ciberespacio con fines políticos, mediante el empleo de Internet y de las plataformas que les sirvan a sus fines" (p. 8). En este contexto, las plataformas digitales, los servicios de Internet, las redes de información y comunicación, así como las tecnologías de la información, han transformado significativamente la interacción entre los actores políticos, la estructura del poder y los mecanismos de movilización ciudadana, redefiniendo así la dinámica de los procesos políticos contemporáneos.

Hay que señalar que la democratización de la información es clave para la ciberpolítica, pues la posibilidad de difundir mensajes políticos, de generar una discusión o incluso de influir en la agenda pública está al alcance de cualquier usuario con acceso a internet.

> Las redes sociales online son el mejor ejemplo de la sociedad representada en un entorno creado tecnológicamente: ilustran tanto los beneficios sociales de comunicación y conexión entre individuos como suscitan problemas de privacidad

> y falta de confianza en la veracidad de las informaciones. (Díaz Gandasegui, 2011, p. 5)

Este fenómeno ha generado diversos desafíos, como la desinformación, la manipulación algorítmica y la fragmentación del discurso público debido a la segmentación extrema de las audiencias. Al mismo tiempo, la ciberpolítica ha dado lugar al activismo digital, permitiendo que movimientos sociales y ciudadanos organicen protestas, campañas o peticiones en línea, esto representa un reto para el control tradicional que gobiernos y medios de comunicación ejercen sobre la información y la movilización social, transformando la dinámica del debate público y la participación política.

Aunque este espacio es aprovechado por gobiernos o actores privados que lo utilizan para implementar una vigilancia, censura o influencia a la opinión pública por medio de la propaganda digital o por la utilización de datos personales, en consecuencia, la ciberpolítica es, en definitiva, un lugar en permanente transformación con repercusiones profundas en la democracia y en el ejercicio del poder.

1.8. Manipulación de la Opinión Publica en Redes Sociales.

Las redes sociales no solamente han cambiado la comunicación política, sino que también, han remodelado los modos de manipular el discurso público más allá de la mera desinformación o la segmentación del público; "Las redes sociales también han redefinido las pautas de acción de grupos y organizaciones políticas en términos de movilización y reclutamiento" (Zumárraga, 2022, p 70) la preocupación radica en la simulación de estrategias de consenso y en la ingeniería del comportamiento, donde no solo se trata de informar a la gente sino de ir moldeando de manera inadvertida la percepción política de las masas.

Las plataformas en línea funcionan con algoritmos que priman la interacción por encima de otras posibles prácticas, en lugar de preferencias optadas en función del criterio. "Las redes sociales son el espacio virtual en donde se establecen vínculos con otros, compartimos información, coordinamos acciones, es decir, son el contacto con el resto y, además, es un lugar donde se construye la identidad, pero on-line" (Valenzuela y Hernández, 2016, p. 28)

Las redes sociales favorecen relatos que apelan a la emoción y la polarización, en este caso, el poder manipulativo ya no requiere censura directa, sólo tener espacio digital saturado de mensajes de acuerdo con una agenda a patrullar mientras se diluyen o desacreditan las voces, proliferan artificialmente ciertos discursos para que así se

genere la percepción de las mayorías absolutas, para que se disuada el disenso y se legitimen posiciones que antes eran impugnadas. "Desinformación y posverdad se encuentran vinculadas al actual ecosistema mediático marcado por la hiperconectividad, el desarrollo tecnológico, los nuevos soportes y la expansión de las redes sociales" (Sidorenko-Bautista, Alonso-López y Giacomelli, 2021, p. 89)

El activismo a través de redes de influencia organizadas, en las cuales cuentas anónimas, *trolls* o *bots* multiplican aquellas comunicaciones que tienen un carácter estratégico, no solo modifica la percepción pública, sino que además provoca un efecto de autocensura, donde la presión social de carácter digital se convierte en un mecanismo de control, donde se castiga a quienes se apartan del discurso dominante, o en su defecto, se les margina o incluso son "cancelados", y que acaba en consecuencia creando una ficticia uniformidad ideológica.

El manejo del discurso político en redes sociales no puede considerarse una equivocación del sistema; se trata de una concepción de este, y aquel espacio que podría llegar a parecerse a una conversación democrática es, en verdad, un tablero en el que el poder digital juega de acuerdo con reglas que le favorecen, mientras que el ciudadano piensa de forma ingenua que está concurriendo a un debate libre.

1.9 Ciberespacio en Ecuador

Ecuador, al igual que los importantes países de América Latina, ha vivido un proceso de digitalización rápido y vertiginoso, en donde plataformas como Facebook, X, Instagram y TikTok no sólo se han convertido en fuentes primarias de información, sino que ya están también instaladas como espacios de movilización social y disputa por el poder. "Durante los últimos años el uso de las redes sociales en Ecuador ha tenido una gran acogida, cerca del 70% de los usuarios de internet son partícipes de alguna red social" (Zuñiga, 2021, p. 61)

Uno de los impactos más incuestionables es, en todo caso en la escena política, desde quienes la ejercen hasta quienes la aborrecen, en la actualidad cualquier ciudadano ejerce presión desde su propia perspectiva, errada o no manifiesta su opinión, y asume posturas ideológicas, polarizando el debate público.

El acceso masivo a estas redes ha contribuido a la expansión de la desinformación y de las teorías de la conspiración. "En términos numéricos, el acceso a internet refleja un fenómeno de tendencia siempre ascendente, y con ello los beneficios que la revolución tecnológica presume en cuanto al crecimiento económico y la innovación principalmente asociados a la economía digital" (Luque González y Herrero García, 2019, p. 177)

Este hecho ha tenido repercusiones sobre la toma de decisiones de la ciudadanía; la inexistencia de alfabetización digital crítica ha convertido la esfera de las redes en un terreno propicio para la manipulación mediática y política.

Un claro ejemplo de la influencia de las redes sociales en el campo de la política se da en las últimas campañas electorales de Ecuador. "las redes sociales, entre otras posibilidades, ofrecen a los protagonistas de los procesos electorales la oportunidad de dirigir un mensaje a multitudes de individuos" (Ibáñez, González y Amézquita, 2015, p.136)

En particular en la elección anticipada a la Presidencia de 2023, antes de celebrar el debate presidencial, el actual presidente mostraba un porcentaje bajo en las encuestas, y por lo general no era considerado uno de los principales aspirantes a la silla presidencial. Sin embargo, a partir del desarrollo del debate, su equipo de campaña puso en marcha una potente estrategia de redes sociales que permitió difundir su imagen y su mensaje a gran escala.

A través de la viralización de fragmentos relevantes del debate, el uso de narrativas emocionales y una segmentación precisa del electorado, el candidato logró fortalecer exponencialmente su presencia digital, estos elementos le permitieron no solo remontar en intención de voto, sino también posicionarse como una opción viable para la segunda vuelta. Finalmente, la combinación de esta estrategia digital con un discurso ajustado a las preocupaciones ciudadanas resultó determinante para consolidar su victoria en las urnas.

Esto demuestra cómo las redes sociales han ampliado ostensiblemente las oportunidades que tienen los actores políticos para utilizar las redes sociales como instrumento básico en las campañas electorales, en la medida en la que permiten, cuando operan de manera eficaz, no sólo extender los mensajes y ampliar el destinatario, sino también llevar a cabo un diálogo directo con la ciudadanía; construir una imagen determinada de la acción política; movilizar votantes.

En el ciberespacio, estos procesos se intensifican debido a la velocidad y alcance de la información, la segmentación de audiencias y la capacidad de interacción directa entre actores políticos y ciudadanos. Un ejemplo de ello en Ecuador se observó en las elecciones anticipadas de 2023, donde plataformas como TikTok, Facebook y X (Twitter) jugaron un papel clave en la viralización de discursos políticos, la generación de tendencias y la movilización de votantes, la estrategia digital de candidatos como Daniel Noboa demostró cómo el uso eficaz del ciberespacio puede potenciar la imagen

política y conectar con sectores clave del electorado, especialmente los jóvenes, quienes consumen información principalmente a través de redes sociales.

El presente marco teórico constituye una base sólida sobre la que estructurar el análisis del activismo digital y su impacto en los procesos electorales en el caso ecuatoriano, por cuanto integra enfoques interdisciplinarios que combinan la comunicación política, la sociología digital y la ciencia política, y gracias a esta visión permite entender cómo las estrategias populistas son trabajadas en un espacio digital que sirve para acrecentar los discursos públicos y construir posteriormente las identidades políticas, y movilizar a la ciudadanía desde la emotividad.

Sumado a lo anterior, este marco analítico nos permite examinar las implicaciones del activismo digital en la democracia contemporánea a través de la indagación sobre las maneras en las que las interacciones de los líderes y las ciudadanas y ciudadanos, es decir, el contacto de manera directa y sin tutela de las instituciones tradicionales, pueden fortalecer la participación, pero también conflictivamente, provocar irregularidades como la polarización extrema, la difusión de noticias falsas o la usurpación de la discusión pública.

En el caso ecuatoriano donde las redes sociales han tomado un papel central en la política, torna esta revisión crucial para descifrar patrones presentes, estrategias y repercusiones de la digitalización del populismo y de la puesta en marcha de la política, tanto respecto del proceso electoral como del ejercicio del gobierno.

Un claro ejemplo de la digitalización del populismo en Ecuador es el uso intensivo de redes sociales por parte de Rafael Correa y el correísmo, tanto en campañas electorales como en la gestión gubernamental. Durante el proceso electoral, sus seguidores y estrategas digitales emplearon X, Facebook y TikTok para difundir mensajes directos, posesionar a su candidata presidencial, descalificar adversarios y reforzar una narrativa de lucha contra las élites tradicionales, tras las elecciones, este modelo de comunicación digital se mantuvo, con una estrategia basada en la interacción constante con la ciudadanía, la movilización de bases digitales y la confrontación con opositores a través de plataformas en línea; este fenómeno evidencia cómo las redes sociales no solo reconfiguran la competencia electoral, sino que también transforman la forma en que se ejerce el poder y se construye la legitimidad política en el Ecuador.

5. Resultados

Los resultados conferidos para dictaminar si las redes sociales han modificado la situación política en el Ecuador, en la concreta época electoral de las elecciones seccionales y anticipadas presidenciales del 2023, y si estrategias digitales, como la personalización del mensaje y la utilización del contenido emocional al respecto se constituyen en herramientas de movilización del voto e imagen pública de los candidatos, razonablemente efectivos para fomentar dicha participación electoral.

El análisis de los datos obtenidos a través de encuestas y entrevistas permitió identificar el impacto del activismo político digital en el proceso electoral ecuatoriano. Las encuestas, aplicadas a 158 participantes, evidenciaron un alto nivel de penetración de las redes sociales en la esfera política, con un 94 % de los encuestados afirmando que utilizan estas plataformas de manera frecuente. Además, se identificó que TikTok fue la red social más utilizada durante la campaña electoral, con un 47 % de preferencia, seguida de Facebook (24 %) e Instagram (13 %). Estos hallazgos confirman la creciente relevancia de las plataformas visuales e interactivas en la comunicación política.

En cuanto a la influencia de las redes sociales en la toma de decisiones electorales, los resultados revelaron que el 82 % de los encuestados consideró que el contenido difundido en redes influyó en su intención de voto. Sin embargo, solo un 16 % afirmó haber cambiado su preferencia electoral debido a información encontrada en estas plataformas. Esto sugiere que, si bien las redes sociales juegan un papel clave en la difusión de discursos políticos y la formación de opinión pública, su capacidad para modificar decisiones electorales establecidas es limitada.

Los datos obtenidos en la encuesta y las entrevistas nos presentan un panorama bien dibujado sobre el papel del activismo político digital en las elecciones anticipadas de 2023 en el Ecuador.

El 94% de los encuestados afirma tener redes sociales, en este mismo sentido Según el informe "Estadísticas de la situación digital de Ecuador en 2024" del (Branch, 2024), el 69.2% de la población ecuatoriana utiliza redes sociales, lo que equivale a aproximadamente 12.66 millones de personas. Corroborando que las mismas son fundamentales para el activismo político y la comunicación electoral del país, este alto porcentaje de penetración digital también contribuye a dar cuenta de la relevancia de estas plataformas a la hora de llegar a una parte importante del electorado ecuatoriano, lo que da cuenta del foco de atención que se ha fijado para esta investigación, que se

centra en el análisis de las plataformas como la herramienta central en el activismo político digital

Desde el análisis de la encuesta, puede extraerse que TikTok es la plataforma que tiene mayor uso por los encuestados (47%), siendo Facebook (24%) e Instagram (13%) las siguientes más nombradas, esto sigue el patrón de la creciente relevancia de las plataformas visuales y divertidas, sobre todo en un contexto de campaña electoral donde los votantes jóvenes, los más activos en redes sociales, tienen un peso absoluto.

Datos que se asemejan a el informe del (Branch, 2024) que destaca, a principios de 2024, Ecuador contaba con 12.66 millones de usuarios activos de redes sociales, lo que representa el 69.2% de la población total. Entre estas plataformas, Facebook se posicionó como la más utilizada, alcanzando a 12.50 millones de usuarios (68.4% de la población), seguida por Instagram, con 6.50 millones de usuarios (35.5% de la población). Estos datos reflejan la creciente importancia de las plataformas visuales y atractivas en el ámbito político-electoral, especialmente entre los votantes jóvenes, quienes son los más activos en redes sociales.

Además de la gran influencia del activismo digital a la hora de decidir el voto, ya que su impacto es muy importante un 82% de los encuestados afirmaron que las redes sociales habían influido en su decisión de voto, lo que muestra la capacidad de las redes sociales para cambiar la opinión de rodear el universo electoral, aunque el hecho de que sólo un 16% de los votantes cambió la decisión de su voto porque encontró información en redes sociales indica que gran parte de los votantes que ya tenían una tendencia política fijada, no fue cambiada por la estrategia digital.

En lo que se refiere al aspecto de la desinformación, un 84% de los encuestados manifestaron haber encontrado noticias falsas durante las campañas electorales de 2023, lo que pone de manifiesto uno de los grandes retos del activismo político digital en Ecuador; las redes sociales, como espacios de activismo político, también son un medio para la difusión de información errónea, que puede llevar a manipular las percepciones de los electores y condicionar la calidad del debate político.

El 90% de los encuestados declaró mantener un acceso permanente a internet en sus hogares, lo que favorece el consumo constante de contenidos políticos en las redes sociales y aumenta la exposición de la ciudadanía a la estrategia de activismo político digital.

En lo que respecta a los actores políticos, realizamos entrevista escogiendo a perfiles que participaron en las elecciones seccionales del 2023, los perfiles de los entrevistados

son relevantes para comprender esta afirmación porque representan a los actores clave en la planificación y ejecución de estrategias digitales dentro del ámbito político, su testimonio confirma que el activismo digital y las estrategias en redes son prácticas comunes e incluso necesarias en la competencia electoral. Así podemos concluir que el 100% de los entrevistados manifiestan el haber llevado a cabo acciones de publicidad digital y la implementación de estrategias específicas para redes sociales.

En cuanto al 95% de los candidatos entrevistados, la realidad es que los mismos consideraron que la publicidad en redes sociales les otorgó mayor visibilidad ante el electorado, lo que confirma la eficacia de las redes sociales como dispositivos de amplificación y movilización. "La comunicación política de los candidatos electorales en las redes sociales de forma autónoma o en coordinación con la comunicación del partido, resulta cada vez más definitoria en los resultados de los procesos electorales" (Bustos y Ruiz, 2021, p. 63)

A su vez, el 73% de los entrevistados, concordó en que fueron víctimas de ataques en redes sociales lo que da cuenta del entorno polarizado y confrontaciones en el que se desarrollan las campañas y del hecho de que el activismo digital puede llegar a emplearse para atacar y deslegitimar a los opositores.

> La preocupación ante el riesgo de ser víctimas de distintos tipos de ciberataques, y que estos puedan generar daños a infraestructuras y servicios de cómputo de usuarios, negocios, empresas e incluso instituciones de gobierno, ha generado un gran interés por parte de muchos investigadores el poder anticiparse a estos eventos. (Coyac Torres, Sidorov y Anaya, 2020, p. 1033)

6. Discusión

A partir de los dados, se consideran las implicaciones de las redes sociales en la construcción de preferencias electorales, en la polarización política, en la desinformación, y en las estrategias de los candidatos, que se complementan en este análisis mediante la reflexión de las implicaciones éticas de las redes sociales en los procesos de elecciones.

Los datos reflejan que el 94 % de las personas encuestadas utiliza con frecuencia redes sociales, lo que indica un alto nivel de penetración digital en la sociedad ecuatoriana. Según Jiménez (2016), en los últimos años, la participación de la población ecuatoriana en Internet y redes sociales ha aumentado significativamente, con

posturas tanto a favor como en contra del gobierno. Este fenómeno ha transformado la comunicación política en el país, consolidando a las redes sociales como herramientas clave para la movilización y persuasión electoral.

En esta línea, Vidal Ledo et al. (2013) sostienen que las redes sociales facilitan la creación de canales de comunicación efectivos y han adquirido un rol esencial en la difusión del conocimiento. En este contexto, el activismo político digital emerge como un factor determinante que permite a los actores políticos establecer una relación directa con el electorado, aprovechando la inmediatez y el alcance de estas plataformas.

> Uno de los rasgos más importantes del activismo de medios sociales es que su práctica global demuestra que sigue poseyendo recursos efectivos disponibles para todos, sin necesidad de invertir demasiado capital económico o poseer competencias profesionales exclusivas, sino sólo las necesarias para conocer y manejar las plataformas de acceso gratuito (Millaleo y Cárcamo, 2014, p. 15)

El uso funcional y extendido a las campañas políticas de plataformas como TikTok (47%), Facebook (24%) e Instagram (13%) también denota un enfoque hacia el uso de canales visuales o dinámicos. TikTok, al ser una de las plataformas más utilizadas por las generaciones más jóvenes, ha cobrado protagonismo y pone de manifiesto que los candidatos adaptaron sus tácticas con el fin de sacarle provecho al potencial de viralización que permite esta plataforma.

Esta predilección por plataformas visuales recoge una tendencia generalizada en la que los votantes son cada vez más receptivos a contenidos rápidos y entretenidos, como respuesta a los cambios en sus modelos de consumo de la información.

Un hallazgo relevante consiste en el hecho de que el 82% de los encuestados ha declarado que las redes de comunicación social han incidido en su decisión de voto, dato fundamental para el análisis del papel del activismo en medios digitales en la configuración de la opinión pública y en el activismo electoral. Sin embargo, también es importante destacar que sólo el 16% de los votantes considera que ha cambiado su voto a partir de la información recogida en las redes sociales.

Este fenómeno pone de manifiesto que, aunque las redes sociales han conseguido una cierta incidencia en la campaña electoral, no modifican necesariamente las inclinaciones de los electores, es decir, el activismo político digital puede llegar a reforzar una decisión ya tomada, pero tiene poca capacidad de modificación en las decisiones sobre las preferencias políticas.

En este sentido, la efectividad de las estrategias de activismo digital parece depender de variables como la segmentación del electorado y la autenticidad de los mensajes, los candidatos que logran conectar de forma efectiva con las preocupaciones y los intereses del electorado mediante contenido personalizado y de calidad tienen más probabilidades de inducir a que se consolide el voto en las urnas.

Una de las cuestiones más alarmantes del activismo político digital en Ecuador, conforme a los datos recogidos, es la difusión de desinformaciones, pues la cifra de encuestados que halló noticias falsas en la campaña presidencial de 2023 fue del 84%. El fenómeno descrito manifiesta uno de los grandes retos del activismo digital: la capacidad de transmisión de informaciones erróneas, dado que las redes sociales, por su propia condición, permiten la circulación rápida de contenidos sin una validación, lo que produce la creación y la difusión de desinformaciones con posibilidad de alterar la percepción del público y la paridad del proceso electoral.

La existencia de desinformación en las campañas electorales representa un problema ético de considerable envergadura, dado que socava la confianza de los votantes en las fuentes legítimas de información y propicia un marco de polarización, de forma que el 73% de los consultados afirmaron haber sido el objeto de ataques mediáticos en redes sociales, lo que quiere decir que las plataformas digitales son utilizadas como un espacio de confrontación

Este clima conflictivo contribuye a promover una mayor polarización política que puede dar lugar a divisiones más profundas entre los votantes y a la dificultad de un debate constructivo.

Las cifras sobre el uso de la publicidad digital llevada a cabo por los candidatos confirman que el activismo político digital ha sido una herramienta primordial en el proceso de las elecciones 2023, el 100% de los consultados aseguraron haber diseñado estrategias específicas para las redes sociales y el 95% de ellos estimaron que la publicidad en las redes sociales aumentó la visibilidad de su perfil ante el electorado.

La capacidad que tienen los candidatos de personalizar sus mensajes y segmentar las audiencias específicas es una de las ventajas del activismo político digital, pero, a su vez, también tiene la posibilidad de incurrir en riesgos éticos, ya que, con esta segmentación, los votantes son fácilmente manipulables con mensajes perfectamente estructurados para sus creencias y prejuicios.

Además, la polarización de estas estrategias segmentadas puede generar cámaras de eco, donde los votantes solo reciben información de su opinión previamente existente,

por lo que agravan la división política, y los candidatos deben tener en cuenta que existe el peligro del uso de estas herramientas, aunque eficaces, también pueden intensificar las tensiones sociales y políticas.

7. Conclusiones

Los candidatos electorales en la anticipada elección presidencial de 2023 en Ecuador utilizaron ampliamente las redes sociales por la segmentación del electorado y la construcción de su imagen política, usando las herramientas de microsegmentación adaptaban el mensaje a las diferentes características sociodemográficas y de comportamiento de la audiencia con el ánimo de aumentar su eficiencia y, por tanto, su eficacia en la comunicación política; del mismo modo, la construcción de sus identidades políticas se sustentó sobre relatos emocionales y técnicas de interacción directa, intentando conseguir la cercanía con la ciudadanía.

Los ciudadanos aceptan que las redes sociales han modificado la forma en que se informa y se participa en la política, pero también reconocen, por otro lado, que son una fuente de preocupación por las externalidades negativas que estas tienen. Si bien tales plataformas ofrecen un acceso más amplio a la información y promueven el diálogo entre votantes y candidatos, a la vez han facilitado la difusión de la desinformación y manipulan el discurso público; muchos ciudadanos creen que los algoritmos favorecen la popularidad de contenidos en la línea del sensacionalismo, lo que provoca una polarización política y obstaculiza el debate informado.

El activismo digital ha potenciado la participación ciudadana y el acceso a la información política, pero su impacto en la democracia ecuatoriana presenta desafíos significativos. La falta de regulación efectiva ha permitido el uso de estrategias cuestionables, como el empleo de bots, la difusión de noticias falsas y las campañas de desprestigio, lo que afecta la calidad del debate público y la toma de decisiones informadas; estos fenómenos no solo distorsionan la percepción ciudadana, sino que también generan un clima de desconfianza en las instituciones democráticas. Para mitigar estos riesgos, es fundamental establecer mecanismos de control y regulación que promuevan la transparencia y la veracidad en el entorno digital, garantizando que el activismo político en redes fortalezca, en lugar de debilitar, la democracia en Ecuador.

8. Bibliografía

Bustos, J., & Ruiz, F. (2021). Presencia e interacción de los candidatos a la presidencia del gobierno de España en las principales redes sociales durante la campaña electoral de noviembre de 2019. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales, 16*(1), 63-74. doi:https://doi.org/10.14198/OBETS2021.16.1.04

Castro Martínez, A., & Días Morilla, P. (2021). La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*(7), 67-89. doi:10.7203/rd.v1i7.210

Aliaga Lodtmann, C. F. (2023). Ciberpolítica y líderes políticos en el Perú (2019- 2020). *Opinión Jurídica*, 1-33. Obtenido de https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/8175/Opinion_Juridica_600.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Andraus , C., & Gutiérrez, J. (2024). El impacto de las Redes Sociales en la difusión de contenidos políticos en la ciudad de Portoviejo. *ReHuSo, 2*(9), 1-17. doi:https://doi.org/10.33936/rehuso.v9i2.6431

Ayala, P. T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*(26), 23-48.

Barrientos Báez, A., Martínez Sala, A. M., Altamirano, V. P., & Caldevilla Domínguez, D. (2021). ke News: La pandemia de la COVID-19 y su cronología en el sector turístico. *Historia de la comunicación social, 26*(Especial), 135-148.

Branch. (2024). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en 2024.* Obtenido de https://branch.com.co/marketing-digital/situacion-digital-de-ecuador-en-2024/#:~:text=Los%20usuarios%20de%20redes%20sociales,que%20el%2047.7%25%20eran%20hombres.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza.* Madrid, España: Madrid: Alianza editorial.

Coyac Torres, J. E., Sidorov, G., & Anaya, E. A. (2020). Detección de ciberataques a través del análisis de mensajes de redes sociales: revisión del estado del arte. *Res. Comput. Sci.*, 1031-1041.

Díaz Gandasegui, V. (2011). MITOS Y REALIDADES D E LAS REDES SOCIALES. Información y comunicación en la Sociedad de la Información. *Prisma Social*(6), 1-26.

Espinosa, M. Z., Balseca, S. E., & Valenzuela, C. R. (2021). El uso de las plataformas Facebook, Twitter y WhatsApp como medio de participación política online en los procesos electorales Ecuador 2021. *Sociología y Política HOY*(5), 135-146.

Gerbaudo, P. (2019). Del ciber-autonomismo al ciber-populismo: una historia de la ideología del activismo digital. *Defensa del Software Libre*, 1-32. Obtenido de https://endefensadelsl.org/ciber_autonomismo.pdf

Gutiérrez Arenas, M. P., Díaz Pareja, E. M., Ramírez García, A., & García Rojas, A. D. (2024). Motivaciones y contradicciones en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios. *Revista de comunicación, 23*(1), 259-278.

Hernández-Rodríguez, J. C., & Londoño Pardo, Ó. I. (2023). Los contenidos, los actores y los intereses detrás de las noticias falsas. Un análisis de los bulos verificados en España y Colombia. *Comunicación y sociedad, 20*, 1-25. doi: DOI: https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8518

Hidalgo Chica, A., & Cedeño Moreira, , C. (2022). Comunicación política en redes sociales:Análisis del uso de la red social. *ReHuSo*, 104-115. doi:https://doi.org/10.5281/zenodo.5825838

Ibáñez, D. B., González, J. R., & Amézquita, A. (2015). La influencia de las redes sociales en la intención de voto. Una encuesta a partir de las elecciones municipales en Ecuador 2014. *Quórum académico, 12*(1), 136-154.

Jiménez, D. F. (2016). La construcción de la Opinión Pública en Ecuador a partir de la participación política en redes sociales. *Obra digital: revista de comunicación*(11), 21-37.

Lassalle, J. M. (25 de febrero de 2018). El ciberpopulismo se va a convertir en un factor desestabilizador de la democracia. *La Voz de Asturias*. Obtenido de https://www.lavozdeasturias.es/noticia/actualidad/2018/02/25/ciberpopulismo-va-factor-desestabilizador-democracia/0003_201802G25P22991.htm

Liriano, A. C. (2023). La ética en las redes sociales. *Opuntia Brava, 15*(2), 142-152.

Luque González, A., & Herrero García, N. (2019). Impacto de la tecnología en la sociedad: el caso de Ecuador. *Universidad y Sociedad, 11*(5), 176-182. Obtenido de http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus

Luque González, A., & Herrero García, N. (2019). Impacto de la tecnología en la sociedad: el caso de Ecuador. *Universidad y Sociedad, 11*(5), 176-182. Obtenido de http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus

Millaleo, S., & Cárcamo, P. (2014). *Medios sociales y activismo digital en el mundo.* Santiago de Chile: Fundación Democracia y Desarrollo.

Moreno Cabanillas, A., & Castillero Ostio, E. (2023). Comunicación política y redes: análisis de la comunicación en Instagram de la Campaña Electoral de las Elecciones Autonómicas de Castilla y León en 2022. *Vivat Academia*(156), 199-222. doi:10.15178/va.2023.e1451

Pérez Escoda, A., & Pedrero Esteban, L. M. (2021). Retos del periodismo frente a las redes sociales, las fake news y la desconfianza de la generación Z. *Revista latina de comunicación social*(79), 67-85. doi:https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1519

Pérez, C. R. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*(40), 65-74.

Pulido, M. B., Soto, Á. D., Lozano, F. M., & Peña, W. Q. (2021). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Revista internacional de pedagogía e innovación educativa, 1*(1), 123-148.

Sicilia, M., Palazón, M., López, I., & López, M. (2021). *Marketing en redes sociales.* Madrid: Esic Editorial.

Sicilia, M., Palazón, M., López, I., & López, M. (2021). *Marketing en redes sociales.* Madrid: Esic Editorial.

Sidorenko-Bautista, P., Alonso-López, N., & Giacomelli, F. (2021). Espacios de verificación en Tik Tok. Comunicación y formas narrativas para combatir la desinformación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 87-113. doi:https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1522

Tejedo, S., Cervi, L., Martínez , F., & Tusa , F. (2021). Principales motivaciones en el uso de redes sociales en estudiantes de Comunicación: perspectiva comparada entre Co-

lombia, Ecuador y España. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 1-20. doi: DOI: 10.1080/13260219.2021.1947353

Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest.* New Haven, EE.UU.: Yale University Press.

Valenzuela, M. C., & Hernández, L. C. (2016). La veracidad de la información expuesta en las redes sociales. *Educación y Tecnología*(9), 26-40.

Vidal Ledo, M., Vialart Vidal, M. N., & Hernández García, L. (2013). Redes sociales. *Educación médica superior, 27*(1), 146-157.

Vila Seoane, M., & Saguier, M. (2019). Ciberpolítica, digitalización y relaciones internacionales: un enfoque desde la literatura crítica de economía política internacional. *Relaciones Internacionales*(49), 113-131.

Zuckerman, E. (2013). *Digital cosmopolitans: Why we think the Internet connects us, why it doesn't, and how to rewire it.* Nueva York, EE.UU.: WW Norton & Company.

Zumárraga-Espinosa, M. (2022). Uso político de redes sociales y su efecto sobre la participación política offline: un análisis de mecanismos mediadores. *Aposta*(92), 64-86. Obtenido de http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/mzumarraga.pdf

Zuñiga, K. M. (2021). LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO PUBLICITARIO EN ECUADOR (2020): LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO. *UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria, 5*(4), 59-66. doi:https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v5.n4.2021.398

REVISTA
POLÍTICA Y POLÍTICAS